

ЦИФРОВАЯ ДИПЛОМАТИЯ В ДИСКУРСЕ ГЛОБАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

И.В. Сурма

Дипломатическая академия Министерства иностранных дел Российской Федерации. 119992, г. Москва, ул. Остоженка, 53/2, строение 1.

В статье проводится сравнительный анализ официального присутствия в Интернете, в том числе и в мировых социальных сетях, государственных дипломатических ведомств (на примере Франции, Италии, России и др.). Представлена новая форма «цифровой дипломатии», которая, с одной стороны, даёт новые возможности осуществления государственной международной политики, а с другой, – выдвигает особые требования к её участникам. Показано, что существование обратной связи между дипломатическими ведомствами и населением (новое явление современного информационного общества) и важная роль социальных медиа в формировании общественного мнения выдвигают определённые требования к тому, как подаётся информация на официальных страницах дипломатических ведомств в социальных сетях. Новый формат тесного взаимодействия между обществом и дипломатическими ведомствами делает современную дипломатию чрезмерно публичной, с одной стороны, и менее сдержанной – с другой. В этих обстоятельствах очень важно, не упуская информационной инициативы и применяя новые современные средства коммуникации с их специфическим стилем общения, не допускать падения уровня политической культуры, как это произошло с дипломатическим ведомством США и некоторых других стран.

Таким образом, продолжающаяся технологическая и контентная революция в средствах массовой коммуникации по ряду ключевых показателей усложняет взаимодействие участников международных отношений, а использование цифровых технологий в сфере дипломатической деятельности открывает новые возможности для проведения политики «мягкой силы», для выработки согласованных действий по преодолению обществом политико-социальных и экономических кризисов, а также для разработки мер по их недопущению.

Ключевые слова: мировая политика, цифровая дипломатия, социальные сети, международные отношения, сетевизм, «мягкая сила», троллинг, внешняя политика.

■ Интернет - Политика

Как форма публичной дипломатии цифровая дипломатия является механизмом влияния на зарубежную аудиторию посредством определённых методов, таких как:

- размещение радио и телепередач в Интернете;
- распространение в открытом доступе литературы в цифровом формате;
- мониторинг дискуссий в блогосфере;
- рассылка информации через мобильные телефоны;
- создание персонифицированных страничек членов правительства в социальных сетях.

А что же могут социальные сети предложить людям, интересующимся внешней политикой России, её инициативами на международной арене, развитием двусторонних и многосторонних отношений, в том числе на площадках, предлагаемых ООН, людям, которые регулярно посещают сайт Министерства иностранных дел России в Интернете и читают единую новостную ленту [1]?

Дипломатия, которая ранее была относительно «закрытой» сферой деятельности, благодаря развитию «информационного общества» становится всё более открытой для обычных граждан. Официальное присутствие в Интернете, в том числе и в мировых социальных сетях (Твиттере, Фейсбуке, Ю-тьюбе и т.п.) государственных дипломатических ведомств отмечено соответствующими «страницами» на этих площадках, которые есть практически у всех министерств иностранных дел развитых стран, в том числе и у российского МИДа. Эта новая форма «цифровой дипломатии» даёт новые возможности осуществления государственной международной политики, но и выдвигает особые требования к её участникам.

В качестве примера можно посмотреть на официальные сайты МИДа Франции, Италии и России. К сожалению, пока сравнение будет несколько не в нашу пользу. Наиболее интересным и функциональным представляется французский сайт, озаглавленный «Франция. Дипломатия» [2], поскольку этот сайт содержит не только официальную информацию МИД Франции, но и представляет собой развёрнутый информационный портал (с переводом на английский, немецкий, испанский, арабский и китайский языки), охватывающий практически все стороны внешнеполитической деятельности Французской Республики (Рис. 1).

На портале представлены такие разделы, как:

- «Внешняя политика Франции»;
- «МИД Франции и его зарубежные представительства»;
- «Персональные страницы министра иностранных дел и государственных секретарей Франции»;
- «Информация по странам мира»;
- «Советы выезжающим за границу»;
- «Иностранное усыновление»;

- «Переезд во Францию на постоянное место жительства»;
- «Вакансии и конкурсы на замещение должностей»;
- «Информация для прессы»;
- «Фото, видео, публикации, инфографика».



Рис. 1. Заглавная страница внешнеполитического портала Франции.

С портала информация транслируется в многочисленные социальные сети, и не только в такие известные, как Фейсбук и Твиттер, но и на видеохостинги Dailymotion и Flickr, на фотохостинг Pinterest и на некоторые другие площадки.

Итальянский сайт представляет собой непосредственно сайт Министерства иностранных дел Италии [3] (с переводом на английский и арабский язык) и содержит разделы «Министр иностранных дел», «МИД», «Внешняя политика», «Услуги», «Вакансии и обучение», «Пресса» (Рис. 2).



Рис. 2. Заглавная страница сайта МИД Италии.

Кроме того, представлена информация, необходимая выезжающим из страны и въезжающим в страну. Есть новости по деятельности зарубежных представительств, тематические статьи из ведущих итальянских СМИ, есть раздел мультимедиа, а также трансляция в ведущие социальные сети – Твиттер, Фейсбук и видеохостинги Flickr и You Tube.

На фоне вышеназванных сайтов, сайт российского Министерства иностранных дел [4] выглядит менее информативным, и это, в основном, из-за устаревшего дизайна (Рисунок 3). Хотя формально на нём представлена практически та же информация, что и на итальянском сайте. Есть единая новостная лента, раздел внешней политики, архив документов, раздел дипломатических и консульских представителей за рубежом, информация для выезжающих за границу, информация по учебным заведениям, «Дипломатический клуб», фото- и видеоматериалы и т.д. Есть трансляция в Твиттер, Фейсбук и You Tube. Но дизайн сайта и не всегда оперативная его поддержка (в период марта-апреля этого года, когда началось основное обострение внешнеполитической ситуации в связи с событиями на Украине, сайт периодически подвисал и практически не работал) занижают его конкурентоспособность по сравнению с аналогичными площадками ведущих европейских стран.



Рис. 3. Заглавная страница сайта МИД РФ.

Разумеется, что все сайты дипломатических ведомств снабжены возможностью осуществления обратной связи со своими читателями, которая возникает благодаря тому, что посетители этих страниц имеют возможность оставлять комментарии к той информации, которую они получают с сайта. Эта обратная связь между дипломатическими ведомствами и населением – новое явление современного информационного общества, чего раньше, ещё пару десятилетий назад, не было. Основной отклик, разумеется, идёт на страницах в социальных сетях. При этом надо отметить, что подписчиков у Твиттера российского МИДа (281 тыс. читателей) практически столько же, сколько и у французского (303 тыс. читателей). Это свидетельствует о том, что информация нашего дипломатического ведомства востребована и хорошо воспринимается в обществе.

Стоит подчеркнуть, что нельзя недооценивать роли социальных сетей в формировании общественного мнения, и поэтому то, как подаётся информация на официальных страницах дипломатических ведомств в социальных сетях, имеет первостепенное значение. С развитием

блогосферы всё чаще отдельные граждане или организации обращаются к МИДу через свои блоги или страницы в социальных сетях. В таких случаях, видимо, уместно давать ответ там же, как это было, например, в апреле 2013 г., когда российский бизнесмен Полонский, задержанный в Камбодже, обратился к МИДу РФ со своего аккаунта (со своей странички) в Фейсбуке.

МИД России создал свой аккаунт (свою страницу) в Фейсбуке в начале 2013 г., а в Твиттере – немного раньше. Задача, которую ставил перед собой в связи с этим Департамент информации и печати МИД РФ, была связана с тем, чтобы предложить людям, интересующимся внешней политикой, информацию, выражённую современным динамичным языком активных молодых людей [5].

Особое внимание было уделено присутствию МИД в Фейсбуке. По словам заместителя директора Департамента информации и печати МИД РФ Марии Захаровой, в ведомстве к этому достаточно серьёзно готовились, «потому что, в отличие от аккаунта (страницы) в Твиттере, где министерство работает полтора года, здесь нужно было понять формат, определить, что хотим и зачем нам это надо. Мы однозначно понимали, что нам неинтересно заводить страницу в Фейсбуке только ради того, чтобы она там была. Мы хотели сделать отдельно стоящий и самостоятельный информационный продукт» [6].

По прошествии года с момента создания этого аккаунта можно сказать, что с поставленной задачей удалось справиться успешно. Страница МИДа РФ в Фейсбуке всегда актуальна, всегда точна и неожиданно креативна. Концепцию информационного блока МИДа в Фейсбуке можно разделить на три основные группы. Во-первых, это официальные сообщения министерства, во-вторых, сопутствующие материалы, относящиеся к истории российской дипломатии или к актуальным международным событиям, и, в-третьих, сообщения с ироничным или откровенно юмористическим наполнением, внезапными цитатами, смелыми заголовками. Очевидно, именно последняя категория и привлекает наибольшее общественное внимание.

Как сказала в своём интервью Мария Захарова: «Образно говоря, мы ставили перед собой задачу сделать некое «научно-популярное издание», в котором сочетались бы официальные комментарии с какими-то историческими материалами и элементами «развлекательности». Думаю, неправильно строго выдерживать какой-то один стиль, особенно в социальных сетях. Фейсбук не должен дублировать официальный сайт, где представлены исключительно серьёзные материалы. Здесь нужно, чтобы было интересно, познавательно и нескучно» [6].

Несколько примеров. В дни проведения референдума в Крыму вот как выглядела страница МИД РФ в Фейсбуке (Рис. 4):

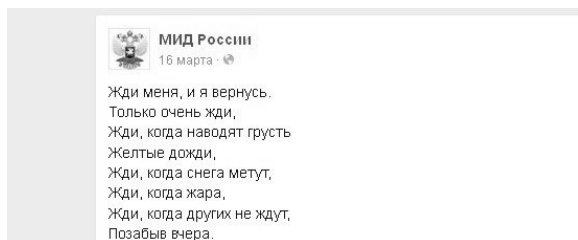


Рис. 4. Страница МИД РФ в Фейсбуке от 16 марта 2014 г.

Вообще, на форумах и в Живом Журнале встречается всё больше положительных отзывов о странице МИД РФ в Фейсбуке (Рис. 5). Чтобы понять, что именно так понравилось пользователю, рассмотрим подробнее этот заочный диалог в виртуальном пространстве между посольством США в Москве и МИД РФ.

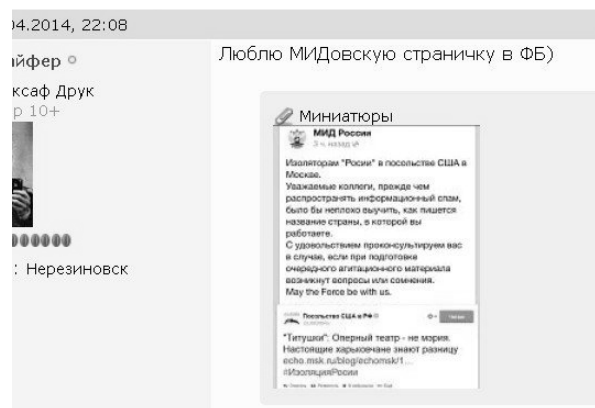


Рис. 5. Страница с форума Cofe.ru от 8 апреля 2014 г.

Вот этот «обмен любезностями», который состоялся во время информационного освещения событий в Харькове в начале апреля этого года, когда там шли массовые акции протеста (Рис. 6).



Рис. 6. Страница МИД РФ в Фейсбуке от 8 апреля 2014 г.

Как мы видим, посольство США в Москве, следуя руководящей линии Госдепа США, поспешило создать хэштег «Изоляция России», но впопыхах совершило досадную ошибку. Кстати, этот диалог в соцсетях не остался незамеченным и официальными СМИ, в частности, агентством РИА Новости: «Внешнеполитическое ведомство РФ предложило американским коллегам помощь в подготовке информационных материалов из-за ошибки в написании слова "Россия" в одном из сообщений в микроблоге» [7].

К сожалению, то, как проявляет себя в социальных сетях дипломатическое ведомство США, можно зачастую охарактеризовать таким специфическим термином, как сетевое хулиганство или троллинг. В качестве примера можно привести следующий твит (Рис. 7):

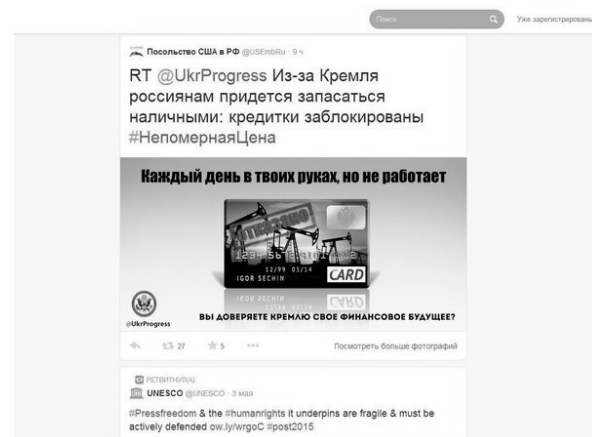


Рис. 7. Твит посольства США в Москве от 3 мая 2014 г.

То есть в период ввода экономических санкций против России, когда по инициативе Госдепа США были заблокированы международные операции нескольких российских банков, посольство США в Москве разместило в Twitter сообщение: «RT @UkrProgress Из-за Кремля россиянам придётся запастись наличными: кредитки заблокированы «Непомерная Цена». К сообщению было приложено изображение кредитной карточки на имя И.И. Сечина и подписями. Сверху — «Каждый день в твоих руках, но не работает». На самой карточке — «Отказано». Снизу — «Вы доверяете Кремлю свое финансовое будущее?».

По поводу адекватности этого твита сразу же высказались многие пользователи Рунета, в том числе и известный журналист Максим Соколов: «Никто не отменял основополагающего правила, на котором покоится вся дипломатия вообще, согласно которому посол, а равно и всякий дипломат не имеет своего личного мнения, но его устами говорит пославший его государь. Соответственно, твиты от имени «@USEmbRu» как бы рассылает непосредственно Б. Обама — чтобы русская (и не только) аудитория могла лучше составить себе представление

о его взглядах и его моральных и деловых качествах. Она и составляет. Какое представление — это другой вопрос» [8].

Другой пример такого «троллинга» в истории цифровой дипломатии разоблачил один из пользователей мировой паутины, назвав своё сообщение «Путин спонсирует терроризм: клеветническая кампания Белого дома в Твиттере и Google» [9]. Оказалось, что Белый дом купил ключевые слова в Google, чтобы нанести удар по Путину. Используя Keyword Spy – весьма уважаемый и широко используемый ресурс в SEO-индустрии, журналисты проверили сообщение и выяснили, что, действительно, Белый дом купил ключевые слова в Google, используя доменное имя «WhiteHouse.gov» (Рис. 8).

Ad Variations

Putin Sponsors Terrorism

Vote to stop him and prevent war

Your vote a re-post count!

whitehouse.gov

Рис. 8. Сообщение на Keyword Spy

Как считают журналисты портала «Переводика», проводившие расследование, такой набор слов связан с тем, что Telenor (огромная телекоммуникационная компания, базирующаяся в Норвегии и предоставляющая телекоммуникационные услуги в Восточной Европе) и Russia является, вероятно, популярным критерием поиска Google в России и на Украине. И Белый дом купил ключевые слова в Google, чтобы троллить Путина [10].

Все вышеприведённые примеры показывают, что сетевое сообщество активно реагирует на «цифровую дипломатию», а та, в свою очередь, не оставляет без внимания эту реакцию. Об этом свидетельствует, например, бурная реакция Джен Псаки (официального представителя Государственного департамента США) на то, как её компетенцию оценивают российские блоггеры (Рис. 9).



Рис. 9. Твит Джен Псаки от 6 июня 2014 г.

Джен Псаки назвала себя жертвой «российской пропаганды», хотя никто из официальных лиц никаких «пропагандистских» комментариев в её адрес не делал, но качество её выступлений не прошло мимо внимания российских

пользователей Интернета, в результате поисковик «Яндекс» выдаёт следующий результат (Рис. 10):

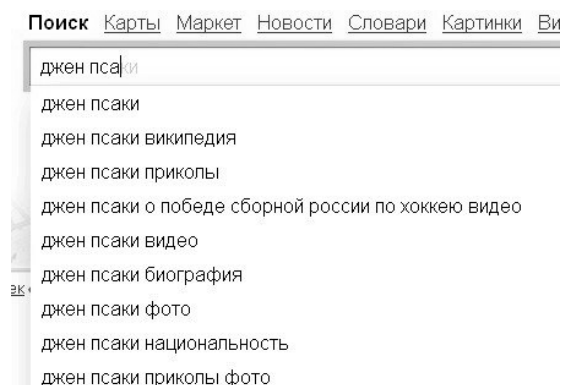


Рис. 10. Представление поисковых слов на Яндексе.

Кстати, одним из выступлений, прославивших Джен Псаки, было её утверждение о том, что Россия причастна к протестам на востоке Украины. В качестве доказательств она привела фотографии, размещённые в социальных сетях, на которых запечатлены люди, «чья внешность указывает на их связь с Россией» [11]. Таким, увы, анекдотическим образом, она ещё раз продемонстрировала действие обратной связи между дипломатическим ведомством и пользователями социальных сетей.

Другой аналогичный случай уже нельзя рассматривать как анекдот, а необходимо рассматривать уже как проявление информационной войны. 14 июня на официальном сайте НАТО было опубликовано сообщение о «доказательствах» вторжения российских войск на Украину, подкреплённое соответствующими спутниковыми изображениями [12].

Не доверять такому серьёзному ведомству формально нет никаких причин, однако уже 16 июня известный российский блоггер Анатолий Эль-Мюрид обнаружил полученное им письмо бывшего сотрудника Государственного космического агентства Украины, в котором тот раскрыл несоответствие обнародованных снимков подлинным изображениям с космических аппаратов [13].

Эту же информацию подтвердил и веб-портал «PravdaTodey», который разместил у себя письмо бывшего военнослужащего Украины, говорящего, что о «подтасовках на снимках» было неоднократно доложено и.о. министра обороны Украины Михаилу Ковалю, однако, по словам автора письма, «руководству Минобороны было всё равно». Портал приводит снимки и описание к ним, опубликованные в украинских СМИ, а также схему разоблачения этих снимков от автора письма [14].

На фоне быстрого расширения масштабов использования в общественно-политической жизни социальных медиа возникла необходимость в разработке новых научных подходов к социальным сетям, которые построены на

технологической базе, не существовавшей до последнего времени. В 2011 г. агентство DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) начало работу по проекту SMISC (Social Media in Strategic Communication). В проекте исследования отмечалось, что условия, в которых вооружённые силы США проводят свои операции, быстро меняются по мере распространения сайтов социальных сетей, блогов и технологий обмена аудиовизуальной информацией (например, You Tube), причём эти изменения только ускоряются с развитием мобильных инфо-коммуникационных технологий.

Изменения в природе международных конфликтов, инициированные применением социальных медиа, являются столь же глубокими, как и изменения, вызванные предыдущими революциями, поэтому главной задачей проекта SMISC являлась разработка новых научных подходов к социальным сетям. Проект предполагал разработку автоматизированных и полуавтоматизированных инструментов и технологий для систематического, основанного на соответствующих методиках, использования социальных медиа для того, чтобы:

- распознавать структуры кампаний по убеждению и операций влияния в рамках социальных сетей и сообществ;
- идентифицировать участников и намерения и измерять эффект от проведения кампаний по убеждению;
- противостоять сообщениям, передаваемым враждебной стороной в ходе выявленных операций влияния;
- выявлять, классифицировать, измерять и отслеживать следующие направления: образование, развитие и распространение концепций и идей, а также целенаправленность вводящих в заблуждение сообщений и дезинформации.

В итоге, к концу 2011 г. Лабораторией передовых технологий LM ATL (Lockheed Martin Advanced Technology Laboratories) был разработан инструмент анализа социальных сетей и динамики мнений SNODA (Social Networks and Opinion Dynamics Analysis tool), который был предназначен для моделирования, анализа и визуализации распространения мнений в больших социальных сетях. SNODA позволяет осуществлять моделирование операций влияния (influence operations), направленных на изменение мнений в желаемом направлении. Апробация и эксперименты были проведены на членах социальной сети из состава специально созданного искусственного виртуального сообщества.

В области применения современных разработок из сферы «визуальной аналитики» для организации контроля над киберпространством и анализа социальных сетей заслуживает внимания разработка лаборатории PNNL (Pacific Northwest National Laboratory) – визуальная аналитическая среда Starlight (Starlight Visual Information System – VIS). Следует отметить,

что в число пользователей системы входят АНБ, ФБР, ЦРУ, РУМО, Министерство обороны Великобритании, Управление полиции Нью-Йорка и др. Среда Starlight представляет собой технологическую платформу для визуального анализа, которая позволяет пользователям в интерактивном режиме переключаться между различными формами отображения информации (геопространственными, временными, сетевыми и другими).

Среди средств работы с социальными сетями следует отметить технологии совместной англо-американской компании «i2», которые помогают автоматизировать аналитическую деятельность, обеспечивая поиск скрытых закономерностей и связей и визуализируя объекты анализа. Разработки «i2» представляют собой аналитическую среду, позволяющую легко интегрироваться с GIS-технологиями и другими технологиями аналитической обработки данных.

Среди разработок «i2» отметим модуль SNA (Social Network Analysis), нацеленный на анализ и понимание сложных сетей сущностей, как, например, люди или организации, путём измерения или «взвешивания» взаимодействия между ними. Этот модуль комбинирует организационную теорию с математическим моделированием и берёт своё начало в социологии.

Ключевой концепцией в анализе социальных сетей является центрированность (centrality). Сеть с высокой центрированностью управляется единственным человеком, который контролирует основные информационные потоки и может представлять собой потенциальную точку сбоя связи. Сети с меньшей степенью центрированности не имеют таких слабых мест, поэтому они будут продолжать функционировать и в случае выхода каких-либо каналов из строя.

Здесь следует сказать несколько слов о «сетецентризме». Впервые термин «сетецентрический» (Network Centric) был использован вице-адмиралом ВМС США Артуром Себровски и Джоном Гарстка в опубликованной ими в журнале «Proceedings» в январе 1998 г. статье «Сетецентрическая война: её происхождение и будущее». Данная концепция была доработана и представлена в книге Джона Гарстка, Дэвида Альбертса и Фреда Стейна.

Необходимо отметить, что концепция «сетецентрической войны», по существу, представляет собой не новый тип войны, а новый подход к подготовке, организации и ведению боевых действий, где в центре внимания оказывается сеть. Причём наиболее важным аспектом являются принципы её организации и, во многом, самоорганизации.

В основе такой сети лежит глобальная информационная решётка (ГИР – GIG, рис. 11). GIG – это глобально взаимосвязанное, сквозное (end-to-end) множество информации, которое в ней накапливается, хранится, распространяется и распределяется по запросу от военных, политических деятелей и обслуживающего

персонала. GIG объединяет свои и арендованные коммуникации, компьютерные системы и сервисы, программное обеспечение (включая приложения), данные, сервисы безопасности, другие связанные сервисы, а также системы обеспечения национальной безопасности.

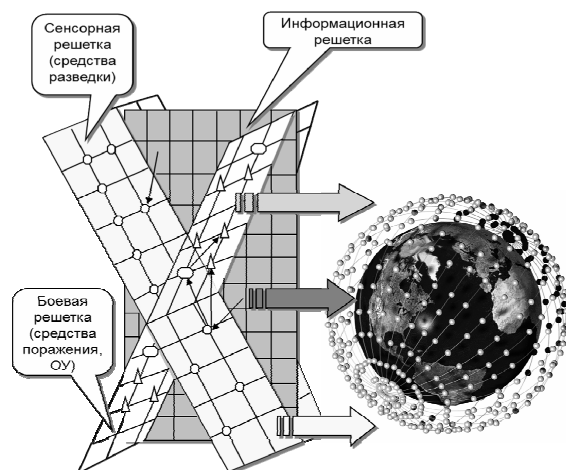


Рис. 11. Модель глобальной информационной решетки.

Таким образом, продолжающаяся технологическая и контентная революция в средствах массовой коммуникации по ряду основных показателей усложняет взаимодействие участников международных отношений. Невиданный ранее формат тесного взаимодействия между обществом и дипломатическими ведомствами делает современную дипломатию чрезмерно публичной, с одной стороны, и менее сдержанной – с другой. В этих обстоятельствах очень важно, не упуская информационной инициативы и применяя новые современные средства коммуникации с их специфическим стилем общения, не допускать падения уровня политической культуры, как это произошло с дипломатическими ведомствами США и некоторых других стран.

Использование цифровых технологий в сфере дипломатической деятельности открывает новые возможности для проведения политики «мягкой силы», для выработки согласованных действий по преодолению обществу политико-социальных и экономических кризисов, а также выработке мер по их недопущению.

Список литературы

1. Интервью заместителя директора Департамента информации и печати МИД РФ Марии Захаровой Радио ООН // URL: <http://www.unmultimedia.org/radio/russian/archives/137431/>
2. Внешнеполитический портал Франции // URL: <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/>
3. Официальный сайт МИД Италии // URL: <http://www.esteri.it/MAE/IT>
4. Официальный сайт МИД России // URL: <http://www.mid.ru/bdomp/sitemap.nsf>
5. Мария Захарова – о том, зачем МИД РФ понадобились Фейсбук и Твиттер // URL: <http://www.unmultimedia.org/radio/russian/archives/137431/>
6. Российский МИД завёл необычный аккаунт в Фейсбуке // URL: <http://lenta.ru/articles/2013/04/19/mid/>
7. МИД предложил дипломатам США помощь из-за ошибки в Twitter посольства // URL: <http://ria.ru/world/20140408/1003085310.html>
8. Соколов М.Ю. Креативная дипломатия // URL: <http://izvestia.ru/news/570438>
9. См. <https://twitter.com/idaltae/status/472819528326332416/photo/1>
10. Белый дом скатился до уровня – «Троль обыкновенный» // URL: <http://pervodika.ru/articles/24713.html>
11. Госдеп США делает выводы о ситуации на Украине по фотографиям из Интернета // URL: <http://politikus.ru/video/17463-gosdep-ssha-delaet-vyvody-o-situacii-na-ukraine-po-fotografiyam-iz-interneta.html>
12. См. <http://aco.nato.int/statement-on-russian-main-battle-tanks.aspx>
13. См. <http://el-murid.livejournal.com/1875424.html>
14. Натовские снимки с русскими танками – фальшивка // URL: <http://pravdatoday.info/content/natovskie-snimki-s-russkimi-tankami-falshivka-dokument>

Об авторе

Сурма Иван Викторович – к.э.н., член экспертного совета Комитета по финансовому рынку Государственной Думы РФ, доцент кафедры государственного управления и национальной безопасности Дипломатической академии МИД России. E-mail: vsurma@gmail.com

DIGITAL DIPLOMACY IN THE DISCOURSE OF GLOBAL POLICY

I.V. Surma

Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of Russia, 119992, Moscow, Ostozhenka, 53/2, building 1.

Abstract: *The article presents a comparative analysis of the official presence on the Internet, including social networking sites, of the state diplomatic agencies of France, Italy, Russia, and others. A new form of "digital diplomacy" on the one hand provides new opportunities for the implementation of the state international politics, and on the other, imposes special requirements on its members. There is the feedback loop between the diplomatic and public agencies (a new phenomenon of the modern information society).*

Social media play an important role in shaping public opinion, which puts forward specific requirements for how information on the official pages of diplomatic offices in social networks. The new format of close cooperation between the public and diplomatic agencies makes the modern diplomacy more public and less restrained. In these circumstances, it is very important information without losing the initiative and applying new and modern means of communication with their particular style of communication, they can not fall the level of political culture, as happened with the diplomatic authorities of the USA and some other countries. Thus, the ongoing technological revolution complicates the interaction between the participants of international relations. The usage of digital technologies in the diplomatic activity opens up new possibilities for conducting a policy of «soft power» aimed to develop concerted action to overcome the political, social and economic crises, as well as develop the measures to prevent them.

Key words: world politics, digital diplomacy, social networks, international relations, network theory, «soft power», trolling, foreign policy.

References

1. The Interview by Deputy Director of the Information Department of the Russian Foreign Ministry Maria Zakharova to the UN Radio (in Russian) // URL: <http://www.unmultimedia.org/radio/russian/archives/137431/>
2. Official Internet Site of the Foreign Affairs Ministry of France (in Russian) // URL: <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/>
3. Official Internet Site of the Foreign Affairs Ministry of Italy(in Russian) // URL: <http://www.esteri.it/MAE/IT>
4. Official Internet Site of the Foreign Affairs Ministry of Russia (in Russian) // URL: <http://www.mid.ru/bdomp/sitemap.nsf>
5. Maria Zakharova Explains Why Russian Foreign Affairs Ministry Needed Facebook and Twitter (in Russian) // URL: <http://www.unmultimedia.org/radio/russian/archives/137431/>
6. MFA of Russia Created an Unusual Facebook Account (in Russian) // URL: <http://lenta.ru/articles/2013/04/19/mid/>
7. MFA of Russia Offered USA Help Because of the Mistake on Twitter (in Russian) // URL: <http://ria.ru/world/20140408/1003085310.html>
8. Sokolov M. J. Creative Diplomacy (in Russian) // URL: <http://izvestia.ru/news/570438>
9. См. <https://twitter.com/idaltae/status/472819528326332416/photo/1>
10. The White House Has Degraded to the Level of the " Ordinary Troll " (in Russian) // URL: <http://perevodika.ru/articles/24713.html>
11. United States Department of State Draws Conclusions on the Situation in Ukraine Based on the Pictures from the Internet (in Russian) // URL: <http://politikus.ru/video/17463-gosdep-ssha-delaet-vyvody-o-situacii-na-ukraine-po-fotografiyam-iz-interneta.html>
12. См. <http://aco.nato.int/statement-on-russian-main-battle-tanks.aspx>
13. См. <http://el-murid.livejournal.com/1875424.html>
14. NATO's Shots with Russian Tanks Are a Fake (in Russian) // URL: <http://pravdatoday.info/content/natovskie-snimki-s-russkimi-tankami-falshivka-dokument>

About the author

Ivan Viktorovich Surma – PhD in Economics (Kandidat Nauk), member of the Advisory Board (Council of Experts) of the Committee on Financial Markets of the State Duma, associate professor of the Department of Public Administration and National Security, Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of Russia.
E-mail: vsurma@gmail.com