

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/vkr/328973>

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Международные отношения

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. «ЦИФРОВАЯ» ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИАЛОГА.....	7
1.1. Формирование «цифровой дипломатии» в результате поэтапного прогресса в области информационно-коммуникационных технологий.....	7
1.2. Особенности социальных сетей как части феномена «цифровой дипломатии».....	20
ГЛАВА 2. ПРИСУТСТВИЕ РОССИЙСКИХ ДИПЛОМАТИЧЕСКИХ ОРГАНОВ И ИХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.....	34
2.1. Правовые аспекты использования социальных сетей в российской цифровой дипломатии: цели, задачи и вызовы.....	34
2.2. Опыт МИД России в поэтапном внедрении социальных сетей во внешнеполитической стратегии страны.....	43
2.3. Интеграция российских дипломатов в блогосферу в социальных сетях: сочетание роли личности дипломата и его дипломатической деятельности.....	51
ГЛАВА 3. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ КАК ДИПЛОМАТИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ДАВЛЕНИЯ ЗАПАДА.....	57
3.1. Активное продвижение российских социальных сетей в современной дипломатии и борьба с монополией Западных социальных сетей.....	57
3.2. Усиление государственного регулирования в социальных сетях с целью противодействия растущей антироссийской пропаганды Запада.....	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	76
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	80

Интересы и цели России в рамках ее программ публичной дипломатии признаются Ронсли, который фокусируется на аспекте международного вещания. Он сравнивает Китай и Россия, вместе с их стремлением «исправить» то, что воспринимается как искаженная информация об этих странах в основном мировом информационном пространстве, и донести намерения внешней политики, приходят к выводу, что такой подход «рискует» стереть грань между публичной дипломатией и пропагандой [27, С. 72]. Другие ученые также пытаются приравнять российскую публичную дипломатию к «пропаганде» и «активным мерам».

Однако они даже не в состоянии определить общественную дипломатию ни как концепцию, ни как практику, тем самым представление упражнения как такого, в котором контент массируется в соответствии с заранее определенным выводом (т.е. что все российские коммуникации и внешняя политика вредны и лживы). Однако не смогли предоставить четких и неопровержимых доказательств в поддержку своих утверждений [47, С. 53].

Ван Херпен также строит логика и аргументация, основанные на отрицании российских представлений о мягкой силе и публичной дипломатии как «пропагандистских» и носящих вредный характер [39, С. 93]. Блог Центра публичной дипломатии Университета Южной Калифорнии стремится ответить на вопросы о том, что такое российская публичная дипломатия и как она функционирует. Оно начинается с предупреждения о том, как не следует подходить к этому вопросу [43, С. 71]. «В наши дни "российская публичная дипломатия" может звучать как оксюморон для многих на Западе. Но отвергать все усилия все более хорошо отлаженного государственного механизма и средств массовой информации как "бесполезную пропаганду" России не подходит справедливости и, что, возможно, более важно, увеличивает риск того, что западные правительства (и союзники) будут продолжать совершать те же ошибки, которые способствовали быстрой эскалации нынешнего международного кризиса» [24, С. 97].

Осипова Н.В. говорит, что первоначально российская публичная дипломатия стремилась подражать западным моделям практики, но на волне различных конфликтов и кризисов (в первую очередь грузино-

российская война 2008 года и нынешний украинский кризис) побудили к переоценке модели коммуникации, которая служит им наилучшим образом, и начали «вестернизировать» свой подход и адаптировать его к конкретным потребностям и подходу России.

Российский подход к созданию своей уникальной концепции и применению публичной дипломатии и даже мягкой силы был отмечен некоторыми исследователями, которые также отмечают противоречия в словах и делах, такие как нынешний украинский конфликт, которые имеют тенденцию создавать ограничения на эффективность коммуникаций обусловлена наблюдаемыми противоречиями [16, С. 73].

Многие развитые страны, учитывая угрозы сформировавшегося киберпространства, приняли государственные Стратегии кибербезопасности.

Стратегия кибербезопасности - документ, который фиксирует и определяет государственную политику, направленную на обеспечение безопасности государства в киберпространстве.

Российская Федерация такой документ в настоящее время не разработала.

В качестве аналогов стратегии кибербезопасности в Российской Федерации возможно рассматривать:

- «Основные направления государственной политики в области обеспечения безопасности автоматизированных систем управления производственными и технологическими процессами критически важных объектов инфраструктуры Российской Федерации», утверждены Президентом Российской Федерации Дмитрием Медведевым 3 февраля 2012, № 8036;

- Федеральный закон «О безопасности критической информационной инфраструктуры Российской Федерации» от 26 июля 2017 № 187-ФЗ, в том числе Концепцию государственной системы обнаружения, предупреждения и ликвидации последствий компьютерных атак на информационные ресурсы Российской Федерации, выписка из которой опубликована на сайте Совета безопасности. Концепция утверждена Президентом Российской Федерации 12 декабря 2014 № К 1274 [18, С. 83].

Термин «кибербезопасность» на русском языке приведён в национальном стандарте Российской Федерации ГОСТ Р 56205-2014 (IEC/TS 62443-1-1:2009) «Сети коммуникационные промышленные. Защищённость (кибербезопасность) сети и системы. Часть 1-1». Терминология, концептуальные положения и модели:

3.2.36. Кибербезопасность (киберзащита, англ. cybersecurity) — действия, необходимые для предотвращения неавторизованного использования, отказа в обслуживании, преобразования, рассекречивания, потери прибыли или повреждения критических систем или информационных объектов. Примечание: цель при этом - уменьшить персональный риск травмирования или риск угрозы здоровью населения, риск потери доверия общественности или потребителей, разглашения информации о важных объектах, незащищённости бизнес-объектов или несоответствия нормативам.

Эти понятия применимы к любой системе в производственном процессе, которая может включать в себя как независимые, так и связанные компоненты. Коммуникация между системами может осуществляться либо с помощью внутренних сообщений, либо через любые пользовательские или машинные интерфейсы, которые обеспечивают аутентификацию, работу, управление или обмен данными с любой из таких систем управления.

Кибербезопасность включает в себя понятия идентификации, аутентификации, отслеживаемости, авторизации, доступности и приватности [18, С. 85].

Таким образом, можно отметить, что российская цифровая дипломатия активно развивается, можно говорить о серьезных успехах РФ в деле использования на практике инструментов цифровой дипломатии.

2.2. Опыт МИД России в поэтапном внедрении социальных сетей во внешнеполитической стратегии страны

Цифровая дипломатия в России на сегодняшний день развивается достаточно быстрыми темпами. МИД РФ и его структурные подразделения имеют свои официальные сайты в Интернете, где рассказывается об этом министерстве, его деятельности, содержатся репортажи с пресс-конференций МИД РФ.

На сегодняшний день МИД РФ располагает одной из самых крупных и разветвленных социальных сетей в мире. В российском МИДе одними из первых поняли возможности и перспективы, которые дает обращение к цифровой дипломатии.

Причем специалисты МИД РФ поняли это гораздо раньше наступления пандемии, которая вынудила всех, даже тех. Кто был противником нововведений, общаться с помощью ИКТ, а не лично.

Большой пласт деятельности МИД РФ приходится на деятельность в соцсетях. Аккаунты МИД РФ существуют в «Twitter», «Facebook», «ВКонтакте», «Instagram», YouTube, «Telegram».

Руководство РФ понимает, что деятельность в соцсетях является очень важной для внешнеполитического ведомства. С помощью так называемой «мягкой силы» представители МИД РФ занимаются деятельностью по поддержанию имиджа России на международной арене, который серьезно портят США и развитые

европейские страны, занимаются борьбой с русофобией, пропагандируют русскую культуру. Большое влияние на развитие цифровой дипломатии оказала эпидемия коронавируса. Из-за нее пришлось проводить встречи с помощью различных цифровых технологий. В тот период времени появилось понятие Zoom-дипломатии. Эпидемия коронавируса серьезно ускорила процесс цифровизации дипломатии. На сегодняшний день значение цифровой дипломатии для России серьезно возросло. Это связано с проведением спецоперации в Украине по борьбе с фашизмом и национализмом. США и страны Европы делают все, чтобы на просторах Интернета и социальных сетей представить российскую армию завоевателями, оккупантами, которые жестоко расправляются с мирным населением, а националистов из Украины бедными пострадавшими. Монтируются фейковые ролики, извращаются в новостях реальные события. Сейчас МИД РФ как никогда важно ответить на эти новые вызовы современного мира. В ответ на деятельность США и стран Европы руководство страны запретило деятельность «Твиттера» и «Фейсбука» на территории РФ, как нагнетающих социальную напряженность, пропагандирующих национальную рознь, являющихся откровенно русофобскими, а также призывающими к убийству россиян. Деятельность МИД РФ в «Твиттере» и «Фейсбуке» (запрещенных в России организациях) очень активизировалась, что не допустить нагнетания обстановки вокруг спецоперации на Украине. В марте 2018 года посольство России в Лондоне опубликовало в «Твиттере» собственное юмористическое сообщение, в котором говорилось, что детектив Пуаро Агаты Кристи должен расследовать газовую атаку в Солсбери.

Российское посольство обратилось к юмору, чтобы бросить вызов ценностям, связанным с британским правительством и Западом. Традиционно западные правительства и СМИ крайне критически относятся к российским расследованиям убийств или исчезновений политических активистов, журналистов и диссидентов.

В твиттере посольства России в Великобритании расследование в Солсбери представлено в аналогичном свете, предполагая, что Великобритания проводит секретное расследование, достоверность которого должна быть поставлена под сомнение.

В твите также высказывалось предположение, что, подобно Агате Кристи, правительство Великобритании придумало вымышленный рассказ, обвиняющий Россию в нападении. Таким образом, российские дипломаты атаковали ценности, которые якобы отличают Запад от России.

Активизировалась также деятельность МИД в отечественных соцсетях: «В контакте», «Одноклассниках», «Телеграмме».

В «Телеграмме» на аккаунт МИД РФ подписано 115 тысяч человек, «В контакте» - 439,6 тысяч, в «Одноклассниках» - 11,1 тысяча подписчиков.

В «Тик-Токе» 06.02.2022 года также появился аккаунт МИД РФ. К настоящему времени там уже имеются 13,6 тысяч подписчиков. Официальный представитель МИД РФ Мария Захарова прокомментировала открытие аккаунта в «Тик-Токе». Она отметила, что это не дань моде. А негативный сценарий развития международных отношений только ускорил этот процесс.

Цель создания этого аккаунта заключается в осуществлении борьбы с вбросом фейковой информации представителями США и европейских стран. Это обусловлено тем, что основными подписчиками «Тик-Тока» являются подростки и молодежь, которые некритично относятся к поступающей туда информации и делают неверные выводы из нее. Это чревато раскачиванием в стране социальной стабильности.

В сентябре 2018 г. Министр иностранных дел России С.В. Лавров в ответ на вопрос участника встречи со студентами и профессорско-преподавательским составом МГИМО сказал, что, без социальных сетей сейчас ни одна профессия не может обойтись, а дипломатия тем более.

Одна из задач дипломатии - распространять информацию, разъяснять то, чем занимается та или иная страна.

МИД является пионером среди ведомств РФ по использованию соцсетей для проведения разъяснительно-информационных мероприятий. Уже в 2011 году в «Твиттере» появились аккаунты МИД РФ на английском и русском языках.

Инициатором активности российского внешнеполитического ведомства в «новых медиа» стала директор Департамента информации и печати МИД России М. Захарова.

В июне 2018 г. в «Instagram» открылся администрируемый Советом молодых дипломатов аккаунт, посвященный С. Лаврову.

Несмотря на широкую вовлеченность российских представительств в цифровую дипломатию, ведение личных страниц не стало общепринятой практикой среди российских послов.

Как уже упоминалось, в 2018 г. Россия заняла вторую строчку в рейтинге «Twiplomacy» с 244 аккаунтами посольств, консульств и торговых представительств, уступив Великобритании, которая будучи на 11 месте по количеству дипломатических представительств по всему миру (Россия – на 5 месте), имеет самое широкое дипломатическое присутствие в «Twitter» (413 аккаунтов).

Первое место ей во многом было обеспечено внушительным количеством страниц действующих британских послов и их заместителей в социальной сети.

Весьма показательным выглядит тот факт, что в рейтингах проекта «Twiplomacy» страницы Министерства иностранных дел Российской Федерации занимают лидирующие позиции.

Twitter-аккаунт на русском языке (1,2 млн. подписчиков) находится на 29-м месте в номинации «50 наиболее активных мировых лидеров» и на 47-м в номинации «50 наиболее связанных мировых лидеров». Англоязычная страница (194 тыс. подписчиков) занимает 3-е место в этой же номинации.

Среди загранучреждений МИД России наибольшим числом читателей в Twitter обладают российские представительства при НАТО (609 тыс. подписчиков), ООН (34,7 тыс. подписчиков), ОБСЕ (14,3 тыс. подписчиков) ООН и других международных организациях в Женеве (7,8 тыс. подписчиков), а также посольства в Великобритании (83,5 тыс. подписчиков), США (49 тыс. подписчиков), Японии (41,2 тыс. подписчиков), ЮАР (19,8 тыс. подписчиков), Турции (14,3 тыс. подписчиков), Канаде (13,6 тыс. подписчиков), Мексике (10,8 тыс. подписчиков), Италии (10,9 тыс. подписчиков), ОАЭ (9,5 тыс. подписчиков), Индонезии (9,3 тыс. подписчиков), Перу (8,7 тыс. подписчиков), Германии (7 тыс. подписчиков), Ираке (6,9 тыс. подписчиков), Париже (6,6 тыс. подписчиков), Эфиопии (6,5 тыс. подписчиков), Греции (5,6 тыс. подписчиков), Нигерии (5,4 тыс. подписчиков), Египте (5,4 тыс. подписчиков), Танзании (5,4 тыс. подписчиков), Эстонии (5,3 тыс. подписчиков), Кувейте (5 тыс. подписчиков) [53, С. 84].

Показатели «Twitter»-аккаунта МИД России в рейтинге проекта «Twiplomacy».

Стоит отметить, что к числу официальных Twitter-аккаунтов Министерства также относятся страницы, принадлежащие Послу России в Великобритании А. Яковенко (24 тыс. читателей), Послу России в Сербии А. Чепурину (3,2 тыс. читателей), первому заместителю Постоянного представителя России при ООН Д. Полянскому (1,5 тыс. читателей).

В сервисе также представлены Историко-документальный департамент (5,2 тыс. читателей), Департамент Ситуационно-кризисный центр (4,3 тыс. читателей), Первый департамент стран СНГ (0,3 тыс. читателей), пресс-центр Департамента информации и печати (0,6 тыс. читателей), отдельный профиль посвящён участию России в Баренцевом сотрудничестве (0,5 тыс. читателей). Подлинность страниц верифицирована администрацией сети Twitter с помощью специального символа возле имени пользователя и МИД России с помощью ссылки на официальном сайте ведомства.

В «Facebook» действуют аккаунты Посла России в Австралии Г. Логвинова (0,2 тыс. читателей), Генерального консула России в Гётеборге (Швеция) А. Федоровой (0,3 тыс. читателей), Консульского департамента МИД России (6,1 тыс. читателей), Шанхайской организации сотрудничества (30,1 тыс. читателей) [42, С. 85].

С началом специальной операции на Украине заставкой в «Твиттере» у МИД РФ стало изображение российского герба и цифр 22.02.22. А также на территории РФ была запрещена деятельность социальных сетей «Фейсбук» и «Твиттер» (запрещенных в РФ и признанных террористическими).

Глава МИД РФ Сергей Лавров сделал заявление, согласно которому, МИД РФ активизирует свою деятельность в российских социальных сетях.

Это дата принятия решения властями РФ приказа о начале спецоперации на Украине. Таким образом, МИД РФ выступает против политики двойных стандартов, которыми оцениваются деятельность украинских националистов и российских военных.

Какие-бы беззакония не творили националисты, их США и страны Европы стараются не замечать, а деятельность российской армии преподносится как оккупационная. Хотя налицо все факты, говорящие о другом. Но в угоду США лидеры европейских стран говорят то, что от них хотят услышать.

На одной из них изображена фигура с символикой США, вторая представляет Евросоюз. Они вместе «лечат» Европу, которая от лечения вот-вот умрет. Легче ей не становится. На второй карикатуре показывается, как

главы европейских государств лижут задницу человеку с символикой США. Все изображены в характерных позах.

Президент Франции Э. Макрон отреагировал на них очень быстро. Он назвал недопустимым публикацию таких карикатур. А вот публикации карикатур на пророка Мухаммеда, как в «Шарли Эбдо», это нормально. Только потом появляются террористы. А к зданию, где пострадали журналисты, несут цветы.

Посол РФ во Франции А. Мишин был вызван к представителям руководства Франции на разговор о недопустимости такого поведения для работника дипломатической службы.

А в целом, на этих карикатурах показано реальное положение стран Европы, в которое их поставили США, но они не хотят ничего замечать.

Научный сотрудник Евразийского центра при Атлантическом совете Андерс Ослунд, который в 90-х годах был советником премьера РФ Егора Гайдара, призвал бомбить российские города.

Ослунд заявил, что НАТО следует поскорее направить Украине всё оружие, какое альянс сможет. Также посоветовал открыть черноморские порты Украины для нормального судоходства.

А ещё, как считает Ослунд, НАТО должно «превентивно бомбить российские города, чтобы убедиться, что Путин не применит химическое или ядерное оружие».

2.3. Интеграция российских дипломатов в блогосферу в социальных сетях: сочетание роли личности дипломата и его дипломатической деятельности

Социальные сети, в частности, притягивают к себе быстрорастущую глобальную аудиторию. Многие социальные сети можно охарактеризовать словами: «такая же большая, как самая большая нация в мире», и у старшего поколения нет другого выбора, кроме как догонять молодежь.

Около 90 процентов людей в возрасте от 18 до 29 лет в настоящее время пользуются сайтами социальных сетей. Те, кто остается вне их магнитного поля, могут оказаться на периферии феномена, который останется здесь навсегда или который мутирует во что-то, сильно отличающееся от прошлых моделей общения.

Привлекательность социальных сетей превратила этот инструмент дипломатии 21 века в главный объект дебатов, и «неграмотные», похоже, не имеют права вступать в разговор. Это может помочь объяснить, почему требования политкорректности, вероятно, приводят к искажению представления о том, кто в дипломатии использует сайты социальных сетей, как и с какими целями.

Чрезмерное внимание к социальным сетям смешивает новые коммуникационные технологии с более широкими аспектами изменений во внутренней и международной политике.

Мы можем более четко сформулировать нашу точку зрения, соотнеся этот отчет с более ранним исследованием Клингендала, в котором были разработаны новые рамки дипломатии, которые мы назвали "интегративной дипломатией".

Эта более широкая картина изменений в практике международных отношений является нашей интерпретацией дипломатии в эпоху цифровых технологий.

Она рассматривает глобальную среду как характеризующуюся отношениями между государствами и негосударственными образованиями, создающие сложные сети дипломатии – иногда конкурентной, иногда совместной.

Центральное место в этом образе занимают модели взаимной зависимости, взаимосвязи политики и действующих лиц, а также "сетевая" дипломатия, охватывающая различные заинтересованные стороны. Сетевое взаимодействие как концептуальная основа современной дипломатической практики, включая ее цифровое измерение, имеет фундаментальные последствия для концептуализации и практики дипломатии, для служебных процедур и правил взаимодействия между людьми, представляющими различные типы государственных и частных субъектов, и в более общем смысле для должностных лиц, взаимодействующих с внешним миром.

Мы сталкиваемся с различными возможностями относительно положения дипломатии в цифровую эпоху: постепенное изменение и адаптация в рамках существующих рамок и принципов или фундаментальный разрыв с принятыми моделями поведения, нормами и правилами, в результате чего дипломатия начинает выглядеть принципиально по-другому. Термин «цифровая дипломатия», как уже отмечалось, охватывает множество значений.

Одним из проявлений «цифровой дипломатии» стало ведение дипломатами блогов в социальных сетях. Из очень «закрытой» в недавнем прошлом профессии, в настоящее время дипломатия приобретает намного большую «прозрачность». Она как раз и достигается за счет ведения дипломатами даже самого высоко уровня блогов.

В своем блоге дипломат может разместить не только свое мнение относительно каких-либо политических вопросов, осветить более подробно свою профессиональную деятельность, но и показать себя обычным человеком, со своими сильными и слабыми сторонами, рассказать о своих хобби, общении, путешествиях. Через информацию в блоге дипломату намного легче получить симпатии и интерес пользователей, нежели на своей профессиональной странице, так как в блоге дипломат сначала выступает как человек, а только потом как профессионал. И именно поэтому, через ведение блогов можно оказывать большое влияние на аудиторию пользователей.

Например, С. Лавров ведет свой блог в «ВКонтакте», там 7280 подписчиков. В своем блоге он дает освещение и актуальным политическим событиям и событиям, о которых хочется говорить, потому, что они этого достойны. Например, в Тульской области школьник Тимир Бахтиеров нашел сумку с деньгами и воинскими медалями, которая, как оказалось, принадлежала бойцу ЧВК «Вагнер».

По наградам удалось установить, что сумка принадлежит одному из участников битвы за Соледар. Евгений Пригожин от имени всех бойцов поблагодарил парня за правильный поступок и принял решение о его награждении медалью за содействие ЧВК «Вагнер».

С. Лавров не смог удержаться, чтобы не прокомментировать картинку с обложка французского издания с Зеленским, который крадет у французских детей пасху и кричит: «Украине нужнее».

И заголовок всей этой аллегии «Сохраним наши яйца». «А всё, поздно уже, надо было раньше, теперь ваши яйца в руках американского истеблишмента,» - заметил С. Лавров.

Он также не остался в стороне от перепалки Д. Медведева и Ж. Борреля по поводу председательства России в СБ ООН.

«Ну, а по поводу Дня дурака, Жозеп Боррель большой специалист. Это ЕГО день» - Д. Медведев ответил на заявление Борреля о том, что начало председательства России в СБ ООН «выпадает на день дурака».

Мария Захарова ведет блоги сразу в нескольких социальных сетях и мессенджерах. Например в «Telegram» на нее подписано 533 тысячи человек, «В Контакте» -19,5 тысяч.

В них выложена информация, как личного характера, так и о насущных проблемах современного международного положения.

Например, по поводу развивающейся в странах Европы истории по поводу полового самоопределения, она отмечает, «что, те, кто считает, что пол - это вопрос самоидентификации, как минимум сектанты. Мировая секта свидетелей гендерно-половой самоидентификации. Если услышите от кого-то подобное, знайте, перед вами сектант.

«Премьер-министр Новой Зеландии Крис Хопкинс пытается ответить на вопрос «Что такое женщина?»: Кир Стармер [лидер британских лейбористов] считает, что у 99% женщин нет пенисов. Какое определение женщины вы дадите? - Ну, я полагаю, с точки зрения гендерной», - отмечает М. Захарова.

Таким образом, можно прийти к выводу, что российские дипломаты активно используют возможности цифровой дипломатии, активно осваивают российские и иностранные социальные сети.

1. «Психология толпы: мифы и реальность», BBC русская служба, Дэвид Эдмондс Ведущий BBC Radio 4, от 25.10.2016 <https://www.bbc.com/russian/features-37763194>

2. Аккаунты в соцсетях. – Текст: электронный // МИД России: официальный сайт. – 2020. – Текст: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mid.ru/ru/press_service/social_accounts

3. Барышников Д.Н., Туленков А.Ю. «ЦИФРОВАЯ ДИПЛОМАТИЯ» И ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СУВЕРЕНИТЕТ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ, Вестник СПбГУ. Сер. 6. 2012. Вып. 4

4. Бейдина Т.Е. , Макарова Т.Б. , Ю.О. Макарова, Ю.А. Попов «Роль пропаганды во внешней политике США» // Вестн. Забайкал. гос. ун-та. 2017 Т. 23 №7 с. 64-73. DOI: 10.21209/2227-9245-2017-23-7-64-73

5. Вайнер, В.Л. Коммуникационные лакуны развития новых медиа в России / В.Л. Вайнер, Н.Ю. Гладких // URL: http://www.hse.ru/data/2011/05/23/1213975594/3Vainer_Gladkih_Comm_lacunas_new_media.pdf (дата обращения: 06.04.2022).

6. Глебов Г. И. Милаева О. В. Современные международные отношения / Учеб. пособие. – Пенза: Изд. Пенз. гос. ун-та, 2010. – 98 с.

7. Городской завтрак РСМД «Фейсбучные войны и твиттерный протокол: что такое цифровая дипломатия сегодня?». РСМД. – 2018. – Текст: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://russiancouncil.ru/news/feysbuchnye-voyny-i-tvitternyy-protokol-chto-takoe-tsifrovaya-diplomatiya-segodnya-gorodskoy-zavtrak/?sphrase_id=34305370
8. Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: пробуждение Соляриса: монография / И.М. Дзялошинский. — М.: АПК и ППРО, 2012. — С. 55.
9. Зонова Т.В. Новые проблемы дипломатии// Современные международные отношения и мировая политика / под ред. А.В. Торкунова - М.: Просвещение, 2004. - 512с.
10. Интернет-технологии в связях с общественностью: учеб. пособие / И.А.Быков, Д.А. Мажоров, П.А. Слуцкий, О.Г. Филатова; отв. ред. И.А. Быков, О.Г. Филатова. — СПб.: Роза мира, 2010. — 312с.
11. Информация. Дипломатия. Психология. - М: Известия, 2002. -
12. Каминченко, Д.И. Технологии «новых» масс-медиа и особенности массовой культуры/Д.И. Каминченко // Социосфера. — 2014. — № 1. — С. 144.
13. Карякина, К.А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента / К.А. Карякина // Медиаскоп. — 2010. — №1 // URL: <http://www.mediascope.ru/node/524> (дата обращения: 06.04.2023).
14. Кастельс М. «Информационная эпоха: экономика, общество и культура», пер. с англ. О.И. Шкаратана
15. Косов Ю. В., Вовенда Ю. В. «Геополитические концепции информационного противоборства в российской общественной мысли»
16. Кубишкин А.И., Цветкова Н.А. Публичная дипломатия США / Учеб. пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 271 с.
17. Лебедева М.М. «МЯГКАЯ СИЛА»: ПОНЯТИЕ И ПОДХОДЫ, Вестник МГИМО Университета. 2017. 3(54),
18. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. - / пер. с англ. В. Николаева; Закл. Ст. М. Вавилова. - М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003 - 464 с. (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»), с. 10
19. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учеб. пособие / под ред. Л.А. Данченко. — СПб.: Питер, 2013. — 112с.
20. Мельникова Т.С. «Особенности политической пропаганды в Интернетпространстве», М.; 2019. 321с.
21. Меньшиков П.В. Эволюция государственной информационной политики в России. Международные коммуникации. 2017. № 4. С. 3-10
22. Настоящее Время. Америка - 6 января 2017, от 06.01.2017, <https://www.golosameriki.ru/a/current-time-1-6/3666144.html>
23. Плотникова М.В. Воздействующий потенциал дискурса «новых медиа» в молодежной среде (на примере социальной сети TikTok) // Вопросы управления. 2021, № 2. С. 16-30.
24. Рейтинг сайтов // Liveinternet // URL: <http://www.liveinternet.ru/stat/ru/searches.html> (дата обращения: 06.04.2022).
25. Смирнов А.И., Кохтюлина И.Н. «Глобальная безопасность и «мягкая сила 2.0»: вызовы и возможности для России» / М.: ВНИИГеосистем, 2012. с. 25-27
26. Сороченко В. «Энциклопедия методов пропаганды. (Как нас обрабатывают СМИ, политики и реклама), 2002 г.
27. Средства массовой информации России / М.И. Алексеева, Л.Д. Болотова, Е.Л. Вартанова и др.; под ред. Я.Н. Засурского. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Аспект Пресс, 2011. — 423с.
28. Сурма И.В. «Цифровая дипломатия в мировой политике» Государственное управление. Электронный вестник, Выпуск № 49. Апрель 2015 г.
29. Сущность и механизмы пропаганды / Вопросы правоведения, М. 2009. - № 1. - С. 57-66.
30. Фурсов В. А. Теория информации: учеб. / В.А. Фурсов. - Самара: Изд-во Самар, гос. аэрокосм, ун-та, 2011. - 128 с.: ил.
31. Фурсов В. А. Теория информации: учеб. / В.А. Фурсов. - Самара: Изд-во Самар, гос. аэрокосм, ун-та, 2011. - 128 с.: ил., с. 5 59
32. Цветкова Н.А. Публичная дипломатия США от «мягкой силы» к «диалоговой пропаганде» // Международные процессы, Том 13. - № 3. - Санкт-Петербург: СПбГУ, 2015. - сс.121-133.
33. Цветкова Н.А. ПУБЛИЧНАЯ ДИПЛОМАТИЯ США ОТ «МЯГКОЙ СИЛЫ» К «ДИАЛОГОВОЙ ПРОПАГАНДЕ», Международные процессы, Том 13, № 3, сс. 121-133
34. Цветкова Н.А. Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения // Вестник РГГУ. Серия «Политология. История. Международные отношения». 2020. № 2. С. 37-47.

35. Цветкова Н.А., Ярыгин Г.О. «Публичные дипломатии ведущих государств», стр. 146
36. Шакиров, О.И. «Российская пропаганда»: в соцсетях, в Восточной Европе, далее везде / О.И. Шакиров. – Текст: электронный // РСМД. – 2018. – Текст: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/-rossiyskaya-propaganda-v-sotssetyakh-v-vostochnoy-evrope-dalee-vezde/>
37. Шоботенко А.В. Цифровая дипломатия как инструмент внешнеполитической деятельности России // Теории и проблемы политических исследований. 2021. Том 10. № 3А. С. 145-155.
38. Ярыгин Г.О., Цветкова Н.А. Netcitizens как новая целевая аудитория интернет-дипломатии США / СПб: СПбГУ, 2012. –С. 2.
39. Barack Obama’s Inaugural Address // 2009.
40. Bjola, C., Digital diplomacy: from tactics to strategy / Corneliu Bjola. – Текст: электронный // The American Academy in Berlin. Hans Arnhold Center. – 2018. – Текст: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.americanacademy.de/digital-diplomacy-tactics-strategy/>
41. Bockstette, Carsten. «Jihadist Terrorist Use of Strategic Communication Management Techniques» / George C. Marshall Center for European Security Studies. – 2006
42. Carl Pederson, Obama’s America / Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009, – С. 31-33
43. D.Storey, Obama Shifts Strategy from Bush Policy. / Reuters, Thomson Reuters, 27 Mar. 2009
44. Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms / Joint Publication 1-02, – Washington D.C, 2010, – [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://fas.org/irp/doddir/dod/jp1_02.pdf
45. Deruda, The Digital Diplomacy Handbook: How to Use Social Media to Engage with Global Audiences Create space Independent Publishing Platform // Chapter 6Twitter , 2014. – С. 63. 61
46. Flemming S.Hansen, Donald Trump and US -Russian Relations. Geopolitical bromance or business-as-usual // DIIS. – Policy Brief, 2016. – С. 3
47. G.Wiseman and P. Sharp. Diplomacy in R. Devetak et al. / An Introduction to International Relations, – 3rd ed. – Cambridge University Press, 2017. – С. 297
48. Gates, B. & Huang, Y. Sources and Limits of Chinese ‘Soft Power.’ / Survival, Vol. 48. – № 2. – 2006, С. 17-36.
49. H. Bull, Diplomacy and International Order // The Anarchical Society: A Study of Order in World Politics. – USA: Columbia University Press, 2012
50. Hammer M. Social Media and Foreign Policy: An Update From Silicon Valley // 21.11.2011. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://blogs.state.gov/index.php/site/entry/social_media_and_foreign_policy
51. Helmus, T.C., Bodine-Baron, E., Radin, A., Magnuson, M., Mendelsohn, J., Marcellino, W., Bega, A., Winkelman, Z., Russian social media influence. Understanding Russian propaganda in Eastern Europe / Todd C. Helmus, Elizabeth Bodine-Baron, Andrew Radin, Madeline Magnuson, Joshua Mendelsohn, William Marcellino, Andriy Bega, Zev Winkelman. RAND Corporation. – 2018. – ISBN 978-0-8330-9957-0. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rand.org/pubs/research_reports/RR2237.html
52. <http://ekd.me/2019/07/mid-knr-zaregistrovalsya-v-populyarnoj-socialnoj-seti-tiktok/>
53. Hutchings, R., Suri, J., Modern Diplomacy in Practice / Robert Hutchings, Jeremi Suri // Palgrave Macmillan. – 2020. – 978-3030269357. – P. 125-141.
54. I. Manor Can. National Leaders Influence National Brands? / USC Center on Public Diplomacy: University of Southern California, 1 августа 2017. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.uscpublicdiplomacy.org/blog/can-national-leaders-influence-nationalbrands.
55. INFORMATION LITERACIES FOR THE TWENTY-FIRST CENTURY, edited by Virgil L.P. Blake and Renee Tjoumas, G.K. HALL & CO. • BOSTON, MASS. с. 47
56. J. Michael Walter. Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare / Учеб. пособие. – Washington: The Institute of World Politics Press, 2008. – 408 с.
57. Kurlantzick, J. China’s Charm: Implications of Chinese Soft Power / Carnegie Endowment Policy Brief. 47, 2006, С. 1-7. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://carnegieendowment.org/files/PB_47_FINAL.pdf
58. Melissen «The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice», The New Public Diplomacy
59. Nancy Snow. “U.S. Public Diplomacy: Its History, Problems and Promise” / Reseach Gate, 2006. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/275833930_US_Public_Diplomacy_Its_History_Problems_and_Promise
60. National Security Strategy // February 2015. – С. 1.- [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://obamawhitehouse.archives.gov/sites/default/files/docs/2015_national_security_strategy_2.pdf
61. National Security Strategy // May 27th, 2010. – С. 41.- [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://unipdcentrodiritiumani.it/public/docs/USA_NSS_2010.pdf 62

62. National Security Strategy of the United States of America // December 2017.- [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.whitehouse.gov/wpcontent/uploads/2017/12/NSS-Final-12-18-2017-0905.pdf>
63. Nye, J.S. (2004). Soft Power: The Means to Success in World Politics // Chapter 4, Wielding Soft Power, 2004. -[Электронный ресурс]. Режим доступа: http://belfercenter.ksg.harvard.edu/files/joe_nye_wielding_soft_power.pdf
64. Nye, Joseph. Soft Power: The Means to Success in World Politics / PublicAffairs; New Ed Edition, 2004. – 208 с.
65. P. Rucker, Obama's Digital Guru to Revamp State Department's Digital Diplomacy // The Washington Post, 19 сентября. 2013.
66. Paul R.Viotti, Mark V. Kauppi. International Relations and World Politics / Fifth edition. – Pearson Education, 2013. – с. 207
67. Paul R.Viotti, Mark V. Kauppi. International Relations and World Politics / Fifth edition. – Pearson Education, 2013. – с. 207
68. Reviewing the Bush Years and the Public's Final Verdict: Bush and Public Opinion / The Pew Research Centre for the People and the Press, 18 декабря 2008, – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://peoplepress.org/report/?pageid=1446>
69. Russia: Background and U.S. Policy, Cory Welt, Analyst in European Affairs, August 21, 2017, Congressional Research Service
70. Scott Ratzan. Political Communication as Negotiation: Breathing New Life Into Government / American behavioral scientist, 1993. – С. 200-210
71. Stanley R. Sloan, Policy Series: Donald Trump and NATO: Historic Alliance Meets A- historic President // The International Security Studies Forum, 2017.
72. Stephen Sestanovich, The Brilliant Incoherence of Trump's Foreign Policy // The Atlantic, 2017.
73. Stiglitz J. Globalization and its Discontents / United States: W.W. Norton & Company, 2017. – 337 с
74. T. L. Friedman. Iran and the Obama Doctrine // The New York Times, 5 апреля. 2015
75. U.S. Department of State. Foreign Affairs Manual U.S. Department of State // 24 августа 2017. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: fam.state.gov/FAM/10FAM/10FAM0180.html

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/vkr/328973>