

УДК: 327.83

DOI: 10.21209/2227-9245-2019-25-9-97-104

**СОВРЕМЕННЫЕ СМИ И ПУБЛИЧНАЯ ДИПЛОМАТИЯ: КОНТЕКСТЫ****MODERN MEDIA AND PUBLIC DIPLOMACY: CONTEXTS**

**А. А. Тарасова**, Новосибирский государственный университет экономики и управления,  
г. Новосибирск  
an.yakovleva.pr@gmail.com

**A. Tarasova**, Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk



**А**ктуальность исследования обусловлена ростом роли влияния на общественность средств массовой информации (СМИ), интернета и социальных сетей, что находит отражение и во внешней политике. Рассмотрено понятие «публичная дипломатия», исследованы ее инструменты и средства. Особая роль отводится социальным сетям как инструменту публичной дипломатии и средству коммуникации мировых лидеров и правительств разных стран с аудиторией (в том числе зарубежной).

Обсуждается ряд особенностей «мягкой силы», которые необходимо учитывать при ее реализации, связанных, в первую очередь, с информационной эпохой. В цифровую эпоху проекты могут осуществляться на платформах, где пользователи выступают источниками дипломатии, создают и обмениваются информацией. Новые платформы не являются исключительно инструментами – они также влияют на структуру коммуникации. СМИ позволяют государствам отправлять сообщения аудитории в одностороннем порядке через международные вещательные каналы.

В эпоху цифровой публичной дипломатии аудитория может взаимодействовать с властью с помощью сообщений на уже существующих платформах, распространять контент и создавать собственные сети. Приведены конкретные примеры подобных сообщений из социальных сетей. Представители государств, использующие социальные сети, должны обеспечить регулярное взаимодействие с аудиторией. Следовательно, в таких проектах информация, которой делятся официальные власти, может активно комментироваться или наоборот игнорироваться. Данные особенности являются важными при реализации инструментов «мягкой силы»

**Ключевые слова:** публичная дипломатия; внешняя политика; «мягкая сила»; твиттер-дипломатия; цифровая дипломатия; информационные пространства; политические процессы; негосударственные акторы; государства

The relevance of the study is due to the increasing role of the influence of the media, as well as the Internet and social networks, which is reflected in the level of foreign policy. The paper considers the concept of public diplomacy, examines the tools and means of modern public diplomacy at the present stage. A special role is given to social networks as one of the tools of “public diplomacy” and a means of communication of world leaders and governments of different countries with their own and foreign audiences. In the era of “digital diplomacy”, projects to create a national brand can take place on platforms where users themselves actively create and exchange information. New platforms are not exclusively tools, but rather they influence the structure of communication. The media allows countries to send their messages to the audience unilaterally through international broadcasting channels. In the era of digital public diplomacy, audiences can interact with authorities through messages on the same platform, distribute their own content, and create their own networks. Consequently, in such projects, information and information shared by the official authorities can be actively commented on or, conversely, ignored

**Key words:** public diplomacy; foreign policy; “soft power”; Twitter diplomacy; digital diplomacy; information spaces

**В**ведение. Глобализация – одно из ключевых понятий современной внешней политики – радикально изменила и расширила дипломатию. Дипломатия в эпоху глобализации включает и поощряет участие граждан в политике, массовые движения и общение между людьми. В современном мире дипломатия работает вне традиционных переговорных рамок на различных уровнях межгосударственного взаимодействия. Медиа-революция предоставила постоянно развивающийся инструмент коммуникации для привлечения общественности и охвата практически всех сфер жизни. Ранее люди устно передавали историю от одного поколения к другому, позднее для этого создавались средства хранения и обработки информации. Современный этап научно-технической революции предоставил новые средства коммуникации, такие как интернет, социальные сети, платформы для хранения и обмена данными.

Инструменты публичной дипломатии всегда быстро адаптировались к различным технологическим достижениям. Инновации являются неотъемлемой частью развития каждого публичного института, сложных систем, технологий и методов, в этой связи меняются инструменты публичной дипломатии.

*Методология и методы исследования.* В исследовании автор опирался на совокупность общенаучных, институциональный и исторический методы. Проведен базовый мониторинг социальных сетей, которые используют правительства и мировые лидеры: Instagram, Facebook и Twitter – рассмотрены основные публикации политиков. Применительно к контексту рассмотрены такие понятия как «публичная дипломатия», «мягкая сила» и «дипломатия Web 2.0».

Использован ситуационный анализ как один из наиболее востребованных, широко применяемых методов анализа в прикладных политологических исследованиях. Важной стадией ситуационного анализа является выявление наиболее активных и влиятельных политических субъектов (акторов), задействованных в рамках анализируемой ситуации.

*Результаты исследования и их обсуждение.* Публичная дипломатия как инструмент внешней политики является актуальным вопросом для многих государств. Однако термин появился относительно недавно. Впервые понятие “public diplomacy” предложил Эдмунд Галлион, декан Школы права и ди-

пломатии им. Флетчера при университете Тафтса, в 1965 г. Этот термин обозначил процесс, «посредством которого субъекты международных отношений достигают внешнеполитических целей, оказывая воздействие на иностранную общественность» [18]. Данное определение считается классическим. В последующие десятилетия термин довольно редко использовался как в научной литературе, так и в практической деятельности.

Новый толчок к использованию инструментов публичной дипломатии дали террористические акты 11 сентября 2001 г. в США. После этих событий у правительства США возникла потребность в общении с зарубежной аудиторией, в том числе для решения внешнеполитических задач. В октябре 2001 г. в газете «Вашингтон Пост» опубликована статья бывшего заместителя госсекретаря США Ричарда Холбрука, в которой он отмечал: «Называйте это публичной дипломатией, связями с общественностью, психологической борьбой или – если хотите говорить прямо – пропагандой. Как бы это ни называли, самое важное – это объяснение целей войны для миллиарда мусульман в мире» [7]. В данном случае понятия «пропаганда» и «публичная дипломатия» смешаны, однако они существенно отличаются. Так, по Ф. Тейлору: «пропаганда использует коммуникацию, чтобы передать собственную идею или идеологию, которые исходно предназначены для удовлетворения интересов человека или группы людей, осуществляющих коммуникацию» [6]. Пропаганда понимается как использование инструментов для возникновения неверных утверждений, заблуждений, в том числе дезинформации, а публичная дипломатия – это прежде всего распространение положительных (при этом честных) сведений, основанных на реальных прецедентах и достижениях.

Публичная дипломатия часто отождествляется с термином «мягкая сила». По мнению автора термина Дж. Найя, «публичная дипломатия – это средство продвижения «мягкой силы», которая в свою очередь имеет три источника: политические ценности, культуру страны и внешнюю политику» [16]. В данном определении присутствует идея добровольного и осознанного выбора, что является главным элементом, отличающим «пропаганду» от «мягкой силы».

В настоящее время существует множество проявлений «публичной дипломатии»: «культурная дипломатия», «спортивная дипломатия», «экономическая дипломатия». Главная особенность в том, что они направлены на определенные сферы деятельности. Рассмотрим следующий пример. Знаменитый американский баскетболист Д. Родман впервые приехал в КНДР в феврале 2013 г. после проведения режимом Ким Чен Ына ядерных испытаний, резко критикуемых официальным Вашингтоном. На сегодняшний день звезда NBA совершил как минимум четыре поездки в Северную Корею [4]. Он в качестве частного лица вел переговоры с северокорейским лидером, фактически являясь «послом доброй воли» или участником «спортивной дипломатии», который пытался улучшить американско-северокорейские отношения и не допустить развязывание ядерного конфликта.

Одним из наиболее активно используемых понятий уже в рамках публичной дипломатии в последнее время является так называемая «цифровая дипломатия», или «публичная дипломатия Web 2.0». На сегодняшний день большинство людей проводят время в социальных сетях, откуда берут различную информацию. Это так называемый Интернет-серфинг. Правительства также начали использовать технологии Web 2.0, которые состоят из набора программных приложений второго поколения, позволяющих пользователю осуществлять коммуникацию, работать и обмениваться информацией в сети Интернет. Данные приложения включают популярные веб-приложения, такие как YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, Wikis и множество других. Миллионы пользователей публикуют взгляды на различные вопросы каждый день. Технология Wiki используется для создания веб-сайтов, полностью сформированных пользователями, которые передают информацию в открытый доступ. Другими словами, модель Web 2.0 поддерживает двусторонний обмен информацией, способствует активному участию пользователей, соответственно, может влиять на отдельные стороны развития общества.

В 2005 г. американский издатель Тим О'Райли популяризировал термин "Web 2.0", обозначая им новое состояние Интернета, в котором ведущую роль играют сообщества пользователей, одновременно выступаю-

щих в качестве потенциальных авторов [5]. В данном случае следует отметить, что новые технологии способствуют взаимодействию, поскольку становятся интерактивными. Правительству становится проще распространять сообщения для общественности. Новости теперь поступают очень быстро с большого количества направлений и чаще всего они бесплатны. В то же время получатели сообщений имеют возможность напрямую реагировать одним щелчком мыши. Новая сеть является вирусной, однако менее критично относится к содержанию информации, т. е. существует больше возможностей для манипуляции и создания так называемых «фэйк-ньюз».

Что касается вирусных новостей, примером может служить Facebook. Если пользователю понравился пост одного из публичных политиков, который появился у него на «стене», его подписчики прочитают и, возможно, поделятся им, в дальнейшем пользователи с большим количеством подписчиков поставят «лайк» или поделятся сообщением, оно быстро распространится по социальной сети и может определить актуальные задачи для сообщества или даже для целого региона/страны. Также преимуществом может быть наличие большого количества подписчиков в Twitter – «твит» мгновенно попадет к тысячам людей. С другой стороны, такое воздействие может быть минимальным. Так, интернет-комментарии и ссылки имеют относительно короткий срок размещения: обращение к читателям распространяется мгновенно и длится недолго, что обусловлено огромным количеством новых «твитов» и ссылок, появляющихся каждую минуту. В связи с этим то, что не находится в основном положении на верхней части «стены», будет замечено меньше. «Сториз» в основном видны пользователям 24 ч.

В качестве примера значения интернета и социальных сетей в современном мире на практике рассмотрим выборы в США 2016 г. Выборы состоялись между двумя кандидатами: Хиллари Клинтон и Дональдом Трампом. По словам Хиллари Клинтон, один из факторов, повлиявших на ее проигрыш, – это мистификации и «фэйк-ньюз» в Facebook. Выступая на технологической конференции в Лос-Анджелесе, Х. Клинтон упомянула Facebook и отметила, что фальшивые истории, распространяемые в социальных сетях,

оказываются информацией, на которую полагаются люди [8].

Страны по-разному вовлечены в процесс использования инструментов «цифровой дипломатии». Одним из лидеров процесса является Республика Корея. Среди азиатских городов Сеул имеет наиболее развитую инфраструктуру, одной из первых страна заявила о внедрении стандартов 5G [2]. Республика Корея делает ставку на высокотехнологичную продукцию, государство заинтересовано в развитии публичной дипломатии с применением современных инновационных технологий. В 2012 г. правительство заключило соглашение об обучении 500 студентов основам дипломатии Web 2.0 с корейским неправительственным агентством. Государство стремится обучить и привлечь молодые кадры в развитие корейской цифровой дипломатии [2].

Не только страны в целом способствуют развитию данного вида дипломатии. Стоит отметить социальные страницы отдельных представителей политической элиты разных стран. Исследования Instagram дают общее представление о том, как эта визуальная платформа социальных сетей завоевывает популярность среди мировых лидеров.

Так, по расчетам глобального коммуникационного агентства «BCW» на основе анализа 426 аккаунтов с 98 372 постами и общим числом подписчиков – 98 297 274, отмечено, что в 2018 г. Instagram являлся самой быстрорастущей платформой в мире: 81 % стран-членов ООН используют его и создают посты, видео и интерактивные истории. Только в этом году они описывали большинство дипломатических мероприятий и формировали позитивную картину деятельности, а также общались напрямую с пользователями Instagram по всему миру [1].

В июне 2018 г. в социальной сети Instagram открылся администрируемый Советом молодых дипломатов аккаунт, посвященный Сергею Лаврову. В апреле 2019 г. на аккаунт подписано 128 тыс. пользователей [13]. Публикации посвящены в основном внешней политике России. К социальной сети Instagram в начале апреля 2019 г. присоединился Президент Казахстана Касым-Жомарт Токаев [10]. Это произошло через месяц после его вступления в должность Президента Республики Казахстан. Следовательно, правительство Казахстана делает упор на ин-

струменты «цифровой дипломатии». В апреле 2019 г. на аккаунт подписано около 5 тыс. пользователей.

Один из самых популярных постов в Instagram в политической сфере общества – пост Президента США Дональда Трампа, выступившего в зале дипломатической приемной в Белом доме с результатами стратегического пересмотра администрацией политики в отношении Ирана 13 октября 2017 г. В апреле 2019 г. пост содержит 3 973 691 комментарий и 216 502 отметки «Нравится» [9].

Кроме выкладывания постов в сеть Instagram можно использовать «истории» для ежедневного обмена. Пользователи могут добавлять в свои истории неограниченное количество фотографий и 15-секундных видеороликов, которые исчезают через 24 ч. Публичной статистики об историях в Instagram не существует, но формат делает их относительно безопасными для использования политиками, поскольку никто не может публично комментировать посты, т. е. они защищены от широко распространенного негатива, присутствующего в других социальных сетях. Международные саммиты для обычных граждан выглядят более интересными, когда лидеры делятся снимками и видеороликами в своих историях в Instagram.

Австрийский канцлер Себастьян Курц подводит итоги зарубежных поездок через Instagram. Так, Instagram-история его визита в Лондон началась с фотоснимка из самолета, включала в себя традиционное рукопожатие с премьер-министром Великобритании Терезой Мэй перед Даунинг-стрит № 10, их двустороннюю встречу и короткое видео-заявление Курца, посвященное дискуссии [12].

Instagram Stories идеально подходят для хроники повседневной деятельности мировых лидеров. Например, у президента Аргентины Маурисио Макри существует специальный репортер для социальных сетей, который каждый день выкладывает фотографии и видеозаписи встреч и событий. Типичная Instagram-история Маурисио Макри насчитывает в среднем 30 элементов, которые исчезают через 24 ч [11].

Не менее популярна социальная сеть Twitter. В последнее время все чаще исследователи говорят о таком явлении как «Twitter-дипломатия». Twitter – это не только публикация заявлений и событий, это – возможность для мировых лидеров общаться

со своими коллегами, что в мире дипломатии становится важным явлением. Лидеры государств заинтересованы в том, чтобы видеть «твиты» своих коллег в «ленте», что также позволяет двум лидерам отправлять друг другу личные (прямые) сообщения или косвенно ссылаться на сообщения другой стороны.

Использование публичной дипломатии через Twitter позволяет общественности лучше понять, как дипломаты взаимодействуют друг с другом – посредством упоминаний, ретвитов и ответов.

15 апреля 2019 г. произошел крупнейший в истории пожар в Нотр-Дам де Пари. Весь мир следил за происходящим, в том числе и мировые лидеры, это отразилось в их социальных сетях. Президент США Дональд Трамп опубликовал пост в Twitter: “So horrible to watch the massive fire at Notre Dame Cathedral in Paris. Perhaps flying water tankers could be used to put it out. Must act quickly!” (Так ужасно наблюдать за мощным пожаром в соборе Нотр-Дам в Париже. Возможно, следует использовать самолеты с водой. Нужно действовать быстро!) [19]. Премьер-министр Великобритании Тереза Мэй также прокомментировала: “My thoughts are with the people of France tonight and with the emergency services who are fighting the terrible blaze at Notre-Dame cathedral” (Сегодня вечером я думаю о людях Франции и о службах спасения, которые борются со страшным пламенем в соборе Нотр-Дам) [21]. Президент Румынии Клаус Йоханнис: “Heartbreaking news coming from Paris, #NotreDame, a historical symbol of European culture, is in flames tonight. Romania stands by #France” (Тревожные новости приходят из Парижа. Нотр-Дам, исторический символ европейской культуры, горит этим вечером. Румыния с Францией) [20].

Однако социальные сети используются не только официальными представителями стран. Оппозиция также активно вовлечена в данный процесс. Так, в июне 2009 г., во время выборов в Иране, оппозиционеры с помощью Twitter привлекли внимание мировой общественности к событиям в стране. Хотя в самом Иране пользователей микроблога не так уж много, но именно после «твитов» из Ирана, растиражированных мировыми СМИ, прозвучало предложение присудить Twitter Нобелевскую премию мира. Сразу после провозглашения М. Ахмадинежадом сво-

ей победы начались народные волнения. М. Мусави обвинил власть в фальсификациях и призвал к проведению повторных выборов. Об этом сразу стали появляться сообщения в Twitter. Началось использование хэштега #IranElections (выборы в Иране), которым помечали все твиты, связанные с ситуацией в Иране. Тег быстро попал в Trending Topics (самые обсуждаемые темы дня) [15].

*Заключение.* Интернет и социальные сети доступны практически каждому, но правительственные стратегии их использования, вероятно, находятся еще в начальной стадии. Задача их развития стоит перед правительствами при использовании интернета для целей публичной дипломатии. Политики и дипломаты, использующие социальные сети для привлечения общественности, должны обеспечить регулярное взаимодействие с аудиторией. Для более эффективного осуществления публичной дипломатии необходимо прислушиваться к ответам пользователей, чтобы получить мгновенную обратную связь, иметь возможность отстаивать и объяснять свои действия.

Влияние глобальных изменений с помощью технологий очевидно во всем мире – от самых демократических до самых авторитарных государств. Сегодняшние повсеместные медиа-сети воздействуют даже на самые репрессивные и устойчивые режимы. За исключением самых отдаленных мест на земле, граждане XXI в. сильно отличаются от своих предков, а во многих случаях и от своих родителей. Теперь граждане всего мира требуют большей прозрачности и подотчетности со стороны правительств при ведении политической деятельности. Гражданское общество требует активной роли в процессах принятия решений. Общественность больше не довольствуется пассивными элементами политических структур. Напротив, заинтересованные лица, вооруженные средствами связи, проявляют инициативу, чтобы продемонстрировать свое присутствие как в местных, так и в международных отношениях.

Радио, телевидение и газеты однонаправлены. Они доставляют информацию, но могут лишь ограниченно взаимодействовать с аудиторией. В результате международная коммуникация, которая с момента зарождения кинематографа основывалась на модели одностороннего вещания, в настоящее время движется к многостороннему формату с

поддержкой интернета. В одностороннем общении аудитория обычно играет статичную, пассивную роль: сообщения передаются через разные медиа-платформы, и ожидается, что аудитория будет пассивно получать информацию и принимать ее, основываясь на репутации отправителя в качестве заслу-

живающего доверия источника и правдоподобности сообщения. Однако, учитывая возможности активного участия, которые существуют в современном медиа-пространстве, люди с меньшей вероятностью примут эту пассивную, покорную роль в коммуникационном проекте.

### Список литературы

1. Друзэ А. Ю. Цифровая дипломатия как сфера реализации дипломатической деятельности в XXI веке // Язык для специальных целей: система, функции, среда: сб. ст. Курск, 2016. С. 108–113.
2. Эпова М. А. Цифровая дипломатия в странах Азии. URL: <http://www.politika.snauka.ru/2015/01/2289> (дата обращения: 13.04.2019). Текст: электронный.
3. App News. Instagram is the fastest growing social network among world leaders. URL: <https://www.ap-news.com/afa4c8e3bf8b4560abc2f36127f0d552> (дата обращения: 18.04.2019). Текст: электронный.
4. Campbell C. Dennis Rodman returns to North Korea for another round of “basketball diplomacy”. URL: <http://www.time.com/4815965/dennis-rodman-north-korea-kim-jong-un-nba-basketball> (дата обращения: 18.04.2019). Текст: электронный.
5. Cormode G., Krishnamurthy B. Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. URL: <http://www.first-monday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972> (дата обращения: 18.04.2019). Текст: электронный.
6. Cowan G., Arsenault A. Moving from monologue to dialogue to collaboration: the three layers of public diplomacy // The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences. 2008. Vol. 616, No. 1. P. 10–30.
7. Gilboa E. Searching for a theory of public diplomacy. The Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616, No. 1. P. 55–77.
8. Ingram D. Clinton says false stories on Facebook helped Trump win election. URL: <http://www.reuters.com/article/usa-clinton-facebook/clinton-says-false-stories-on-facebook-helped-trump-win-election-idUSL1N1X17Z> (дата обращения: 18.04.2019). Текст: электронный.
9. Instagram Дональда Трампа. URL: <https://www.instagram.com/p/BaMximAkh5> (дата обращения: 20.04.2019). Текст: электронный.
10. Instagram Касым-Жомарта Токаева. URL: [https://www.instagram.com/kasymzhomart\\_tokaev](https://www.instagram.com/kasymzhomart_tokaev) (дата обращения: 20.04.2019). Текст: электронный.
11. Instagram Маурисио Макри. URL: <https://www.instagram.com/mauriciomacri/?hl=ru> (дата обращения: 20.04.2019). Текст: электронный.
12. Instagram Себастьяна Курца. URL: <https://www.instagram.com/sebastiankurz/?hl=ru> (дата обращения: 20.04.2019). Текст: электронный.
13. Instagram Сергея Лаврова. URL: <https://www.instagram.com/s.v.lavrov/?hl=ru> (дата обращения: 20.04.2019). Текст: электронный.
14. Melissen J. The new public diplomacy: between theory and practice // The new public diplomacy: soft power in international relations. New York: Palgrave MacMillan, 2007. P. 3–27.
15. Michalski A. The EU as a soft power; the force of persuasion // The new public diplomacy: soft power in international relations. New York: Palgrave MacMillan, 2007. P. 124–141.
16. Nye J. S. Public diplomacy and soft power // The Annals of American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616, No. 1. P. 94–109.
17. Thompson J. The media and modernity: a social theory of the media. Cambridge: Polity Press, 1995. 324 p.
18. Tuch H. N. Communicating with the world: U. S. public diplomacy overseas. New York: St. Martin's Press, 1990. 224 p.
19. Twitter Дональда Трампа. URL: <https://www.twitter.com/realdonaldtrump/status/1117844987293487104> (дата обращения: 20.04.2019). Текст: электронный.
20. Twitter Клауса Йоханниса. URL: <https://www.twitter.com/Klauslohannis/status/1117864414584004612> (дата обращения: 20.04.2019). Текст: электронный.
21. Twitter Терезы Мэй. URL: [https://www.twitter.com/theresa\\_may/status/1117873657924075520](https://www.twitter.com/theresa_may/status/1117873657924075520) (дата обращения: 20.04.2019). Текст: электронный.

## References

1. Druta A. Yu. *Yazyk dlya spetsialnyh tseley: sistema, funktsii, sreda: sb. st* (Language for special purposes: system, functions, environment: collected articles). Kursk, 2016, pp. 108–113.
2. Epova M. A. *Tsifrovaya diplomatiya v stranah Azii* (Digital diplomacy in Asian countries). URL: <http://www.politika.snauka.ru/2015/01/2289> (Date of access: 13.04.2019). Text: electronic.
3. *App News. Instagram is the fastest growing social network among world leaders* (App News. Instagram is the fastest growing social network among world leaders). URL: <https://www.apnews.com/afa4c8e3bf8b4560abc2f36127f0d552> (Date of access: 18.04.2019). Text: electronic.
4. Campbell C. *Dennis Rodman returns to North Korea for another round of "basketball diplomacy"* (Dennis Rodman returns to North Korea for another round of "basketball diplomacy"). URL: <http://www.time.com/4815965/dennis-rodman-north-korea-kim-jong-un-nba-basketball> (Date of access: 18.04.2019). Text: electronic.
5. Cormode G., Krishnamurthy B. *Key differences between Web 1.0 and Web 2.0* (Key differences between Web 1.0 and Web 2.0). URL: <http://www.firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972> (Date of access: 18.04.2019). Text: electronic.
6. Cowan G., Arsenault A. *The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences* (The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences), 2008, vol. 616, no. 1, pp. 10–30.
7. Gilboa E. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* (The Annals of the American Academy of Political and Social Science), 2008, vol. 616, no. 1, pp. 55–77.
8. Ingram D. *Clinton says false stories on Facebook helped Trump win election* (Clinton says false stories on Facebook helped Trump win election). URL: <http://www.reuters.com/article/usa-clinton-facebook/clinton-says-false-stories-on-facebook-helped-trump-win-election-idUSL1N1IX17Z> (Date of access: 18.04.2019). Text: electronic.
9. *Instagram of Donald trump* (Instagram of Donald trump). URL: <https://www.instagram.com/p/BaMximAkh5> (Date of access: 20.04.2019). Text: electronic.
10. *Instagram Kassym-Zhomart Tokaev* (Instagram Kassym-Zhomart Tokaev). URL: [https://www.instagram.com/kasymzhomart\\_tokaev](https://www.instagram.com/kasymzhomart_tokaev) (Date of access: 20.04.2019). Text: electronic.
11. *Instagram Mauricio Makri* (Instagram Mauricio Makri). URL: <https://www.instagram.com/mauriciomacri/?hl=ru> (дата обращения: 20.04.2019). Текст: электронный.
12. *Instagram by Sebastian Kurtz* (Instagram by Sebastian Kurtz). URL: <https://www.instagram.com/sebastiankurtz/?hl=en> (Date of access: 20.04.2019). Text: electronic.
13. *Instagram of Sergey Lavrov* (Instagram of Sergey Lavrov). URL: <https://www.instagram.com/s.v.lavrov/?hl=en> (Date of access: 20.04.2019). Text: electronic.
14. Melissen J. *The new public diplomacy: soft power in international relations* (The new public diplomacy: soft power in international relations). New York: Palgrave MacMillan, 2007, pp. 3–27.
15. Michalski A. *The new public diplomacy: soft power in international relations* (The new public diplomacy: soft power in international relations). New York: Palgrave MacMillan, 2007, pp. 124–141.
16. Nye J. S. *The Annals of American Academy of Political and Social Science* (The Annals of American Academy of Political and Social Science), 2008, vol. 616, no. 1, pp. 94–109.
17. Thompson J. *The media and modernity: a social theory of the media* (The media and modernity: a social theory of the media). Cambridge: Polity Press, 1995. 324 p.
18. Tuch H. N. *Communicating with the world: U.S. public diplomacy overseas* (Communicating with the world: U.S. public diplomacy overseas). New York: St. Martin's Press, 1990. 224 p.
19. *Twitter of Donald trump* (Twitter of Donald trump). URL: <https://www.twitter.com/realdonaldtrump/status/1117844987293487104> (Date of access: 20.04.2019). Text: electronic.
20. *Twitter by Klaus Johannis* (Twitter by Klaus Johannis). URL: <https://www.twitter.com/Klauslohannis/status/1117864414584004612> (Date of access: 20.04.2019). Text: electronic.
21. *Twitter Theresa May* (Twitter Theresa May). URL: [https://www.twitter.com/theresa\\_may/status/1117873657924075520](https://www.twitter.com/theresa_may/status/1117873657924075520) (Date of access: 20.04.2019). Text: electronic.

## Коротко об авторе

## Briefly about the author

Тарасова Анжелика Андреевна, аспирант, Новосибирский государственный университет экономики и управления, г. Новосибирск, Россия. Область научных интересов: мировая политика, международные отношения, внешняя политика, публичная дипломатия, «мягкая сила»  
an.yakovleva.pr@gmail.com

Anzhelika Tarasova, postgraduate, Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russia. Sphere of scientific interests: world politics, international relations, foreign policy, public diplomacy, soft power

**Образец цитирования**

---

*Тарасова А. А. Современные СМИ и публичная дипломатия: контексты // Вестник Забайкальского государственного университета. 2019. Т. 25, № 9. С. 97–104. DOI: 10.21209/2227-9245-2019-25-9-97-104.*

*Tarasova A. Modern media and public diplomacy: contexts // Transbaikal State University Journal, 2019, vol. 25, no. 9, pp. 97–104. DOI: 10.21209/2227-9245-2019-25-9-97-104.*

Статья поступила в редакцию: 01.07.2019 г.

Статья принята к публикации: 07.11.2019 г.