

11. *Ольшанский, Д. В.* Массовые настроения в политике / Д. В. Ольшанский. – М.: Прин-Ди, 1995. – 238 с.
12. *Деркач, А. А.* Политическая психология: учеб. пособие для вузов / А. А. Деркач, В. И. Жукова, Л. Г. Лаптева. – Екатеринбург: Деловая книга, 2003. – 858 с.
13. *Ольшанский, Д. В.* Основы политической психологии / Д. В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 496 с.
14. *Козлов, В. В.* Политическая психология: учеб. пособие для вузов / В. В. Козлов, В. В. Новиков, Е. В. Гришин. – М.: Междунар. акад. психол. наук. С.-Петербург. гуманитар. ун-т профсоюзов, 2010. – 458 с.
15. *Шестопал, Е. Б.* Политическая психология: учеб. для студентов вузов / Е. Б. Шестопал. – М.: Аспект Пресс, 2011.
16. *Деркач, А. А.* Политическая психология: учеб. пособие для вузов / А. А. Деркач, В. И. Жукова и Л. Г. Лаптева. – Екатеринбург: Деловая книга, 2003. – 858 с.
17. *Гуревич, П. С.* Политическая психология: учеб. пособие для студентов вузов / П. С. Гуревич. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
18. *Головатий, М. Ф.* Г61 Політична психологія: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / М. Ф. Голватий. – К.: МАУП, 2006. – 400 с.
19. *Неврюев, А. Н.* Политическая психология / А. Н. Неврюев, Е. Э. Тянь, М. А. Гагарина. – М.: Прометей, 2018. – 190 с.
20. Политическая психология: учеб. пособие / сост. С. И. Симановский. – Минск: БГУ, 2002. – 104 с.
21. *Мандель, Б. Р.* Политическая психология: учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Б. Р. Мандель. – М.: ФЛИНТА, 2013.
22. *Мощенко, А. В.* Политическая психология / А. В. Мощенко. – М.: Совр. гуманитар. ун-т, 1999. – 85 с.; М., 2004.
23. *Шуленина, Н. В.* Политическая психология: программа курса / Н. В. Шуленина. – М.: Изд-во РУДН, 2005. – 337 с.

(Дата подачи: 14.02.2020 г.)

Г. В. Малишевская

Белорусский государственный университет, Минск

G. Malishevskaya

Belarusian State University, Minsk

ВАК 23.00.02

УДК 327.82

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ДИПЛОМАТИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ

ROLE OF SOCIAL MEDIA IN DIPLOMATIC PRACTICE

В статье определяется роль социальных сетей как среды массовых коммуникаций, оказывающей в условиях глобализации и роста мобильного медиапотребления ключевое влияние на формирование смыслов и ценностей. На основе цифровых метрик проведен анализ кейсов, реализованных через официальные аккаунты дипломатических ведомств и миссий в социальных сетях, таких как Twitter, Facebook. В рамках компаративного анализа выявлены практики, представляющие базовый набор цифровых методов работы в социальных сетях как в плоскости информирования, так и для эффективной реализации антикризисных коммуникаций.

Ключевые слова: цифровая дипломатия; социальные платформы; социальная вовлеченность; персонализация; виральность и совокупный охват аудитории.

The article defines the role of social media as a medium of mass communications, which, in the context of globalization and the growth of mobile media consumption, has a key influence on the formation of meanings and values. The analysis based on digital metrics and cases implemented through official accounts of diplomatic departments and missions on social networks such as Twitter, Facebook, and YouTube was carried out. As part of comparative analysis, best practices are identified and represent the basic set of digital methods in social networks both in the plane of information and for the effective implementation of anti-crisis communications.

Keywords: digital diplomacy; socialmedia; social inclusion; personalization; virality and aggregate audience coverage.

В наш век информационного изобилия подлинность информации и удобство пользователя поставлены во главу угла. Вооруженные цифровыми технологиями пользователи теперь часто оказываются на месте водителя, а не пассажира, и сами определяют правила движения в информационном пространстве. Этот пример наглядно иллюстрирует переход власти в информационной сфере от производителей к пользователям; зрители и слушатели сейчас одновременно являются полноценными участниками коммуникаций и заказчиками информационной повестки.

Согласно данным Digital 2020Report, на начало 2020 г. 4,5 млрд человек (или 59 % населения мира) пользуются Интернетом, 49 % – социальными сетями [1]. В Беларуси социальными сетями каждый день пользуется 44,6 % населения, а мессенджерами (Viber, Skype, WhatsApp и др.) – почти половина [2].

В среднем пользователь сегодня имеет 8,5 аккаунтов в различных социальных сетях и ежедневно тратит на них более двух часов своего времени [3]. Люди все чаще получают новостные сообщения из социальных сетей, где они персонализированы и подаются в определенной тональности. Как говорится, сегодня мировые войны выигрывают не пушки, а хорошо рассказанные истории.

2019 год укрепил в международных отношениях тренд, который исследователи описывают в терминах растерянности, нарастания неопределенности. Право-популистская, националистическая внешняя политика

с «нулевой суммой» находится на подъеме. Глобальный геополитический контекст состоит в том, что прежний, основанный на четких правилах, международный порядок находится в кризисе [4].

Так как же лидеры и политики могут реагировать на эту новую нестабильность? Международные мыслители ищут ответы на этот вопрос, переходя от анализа того, как и почему глобальный порядок находится под угрозой краха, к тому, как действовать в этой новой среде. Одним из способов адаптации небольших государств к сложившимся международным условиям называют «мягкую силу». Как отмечают создатели индекса мягкой силы, в нынешней ситуации «мягкая сила дает малым странам, которые никогда не смогут использовать принуждение, шанс повлиять на поведение других – через возможность привлечь других акторов, чтобы поддержать их позиции и вдохновить на коллективные действия» [5, р. 21].

В качестве базовых источников «мягкой силы» автор этого концепта Дж. Най-мл. отмечает культуру, политические ценности и внешнюю политику государства, при этом замечая, что значительная часть мягкой силы страны сегодня генерируется не правительством, а гражданским обществом. Университеты, фабрики мысли, фонды, популярная культура, новые технологии, пресса и возможность свободного сетевого обмена мнениями – вот кто сегодня генерирует «мягкую силу». А пространством, где она разворачивается и проходит испытание на жизнеспособность, сегодня являются социальные сети. «В прошлом, во время холодной войны, у вас, например, был “Голос Америки”. Теперь у вас есть Facebook, – отмечает в 2016 г. в своем выступлении, посвященном выходу на пенсию, знаменитый профессор, – и интересным вопросом будет то, как социальные сети смогут избежать фейкньюс, манипуляций с информацией. Мы видели начало усилий по противодействию такого рода манипуляциям. Но это как игра в кошки-мышки. Я не вижу, чтобы кошка или мышка выиграли окончательный бой» [6].

В 2018 г. социальная сеть Фейсбук выпустила методическое руководство «Digital Diplomacy on Facebook. BestPracticeGuide. 2018», в котором позиционирует себя как эффективный инструмент «цифровой дипломатии». В преамбуле документа ситуация в мире характеризуется следующим образом: «Мы живем в мире, где отношения между странами больше не ориентированы на государство, а состоят из множества действующих лиц: власть перешла от государств к сетям. Дипломатическая работа больше не ограничивается культурными, финансовыми, социальными, общественными, экономическими или политическими вертикалями. Существует совершенно новый вид дипломатии, охватывающий все из них, который практикующие должны адекватно воспринимать и понимать, чтобы добиться успеха: цифровая дипломатия». Авторы этого своеобразного путеводителя позиционируют себя как «окно в министерства иностранных дел, посольства и дипломатический мир», которого раньше не было. И отмечают, что сеть

является идеальным местом «для использования ресурсов мягкой силы». Документ содержит перечень инструментов (в том числе рекламных), форматов и инструкций по ведению аккаунта дипломатического представительства [7].

Между тем краеугольный камень в основании цифровой стратегии в сфере дипломатии – это понимание природы (особенно ее экономической и технологической составляющих) социальных сетей и актуальных трендов цифровых коммуникаций. Создавая собственную цифровую экосистему, нужно учитывать, что социальные сети – это часть глобального корпоративного бизнеса, цель которого – извлечение прибыли. Цифровая инфраструктура опирается на алгоритмы, которые непрозрачны и могут меняться в зависимости от изменения бизнес-интересов владельцев и глобальной политической конъюнктуры.

К числу стратегических рисков, связанных с использованием социальных сетей, относится риск алгоритмического вещания вместо выстраивания гибкого долгосрочного взаимодействия с сообществами и лидерами мнения. Так, социальная сеть Фейсбук снижает органический охват, показывая информационные сообщения только 5–6 % активных подписчиков официальной страницы, а также более активно продвигает сообщения в личных аккаунтах дипломатов или политических акторов, нежели сообщения официальных страниц. Увеличение охвата возможно в случае размещения видео-материалов, увеличения количества комментариев под постами. Это, в свою очередь, стимулирует размещение эмоциональных, противоречивых и ситуативных материалов, которые провоцируют пользователей на импульсные реакции, вовлекают их в обсуждение малозначительных информационных поводов.

Таким образом, дипломатическим службам приходится постоянно адаптировать инструменты «мягкой силы» к новым технологическим вызовам цифровой среды. Наиболее точно следование трендам и вызовам отражено в «Стратегических планах Госдепартамента США по информационным технологиям». Так, согласно «Стратегическому плану Госдепартамента США по информационным технологиям за 2011–2013 годы», суть цифровой дипломатии заключается в возможности «расширения сотрудничества и обмена информацией между внутренними и внешними заинтересованными сторонами благодаря применению современных инструментов, доступных в области социальных сетей, а также информационным ресурсам с расширенными функциональными возможностями [...] Facebook™, Diplopedia, Twitter™, LinkedIn™, Communities@State, инструментам обмена информацией и системам управления данными» [8, р. 5]. То есть в указанный период заявленные в Стратегии цели США лежат преимущественно в плоскости коммуникаций, а практика «цифровой дипломатии» строится на использовании социальных сетей и интернет-технологий, с применением

не только английского, но и других иностранных языков, и опираясь на культурные традиции [9, p. 13–15].

В Стратегии на 2019–2022 гг. акцент сделан на том, как наиболее эффективно и безопасно технически и технологически обеспечивать цифровое взаимодействие. В «Стратегическом плане Госдепартамента по информационным технологиям на 2019–2022 годы» в качестве первого целевого показателя выделены данные как стратегический ресурс. Действительно, цифровые данные сегодня являются стратегическим активом. Систематизация и анализ данных позволяют глубже понимать потребности и актуальные задачи сообществ и групп, оценивать происходящие в обществе процессы в динамике. Поэтому повышение эффективности работы пользователей и самих дипломатических миссий с данными определены в качестве второй цели Стратегии. Для дипломатических миссий предполагается разработать специализированные инструменты, которые обеспечат доступ к данным, возможность вычленять необходимую информацию из больших массивов и использовать ее для анализа.

Нужно ли говорить, что социальные сети – это огромный цифровой массив данных о людях, их интересах, поведенческих паттернах, социальных и политических установках пользователей. И вокруг организации безопасного доступа к этим данным и их использования сегодня и ведется основная работа по обе стороны океана. Такие подходы в последние годы стали общепринятыми и нашли свое выражение в специальном индексе «мягкой силы», впервые подготовленном проектом Portland в 2016 г. Первым лидером рейтинга стали США, которые затем уступили позиции Великобритании, Франции (лидер 2019 г.), Германии и Швеции. Как отмечает Дж. Най-мл., лозунг Д. Трампа «AmericaFirst» (Америка в первую очередь) может удачно апеллировать к некоторым американцам, но для зарубежных сообществ он звучит как понижение их статуса: «твиты Трампа помогли ему определить глобальную повестку дня, но они не производят мягкой силы, если они не привлекательны для других» [10].

Цифровой мир прозрачен. Огромные массивы данных позволяют проводить сравнительный анализ, оценивать количественные и качественные показатели эффективности цифрового взаимодействия, замерять аудиторные охваты как отдельных информационных сообщений, так и долгосрочных проектов, оценивать качество обратной связи. В конечном счете цифровые следы позволяют выявлять наиболее востребованные и важные темы, укреплять коммуникации именно в тех областях, которые являются социальными триггерами.

Именно поэтому нужно не просто присутствовать в социальных сетях. Важно вести проактивную работу по созданию экосистемы социального взаимодействия, способной динамически развиваться под влиянием тех вызовов, которые будут стоять перед страной и государством. Цифровая

экосистема будет устойчивой и эффективной при условии, что она будет наращивать сетевые коммуникации и укреплять внутренние социальные связи на базе тех социальных платформ, которые наиболее полно отвечают стратегическим целям актора. Проект Portland, который на протяжении четырех лет производит расчет индекса «мягкой силы» государств и публикует рейтинг из 30 первых позиций, включает в качестве одного из шести активно измеряемых субиндексов «цифровизацию» (Digital). Часть метрик индекса основаны именно на аудиторных данных социальной сети Фейсбук.

Чем объясняется такое внимание именно к Фейсбуку? Как отмечают авторы индекса, мы часто забываем, в чем именно заключается значимость сетей, кроме того, что это еще один канал коммуникации между государством и его отечественными и зарубежными сообществами. Эмоции являются ключом к этой возрастающей цифровизации публичной дипломатии: «Мы не можем полностью понять цифровую дипломатию без учета власти эмоций в культивировании идентичности. А именно идентичность лежит в основе публичной дипломатии» [11, р. 91].

Но эмоции подталкивают пользователей к противоречивым и неожиданным для исследователей действиям. Так, в декабре 2017 г. Фейсбук заявил об отмене специальной кнопки Disapproved Flags, внедренной год назад и говорящей о том, что новость, возможно, является сомнительной. В Фейсбук пришли к выводу, что такая отметка не убеждает пользователей в том, что они просматривают сомнительный контент, а, как ни парадоксально, увеличивает интерес к нему, что отображается в увеличении количества взаимодействий: лайков и репостов [12].

Что же могут противопоставить дипломатические службы алгоритмам и противоречивым эмоциональным порывам пользователей? В первую очередь – собственную цифровую стратегию информирования, сетевых коммуникаций и антикризисного управления.

В качестве примера рассмотрим несколько кейсов из практики белорусского дипломатического ведомства и посольств, работающих в Минске. Один из трендов в области цифровой дипломатии: персонализация. Уже стали традицией личные видеообращения дипломатов, прибывающих в Беларусь с дипломатической миссией или покидающих страну пребывания. Неформальное представление размещается именно в социальных сетях. Так, новый посол Германии М. Хутерер разместил приветственное слово в формате видеообращения на официальной странице посольства в Фейсбуке буквально через несколько дней после встречи с министром иностранных дел В. Макеем.

Новый посол Великобритании Ж. Перкинс начала знакомство с подписчиками официального аккаунта в Фейсбуке с размещения неформального фото с питомцами – собачками Спарки и Кессиди в день официальной встречи с министром В. Макеем (30 августа 2019 г.).

Deutsche Botschaft Minsk Пасольства Германіі ў Мінску 26 июля

Прывітальнае слова Пасла Германіі Манфрэда Хутэрэра і яго жонкі спадарыні Андрэа Хутэрэр

Показать перевод



664

Комментарии: 70 Поделились: 87

UK in Belarus - British Embassy Minsk с Светланой Маравец 30 августа

Попривітаўце Пасла Ёё Вялічэства ў Рэспубліку Беларусь Дзекі. Перыкс і ёе #diplologi Слары і Касідзі!



626

Комментарии: 41 Поделились: 24

UK in Belarus - British Embassy Minsk 30 августа

Посол Джек Перинс сегодня встретилась с Министром иностранных дел Владимиром Макеем.



MFA.GOV.BY

О встрече Министра иностранных дел Беларуси В.Макея с Послом Великобритании - Министерство иностранных д...

Анализ аккаунтов дипломатических служб стран, расположенных в рейтинге «мягкой силы» на топовых позициях, выявило значительное количество неформальных коммуникаций. Также в соцсетях делается акцент на сегментацию аудитории, повышенное внимание к форматам и темам, близким молодежной аудитории.

В ходе исследования официальных аккаунтов дипломатических представительств, аккредитованных в Республике Беларусь, мы применяли инструменты цифрового маркетинга, которые предлагают такие сервисы, как buzzsumo.com и popsters.ru [13]. Метрики, доступные в рамках данных сервисов, позволяют сравнивать активность аккаунтов в заданный период и оценивать эффективность аккаунта по основным параметрам вовлеченности. Например, в 2019 г. аккаунты Посольства США и Великобритании можно сравнивать по следующим количественным показателям и индексам качественного анализа (инструмент popsters.ru):



U.S. Embassy Minsk, Belarus



Всего лайков	Всего репостов	Всего комментариев	Всего записей	Подписчиков
24 252	3 166	1 159	700	19 357
ER day, %	ER post, %	LR, %	TR, %	Лайков в среднем
0.456%	0.211%	0.179%	0.009%	35
Репостов в среднем	Комментариев в среднем			
5	2			



UK in Belarus - British Embassy Minsk



Всего лайков	Всего репостов	Всего комментариев	Всего записей	Подписчиков
19 540	1 907	818	300	10 170
ER day, %	ER post, %	LR, %	TR, %	Лайков в среднем
0.636%	0.730%	0.640%	0.027%	65
Репостов в среднем	Комментариев в среднем			
6	3			

LR (LoveRate) – это коэффициент привлекательности. Метрика, учитывающая только количество лайков, позволяет оценить, насколько публикации привлекательны для аудитории и рассчитывается по формуле:

$$LR = (\text{Сумма лайков}) / \text{кол-во подписчиков} / \text{кол-во публикаций за анализируемый период.}$$

TR (TalkRate) – это коэффициент коммуникабельности. Метрика, учитывающая количество комментариев, позволяет оценить, насколько аудитория вовлечена в коммуникацию и рассчитывается по формуле:

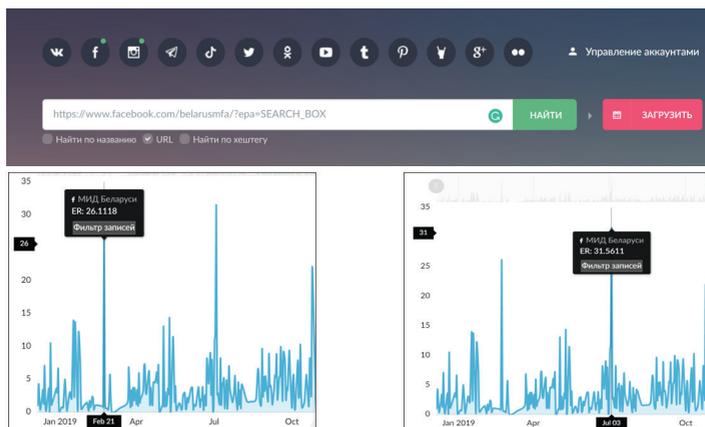
$$TR = (\text{Сумма комментариев}) / \text{кол-во подписчиков} / \text{кол-во публикаций за анализируемый период.}$$

Базовый функционал инструментов позволяет анализировать и такой показатель, как ER (коэффициент вовлеченности пользователей в публикуемый контент (посты)). Иными словами, показатель отображает процент пользователей, которые проявляли активность у публикаций. Средний ER рассчитывается по формуле:

$$\text{Средний ERpost} = (\text{Сумма лайков за весь период} + \text{сумма репостов за весь период} + \text{сумма комментариев за весь период} [+ \text{сумма дизлайков за весь период для YouTube}]) / \text{кол-во подписчиков/кол-во публикаций за весь период.}$$

Применяя инструменты цифрового анализа для изучения аккаунтов дипломатических миссий в 2017–2019 гг., мы выделили темы, которые получали наибольший отклик аудитории: это темы, связанные с национальными праздниками и традициями, такие как поздравления с Новым годом и Рождеством, Днем Независимости, Днем родного языка. Популярны посты об образовательных программах, отчеты о личных встречах, анонсы культурно-массовых мероприятий (национальные фестивали, киносеансы).

Что касается официального аккаунта МИД Беларуси, то по данным buzzsumo.com в 2019 г. самые высокие показатели ER были достигнуты 21 февраля и 3 июля:



Это дни, когда дипломатическое ведомство проводило масштабные акции, посвященные Дню родного языка (21 февраля) и Дню Независимости (3 июля). Акции сопровождались большим количеством фото и видеоконтента, персонализированных видеообращений дипломатов, представивших свои любимые слова на белорусском языке, читавших стихи. В День Независимости официальный аккаунт размещал большое количество материалов акции, посвященной освобождению Беларуси #BY75, которая стартовала 2 мая и была завершена 3 июля. Ниже приведены примеры некоторых из постов в социальной сети Фейсбук.

Специальные долгосрочные проекты в социальных сетях, ориентированные на укрепление белорусской национальной идентичности, независимости, памятные акции в честь Победы в Великой Отечественной войне получают наибольший отклик у подписчиков, обеспечивают высокий уровень вовлеченности аудитории и позитивную тональность коммуникаций с широким кругом белорусской общественности, активистами и лидерами мнений.

МИД Беларуси @BelarusMID

Сёння адзначаецца Міжнародны дзень роднай мовы. Праз некалькі гадзін #Макей і кіраўнікі замежных дыпламіяў зачытаюць урыўкі з асноўных законаў сваіх краін. А мы, тым часам, будзем дзяліцца з Вамі любімымі беларускімі словамі кіраўніцтва і супрацоўнікаў МЗС. Далучайцеся!



13:28 - 21 февр. 2019 г.

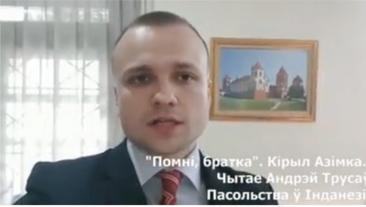
20 человек(а) говорят об этом

21.02.2019 / 23:18 ERpost 0.312% ♥ 11 ↗ 1 🗨 0



21 лютага
**Міжнародны дзень
роднай мовы**

03.07.2019 / 10:40 ERpost 2.107% ♥ 66 ↗ 9 🗨 6



"Помні брата", Кірыл Азімка.
Чытае Андрэй Трусаў
Пасольства ў Інданезіі

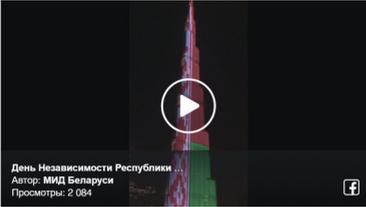
Малады беларускі дыпламат Андрэй Трусаў чытае верш "Помні брата"! і распавядае аб гісторыі сваёй сям'і #ВУ75

03.07.2019 / 09:12 ERpost 3.459% ♥ 89 ↗ 37 🗨 7



3 75-годдзем вызвалення Беларусі ад нямецка-фашысцкіх захопнікаў!
#ВУ75: давайце памятаць разам!

03.07.2019 / 19:42 ERpost 8.843% ♥ 267 ↗ 67 🗨 6



День Независимости Республики
Автор: МИД Беларуси
Просмотры: 2 084

Самое высокое строение в мире Будд-Халифа сегодня в честь Дня Независимости нашей страны окрасилось в цвета белорусского флага #ВУ75

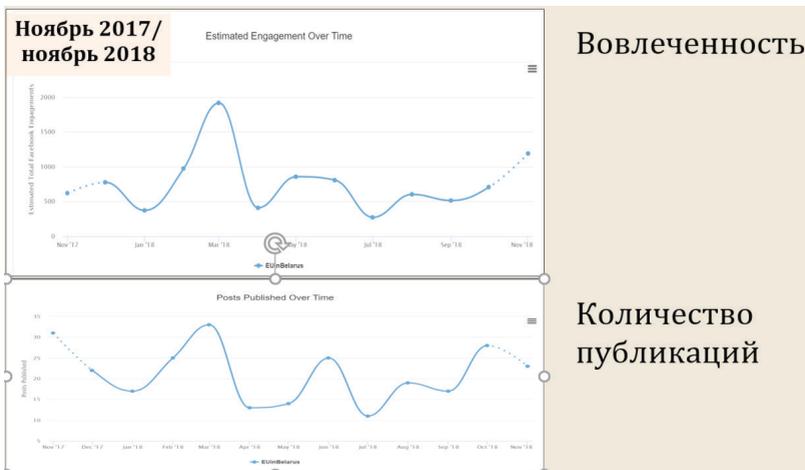
03.07.2019 / 11:31 ERpost 1.196% ♥ 41 ↗ 2 🗨 3



Мы в думай аб міры і шчасці узраспі

Мір нам патрэбен, не трэба вайны! #ВУ75

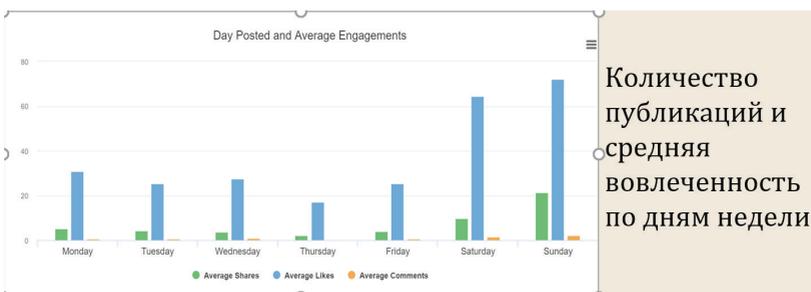
Кроме того, инструмент buzzsumo.com позволяет выявлять степень вовлеченности подписчиков в зависимости от форматов информационных сообщений. Так, на примере аккаунта Посольства Великобритании (рис. 1–3) можно выявить прямую корреляцию вовлеченности подписчиков в зависимости от количества размещенных постов, установить типы контента, повышающие вовлеченность подписчиков.



Вовлеченность

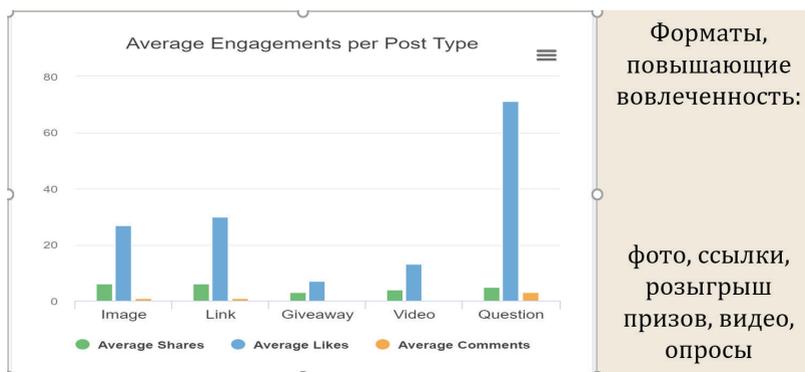
Количество публикаций

Рис. 1. Соотношение количества публикаций и вовлеченности пользователей



Количество публикаций и средняя вовлеченность по дням недели

Рис. 2. Средний уровень вовлеченности (распространение, отметки «Нравится», комментарии)



Форматы, повышающие вовлеченность:

фото, ссылки, розыгрыш призов, видео, опросы

Рис. 3. Средняя вовлеченность в зависимости от типа контента

Таким образом, современные цифровые инструменты анализа контента позволяют исследователям проводить количественный анализ влияния социальных сетей на формирование общественного мнения, а сочетание количественных и качественных показателей – предметно изучать роль социальных сетей в дипломатической практике. Сравнивая данные вовлеченности официальных аккаунтов дипломатических представительств, аккредитованных в Беларуси, изучая лучшие мировые кейсы, мы можем использовать опыт других стран для выработки собственной системы координат в цифровой среде. Это повысит эффективность внутривластных коммуникаций и будет способствовать проектированию собственной, адекватной запросу времени цифровой стратегии информирования, коммуникаций и антикризисного управления на региональном и глобальном уровнях.

Список использованных источников

1. Digital 2020Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wearesocial.com/digital-2020>.
2. Подвальская, В. ВКонтакте стал самой популярной соцсетью в Беларуси – социолог // Евразия эксперт [Электронный ресурс]. – 7 авг. 2019. – Режим доступа: <https://eurasia.expert/vkontakte-stal-samoy-populyarnoy-sotssetyu-v-belarusi>.
3. Global Web Index's flagship report on the latest trends in social media // Global Web Index [Electronic resource]. – 2018. – Mode of access: <https://www.globalwebindex.com/hubfs/Downloads/Social-H2-2018-report.pdf>.
4. Ikenberry, J. The end of liberal international order? [Electronic resource] / J. Ikenberry // International Affairs. – Vol. 94, Issue 1. – January 2018. – P. 7–23. – Mode of access: <https://doi.org/10.1093/ia/iix241>.
5. The Soft Power 30. The Global Ranking of Power. 2019 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://softpower30.com>.
6. Hard Times for Soft Power: Q&A with Joseph Nye // Weatherhead Center For International Affairs. 30.05.2017 [Electronic resource] // Harvard.edu. – Mode of access: <https://epicenter.wcfia.harvard.edu/blog/joseph-nye-qa>.
7. Digital Diplomacy on Facebook [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.facebook.com/gpa/connect-with-your-audience>.
8. Цит. по: Барышников, Д. Н. «Цифровая дипломатия» и государственный суверенитет в эпоху глобализации / Д. Н. Барышников, А. Н. Туленков // Вестн. СПбГУ. Сер. 6. – 2021. – Вып. 4. – С. 121–128.
9. Information Technology Strategic Plan. Fiscal Years 2019–2022 [Electronic resource] // U.S. Department of State. – Mode of access: https://www.state.gov/wp-content/uploads/2019/04/FY-2019-2022-ITSP_FINAL-508_with-Signature.pdf.
10. Nye, J.-Jr. American Soft Power after Trump [Electronic resource] / J.-Jr. Nye // The Soft Power 30. The Global Ranking of Power. 2019. – Mode of access: <https://softpower30.com>.

11. *Duncombe, C.* Feeling digital diplomacy: Soft power, emotion, and the future of public diplomacy [Electronic resource] / C. Duncombe // The Soft Power 30. The Global Ranking of Power. 2019. – Mode of access: <https://softpower30.com>.

12. *Smith, J.* Designing Against Misinformation [Electronic resource] / J. Smith // Medium. – Mode of access: <https://medium.com/facebook-design/designing-against-misinformation-e5846b3aa1e2>.

13. Инструменты маркетингового анализа качества контента и выявления инфлюенсеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.buzzsumo.com; www.popsters.ru.

(Дата подачи: 14.02.2020 г.)

A. С. Мамошко

Республиканский институт высшей школы, Минск

A. Mamoshka

National Institute of Higher Education, Minsk

УДК 32.019.52

РАЗВИТИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

DEVELOPMENT OF INFORMATION SOCIETY IN THE REPUBLIC OF BELARUS

В статье рассматривается развитие информационного общества в Республике Беларусь, приведены классические и современные определения термина «информационное общество», изучаются государственные нормативные акты по теме статьи, актуальная статистика, анализируются реальные перспективы и угрозы развития информационного общества в Беларуси.

Ключевые слова: информационное общество; информационно-коммуникационные технологии; Big Data; информационная безопасность.

The article discusses the development of the information society in the Republic of Belarus, provides classic and modern definitions of the term information society, provides state regulations on the topic of the article, relevant statistics, analyzes the real prospects and threats of the development of the information society in Belarus.

Keywords: information society; information and communication technologies; Big Data; information security.

Авторство термина «информационного общества» приписывают Юдзи-ро Хаяси – преподавателю Токийского технологического института. В конце 70-х гг. в Японии под информационным обществом понималось такое общество, «где процесс компьютеризации даст людям доступ к надежным источникам информации, избавит их от рутинной работы, обеспечит высокий уровень автоматизации производства. При этом изменится и само