

## РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ ФРАНЦИИ

Д. Д. Бабина

*Белорусский государственный университет, г. Минск;*

*knife11storm@gmail.com;*

*науч. рук. – И. М. Авласенко, канд. ист. наук, доц.*

В данной статье рассматривается цифровой аспект современной французской дипломатии и ставится цель определить значение социальных сетей во внешней политике Франции. Актуальность данной темы обусловлена повсеместной распространенностью социальных сетей и их ценностью как инструмента беспрепятственного обмена информацией. Работа содержит анализ основных параметров присутствия и эффективности Франции в социальных сетях на примере конкретных платформ; обосновываются причины и условия успешного привлечения внимания общественности к деятельности институтов внешней политики. В результате данного исследования был сделан вывод о том, что социальные сети являются приоритетным направлением французской публичной дипломатии. Франция является крупнейшим игроком «мягкой силы» в мире, а также четвертым по величине в ее цифровом измерении.

**Ключевые слова:** социальные сети; цифровая дипломатия; публичная дипломатия Франции; новые медиа; цифровые медиа; «мягкая сила»; электронная дипломатия.

Возникновение социальных сетей стало революционным событием для общественной коммуникации. В первую очередь, это изменило сам способ взаимодействия между людьми, предлагая беспрецедентную возможность общения в реальном времени из любой точки земного шара. Стремительно и безудержно распространяясь по всему миру, социальные сети сегодня объединяют людей разных национальностей, рас, классов, социального положения и религии. Это стало повседневной реальностью мира без границ.

В то же время, с ракурса обычного гражданина эта радикальная перемена никак не предвещала того, что в какой бы то ни было перспективе социальным сетям найдут прямое применение политические деятели. Однако, как мы можем видеть сегодня, политика ворвалась и в это новое для него пространство, которое превратилось в поле конкуренции за влияние государств и других субъектов международных отношений. Публичная дипломатия сегодня активнейшим образом осуществляется через современные социальные сети, как, например, Twitter, Instagram, Facebook, а с недавнего времени начал осваиваться даже TikTok.

Франция стала одной из тех стран, которые подхватили волну новых возможностей, пришедших с революцией общественной коммуникации и

появлением потенциально новых способов взаимодействия с общественностью за рубежом. Налаживание связей через социальные сети стало одним из приоритетов внешней «политики влияния» Франции.

Цель данного исследования состоит главным образом в определении значения социальных сетей для современной французской дипломатии. Действительно ли их применение столь существенно для полной реализации внешнеполитических интересов государства, и если это так, то на каких основаниях это можно заключить?

Согласно официальному веб-сайту Министерства Европы и иностранных дел Франции, «С 2008–2009 годов Министерство проводит активную политику коммуникации через социальные сети. Весной 2009 года, первым среди французских министерств, оно открыло аккаунт в Twitter: @francediplo. С сентября 2012 года появилась возможность переписки с ответственными лицами Министерства, работающими как во Франции, так и за границей, в ходе регулярных сеансов вопросов и ответов в Twitter и Facebook» [1]. Таким образом, постулируется одна из основных целей деятельности дипломатов в социальных сетях – обеспечение двустороннего диалога институтов внешней политики с гражданским обществом, которое при этом представлено интернет-пользователями не только внутри Франции, но и за рубежом.

Если рассматривать этот аспект использования социальных сетей в процессе ведения публичной дипломатии, то можно констатировать, что в этом смысле социальные сети нельзя рассматривать как прямой аналог традиционных средств массовой информации в новом формате. Ведь если в случае телевидения и радиовещания гражданское общество является объектом публичной дипломатии, который способен лишь воспринимать поданную информацию, то в случае с соцсетями меняется характер отношений, которые отныне и впредь выстраиваются по принципу «субъект–субъект», когда общественность получает возможность и, как правило, свободу открытой интерпретации и оценки позиции внешнеполитического ведомства или другого института публичной дипломатии.

Ярким примером подчинения социальной платформы целям внешней политики является официальная страница МЕИД Франции в Twitter. Более подробно рассматривая Твиттер министерства, необходимо обратить внимание не несколько вещей, чтобы оценить степень, с которой оно поддерживает присутствие на данной платформе. Первое, что бросается в глаза – число читателей. На аккаунт @francediplo подписаны около 1 200 000 человек [2]. Для сравнения: страницу Государственного Департамента

США в Твиттере читают более 6 млн. человек [3], но в то же время Министерство иностранных дел России имеет на 30 000 «фолловеров» меньше, чем МЕИД Франции [4]. Еще более низкое число можно наблюдать на аккаунте Форин-офиса Великобритании – всего 1 миллион [5]. То есть французское министерство Европы и иностранных дел не является безапелляционным гегемоном на платформе, но тем не менее держит позиции европейского лидера в этом плане.

Второе, на чем стоит остановиться – это частота постинга. Для МЕИД Франции этот критерий также является преимуществом, а не недостатком. Новые посты выходят практически каждый день, часто по несколько раз в день. Многочисленные ретвиты записей Министерства культуры, представительств и миссий при международных организациях (ООН, ОБСЕ) и государственных деятелей делают официальный Твиттер французского МЕИД еще более информативным.

До недавнего времени было множество споров насчет того, может ли платформа TikTok стать инструментом в руках политика. Текущий глава Франции ответил бы на этот вопрос утвердительно. Дебютом Эммануэля Макрона в TikTok является видеоролик 7 июля 2020 года, где президент поздравляет французских выпускников с успешной сдачей экзаменов. Это видео за один час собрало более 52 000 лайков [6]. На данный момент на официальной странице Макрона размещено 8 роликов, и на нее подписаны около 1,3 миллиона пользователей [7].

Через свои аккаунты в соцсетях дипломаты превращаются в лидеров мнений. Притом именно персональные аккаунты дипломатических представителей привлекают наибольшее внимание гражданского общества: оперируя понятиями повседневности и затрагивая отвлеченные темы (например, погоду), они выстраивают более приземленное видение себя другими интернет пользователями, которые неосознанно начинают испытывать ощущения родственности, что частично сглаживает различие в социальном положении. Как следствие, это превращается в своеобразный трамплин к контенту большей политической специфичности. Поэтому в цифровой дипломатии государству жизненно важно иметь в своем арсенале не только официальные страницы ведомств, управляемые специализированными службами, но и личные аккаунты сотрудников.

Анн Шунэ-Камбас, глава веб-подразделения Министерства иностранных дел Франции, объясняет, что дипломаты проходят внутреннее обучение передовой практике социальных сетей: «В нашем интранете есть устав для всех сотрудников, которые хотят выразить себя в социальных

сетях как уполномоченное лицо. Мы также систематически обучаем любого нового дипломата, отправляющегося на должность» [8]. Такая концентрация ресурсов вокруг цифровых каналов коммуникации в некоторой степени объясняется стремлением Франции сравняться с Соединенными Штатами по уровню политического присутствия в социальных сетях.

Все вышеупомянутое демонстрирует приоритетность социальных сетей в современной дипломатии Франции и стремление высших политических чинов страны идти в одном строю с новейшими технологиями в сфере коммуникации. Эффективность подобного курса подтверждается статистикой: рейтинг «мягкой силы» Soft Power 30 за 2019 год отдает Франции первенство, а в рамках цифрового субиндекса размещает страну на четвертой строчке [9]. Таким образом, Французская Республика постепенно возвращает себе статус мирового дипломатического гиганта.

#### **Библиографические ссылки:**

1. Дипломатия влияния и цифровые технологии [Электронный ресурс] // Министерство Европы и иностранных дел Франции. – Режим доступа: <https://www.diplomatie.gouv.fr/ru/politique-etrangere/cifrovaya-diplomatiya/diplomatie-d-influence-et-numerique>. – Дата доступа: 15.04.2021.
2. France Diplomatie (@francediplo) [Electronic resource] // Twitter. – Mode of access: <https://twitter.com/francediplo>. – Date of access: 15.04.2021.
3. Department of State (@StateDept) [Electronic resource] // Twitter. – Mode of access: <https://twitter.com/statedept>. – Date of access: 15.04.2021.
4. МИД России (@MID\_RF) [Электронный ресурс] // Твиттер. – Режим доступа: [https://twitter.com/MID\\_RF](https://twitter.com/MID_RF). – Дата доступа: 15.04.2021
5. Foreign, Commonwealth & Development Office (@FCDOGovUK) [Electronic resource] // Twitter. – Mode of access: <https://twitter.com/fcdogovuk>. – Date of access: 15.04.2021.
6. Macron utilise TikTok pour la première fois pour féliciter les nouveaux bacheliers [Electronic resource] // L'Union. – Mode of access: <https://www.lunion.fr/id174541/article/2020-07-07/macron-utilise-tiktok-pour-la-premiere-fois-pour-feliciter-les-nouveaux>. Date of access: 15.04.2021.
7. TikTok officiel de Emmanuel Macron (@emmanuelmacron) [Electronic resource] // TikTok. – Mode of access: <https://www.tiktok.com/@emmanuelmacron>. – Date of access: 15.04.2021.
8. Les réseaux sociaux, nouveaux terrains d'influence de la diplomatie [Electronic resource] // TV5MONDE: TV internationale francophone. – Mode of access: <https://information.tv5monde.com/info/les-reseaux-sociaux-nouveaux-terrains-d-influence-de-la-diplomatie-4024>. – Date of access: 15.04.2021.
9. Overall Ranking 2019 [Electronic resource] // Soft Power 30. – Mode of access: [https://softpower30.com/?country\\_years=2019](https://softpower30.com/?country_years=2019). – Date of access: 15.04.2021.