



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2022.2.16>

UDC 327
LBC 66.4

Submitted: 28.01.2021
Accepted: 14.03.2021

**U.S. DIGITAL DIPLOMACY AND BIG DATA:
LESSONS FROM THE POLITICAL CRISIS IN VENEZUELA, 2018–2019¹**

Anna N. Sytnik

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russian Federation

Natalia A. Tsvetkova

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russian Federation

Ivan A. Tsvetkov

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russian Federation

Abstract. *Introduction.* The article reveals the current U.S. digital diplomacy applying the case study referred to the political crisis in Venezuela culminated in late 2018 and early 2019, when the speaker of the National Assembly Juan Guaido declared himself the self-proclaimed acting president after the elections. Confrontation between his supporters and those of the incumbent President Nicolas Maduro reached its apogee. The aim of the research is to reveal whether the U.S. has been able to influence the development of the political situation and opinion of Venezuelan citizens through various digital diplomacy instruments and international broadcasting channels. The analytical part of the paper is divided into two sections. The first section discusses methodological issues relative to research in the field of digitalization of U.S. foreign policy and international relations in general. These methodological approaches are tested on the case study, namely the U.S. digital diplomacy in Venezuela in the second section of the paper. *Methods.* The methodology of the research includes the analysis of big data and social media. The primary sources are the accounts of U.S. officials, government-sponsored media, Venezuelan media, and bloggers. Twitter was surveyed to the extent that active political discussions flared up there during the crisis. At the time, Venezuela had the third highest number of Twitter users in the world. *Analysis.* Using the machine analytics, about 10 million tweets were retrieved, allowing us to determine the place of the U.S. governmental accounts among the influencers of public opinion in Venezuela. *Results.* The analysis shows that local digital media, and the activity of bloggers and politicians, including Juan Guaido and Nicolas Maduro, had more impact on the Twitter community and Venezuelans than U.S. channels of digital diplomacy or tweets of American politicians. The more active local bloggers are, the less chances were left for external players including the United States as well as Russia, China, or Europe, to change public opinions of Venezuelans. *Authors' contribution.* Anna Sytnik carried out the big data analysis using Python programming language and developed the methodological foundations of the research. Natalia Tsvetkova developed the methodological foundations of the research and made the interpretations of analysis in terms of U.S. digital and data diplomacy. Ivan Tsvetkov developed the contextual frameworks of the case study.

Key words: United States, digital diplomacy, data diplomacy, datafication, Venezuela, Twitter.

Citation. Sytnik A.N., Tsvetkova N.A., Tsvetkov I.A. U.S. Digital Diplomacy and Big Data: Lessons from the Political Crisis in Venezuela, 2018–2019. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 4. Istorija. Regionovedenie. Mezhdunarodnye otnosheniya* [Science Journal of Volgograd State University. History. Area Studies. International Relations], 2022, vol. 27, no. 2, pp. 192-203. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2022.2.16>

ЦИФРОВАЯ ДИПЛОМАТИЯ США В ЗЕРКАЛЕ БОЛЬШИХ ДАННЫХ: УРОКИ ВЕНЕСУЭЛЬСКОГО КРИЗИСА 2018–2019 ГОДОВ ¹

Анна Николаевна Сытник

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Наталья Александровна Цветкова

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Иван Александрович Цветков

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Аннотация. Статья раскрывает особенности современной цифровой дипломатии США на основе анализа событий вокруг политического кризиса в Венесуэле в конце 2018 – начале 2019 г., в ходе которого спикер оппозиционного парламента Х. Гуайдо объявил себя самопровозглашенным президентом после внеочередных выборов, а в стране началось противостояние между его сторонниками и сторонниками действующего президента Н. Мадуро. Цель исследования – установить, повлияли ли США на развитие ситуации с помощью применения цифровых внешнеполитических инструментов. Аналитическая часть статьи состоит из двух разделов. В первом разделе раскрыты общие вопросы, связанные с изучением социальных сетей как части внешнеполитического арсенала США и датафикации международных отношений в целом. Во втором разделе методы анализа социальных сетей применяются для анализа цифровой дипломатии США в отношении Венесуэлы. Методология исследования основывается на машинной обработке больших данных. Документальными источниками выступают аккаунты американских и венесуэльских СМИ, а также независимых блогеров. Специальному исследованию подвергнута одна из социальных платформ – «Твиттер», поскольку именно там разгорелись активные политические дискуссии во время кризиса и Венесуэла занимает третье место в мире по числу пользователей и публикаций в Твиттере. С помощью программных алгоритмов было получено и обработано около 10 млн твитов, что позволило определить место американских правительственных аккаунтов среди лидеров общественного мнения по венесуэльскому вопросу. Результаты анализа показали, что местные цифровые СМИ, индивидуальные блогеры, а также политики, включая Х. Гуайдо и Н. Мадуро, оказывали большее влияние на аудиторию Твиттера, чем специально созданные каналы цифровой дипломатии или твиты политиков США. Чем активнее действовали блогеры, как проправительственной, так и оппозиционной окраски, тем меньше шансов оставалось у внешних игроков, включая США, а также Россию, Китай и Европу, оказывать влияние на венесуэльцев при помощи социальных сетей или каналов международного вещания. *Вклад авторов.* А.Н. Сытник осуществила анализ больших данных при помощи инструментов программирования, разработала методологические основы исследования; Н.А. Цветкова разработала методологические основы исследования и сформулировала основные результаты; И.А. Цветков участвовал в написании окончательного текста и разработке методологии исследования.

Ключевые слова: США, цифровая дипломатия, дипломатия данных, датафикация, Венесуэла, Твиттер.

Цитирование. Сытник А. Н., Цветкова Н. А., Цветков И. А. Цифровая дипломатия США в зеркале больших данных: уроки венесуэльского кризиса 2018–2019 годов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения. – 2022. – Т. 27, № 2. – С. 192–203. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2022.2.16>

Введение. Процессы цифровизации охватывают сегодня самые разнообразные сферы жизни, включая международные отношения. Цифровые инструменты все активнее используются международными акторами. Цифровая дипломатия и дипломатия данных,

кибербезопасность, глобальное управление интернетом и цифровые избирательные технологии – это те компоненты цифрового кластера внешней политики, которые наиболее заметны в мировой политике и вызывают столкновения между государствами.

Цифровая дипломатия – это использование социальных сетей для влияния на зарубежную аудиторию, что все чаще расценивается как наиболее эффективный инструмент в арсенале современной дипломатии. Бурно развивается такое направление, как дипломатия данных, подразумевающее применение различных методов анализа социальных сетей с использованием искусственного интеллекта для решения задач внешней политики, включая проблемы информационного противостояния, публичной дипломатии и «мягкой киберсилы». Определение базовых принципов глобального управления интернетом необходимо для решения комплекса проблем, связанных с разграничением международного и национального контроля над киберпространством. В настоящее время данные вопросы являются предметом интенсивных переговоров между различными стейкхолдерами, включая государства и гражданское общество. Идет работа над соглашениями по отдельным сюжетам, относящимся к данной сфере. Кибербезопасность и информационная безопасность также являются важнейшими темами в рамках международной повестки. Еще одной бурно развивающейся областью международных отношений выступают цифровые избирательные технологии, их изучение подразумевает, в частности, сравнительный анализ использования электронного или цифрового голосования в разных странах, а также затрагивает проблему влияния государств на политические процессы и выборы в зарубежных странах. Указанные компоненты цифровизации международных отношений с каждым годом становятся все более заметными, и в настоящее время уже можно говорить о целом корпусе связанных с ними теоретических и прикладных проблем, которые ждут своих исследователей.

В данной статье речь пойдет об одном из компонентов цифровизации международных отношений, а именно о цифровой дипломатии и дипломатии данных во внешней политике США. Наша публикация продолжает дискуссию, которая развернулась в последние годы на страницах зарубежных и отечественных журналов и в рамках научных конференций, таких как: конференция в Волгоградском государственном университете «Трансформация современной политики США в Западном по-

лушарии», конференция в Центре североамериканских исследований ИВИ РАН «США и Россия. Взаимоотношения. Взаимовосприятие. Изучение» и др. [1–3].

В статье определены особенности современной цифровой дипломатии США на основе анализа событий вокруг политического кризиса в Венесуэле в конце 2018 – начале 2019 г., в ходе которого спикер оппозиционного парламента Х. Гуайдо объявил себя самопровозглашенным президентом после внеочередных выборов, а в стране началось противостояние между его сторонниками и сторонниками действующего президента Н. Мадуро. Основная цель нашего исследования – установить, повлияли ли США на развитие ситуации с помощью применения различных цифровых внешнеполитических инструментов.

Методы и материалы. Исследование основывается на анализе больших данных, извлеченных из социальных сетей. Большие данные в данном случае – это аккаунты американских и венесуэльских СМИ, а также независимых блогеров, занимающих активную позицию в венесуэльском кластере интернета. Необходимо отметить некоторые особенности метода анализа больших данных в данной статье. Специальному исследованию подвергнута одна из социальных платформ – «Твиттер», поскольку именно там шли самые активные политические дискуссии во время кризиса (Венесуэла занимает третье место в мире по числу пользователей и числу публикаций в Твиттере). Используя машинный способ, мы получили все твиты (посты), содержащие хештег со словом «Венесуэла» на английском и испанском языках, с веб-страницы расширенного поиска Твиттера (Twitter Advanced Search). Выбор именно этого хештега был обусловлен широким распространением практики использования хештега страны для донесения информации до национальной целевой аудитории. Хронологические рамки нашего исследования охватывают период с декабря 2018 по март 2019 г., когда противостояние между сторонниками Гуайдо и Мадуро в социальных сетях достигло кульминации, а оба политика вели активную деятельность в социальных сетях, пытаясь привлечь пользователей на свою сторону. Общее число проанализированных машинным способом

твитов составило около 10 млн. В итоге была осуществлена выборка 250 наиболее популярных блогеров, а также 1 000 самых влиятельных аккаунтов в Твиттере за каждый день, что позволило нам определить долю американских правительственных аккаунтов среди лидеров общественного мнения по венесуэльскому вопросу. Результаты анализа предоставили нам достоверный ответ на исследовательский вопрос о степени влияния американских правительственных и неправительственных социальных медиа на общественное мнение в Венесуэле. Нельзя не отметить, что, несмотря на значимость темы о цифровой дипломатии во внешней политике США в отношении стран Западного полушария, данный вопрос изучен крайне фрагментарно. Совсем не изучена информационная деятельность США в социальных сетях, а зарубежная и российская научная литература о работе каналов международного вещания в регионе весьма малочисленна. Однако существует ряд работ, авторы которых косвенно затрагивали данный вопрос [4; 5; 13; 15].

Анализ. Датафикация, цифровая дипломатия, дипломатия данных: современные подходы к изучению. Одной из форм цифровизации международных отношений и внешней политики выступает датафикация (datafication). Датафикация – это использование больших данных и их аналитики в политической практике. Сегодня самые разные участники международных отношений, от государственных структур и огромных корпораций до индивидуальных блогеров, стремятся использовать данные социальных сетей для реализации своих политических и экономических интересов. Феномен датафикации меняет наше представление о больших данных. Это не просто набор данных из социальных сетей, классифицируемый по количеству байтов, но и своеобразное «топливо» для нового вида внешнеполитической деятельности – дипломатии данных. Одним из примеров такой деятельности могут выступать проекты Центра глобального вовлечения в структуре госдепартамента США, который активно разрабатывает проекты дипломатии данных для противостояния информационной деятельности России в европейских государствах [13].

Изучение цифровой дипломатии, или дипломатии данных, требует обращения к количественному и качественному анализу публикаций в социальных сетях. На сегодняшний день социальная платформа «Твиттер» является важнейшим источником больших данных, доступным исследователям международных отношений. Она не только сохраняет широкую популярность во всем мире, но и предоставляет всем заинтересованным лицам широкий набор инструментов для сбора детализированной информации о взаимодействии пользователей во время локальных, региональных и глобальных событий, а также о степени влияния отдельных акторов на общественное мнение. Области применения анализа данных из Твиттера обширны и разнообразны. Новейшая политика администрации платформы «Твиттер» в части закрытия или приостановки функционирования различных аккаунтов, от фейковых до профайла Президента США, создает новые интересные кейсы о цифровизации политики.

Цифровые следы, оставленные пользователями Твиттера, различные переменные, такие как число подписчиков, хештеги, географическое положение и т. д., представляют интерес для исследователей и являются первичными данными для разработки стратегии цифровой дипломатии различных государств. Как известно, эта социальная сеть ведет учет самых различных проявлений активности пользователей, таких как прямые ответы на твиты (replies), обращения к другим аккаунтам (упоминания, или mentions) и распространение информации (ретвиты, или retweets). Взаимодействия, осуществляемые пользователями, выстраиваются в сети обсуждений под различными хештегами, формируя диалоги и сообщества. Эти хештегированные темы формируют вокруг себя сообщества пользователей, обсуждающих конкретные вопросы [11]. Феномен «хештег-сообществ» оказался эффективным полем для влияния со стороны различных акторов. Самый известный пример – выборы Президента США в 2016 году. По мнению ряда экспертов, в ходе этой кампании именно создание с помощью хештегов фейковых групп для обсуждения чувствительных политических вопросов привело к поляризации американского общества [14; 16].

Однако существует несколько проблем, которые ограничивают применение анализа социальных сетей в области изучения международных отношений. Главная проблема – доступность данных об активности пользователей социальных сетей, которая с каждым годом становится все более ограниченной. Достаточно вспомнить, как после знаменитых слушаний в конгрессе США в октябре 2017 г. по проблеме возможного вмешательства России в выборы США через социальные сети многие известные платформы ограничили доступ к встроенной аналитике через API (интерфейс программирования приложений). Поэтому основным альтернативным способом получения и анализа данных являются приложения независимых разработчиков, такие как SocioVizz, Tableau, Netlyric и др., которые, однако, позволяют получить или проанализировать только ограниченное число твитов, или постов. Для получения полноценного банка больших данных требуется создание особых алгоритмов их сбора с помощью квалифицированных программистов. Существует множество программных инструментов для анализа данных и два наиболее востребованных в этой сфере языка программирования: Python и R. Алгоритмы, составленные на этих языках, чаще всего используются исследователями в области социальных наук.

Вторая проблема – это репрезентативность данных. Сегодня, несмотря на популярность социальных сетей, собранные данные, например из социальной сети «Твиттер», составляют лишь около 1 % от общего массива публикаций в социальных сетях по поводу какого-либо события, что не может не сказаться на обоснованности выводов. Феномен цифрового разрыва – разница в образовании, профессиональных занятиях, социальном статусе и др. между пользователями социальных сетей и населением в офлайне – также оказывает влияние на результаты исследования. Тем не менее, даже если мир Твиттера не идентичен миру офлайна, он полностью реален, поскольку его пользователи, их желания, эмоции и политические взгляды оказывают масштабное влияние на всю систему международных отношений и дипломатии. Например, тысячи твитов повернули электоральные предпочтения населения в крупных городах Вене-

суэлы во время выборов, а два миллиона твитов, связанных с бразильскими протестами июня 2013 г., изменили политическую судьбу президента этой страны [7].

Самыми распространенными и проверенными способами анализа данных выступают анализ хештега (hashtag tracking), сетевой анализ (network analysis), сентимент-анализ (sentiment analysis) и др. Анализ хештега позволяет отследить участников дискуссии по определенной теме, самые популярные посты и самое главное – кто из участников обсуждения приобретает наибольшую популярность [2]. Хештеги – это текстовые комбинации, перед которыми стоит знак решетки и которые используются для контекстной маркировки дискуссий по определенной теме. Помимо маркировки они также служат механизмом для создания и обмена темами, для поддержки или отрицания тех или иных политических суждений, фильтрации и направления контента для определенной аудитории. Наконец, сам хештег может быть сообщением или его частью [7]. Хештеги стали инструментом для запуска массовых кампаний, инструментом для онлайн-протестов и участия в политической жизни посредством «хештегового активизма», а также для распространения дезинформации и «фейковых новостей» в социальных сетях. Будучи мощными инструментами инфильтрации социальных сетей, хештеги все чаще используются конфликтующими или конкурирующими сторонами в политическом пространстве в глобальном масштабе, что заставляет исследователей больше концентрироваться на проблеме манипулирования трафиком в социальных сетях [9].

Анализ хештега остается значимым компонентом в изучении цифровой дипломатии или дипломатии данных США. Цифровая дипломатия имеет состязательный характер, поскольку является инструментом продвижения определенного содержания постов и сдерживания распространения постов своих противников. Однако обе стороны могут использовать один и тот же хештег, чтобы привлечь определенную часть пользователей на свою сторону. Политическая функция и значимость хештегов активно изучаются экспертами. Однако дипломатия хештега уже широко ис-

пользуется и в практической плоскости, в цифровой дипломатии различных государств с 2010-х годов. Высокую оценку данному виду дипломатии дал Ричард Стенгель, заместитель госсекретаря по публичной дипломатии в период администрации Б. Обамы. Он отмечал, что дипломатия хештега является наиболее эффективным инструментом для мобилизации пользователей в зарубежных странах вокруг определенных ценностей [12].

Одна из первых проблем, возникающих в ходе аналитики данных социальных сетей, заключается в том, как определить влиятельных и активных пользователей. Это важно как для понимания содержания цифровой дипломатии, так и для решения практических задач по организации информационных цифровых кампаний. Постоянно появляются новые методики измерения степени влияния пользователей, каждая из которых основывается на различных критериях. Влияние может коррелировать с экспертным авторитетом в конкретных областях. Некоторые исследователи различают лидеров мнений, инфлюэнсеров и дискуссантов по типу деятельности и воздействия [10]. Инфлюэнсеры имеют значительные показатели по фолловингу (то есть числу подписчиков, F), ретвитам (RT), упоминаниям (M), ответам (RP) и лайкам (FT). Лидерами дискуссии по определенным хештегам обычно выступают крупные СМИ, а также индивидуальные блогеры. До сих пор доминирует мнение, что твиттер-аккаунты крупных новостных сайтов оказывают наиболее заметное влияние на широкую аудиторию [6]. Однако наши исследования с использованием больших данных показывают, что индивидуальные блогеры могут оказывать существенное влияние на политическую окраску содержания трендовых постов и направлять дискуссию в социальных сетях по определенному треку [2; 3; 15].

Указанные дискуссии можно апробировать на конкретном примере. В качестве примера мы обратились к событиям политического кризиса в Венесуэле в 2018–2019 годах. Наша исследовательская гипотеза, которую необходимо подтвердить или опровергнуть, состоит в том, что США оказывали через социальные сети существенное влияние на происходящие события. Этот кейс предоставля-

ет нам возможность получить большие данные, оценить возможности анализа хештегов, выявить реальных инфлюэнсеров и пр.

Влияние США на социальные сети в Латинской Америке: политический кризис в Венесуэле 2018–2019 годов. Венесуэла считается третьей в мире страной по величине концентрации пользователей в Твиттере. В стране развивается цифровой активизм как государственных акторов, так и оппозиционных сил, что делает данную социальную сеть релевантной для нашей темы [8]. Общий банк проанализированных данных составил около 10 млн твитов, что позволило применить все указанные методы анализа социальных сетей, включая анализ хештега, сентимент-анализ, а также выявить манипуляцию трафиком, активность ботов и, самое главное, показать место и роль американской цифровой дипломатии в политических событиях в Венесуэле. Анализ выявил наиболее влиятельные каналы международного вещания различных стран и самых популярных индивидуальных блогеров в Венесуэле, а также показал основные тезисы и лозунги, которые пользовались наибольшей популярностью среди населения страны, что повлияло на политические предпочтения в самый напряженный период противостояния между правительством и оппозицией.

Суммируя результаты анализа политических дискуссий в социальных сетях, можно утверждать следующее. Во-первых, политический кризис, связанный с самопровозглашением Х. Гуайдо президентом страны зимой 2018–2019 гг., привел к резкому росту политического значения дискуссий в социальных сетях. На смену традиционным СМИ, которые ранее являлись основными медиумами политической жизни в Венесуэле, пришло информационное противостояние отдельных политиков внутри социальных сетей. Еще одно наблюдение связано с перераспределением значимости местных и зарубежных каналов информационного влияния. В 2015–2016 гг., когда в стране проходили парламентские выборы, международные каналы вещания, наряду с местными и региональными СМИ, определяли политическую повестку и формировали мнение избирателей. В политическом же кризисе 2018–2019 гг. на первые позиции выш-

ли венесуэльские блогеры и политики самой разной идеологической окраски, действовавшие через свои аккаунты в соцсетях. Именно эти каналы распространения информации оказывали наиболее заметное (и фиксируемое с помощью машинной обработки данных) влияние на пользователей. Конечно, у традиционных «больших» СМИ также имелись свои аккаунты в социальных сетях, но среди самых популярных 250 аккаунтов в цифровых медиа Венесуэлы подавляющее большинство принадлежало местным блогерам, экспертам и пр., а не зарубежным СМИ или каналам американской публичной дипломатии [14; 16].

Во-вторых, деятельность творцов американской цифровой дипломатии в социальных сетях Венесуэлы привлекала к себе хоть какое-то внимание только в случае распространения твитов о помощи США населению Венесуэлы. Такая информация всегда приветствовалась пользователями. В социальных сетях появлялись и приобретали популярность твиты политиков из США, таких как конгрессмен Марк Рубио или советник по национальной безопасности Джон Болтон. Большинство твитов, исходящих от авторов, ассоциированных с правительством США, были направлены на дискредитацию личности президента Мадуро, подчеркивали неприемлемость проводимой им политики и жесткого противостояния с оппозицией. Твиты по дискредитации Н. Мадуро доминировали на каналах цифровой дипломатии США, но не становились популярными среди пользователей Венесуэлы.

В-третьих, анализ показал, что индивидуальная активность в социальных сетях и личная цифровая дипломатия американских политиков, будь то твиты указанных выше деятелей или, например, президента Д. Трампа, госсекретаря М. Помпео, спикера нижней палаты Конгресса Н. Пелоси, получали больше признания среди пользователей в Венесуэле, чем твиты, идущие от специально созданных аккаунтов в области публичной дипломатии или от американских телевизионных каналов. Такая ситуация довольно нетипична для цифровой дипломатии США. Обычно каналы международного вещания американского правительства, такие как «Голос Америки на испанском языке» и др., формировали повестку дня и доминировали в рамках зарубеж-

ных информационных кампаний США (примером может служить ситуация вокруг выборов в Венесуэле 2015–2016 гг.) [16].

По нашему мнению, падение популярности каналов международного вещания США могло быть связано с некоторыми реформами и изменениями в структуре и содержании информации из-за попыток команды Д. Трампа провести ревизию международного вещания. Президент неоднократно обвинял американские каналы вещания и весь институт публичной дипломатии в нелояльности. Сотрудники ведомств публичной дипломатии США саботировали призывы президента к проведению идеологической правоохранительной линии на каналах международного вещания, а чехарда в назначениях и отсутствие внятной стратегии снижали интенсивность работы цифровых ведомств публичной дипломатии.

Другое объяснение может заключаться в эффективно налаженном взаимодействии между ведомствами публичной дипломатии США и либеральными журналистами и блогерами Венесуэлы через различные семинары и программы обучения еще в период функционирования президента У. Чавеса [16]. Политика по созданию многочисленных суррогатных СМИ в Венесуэле, которые становились партнерами радиостанции «Голос Америки», позволила США оказывать влияние на информационные потоки при помощи местных, но дружественных СМИ, таких как El Nacional, DolarToday® и NTN24.

Однако самое убедительное объяснение падения интереса к официальным каналам цифровой дипломатии США в Каракасе заключается в резкой активизации местных блогеров, а также главных акторов противостояния – Х. Гуайдо и Н. Мадуро – в социальных сетях, что сделало твиты американских каналов менее популярными и востребованными во время кризиса.

Представленная ниже таблица иллюстрирует один из дней функционирования социальных сетей Венесуэлы, когда активность официальных каналов цифровой дипломатии и членов политического истеблишмента США, а также каналов международного вещания самых разных стран была наиболее масштабной, – это 26 января 2019 г. (через три дня после того, как Х. Гуайдо провозгласил себя дей-

ствующим президентом). Мы выделили наиболее заметные американские официальные аккаунты и СМИ, а также профайлы политиков и СМИ Венесуэлы, которые входят в число 250 наиболее популярных инфлюэнсеров. Индекс влияния твита суммирует числовые

показатели лайков, ретвитов, ответов, упоминаний, что указывает на широту охвата аудитории социальных сетей. В таблице выделены цветом те каналы, которые являются частью механизма публичной дипломатии или транслируют официальную позицию США.

Место американских аккаунтов среди самых влиятельных авторов твиттер-публикаций в Венесуэле, 26 января 2019 г.

Position of U.S. accounts among most influential tweets in Venezuela, January 26, 2019

Позиция среди топ-250	Полное имя политика, СМИ, блогера	Число лайков	Число ответов	Число ретвитов	Индекс влияния
1	Juan Guaidó	45 262	1 791	23 520	70 573
2	Bene Barbosa	27 315	798	5 474	33 587
3	Albert Rivera	16 900	1 395	9 914	28 209
4	Ísmail Saymaz	21 759	450	5 239	27 448
5	Nelson Bocaranda	12 317	469	11 537	24 323
6	Marta Lucía Ramírez	11 311	1 963	8 384	21 658
...					
10	Nicolás Maduro	7 305	250	7 412	14 967
11	Sergio Contreras B.	7 394	1 708	5 635	14 737
...					
13	NTN24 Venezuela	8 277	459	5 830	14 566
14	Beatriz Becerra	6 394	433	7 237	14 064
15	Maibort Petit	7 681	269	5 991	13 941
16	RAUL JULIA LEVY	7 627	214	5 770	13 611
17	Secretary Pompeo	8 370	535	4 014	12 919
18	Edgard Gutiérrez	6 874	162	5 046	12 082
19	Pedro Brieger	7 909	315	3 733	11 957
20	Hilario	7 037	619	3 762	11 418
21	USA en Español	5 888	85	4 970	10 943
...					
25	John Bolton	6 771	546	2 970	10 287
...					
28	Asamblea Nacional	5 722	63	4 083	9 868
...					
36	Marco Rubio	5 080	257	3 402	8 739
37	Últimas Noticias	3 863	855	3 905	8 623
38	Pedro Luis Flores	4 675	549	3 186	8 410
...					
43	CNN en Español	2 640	3447	2 014	8 101
44	Dr. Jill Stein	4 761	253	2 938	7 952
...					
82	AlbertoNews	2 267	101	2 902	5 270
83	Senator Rubio Press	2 737	212	2 205	5 154
84	Ana Mercedes Diaz	2 367	515	2 239	5 121
...					
91	BBC News Mundo	2 923	507	1 468	4 898
92	Abraham Mendieta	2 407	359	2 119	4 885
95	Department of State	2 847	331	1 643	4 821
...					
110	CNN	1 094	2 278	806	4 178
...					
156	Sputnik Mundo	928	195	1 746	2 869
157–250	...				

Из данных, приведенных в таблице, видно, что действующие политики, такие как Х. Гуайдо и Н. Мадуро, а также местные или региональные СМИ, например либеральный колумбийский канал NTN24, привлекали наибольшее внимание пользователей. Их твиты широко распространялись по другим пользователям. Аккаунты отдельных официальных лиц США также нередко попадали в число 250 ведущих твитов, однако их появление в этом рейтинге чаще всего было связано с контекстуальной заинтересованностью венесуэльцев вопросом международного признания или непризнания президента Гуайдо. Официально созданные для решения задач цифровой и публичной дипломатии каналы, такие как USA en Español («США на испанском языке»), редко попадали в число первых десяти самых влиятельных каналов и не привлекали внимание аудитории социальных сетей Венесуэлы. Другие издания или каналы международного вещания, например «Голос Америки на испанском языке», «Госдепартамент США», а также еще дюжина имеющихся каналов цифровой дипломатии Правительства США редко попадали в число топовых ведущих инфлюэнсеров за изучаемый период.

Ведущие позиции занимали индивидуальные местные блогеры различной политической окраски, которые оказывали значительно большее влияние на пользователей социальными сетями, чем каналы американской цифровой дипломатии. Это крайне важный тезис для дискуссии о влиянии США на политический кризис в зарубежных странах, в данном случае – в Венесуэле.

Если какое-то информационное влияние США и было зафиксировано, то оно носило лишь косвенный характер и распространялось посредством отдельных твитов официальных лиц, которые обращались к населению страны, указывая конкретный хештег (изначально запущенный без участия ведомств американской цифровой дипломатии). Масштаб деятельности США оказался несопоставимым с масштабом активности местных независимых блогеров, влияние которых возросло благодаря популярности социальных платформ в стране и отсутствию давления со стороны правящих кругов на оппозиционные каналы.

Другими словами, разветвленная сеть местных социальных сетей, активная деятельность местных СМИ в цифровом формате обуславливали снижение популярности зарубежных СМИ и правительственных каналов цифрового вещания. И этот тезис относится не только к каналам международного вещания США, а также – к российским, китайским и европейским каналам цифровой дипломатии, которые редко попадали в первую сотню рейтинга постов. Все международные каналы теряли популярность на фоне роста личной цифровой активности основных акторов противостояния и местных блогеров и СМИ по сравнению, например, с ситуацией 2015–2016 гг., когда страна переживала предыдущий политический кризис.

Поэтому, в-четвертых, можно утверждать: еще в 2015–2016 гг. СМИ и блогеры Венесуэлы запускали гораздо меньше популярных и значимых твитов, что делало социальные сети открытыми для внешних инфлюэнсеров и позволяло иностранным изданиям формировать информационный тренд. Однако ситуация резко поменялась в декабре 2018 – январе 2019 года. Возникло новое информационное противостояние двух политических фигур – Н. Мадуро и Х. Гуайдо. Оба политика мобилизовали ресурсы своей личной цифровой дипломатии, осуществляя ежедневные вбросы информации и стремясь найти поддержку у населения. С января 2019 г. твиты Х. Гуайдо значительно обгоняли по популярности твиты Н. Мадуро. Если последний пытался объяснить народу, что он законный президент и всегда следовал конституции, то Х. Гуайдо старался объяснить правомерность своего места на политической арене страны. Однако ситуация не была стабильной, и порой Н. Мадуро оказывался популярнее своего оппонента. Подобный «цифровой спарринг» привел к тому, что появился феномен политической поляризации пабликов в социальных сетях Венесуэлы. Такой феномен впервые был отмечен во время президентской избирательной кампании в США в 2016 г. и позже охватил многие страны [15].

Однако цифровое противостояние между действующим президентом Н. Мадуро и Х. Гуайдо не обеспечило победы одной из сторон, а наоборот, привело к тупиковой политической ситуации к марту 2019 г., которая со-

храняется и сегодня. Пятьдесят процентов пользователей поддерживали Х. Гуайдо, остальные 50 % ретвитили и поддерживали посты Н. Мадуро. С марта 2019 г. стало наблюдаться дальнейшее снижение активности зарубежных каналов, включая США, что может свидетельствовать о потере политического момента для смены власти, а также о том, что данный кризис пока оставлен на разрешение внутренними силами Венесуэлы. Такая ситуация в целом более благоприятна для действующего президента страны.

Результаты исследования. США не оказали значительного влияния на политический кризис в Венесуэле в силу разветвленности местной блогосферы и популярности местных блогеров и СМИ. Международное вещание США и твиты американских политиков терялись среди твитов местных инфлюэнсеров.

В ходе проведения анализа программ цифровой дипломатии США в условиях политической трансформации было выявлено, что информационные каналы международного вещания США не пользовались популярностью среди венесуэльских пользователей, а значит не оказывали прямого воздействия на пользователей социальными сетями в стране. Влияние оппозиционных информационных каналов и отдельных политиков и блогеров, включая спикера оппозиционного парламента Х. Гуайдо и действующего президента Н. Мадуро, значительно возросло в ходе потрясений конца 2018 – начала 2019 года. Местные цифровые СМИ, активность индивидуальных блогеров и политиков оказывали больше влияния, чем специально созданные каналы цифровой дипломатии США. Социальные сети формировали поток разнонаправленной информации, и чем активнее действовали блогеры как проправительственной, так и оппозиционной окраски, тем меньше шансов оставалось у внешних игроков – США, России, Китая или Европы – оказывать влияние на венесуэльцев.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Исследование поддержано Санкт-Петербургским государственным университетом, проект № 73555239.

This research was supported by the St. Petersburg State University, project № 73555239.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Согрин, В. В. Методология современной американистики / В. В. Согрин // Американский ежегодник / под ред. В. В. Согрина. – М. : Весь мир, 2019. – С. 11–23.

2. Цветкова, Н. А. Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения / Н. А. Цветкова // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. – 2020. – № 2. – С. 37–47. – DOI: 10.28995/2073-6339-2020-2-37-47.

3. Цветкова, Н. А. Феномен дипломатии больших данных в мировой политике / Н. А. Цветкова, Н. М. Кузнецов // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. – 2020. – № 4. – С. 27–44. – DOI: <https://doi.org/10.28995/2073-6339-2020-4-27-44>.

4. Шинкаренко, А. А. Венесуэла в поисках выхода из системного кризиса / А. А. Шинкаренко // Латинская Америка. – 2020. – № 1. – С. 97–107. – DOI: 10.31857/S0044748X0007763-8.

5. Castro, R. Back to #6D: Predicting Venezuelan States Political Election Results through Twitter / R. Castro, K. Leonardo, C. Vaca // 2017 Fourth International Conference on eDemocracy and eGovernment, 19–21 April, 2017. – P. 148–153. – DOI: 10.1109/ICEDEG.2017.7962525.

6. Harder, R. Intermedia Agenda Setting in the Social Media Age: How Traditional Players Dominate the News Agenda in Election Times / R. Harder, J. Sevenans, P. Van Aelst // The International Journal of Press / Politics. – 2017. – № 3. – P. 275–293.

7. Hashtags Functions in the Protests Across Brazil / R. Recuero [et al.] // SAGE Open. – 2015. – № 4. – Electronic text data. – Mode of access: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2158244015586000#articleCitationDownloadContainer> (date of access: 10.08.2020). – Title from screen.

8. Leading Countries Ranked by Share of Twitter Users as of July 2018. – Electronic text data. – Mode of access: <https://www.statista.com/statistics/261402/distribution-of-twitter-traffic-by-country> (date of access: 10.08.2020). – Title from screen.

9. Nimmo, B. “Measuring Traffic Manipulation on Twitter”. Working Paper 2019.1. Project on Computational Propaganda / B. Nimmo. – Oxford : University of Oxford, 2019. – № 1. – Electronic text data. – Mode of access: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/01/Manipulating-Twitter-Traffic.pdf> (date of access: 10.08.2020). – Title from screen.

10. Riquelme, F. Measuring User Influence on Twitter: A Survey / F. Riquelme, P. González-Cantergiani // Information Processing & Management. – 2016. – Vol. 52, № 5. – P. 949–975. – DOI: 10.1016/j.ipm.2016.04.003.

11. Ruiz-Soler, J. Twitter Research for Social Scientists: A Brief Introduction to the Benefits, Limitations and Tools for Analysing Twitter Data / J. Ruiz-Soler // *Revista Dígitos*. – 2017. – № 3. – P. 17–31.

12. Stengel, R. Information Wars: How We Lost the Global Battle against Disinformation & What We Can Do about it / R. Stengel. – New York : Atlantic Monthly Press, 2019. – 368 p.

13. Sytnik, A. Digitalization of Diplomacy in Global Politics on the Example of 2019 Venezuelan Presidential Crisis / A. Sytnik // *Digital Transformation and Global Society. Communications in Computer and Information Science*. – 2019. – № 1038. – P. 187–196.

14. Tsvetkova, N. Dealing with a Resurgent Russia: Engagement and Deterrence in U.S. International Broadcasting, 2013–2019 / N. Tsvetkova // *Vestnik of Saint Petersburg State University. International Relations*. – 2019. – № 4. – P. 435–449.

15. Tsvetkova, N. Russian Digital Diplomacy: A Rising Cyber Soft Power? / N. Tsvetkova // *Russia's Public Diplomacy: Evolution and Practice* / eds.: A. Velikaya, G. Simons. – London ; New York : Palgrave Macmillan, 2020. – P. 103–117.

16. Venezuela in U.S. Public Diplomacy, 1950s–2000s: The Cold War, Democratization, and the Digitalization of Politics / N. Tsvetkova [et al.] // *Cogent Social Sciences*. – 2019. – № 1. – P. 1–15. – DOI: <https://doi.org/10.1080/23311886.2019.1693109>.

REFERENCES

1. Sogrin V.V. Metodologiya sovremennoj amerikanistiki [Methodology of Current American Studies]. Sogrin V.V., ed. *Amerikanskiy ezhegodnik*. Moscow, Ves' mir Publ., 2019, pp. 11–23.

2. Tsvetkova N.A. Fenomen tsifrovoy diplomatii v mezhdunarodnyh otnosheniyah i metodologiya ego izucheniya [The Digital Diplomacy As a Phenomenon of International Relations: Research Methodology]. *Vestnik RGGU. Seriya: Politologiya. Istoriya. Mezhdunarodnye otnosheniya* [RSUH/RGGU Bulletin. "Political Science. History. International Relations" Series], 2020, no. 2, pp. 37–47. DOI: [10.28995/2073-6339-2020-2-37-47](https://doi.org/10.28995/2073-6339-2020-2-37-47).

3. Tsvetkova N.A., Kuznetsov N.M. Fenomen diplomatii bolshih dannyh v mirovoj politike [Phenomenon of Big Data Diplomacy in World Politics]. *Vestnik RGGU. Seriya: Politologiya. Istoriya. Mezhdunarodnye otnosheniya* [RSUH/RGGU Bulletin. "Political Science. History. International Relations" Series], 2020, no. 4, pp. 27–44. DOI: <https://doi.org/10.28995/2073-6339-2020-4-27-44>.

4. Shinkarenko A.A. Venesuela v poiskah vyhoda iz sistemnogo krizisa [Looking for a Solution of the Crisis in Venezuela]. *Latinskaya Amerika* [Latin America], 2020, no. 1, pp. 97–107. DOI: [10.31857/S0044748X0007763-8](https://doi.org/10.31857/S0044748X0007763-8).

5. Castro R., Leonardo K., Vaca C. Back to #6D: Predicting Venezuelan States Political Election Results Through Twitter. *2017 Fourth International Conference on eDemocracy and eGovernment, 19–21 April, 2017*, pp. 148–153. DOI: [10.1109/ICEDEG.2017.7962525](https://doi.org/10.1109/ICEDEG.2017.7962525).

6. Harder R., Sevenans J., Aelst Van P. Intermedia Agenda Setting in the Social Media Age: How Traditional Players Dominate the News Agenda in Election Times. *The International Journal of Press / Politics*, 2017, no. 3, pp. 275–293.

7. Recuero R., Zago, G., Bastos M., Araújo R. Hashtags Functions in the Protests Across Brazil. *SAGE Open*, 2015, no. 4. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2158244015586000#articleCitationDownloadContainer> (accessed 10 August 2020).

8. *Leading Countries Ranked by Share of Twitter Users As of July 2018*. URL: <https://www.statista.com/statistics/261402/distribution-of-twitter-traffic-by-country> (accessed 10 August, 2020).

9. Nimmo B. "Measuring Traffic Manipulation on Twitter". *Working Paper 2019.1. Project on Computational Propaganda*. Oxford, University of Oxford, 2019, no. 1. URL: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/01/Manipulating-Twitter-Traffic.pdf> (accessed 10 August 2020).

10. Riquelme F., González-Cantergiani P. Measuring User Influence on Twitter: A Survey. *Information Processing & Management*, 2016, vol. 52, no. 5, pp. 949–975. DOI: [10.1016/j.ipm.2016.04.003](https://doi.org/10.1016/j.ipm.2016.04.003).

11. Ruiz-Soler J. Twitter Research for Social Scientists: A Brief Introduction to the Benefits, Limitations and Tools for Analysing Twitter Data. *Revista Dígitos*, 2017, no. 3, pp. 17–31.

12. Stengel R. *Information Wars: How We Lost the Global Battle Against Disinformation & What We Can Do About It*. New York, Atlantic Monthly Press, 2019. 368 p.

13. Sytnik A. Digitalization of Diplomacy in Global Politics on the Example of 2019 Venezuelan Presidential Crisis. *Digital Transformation and Global Society. Communications in Computer and Information Science*, 2019, no. 1038, pp. 187–196.

14. Tsvetkova N.A. Dealing with a resurgent Russia: Engagement and Deterrence in U.S. International Broadcasting, 2013–2019. *Vestnik of Saint Petersburg University. International Relations*, 2019, no. 4, pp. 435–449.

15. Tsvetkova N. Russian Digital Diplomacy: A Rising Cyber Soft Power. Velikaya A., Simons G., eds. *Russia's Public Diplomacy: Evolution and Practice*. London, New York, Palgrave Macmillan, 2020, pp. 103–117.

16. Tsvetkova N., Kheifets V., Sytnik A., Tsvetkov I. Venezuela in U.S. Public Diplomacy, 1950s–2000s: The Cold War, Democratization, and the Digitalization of Politics. *Cogent Social Sciences*, 2019, no. 1, pp. 1–15. DOI: <https://doi.org/10.1080/23311886.2019.1693109>.

Information About the Authors

Anna N. Sytnik, PhD in International Relations, Assistant Lecturer, Department of American Studies, Saint Petersburg State University, Smolnogo St, 1/3, 191060 Saint Petersburg, Russian Federation, a.sytnik@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6853-6253>

Natalia A. Tsvetkova, Doctor of Sciences (History), PhD in Social and Behavioral Studies, Professor, Head of the Department of American Studies, Saint Petersburg State University, Smolnogo St, 1/3, 191060 Saint Petersburg, Russian Federation, n.tsvetkova@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0156-9069>

Ivan A. Tsvetkov, Candidate of Sciences (History), Associated Professor, Department of American Studies, Saint Petersburg State University, Smolnogo St, 1/3, 191060 Saint Petersburg, Russian Federation, ivan558@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5503-0763>

Информация об авторах

Анна Николаевна Сытник, кандидат политических наук в области международных отношений, ассистент кафедры американских исследований, Санкт-Петербургский государственный университет, ул. Смольного, 1/3, 191060 г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, a.sytnik@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6853-6253>

Наталья Александровна Цветкова, доктор исторических наук, доктор философии в социальных науках (PhD), профессор, заведующая кафедрой американских исследований, Санкт-Петербургский государственный университет, ул. Смольного, 1/3, 191060 г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, n.tsvetkova@spbu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0156-9069>

Иван Александрович Цветков, кандидат исторических наук, доцент кафедры американских исследований, Санкт-Петербургский государственный университет, ул. Смольного, 1/3, 191060 г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ivan558@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5503-0763>