

УДК 94; 327.83

**АМЕРИКАНСКАЯ ЦИФРОВАЯ ДИПЛОМАТИЯ В ИНДИИ  
ПРИ ДЖ. БУШЕ-МЛАДШЕМ И Б. ОБАМЕ**

© 2021 г.

*Е.А. Шур*

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург

elshur@yandex.ru

*Поступила в редакцию 15.05.2020*

Несмотря на то что значимость цифровой дипломатии не вызывает сомнений, данная тема остается сравнительно малоизученной как в отечественной, так и в зарубежной науке. В статье рассматривается цифровая дипломатия США в Индии, которая стала значимым инструментом для вовлечения Нью-Дели в диалог и выгодное для Вашингтона партнерство.

*Ключевые слова:* история международных отношений, цифровая дипломатия, американо-индийские отношения, «мягкая сила», внешняя политика США, Индия.

**Введение**

Соединенные Штаты можно назвать первопроходцем в области цифровой дипломатии, поскольку они первые среди субъектов международных отношений начали интегрировать цифровые методы в политическую сферу. Робкие попытки в этом направлении были предприняты еще при Б. Клинтоне, но только администрация Дж. Буша-младшего начала серьезно осваивать эту тематику. Старт ширококомасштабному внедрению информационных технологий в публичную дипломатию был дан Б. Обамой и его окружением [1, р. 127]. В Индию американская цифровая дипломатия стала проникать при Буше-младшем, так как именно ему принадлежит ключевая роль в развертывании публичной дипломатии США в этой стране. Это вызвано тем, что Буш придавал неимоверное значение отношениям с Республикой Индия. Неподдельный интерес был обусловлен тем, что на фоне борьбы с терроризмом США нуждались в союзниках и партнерах, а Индия являлась носителем целого ряда уникальных характеристик. К ним относятся выгодное географическое положение (близость к стратегически значимым регионам – Ближнему Востоку и Азиатско-Тихоокеанскому региону), многолетняя борьба с исламским терроризмом и экстремизмом, приверженность демократическим ценностям (это было особенно значимо для Дж. Буша-младшего) и длительное противостояние с Китаем, а также лидирующие позиции в регионе Южная Азия [2, с. 198]. В период президентства Б. Обамы интерес к Индии не угас, а, скорее, вошел в новое, более прагматическое русло. В свою очередь, цифровая дипломатия входила в арсенал средств, направленных на вовлечение Индии в выгодное для США сотрудничество. При этом цифрови-

зация затронула практически все сферы публичной дипломатии, проникая даже в традиционные образовательные программы и инициативы по эмансипации женщин.

Поворот Вашингтона в сторону цифровой дипломатии в Индии был связан с тем, что в этой стране неуклонно росло число пользователей Интернета и социальных сетей. По данным Freedom House, проникновение Всемирной паутины в Индию повысилось с 5% в 2009 г. до 26% в 2016 г. [3; 4]. С учетом численности индийского населения речь идет о колоссальном количестве пользователей. Однако при сопоставлении процентных показателей Индии с показателями развитых и других динамично развивающихся стран, по охвату населения Интернетом республика заметно уступает [5, с. 17]. Развитию интернет-отрасли способствовал целый ряд факторов, главным образом – усилия правительства по продвижению высоких технологий, модернизация экономики и интерес к местному рынку со стороны двух цифровых гигантов: Google и Facebook [6]. Тем не менее успехи в этом направлении затрагивали в основном крупные агломерации и средние города, обходя стороной труднодоступные деревни, которые продолжали быть оторванными от благ цивилизации. В 2011 г. на каждые десять горожан, имеющих выход в сеть Интернет, приходился всего один сельский житель, обладающий доступом к Всемирной паутине [5, с. 3]. Наряду с этим, еще несколько препятствий стояли на пути цифровой дипломатии США в Индии: уровень бедности и неграмотность среди индийцев [7, р. 12], в первую очередь в сельской местности. В этой связи вспомогательным инструментом для реализации дипломатии Web 2.0 являлись американские проекты по электрификации отдаленных районов республики в рам-

ках оказания помощи развитию и помощи нуждающимся (одного из ключевых направлений публичной дипломатии).

Цифровая дипломатия Соединенных Штатов в Индии включала в себя три направления, которые соответствуют разделам данной статьи. Первый посвящен цифровой поддержке активистов гражданского общества. Во втором разделе анализируется миграция американского теле- и радиовещания в сеть Интернет. Третий раздел касается налаживания диалога с индийскими пользователями социальных сетей.

### 1. *Цифровое обучение и поддержка гражданских активистов*

Одной из приоритетных задач публичной дипломатии Соединенных Штатов в Республике Индия было воспитание поколения гражданских активистов, способных своими действиями подточить старые устои индийского общества. Им на смену, по замыслу Вашингтона, должны прийти моральные принципы и ценности, более близкие к американской культуре. Носители этих новых ценностей будут служить проводниками интересов американского истеблишмента. Это в конечном итоге должно привести к превращению Индии в младшего брата США. При этом, если в авторитарных государствах предполагался радикальный слом существующего строя, то в Индии речь шла о «мягкой» трансформации внешнеполитического курса под влиянием гражданского общества. Для того чтобы миссия активистов была более успешной и могла оказывать воздействие на широкие слои населения, было принято решение сделать ставку на цифровые методы. К данному направлению можно причислить два проекта. Первый нацелен на цифровую подготовку активистов. Вторым проектом представляет собой разработку способов и методов обойти интернет-цензуру.

TechCamp («Технологический лагерь») можно с уверенностью назвать одним из самых успешных проектов дипломатии Web 2.0. Дебют TechCamp состоялся в 2010 г., однако на Индию он был распространен лишь в 2015 г. ввиду вышеуказанных проблем, с которыми сталкивался Государственный департамент при реализации цифровой дипломатии в этой стране. Организационной стороной вопроса при активном содействии американских дипмиссий в Индии занимался сначала Офис по электронной дипломатии (The Office of eDiplomacy), а с 2015 г. Бюро по международным образовательным программам [8, р. 26]. Именно на посольство в Нью-Дели и консульства была возложена функция отбора участников проекта, хотя следует отметить, что за выбор участников из дру-

гих стран отвечали миссии США в стране проживания претендентов.

Несмотря на краткосрочность таких лагерей, в их задачу входило культивирование сотрудничества между специалистами в сфере информационных технологий и представителями гражданского общества в рамках работы над совместным социально значимым проектом. Активисты также посещали мастер-классы и получали консультации по применению высоких технологий для отстаивания своей гражданской позиции. Сами названия мастер-классов уже показывают, каким методам обучали участников: успешные онлайн-/офлайн-кампании, цифровое повествование (digital storytelling), визуализация данных и использование инструментов онлайн-обучения и т.д. [9]. Кроме того, каждому TechCamp была присуща собственная тематика. В частности, лагерь 2015 г. в Нью-Дели прошел под знаком привлечения внимания молодежной аудитории с помощью цифровых методов [10, р. 42]. TechCamp собрал представителей индийских неправительственных научно-исследовательских центров и правозащитных организаций. Тектонический сдвиг внешнеполитической стратегии США в сторону противоборства с ИГИЛ нашел свое отражение в повестке дня следующего лагеря. TechCamp в Хайдарабаде в ноябре 2016 г. был посвящен информационным технологиям для борьбы с экстремизмом [11]. В его работе приняли участие не только индийцы, но также активисты из стран Южной и Юго-Восточной Азии.

После завершения работы лагерей его «выпускники» продолжали оставаться на связи не только с организаторами, но и с IT-специалистами, которые в ходе проведения TechCamp делились своими навыками и опытом. Например, организовывались семинары, с тем чтобы стимулировать взаимодействие бывших участников и их технических наставников. Общение было построено по сетевому принципу, что соответствует современным тенденциям в публичной дипломатии. Роль модераторов принадлежала сотрудникам Государственного департамента, которые направляли диалог в нужное русло. Кроме того, семинары позволяли объединить усилия участников для реализации на практике проектов, разработанных во время лагерей. Другим способом поддерживать коммуникацию между выпускниками стали хештеги #TCSouthAsia, #TechCampHyderabad и #TechCampNewDelhi на платформах Twitter и Facebook, с помощью которых гражданские активисты могли делиться своими успехами по внедрению современных технологий в свою деятельность. С этой же целью на сайте проекта

был запущен блог. Помимо этого на сайте публиковались советы по применению социальных сетей в работе НГО и активистов гражданского общества [12].

Второй проект в рамках поддержки лидеров гражданского общества касается свободы Интернета. Это обусловлено тем, что скорость распространения прогрессивных идей в молодежной среде во многом зависит от доступа к таким цифровым продуктам, как блоги, социальные сети и веб-платформы. На протяжении многих лет в Индии не наблюдалось серьезных проблем с цензурой. Однако обстановка изменилась после терактов в Мумбаи в 2008 г., когда власти страны начали активно вводить ограничения на контент в Интернете и блокировать сайты [13], а также внесли поправки о цензуре в Закон об информационных технологиях 2000 г. Наибольшая волна интернет-репрессий обрушилась на пользователей из штата Джамму и Кашмир<sup>1</sup> в связи с тем, что регион является расадником терроризма, экстремизма, сепаратизма и исламского фундаментализма. Однако в этом контексте Вашингтон не стремился критиковать Нью-Дели за подавление свободы Интернета. С одной стороны, это объясняется американскими опасениями по поводу популярных в Кашмире идей радикального толка, а с другой – тем фактом, что гонениям подвергались в основном индийские сайты и социальные сети, тогда как ограничения обходили стороной платформы Facebook, Twitter и видеохостинговый сайт YouTube.

Что касается остальной части Индии, то руководство США проявляло больше сочувствия и поддержки, особенно после победы на выборах Бхаратия джаната парти и Н. Моди, который показал себя в качестве рьяного узурпатора свободы Всемирной паутины. В качестве примера можно привести аресты блогеров, критикующих социальные и политические проблемы в стране, а также коррупцию и бездействие правительства [4, с. 2]. Начались частые и достаточно продолжительные перебои в работе кабельного и мобильного Интернета, причиной которых служили действия властей. Такая обстановка препятствовала усилиям гражданских активистов по мобилизации общественного мнения. В этой связи для увеличения охвата аудитории и обхода правительственной цензуры сайт Фонда открытых технологий (Open Technology Fund – OTF) был переведен на хинди, урду и бенгальский языки. OTF представляет собой неправительственный фонд, бюджет которого пополняется за счет грантов Совета управляющих по вопросам вещания. В задачу

фонда входило создание и распространение антицензурного программного обеспечения.

## 2. *Перенос теле- и радиовещания в сеть Интернет*

Богатая палитра языкового и культурного разнообразия Индии значительно осложняла налаживание американского вещания в этой стране. Именно поэтому еще в разгар холодной войны была построена система вещания, базирующаяся на лингвистическом принципе. К моменту прихода к власти Дж. Буша-младшего информационный компонент публичной дипломатии США в Индии продолжал состоять из трех служб «Голоса Америки» – на хинди, на урду и на бенгальском (Voice of America's Hindi Service, Urdu Service и Bangla Service – VOA Hindi, VOA Urdu и VOA Bangla). Несмотря на то, что вещание на урду и бенгальском велось в первую очередь с акцентом на Пакистан и Бангладеш, индийское население также составляло значительную аудиторию этих служб. Объяснение этому явлению кроется в том, что индийские мусульмане находятся под информационным влиянием урдуязычных СМИ, функционирующих на территории Пакистана, и это при том, что официально пакистанское телевидение в Индии запрещено.

В конце президентства Дж. Буша-младшего начался перенос «Голоса Америки» на хинди, урду и бенгальском в онлайн-пространство. С этой целью для каждой службы были созданы собственные разделы на сайте «Голоса Америки», где размещали теле- и радиопередачи. VOA Hindi был представлен одновременно на двух сайтах – <https://www.voanews.com/hindi> и <http://www.voasamachar.com>. Интересно отметить, что даже после закрытия традиционного вещания на хинди эти сайты продолжали пополняться видео. Почти перед самым уходом Буша-младшего из Белого дома в январе 2009 г. были созданы YouTube-каналы для вышеупомянутых языковых подразделений: VOA News Hindi, VOA Urdu и VOA Bangla, где представлено множество небольших видео, отрывков телепрограмм и интервью с известными политиками. Видео затрагивали типичные для американской публичной дипломатии темы: здоровье, науку и технологии, политику, американцев индийского происхождения, а также инаугурацию президента Обамы. В отличие от «Голоса Америки» на хинди, которому удалось собрать достаточно небольшое число подписчиков – около 1 тыс. человек, его урдуязычный собрат был более успешным. Видео, размещенные на YouTube-канале VOA Urdu, быстро набирали по несколько тысяч просмотров, тогда как число

просмотров у VOA Hindi варьировалось 8 до 700 [14]. В итоге весной 2010 г. руководство «Голоса Америки» приняло решение свернуть проект VOA Hindi на YouTube. На закате второго президентского срока Дж. Буша-младшего был также создан блог, благодаря которому поклонники VOA Hindi, VOA Bangla и VOA Urdu могли выражать свое мнение.

Дальнейшее проникновение «Голоса Америки» в социальные сети происходило при Б. Обаме. В частности, были созданы аккаунты VOA Urdu и VOA Bangla в Twitter [15], Instagram [16] и Facebook [17]. Успех цифровизации служб «Голоса Америки» на урду и бенгальском подтверждается тем, что они продолжают пользоваться популярностью до сих пор. Создание блога и аккаунтов позволило Соединенным Штатам не просто выстраивать «вслепую» свою публичную дипломатию, а тщательно изучать интересы и мнения индийской аудитории и на основе этой информации формировать ответный меседж. Речь идет о модной концепции listening.

Выстраивание диалога с пользователями социальных сетей стало еще одним флагманским инструментом цифровой дипломатии США в Индии. К этому направлению относились две категории проектов. В рамках первой категории изучалось общественное мнение среди индийцев, пользующихся социальными сетями. Кроме того, эта категория проектов ставила перед собой цель нивелировать негативные высказывания в адрес Соединенных Штатов и их внешней политики в индийской версии Всемирной паутины. Во вторую категорию вошли проекты, нацеленные на установление реального контакта с индийцами через официальные и персональные странички дипломатических миссий, их глав в социальных сетях. С помощью данного метода Вашингтон стремился расположить к себе местную аудиторию и донести до нее позитивный меседж о США и их действиях на международной арене. Ввиду того что диалог является основой для этого направления цифровой дипломатии, можно констатировать, что прослеживается влияние идей конструктивизма.

Анализ данных популярных социальных сетей применялся для идентификации посылов со стороны индийского общества. Собранный материал использовался для разработки ответного послания, способного убедительно транслировать позитивный имидж США. Такая двухсторонняя система коммуникации активно пропагандировалась заместителем Государственного секретаря по общественной дипломатии и связям с общественностью К. Хьюз. Именно она была инициатором создания Digital Outreach Team («Команда по цифровым внешним кон-

тактам» – DOT). Несмотря на то, что DOT относится к ранним проектам цифровой дипломатии, она быстро получила поддержку у руководства страны. На первых порах в задачу команды входило пресечение радикальных идей, распространявшихся экстремистскими группировками в арабоязычной версии всемирной сети [18, p. 468]. Однако вскоре сфера деятельности DOT расширилась и стала включать в себя урдуязычный Интернет. Таким образом, индийские мусульмане, в частности жители штата Джамму и Кашмир, стали объектом изучения проекта. Помимо непосредственного изучения негативной информации, сотрудники вступали в контакт с радикально настроенными пользователями социальных сетей и стремились снизить градус антиамериканских настроений. Большая часть высказываний DOT относились к внешней политике США, которая всячески оправдывалась, что приводило к серьезным дебатам. Помимо текстовых сообщений, в ход также шли аудиовизуальные материалы, в частности размещались видео.

«Команда по цифровым внешним контактам» обладала определенной спецификой, которая стала визитной карточкой проекта. Во-первых, в команду входили носители языка. Это позволило не только грамотно воспринимать и анализировать поступающую информацию, но и проникать в глубинные смыслы написанного, что зачастую понятно лишь носителю языка с учетом лингвокультурных традиций. Во-вторых, на страничках членов команды, откуда велось наблюдение, был указан Государственный департамент в качестве места работы, т.е. DOT открыто признавал связь с американским правительством [19, p. 10]. Тем не менее специалисты команды стремились придать общению неформальный характер. Несмотря на популярность проекта во внешнеполитических кругах, никакого документального подтверждения его эффективности нет. Более того, по мнению исследователя из Оксфордского университета И. Манора, о провале проекта красноречиво говорят длительные паузы в переписке, которые были необходимы для поиска подходящего ответа со стороны сотрудников команды [20, p. 74]. Однако при следующем заместителе Государственного секретаря по общественной дипломатии и связям с общественностью Джеймсе Глассмане проект продолжал функционировать, хотя с приходом Б. Обамы в Белый дом «война идей» уступила место «глобальному идеологическому вовлечению» [21, p. 8].

За мониторинг социальных сетей отвечал не только Государственный департамент, но и разведывательное сообщество. В 2005 г. по реко-

мендации комиссии по расследованию терактов 11 сентября 2001 г. аппарат директора Национальной разведки США создал Open Source Center, который спустя десятилетие получил новое название – Open Source Enterprise [22, p. 115]. В зону ответственности центра входила так называемая «разведка на основе открытых данных», под которой понимаются сбор и последующий анализ информации, находящейся в открытом доступе. Источниками информации служили «Интернет, базы данных, СМИ, радио, телевидение, данные геолокации, фотографии и коммерческие изображения» [23]. OSC регулярно направлял внешнеполитическому истеблишменту аналитические отчеты о проделанной работе. Как и DOT, центр также посылал через социальные сети собственный меседж, нацеленный на снижение антиамериканских настроений.

В 2010 г. Open Source Center провел серьезное исследование, касающееся популярных в Индии социальных сетей. Выявление поведенческих паттернов индийских пользователей и особенностей национального интернет-рынка стало фундаментом, на основе которого можно было планировать и корректировать цифровую дипломатию в этой стране. В результате исследования были сделаны выводы о том, что наиболее популярны Facebook и Orkut, хотя Twitter и местные сервисы микроблогинга (такие, как SMS GupShup и Vakow) также повышали свои позиции [24, p. 4]. Обращение индийской общественности к Twitter приходится на период терактов в Мумбаи, когда с помощью этой социальной сети жители Индии обменивались актуальными данными с места событий, а также вступали в споры с негативно настроенными пакистанцами. В отчете указывалось на то, что SMS GupShup способна потеснить Twitter в Индии. Число пользователей этого сервиса составляло около 26 млн пользователей [25]. Пальма первенства среди видеохостинговых сайтов принадлежала YouTube. Именно поэтому на нее активно опирались Соединенные Штаты при имплементации цифровой дипломатии в Индии. Не обошли вниманием и онлайн-платформу Flickr, которая также была включена в список приоритетных как для дальнейшего мониторинга, так и в качестве средства общения между индийскими пользователями и США.

Стоит особо отметить, что, по данным ЦРУ, 92% индийских блогов писалось на английском языке. Эти данные были взяты за основу Государственным департаментом при создании собственных аккаунтов и блогов в индийском интернет-пространстве. В ходе исследования также выяснилось, что наиболее активными поль-

зователями являются молодые люди и мужчины с прочным материальным положением в возрасте от 15 до 34 лет. Хотя Вашингтон проявлял неподдельный интерес к молодежи, в приоритетную аудиторию входили женщины, граждане со средним доходом и маргинальные слои населения. Не меньшее внимание США было приковано к жителям штата Джамму и Кашмир. Этот регион примечателен тем, что он является местом компактного проживания индийских мусульман, большая часть которых находится под сильным влиянием со стороны пакистанских властей и разнообразных экстремистских и террористических группировок. ЦРУ следили за такими сообществами в социальных сетях. В эту группу входят the Anjuman-e-Himaayat-e-Sanbazaan-e-Kashmir (Association of Stone-Pelters of Kashmir), Koshur Mazloom (Helpless Kashmiri), Citizens of Kashmir, Bleeding Paradise и I Protest Against the Atrocities on Kashmiris, чьи посты собирали более 1000 «лайков» в Facebook [24, p. 7]. Блоги сепаратистского характера также попадали под прицел OSC, так как зачастую кашмирские сепаратисты неразборчивы в методах и прибегают к самым радикальным из них. К таким блогам относятся The Saints are Coming, Saadat's Blog (saadat.in/blog), Kashmir-truth-to-be-told.blogspot.com и Kashmir forum (Kashmir.forumakers.com).

Создание и ведение страниц в социальных сетях также связано с установлением диалога с индийцами. Помимо непосредственного донесения информации до аудитории, большое значение придавалось корректировке меседжа на основе изучения реакции реципиентов. Большая часть аккаунтов американских дипломатических учреждений, базирующихся в Индии, появилась на Facebook, Twitter и YouTube в 2009–2010 гг. [26, p. 1]. Именно в этот период президент Б. Обама дал старт полноформатной реализации цифровой дипломатии США во всем мире. Немного позже американские миссии в Республике Индия обзавелись аккаунтами в Instagram и Flickr. За своевременным обновлением контента следили специальные отделы в каждом дипломатическом учреждении при поддержке Бюро по международным информационным программам. Роль командного центра была отведена отделу по связям с общественностью посольства США в Нью-Дели (Public Affairs Section). С 2009 г. по 2011 г. отделу удалось выполнить возложенные на него задачи по интеграции высоких технологий с задачами миссии [27, p. 21].

Благодаря аккаунтам в разных социальных сетях, отдел продуцировал разнообразные социально-медийные продукты, что обеспечивало

большой охват аудитории. Facebook служил источником информации о предстоящих мероприятиях и конкурсах. На Flickr размещались фотоматериалы американской публичной дипломатии. Последнее особенно актуально, так как современная молодежь предпочитает воспринимать информацию через визуальные образы. Twitter играл роль рупора американской политической элиты, так как там регулярно публиковались выдержки из речей известных политиков, например Х. Клинтон. Особую значимость приобрел хештег *#USIndia*: благодаря этой метке пользователи могли оставаться в курсе актуальных событий, связанных с американо-индийскими отношениями. Так как цифровая дипломатия США стремилась расширить свое влияние, отдел использовал специальные мобильные приложения, которые заменяли собой социальные сети. Это была вынужденная мера, так как достаточно большой процент жителей Индии не имел доступа к социальным сетям.

Налаживанием диалога с индийскими пользователями социальных сетей занимались не только официальные дипломатические учреждения и ведомства правительства США. Эта сфера также находилась в поле зрения отдельных высокопоставленных дипломатов. Следует отметить, что не все главы дипломатических миссий с одинаковым энтузиазмом относились к этим инструментам публичной дипломатии. Наибольшую активность проявили посол Тимоти Дж. Ремер и Генеральный консул в Хайдарабаде Кэтрин Хадда. В частности, Т. Ремер запустил собственный блог о своих путешествиях по малоизвестным местам Индии, который пользовался популярностью у индийской аудитории [28]. Делясь впечатлениями от поездок, посол ненавязчиво затрагивал общественно значимые вопросы – например, гендерное неравенство и образование. К. Хадда также прославилась своей симпатией к социальным сетям. Ее посты в Twitter касались, главным образом, прав человека и женской эмансипации.

При реализации отдельных проектов и инициатив, направленных на выстраивание американо-индийских отношений, также пользовались социальными сетями в качестве инструмента внешней коммуникации. К ним относятся Американо-индийский бизнес-совет (US-India Business Council) [29], Американо-индийский образовательный фонд (United States-India Educational Foundation) [30], Американо-индийский фонд науки и техники (United States-India Science and Technology Endowment) [31], Американо-индийский технологический саммит (India – US Technology Summit) [32] и т.д. Публикации этих

рабочих групп были напрямую связаны с их деятельностью и представляли интерес в основном для определенных групп населения, что позволяло увеличить число индийцев, находящихся под воздействием американской публичной дипломатии.

Примечателен факт, что подавляющее большинство страничек в социальных сетях и на онлайн-платформах велось исключительно на английском языке. Исключение составляли USAHindiMein и USAUrdu в «Твиттере» и «Фейсбуке», а также медиаплатформа ShareAmerica на урду. Существует несколько причин, почему английский язык доминировал в цифровой дипломатии Вашингтона в Индии. В первую очередь неукомплектованность дипломатического корпуса специалистами со знанием местных языков препятствовала ведению аккаунтов в социальных сетях на хинди и урду. Помимо превосходного знания языка, специалисты должны были обладать достаточным опытом по применению интернет-методов для достижения внешнеполитических целей. Кроме того, как это ни парадоксально, до 2014 г. в индийской блогосфере и социальных сетях превалировал английский язык [33]. Это обусловлено тем, что жители крупных городов, имеющих доступ к Интернету, обладали достаточным уровнем английского языка и не нуждались в использовании хинди. Что касается менее образованной части индийцев, проживающей в основном в сельской части Индии или в городских трущобах, то они не могли себе позволить современные гаджеты. Развитие рынка информационных технологий и проникновение Интернета в небольшие города и села способствовали лингвистической трансформации социальных сетей в Индии. Кроме того, Н. Модии активно пропагандировал применение родного языка в социальных сетях и даже материально стимулировал чиновников вести аккаунты на хинди [34].

В 2011 г. Управление генерального инспектора (the Office of Inspector General – OIG) осуществило проверку деятельности американских дипмиссий в Индии, в рамках которой была проанализирована эффективность цифровых методов. По мнению Управления, дипломатические учреждения США в Республике Индия успешно имплементируют цифровую дипломатию. Тем не менее OIG рекомендовало активнее задействовать местный персонал для работы с социальными сетями [27, p. 19].

### Заключение

Подводя итог, стоит отметить, что вопреки плану американской элиты цифровой дипло-

матии не удалось стать ключевым звеном публичной дипломатии Дж. Буша-младшего и Б. Обамы в Индии в связи с двумя труднопреодолимыми факторами: недостаточной развитостью технической инфраструктуры и низким уровнем грамотности. Тем не менее, благодаря усилиям Вашингтона, цифровая дипломатия постепенно усиливала свое влияние в этой стране. Кроме того, она служила плацдармом для большего охвата населения американским информационным влиянием. Это проявлялось как в переносе радио- и телевидения в сеть Интернет, так и в выстраивании диалога с индийскими пользователями. Третье направление цифровой дипломатии было нацелено на формирование пласта активистов гражданского общества, способных оказывать влияние на свое правительство и общественное мнение.

#### Примечание

1. В 2019 г. штат был разделен на две союзные территории: Ладакх и Джамму и Кашмир.

#### Список литературы

- Cull N. J. The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy // *International Studies Review*. 2013. Vol. 15. № 1. P. 123–139.
- Шур Е.А. Публичная дипломатия США в Индии: новый подход администрации Дж. Буша-младшего // *Вестник Омского университета*. Серия: Исторические науки. 2019. № 3 (23). С. 198–206.
- Freedom on the Net 2011. India. Report. // Freedom House. URL: [https://freedomhouse.org/sites/default/files/inline\\_images/India\\_FOTN2011.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/inline_images/India_FOTN2011.pdf) (дата обращения: 18.04.2020).
- Freedom on the Net 2016. India // Freedom House. Report. URL: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2016/india> (дата обращения: 19.04.2020).
- Online and upcoming: The Internet's impact on India. Report // McKinsey Global Institute. December 2012. URL: [https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/dotcom/client\\_service/high%20tech/pdfs/online\\_and\\_upcoming\\_the\\_internets\\_impact\\_on\\_india.ashx](https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/dotcom/client_service/high%20tech/pdfs/online_and_upcoming_the_internets_impact_on_india.ashx) (дата обращения: 19.04.2020).
- Iyengar R. The future of Internet is Indian // *CNN Business*. URL: <https://edition.cnn.com/interactive/2018/11/business/internet-usage-india-future/> (дата обращения: 22.04.2020).
- Internet for Rural India: 2009. Research Paper // Internet and Mobile Association of India. August 2010. URL: <https://cms.iamai.in/Content/ResearchPapers/482a86ce-12cb-4e58-9d49-dc500a7ca697.pdf> (дата обращения: 27.04.2020).
- Hanson F. Revolution @State: The Spread of Diplomacy. Analysis // Lowy Institute for International Policy. March 2012. URL: [https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/03\\_ediplomacy\\_hanson.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/03_ediplomacy_hanson.pdf) (дата обращения: 22.04.2020).
- TechCamp Hyderabad Inspires Solutions to Counter Hate in South and Southeast Asia // Dipnote. US Department of State Official Blog. 2016. 27 December. URL: <http://2007-2017-blogs.state.gov/stories/2016/12/27/techcamp-hyderabad-inspires-solutions-counter-hate-south-and-southeast-asia.html> (дата обращения: 27.04.2020).
- Bringing the World to India. Annual Report 2016 // Observer Research Foundation. URL: <https://www.orfonline.org/wp-content/uploads/2016/10/Annual-Report.pdf> (дата обращения: 23.04.2020).
- TechCamp Hyderabad. Report // Confederation for Voluntary Associations. April 2017. URL: <http://www.covanetwork.org/wp-content/uploads/2017/04/Hyderabad-TechCamp-Report.pdf> (дата обращения: 18.04.2020).
- TechCamp Tips // US Embassy & Consulates in India: [сайт]. URL: <https://in.usembassy.gov/education-culture/techcamps/> (дата обращения: 19.04.2020).
- Keating J. The List: Look Who's Censoring the Internet Now // *Foreign Policy*. 2009. 24 March. URL: [http://www.foreignpolicy.com/articles/2009/03/23/the\\_list\\_look\\_whos\\_censoring\\_the\\_internet\\_now](http://www.foreignpolicy.com/articles/2009/03/23/the_list_look_whos_censoring_the_internet_now) (дата обращения: 20.04.2020).
- VOA News Hindi YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/user/voanewshindi/about> (дата обращения: 18.04.2020).
- VOA Urdu Twitter Account. URL: <https://twitter.com/urduvoa> (дата обращения: 23.04.2020).
- VOA Urdu Instagram Account. URL: <https://www.instagram.com/urduvoa/> (дата обращения: 18.04.2020).
- VOA Urdu Facebook Account. URL: <https://www.facebook.com/voaurdu/> (дата обращения: 19.04.2020).
- Khatib L., Dutton W., Thelwall M. Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team // *The Middle East Journal*. 2012. Vol. 66. № 3. P. 468.
- Strategic Public Diplomacy Testimony of James Glassman before the Senate Committee on Foreign Relations at a Hearing on «The Future of US Public Diplomacy» // Senate Committee on Foreign Relations. 2010. 10 March. URL: <https://www.foreign.senate.gov/imo/media/doc/GlassmanTestimony100310p.pdf> (дата обращения: 27.04.2020).
- Manor I. The Digitalization of Public Diplomacy. NY: Palgrave Macmillan US, 2019. 74 p.
- Khatib L., Dutton W., Thelwall M. Public Diplomacy 2.0: An Exploratory Case Study of the US Digital Outreach Team. Working Papers // Center on Democracy, Development, and The Rule of Law. January 2011. № 120. P. 8. URL: [https://fsi-live.s3.us-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/No.120\\_Public\\_Diplomacy\\_2.0.pdf](https://fsi-live.s3.us-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/No.120_Public_Diplomacy_2.0.pdf) (дата обращения: 17.04.2020).
- Lowenthal M., Clark R. The Five Disciplines of Intelligence Collection. Thousand Oaks: CQ Press, 2015. 115 p.
- ODNI Announces Establishment of Open Source Center. News release // Office of the Director of National Intelligence. 2005. 8 November. URL: <https://fas.org/irp/news/2005/11/odni110805.html> (дата обращения: 24.04.2020).
- Overview of Leading Indian Social Media // Open Source Center. Media Aid. 2010. 21 December. URL: <https://fas.org/irp/dni/osc/india-social.pdf> (дата обращения: 25.04.2020).
- Text Message-Based Social Networking Platform Growing in India // Open Source Center. 2010. 5 March. URL: <https://info.publicintelligence.net/OSC-IndiaSNS.pdf> (дата обращения: 17.04.2020).

26. Inspection of Embassy New Delhi and Constituent Posts, India // Office of Inspector General for the US Department of State. December 2018. № ISP-I-19-10. URL: <https://www.stateoig.gov/system/files/isp-i-19-10.pdf> (дата обращения: 17.04.2020).

27. Inspection of Embassy New Delhi and Constituent Posts, India // US Department of State and Broadcasting Board of Governors. Office of Inspector General. June 2011. № ISP-I-11-39A. URL: <https://www.stateoig.gov/system/files/169305.pdf> (дата обращения: 18.04.2020).

28. Roy S. A billion handshakes: Roaming Roemer on a mission // The Indian Express. 2010. 30 March. URL: <http://archive.indianexpress.com/news/a-billion-handshakes-roaming-roemer-on-a-mission/597402/> (дата обращения: 19.04.2020).

29. US-India Business Council. Facebook Account. URL: [https://www.facebook.com/USIndiaBusinessCouncil/?fref=profile\\_friend\\_list&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/USIndiaBusinessCouncil/?fref=profile_friend_list&hc_location=profile_browser) (дата обращения: 18.04.2020).

30. The United States-India Educational Foundation.

Twitter Account. URL: <https://twitter.com/USIEF> (дата обращения: 18.04.2020).

31. United States-India Science and Technology Endowment. Facebook Account. URL: [https://www.facebook.com/USA.India.Endowment/?fref=profile\\_friend\\_list&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/USA.India.Endowment/?fref=profile_friend_list&hc_location=profile_browser) (дата обращения: 19.04.2020).

32. India – US Technology Summit. Facebook Account. URL: [https://www.facebook.com/IndoUSTechSummit/?fref=profile\\_friend\\_list&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/IndoUSTechSummit/?fref=profile_friend_list&hc_location=profile_browser) (дата обращения: 20.04.2020).

33. Tweeting in Hindi gaining popularity in India, says US study // Business Today. 2018. 20 September. URL: <https://www.businesstoday.in/current/economy-politics/tweeting-in-hindi-gaining-popularity-in-india-says-us-study/story/282649.html> (дата обращения: 21.04.2020).

34. India PM Modi Demands Hindi, Not English For Social Media // NBC News. 2014. 11 August. URL: <https://www.nbcnews.com/news/asian-america/india-pm-modi-demands-hindi-not-english-social-media-n172421> (дата обращения: 17.04.2020).

### AMERICAN DIGITAL DIPLOMACY IN INDIA UNDER G.W. BUSH AND B. OBAMA

*E.A. Shur*

Although the importance of digital diplomacy is not in doubt, this topic remains relatively poorly studied in both domestic and foreign science. The article discusses US digital diplomacy in India, which has become a significant tool for engaging New Delhi in dialogue and a partnership beneficial to Washington.

*Keywords:* history of international relations, digital diplomacy, US-Indian relations, soft power, US foreign policy, India.

#### References

1. Cull N.J. The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in US Public Diplomacy // *International Studies Review*. 2013. Vol. 15. № 1. P. 123–139.

2. Shur E.A. Public diplomacy of the USA in India: a new approach of the administration of J. Bush Jr. // *Bulletin of the Omsk University. Series: Historical Sciences*. 2019. No. 3 (23). P. 198–206.

3. Freedom on the Net 2011. India. Report // Freedom House. URL: [https://freedomhouse.org/sites/default/files/inline\\_images/India\\_FO\\_TN2011.pdf](https://freedomhouse.org/sites/default/files/inline_images/India_FO_TN2011.pdf) (Date of access: 18.04.2020).

4. Freedom on the Net 2016. India // Freedom House. Report. URL: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2016/india> (Date of access: 19.04.2020).

5. Online and upcoming: The Internet's impact on India. Report // McKinsey Global Institute. December 2012. URL: [https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/dotcom/client\\_service/high%20tech/pdfs/online\\_and\\_upcoming\\_the\\_internets\\_impact\\_on\\_india.ashx](https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/dotcom/client_service/high%20tech/pdfs/online_and_upcoming_the_internets_impact_on_india.ashx) (Date of access: 19.04.2020).

6. Iyengar R. The future of Internet is Indian // *CNN Business*. URL: <https://edition.cnn.com/interactive/2018/11/business/internet-usage-india-future/> (Date of access: 22.04.2020).

7. Internet for Rural India: 2009. Research Paper // Internet and Mobile Association of India. August 2010. URL: <https://cms.iamai.in/Content/ResearchPapers/482>

[a86ce-12cb-4e58-9d49-dc500a7ca697.pdf](https://www.iamai.in/Content/ResearchPapers/482) (Date of access: 27.04.2020).

8. Hanson F. Revolution @State: The Spread of Diplomacy. Analysis // Lowy Institute for International Policy. March 2012. URL: [https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/03\\_ediplomacy\\_hanson.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/03_ediplomacy_hanson.pdf) (Date of access: 22.04.2020).

9. TechCamp Hyderabad Inspires Solutions to Counter Hate in South and Southeast Asia // Dipnote. US Department of State Official Blog. 2016. 27 December. URL: <http://2007-2017-blogs.state.gov/stories/2016/12/27/techcamp-hyderabad-inspires-solutions-counter-hate-south-and-southeast-asia.html> (Date of access: 27.04.2020).

10. Bringing the World to India. Annual Report 2016 // Observer Research Foundation. URL: <https://www.orfonline.org/wp-content/uploads/2016/10/Annual-Report.pdf> (Date of access: 23.04.2020).

11. TechCamp Hyderabad. Report // Confederation for Voluntary Associations. April 2017. URL: <http://www.covanetwork.org/wp-content/uploads/2017/04/Hyderabad-TechCamp-Report.pdf> (Date of access: 18.04.2020).

12. TechCamp Tips // US Embassy & Consulates in India: [сайт]. URL: <https://in.usembassy.gov/education-culture/techcamps/> (Date of access: 19.04.2020).

13. Keating J. The List: Look Who's Censoring the Internet Now // *Foreign Policy*. 2009. 24 March. URL: [http://www.foreignpolicy.com/articles/2009/03/23/the\\_list\\_look\\_whos\\_censoring\\_the\\_internet\\_now](http://www.foreignpolicy.com/articles/2009/03/23/the_list_look_whos_censoring_the_internet_now) (Date of access: 20.04.2020).



14. VOA News Hindi YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/user/voanewshindi/about> (Date of access: 18.04.2020).
15. VOA Urdu Twitter Account. URL: <https://twitter.com/urduvoa> (дата обращения: 23.04.2020).
16. VOA Urdu Instagram Account. URL: <https://www.instagram.com/urduvoa/> (Date of access: 18.04.2020).
17. VOA Urdu Facebook Account. URL: <https://www.facebook.com/voaurdu/> (Date of access: 19.04.2020).
18. Khatib L., Dutton W., Thelwall M. Public Diplomacy 2.0: A Case Study of the US Digital Outreach Team // *The Middle East Journal*. 2012. Vol. 66. № 3. P. 468.
19. Strategic Public Diplomacy Testimony of James Glassman before the Senate Committee on Foreign Relations at a Hearing on «The Future of US Public Diplomacy» // Senate Committee on Foreign Relations. 2010. 10 March. URL: <https://www.foreign.senate.gov/imo/media/doc/GlassmanTestimony100310p.pdf> (Date of access: 27.04.2020).
20. Manor I. *The Digitalization of Public Diplomacy*. NY: Palgrave Macmillan US, 2019. 74 p.
21. Khatib L., Dutton W., Thelwall M. Public Diplomacy 2.0: An Exploratory Case Study of the US Digital Outreach Team. Working Papers // Center on Democracy, Development, and The Rule of Law. January 2011. № 120. P. 8. URL: [https://fsi-live.s3.us-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/No.120-Public\\_Diplomacy\\_2.0.pdf](https://fsi-live.s3.us-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/No.120-Public_Diplomacy_2.0.pdf) (Date of access: 17.04.2020).
22. Lowenthal M., Clark R. *The Five Disciplines of Intelligence Collection*. Thousand Oaks: CQ Press, 2015. 115 p.
23. ODNI Announces Establishment of Open Source Center. News release // Office of the Director of National Intelligence. 2005. 8 November. URL: <https://fas.org/irp/news/2005/11/odni110805.html> (Date of access: 24.04.2020).
24. Overview of Leading Indian Social Media // Open Source Center. Media Aid. 2010. 21 December. URL: <https://fas.org/irp/dni/osc/india-social.pdf> (Date of access: 25.04.2020).
25. Text Message-Based Social Networking Platform Growing in India // Open Source Center. 2010. 5 March. URL: <https://info.publicintelligence.net/OSC-IndiaSNS.pdf> (Date of access: 17.04.2020).
26. Inspection of Embassy New Delhi and Constituent Posts, India // Office of Inspector General for the US Department of State. December 2018. № ISP-I-19-10. URL: <https://www.stateoig.gov/system/files/isp-i-19-10.pdf> (Date of access: 17.04.2020).
27. Inspection of Embassy New Delhi and Constituent Posts, India // US Department of State and Broadcasting Board of Governors. Office of Inspector General. June 2011. № ISP-I-11-39A. URL: <https://www.stateoig.gov/system/files/169305.pdf> (Date of access: 18.04.2020).
28. Roy S. A billion handshakes: Roaming Roemer on a mission // *The Indian Express*. 2010. 30 March. URL: <http://archive.indianexpress.com/news/a-billion-handshakes-roaming-roemer-on-a-mission/597402/> (Date of access: 19.04.2020).
29. US-India Business Council. Facebook Account. URL: [https://www.facebook.com/USIndiaBusinessCouncil/?fref=profile\\_friend\\_list&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/USIndiaBusinessCouncil/?fref=profile_friend_list&hc_location=profile_browser) (Date of access: 18.04.2020).
30. The United States-India Educational Foundation. Twitter Account. URL: <https://twitter.com/USIEF> (Date of access: 18.04.2020).
31. United States-India Science and Technology Endowment. Facebook Account. URL: [https://www.facebook.com/USA.India.Endowment/?fref=profile\\_friend\\_list&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/USA.India.Endowment/?fref=profile_friend_list&hc_location=profile_browser) (Date of access: 19.04.2020).
32. India – US Technology Summit. Facebook Account. URL: [https://www.facebook.com/IndoUSTechSummit/?fref=profile\\_friend\\_list&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/IndoUSTechSummit/?fref=profile_friend_list&hc_location=profile_browser) (Date of access: 20.04.2020).
33. Tweeting in Hindi gaining popularity in India, says US study // *Business Today*. 2018. 20 September. URL: <https://www.businesstoday.in/current/economy-politics/tweeting-in-hindi-gaining-popularity-in-india-says-us-study/story/282649.html> (Date of access: 21.04.2020).
34. India PM Modi Demands Hindi, Not English For Social Media // *NBC News*. 2014. 11 August. URL: <https://www.nbcnews.com/news/asian-america/india-pm-modi-demands-hindi-not-english-social-media-n172421> (Date of access: 17.04.2020).