

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ЦИФРОВОЙ ДИПЛОМАТИИ В ПЕРИОД
COVID-19: ПРИМЕР МИД ГЕРМАНИИ
USE OF TOOLS OF DIGITAL DIPLOMACY DURING COVID-19: THE EXAMPLE OF THE
GERMAN MFA**

Аннотация. Появление пандемии COVID-19 застало мировых дипломатов врасплох, отчасти из-за новизны ситуации, а отчасти из-за скорости, с которой пандемия распространилась по всему миру. Изучив твиты, опубликованные немецким ведомством на ранней стадии пандемии, в статье делается вывод о том, что МИД Германии медленно продвигался в понимании характера и серьезности кризиса, но затем ему удалось перестроить свою стратегию в сфере цифровой дипломатии, чтобы сбалансировать свои внутренние приоритеты и международные обязанности.

Annotation. The emergence of the COVID-19 pandemic has taken world diplomats by surprise, partly because of the novelty of the situation and partly because of the speed with which the pandemic has spread around the world. After examining tweets posted by the German agency early in the pandemic, the article concludes that the German Foreign Ministry was making slow progress in understanding the nature and severity of the crisis, but then managed to realign its digital diplomacy strategy to balance its domestic priorities and international responsibilities.

Ключевые слова: цифровая дипломатия, Германия, COVID-19, Twitter.

Keywords: digital diplomacy, Germany, COVID-19, Twitter.

С точки зрения цифровой дипломатии пандемия COVID-19, несомненно, является уникальным событием. Ранее похожий случай, смертельная пандемия гриппа, поразившая мир между 1918 и 20 годами (также известная как «испанка»), произошла задолго до того, как слова «компьютер», «цифровизация» и «социальные сети» даже вошли в обиход. В то время как министерства иностранных дел (МИД) и международные организации в последние годы прибегали к цифровой дипломатии для управления безопасностью [2], беженцами [4] или дипломатическими кризисами [3], они не испытали ничего, сравнимого с глобальным кризисом, его масштабами и системными последствиями, которые породила пандемия COVID-19.

Таким образом, пандемия предлагает исследователям цифровой дипломатии редкую возможность изучить цифровые подходы различных МИД к беспрецедентному кризису, и тем самым лучше понять, как ведомства поняли смысл разворачивающегося кризиса и как они на него отреагировали. При выборе тематики исследования (а именно анализ действий германского ведомства) учитывались усилия, предпринятые МИД Германии во время пандемии для мобилизации международной поддержки для скоординированных ответных мер на пандемию, в то время, когда многие правительства будут лишь ожесточенно конкурировать друг с другом за медикаменты и средства защиты.

Опираясь на концепцию «раскрытия мира», разработанную Хайдеггером и введенную в дипломатическую теорию Бьолой [1] в статье утверждается, что цифровая дипломатия (цифровая дипломатия в данной статье понимается прежде всего как дипломатия, ориентированная на широкомасштабное использование современных цифровых инструментов и технологий) играла как интерпретационную, так и инструментальную роль на ранней стадии пандемии. Это позволило МИД Германии постепенно разобраться в масштабах и серьезности кризиса, а затем разработать предварительную стратегию преодоления его внутренних и международных последствий.

Эмпирический анализ был основан на корпусе из 115 твитов, опубликованных МИД Германии в период с 1 по 31 марта 2020 года. Темы, отраженные в текстах и изображениях твитов, оказались сгруппированы в три широкие категории: общие темы внешней политики

(например, отношения с другими дипломатическими субъектами, такими как Турция, Греция, Грузия, ЕС и т. д.), темы, связанные с COVID-19 (например, действия по репатриации, оповещения о поездках, международная помощь), и «ламинирование» COVID-19, то есть конкретные места, хэштеги, действия, используемые МИД Германии, чтобы прояснить, сформулировать или усилить определенные сообщения, связанные с пандемией.

В результате анализа оказалось, что количество сообщений, опубликованных германским ведомством на ранних этапах пандемии, связанных с COVID-19, резко увеличилось 2 марта, когда Германия, Франция, и Великобритания объявили о финансовой помощи Ирану в размере 5 миллионов евро для борьбы с пандемией COVID-19. Оно так же выросло после 13 марта, когда министр иностранных дел Германии Хайко Масс организовал свою первую виртуальную встречу для обсуждения региональных мер по сдерживанию пандемии. 24 марта количество твитов увеличилось больше чем в 5 раз, когда МИД Германии объявил, что первые два итальянских пациента прибыли в Германию для прохождения лечения от коронавируса.

Хронология сообщений, размещенных МИД Германии, демонстрирует интересную закономерность: несмотря на наличие четких сигналов, указывающих на неизбежный приход пандемии в Европу, до 13 марта было мало сообщений о распространении и серьезности пандемии. Всего через несколько дней после того, как Италия объявила о национальном карантине 8 марта, немецкая МИД опубликовал свой первый твит, связанный с COVID, посвященный тому, что Германия изучает варианты сдерживания распространения вируса с соседними странами. Частота сообщений увеличилась с 13 по 24 марта, но в основном в том же тоне: как Германия в партнерстве с другими странами, ЕС, и международным сообществом в более широком смысле (ООН, G7, НАТО) может предпринять шаги для управления пандемией.

Примерно 24 марта содержание и тон сообщений заметно изменились. Фокус сместился с попыток осмыслить развивающуюся ситуацию на активное реагирование на нее путем мобилизации ресурсов для облегчения репатриации граждан Германии (и ЕС) и демонстрации солидарности с другими странами, особенно в Европе.

Данную динамику можно представить в виде графика, который показывает эволюцию «чувствующих» и «реагирующих» сообщений. Каждый твит, связанный с COVID-19, будет помещен в одну из двух категорий согласно пятибалльной шкале: один или два балла присваиваются сообщениям, предполагающим мягкое зондирование, например, исследовательские переговоры с другими МИД о том, как бороться с пандемией, а четыре или пять баллов. баллы были присвоены сообщениям, указывающим на решительные меры реагирования на пандемию.

В результате, МИД Германии потребовалось около двадцати дней, чтобы воспринять и обработать поток сигналов о характере и масштабах кризиса. С точки зрения раскрытия информации в мире, период между 2 и 24 марта был посвящен осмыслению событий. Отсутствие сообщений, связанных с COVID, до 13 марта свидетельствует об отсутствии беспокойства со стороны МИД Германии по поводу возможности существенного воздействия вируса на страну. Распространенность общих хэштегов #COVID19 и #solidarity в период с 13 по 24 марта свидетельствует о возросшей тревоге, которую испытывало немецкое ведомство по мере того, как вирус начал распространяться в соседних странах, но тон сообщения оставался исследовательским и был сосредоточен на обеспечении уверенности общественности. По сути, это произошло после 24 марта, когда полностью активизировался способ раскрытия информации о мире, о чем свидетельствует включение более конкретных сообщений в твиты МИД, выделение действий (#репатриация, #лечение), позиций (#WeStandTogether, #EuropeUnited, #MultilateralismMatters), и мест (#Перу, #Мальта, #Непал, #Украина, #Италия). В то время как период осмысления был относительно длительным, переход от восприятия к реагированию был довольно резким, что позволяет предположить, что МИД Германии обладал сильной способностью к перегруппировке и принятию мер, несмотря на новизну кризиса.

Опираясь на концепцию раскрытия информации о мире, цифровые ответы МИД Германии на пандемию обеспечивают проницательную методологическую и аналитическую линзу для понимания того, как ведомства реагировали на начинающийся кризис. С этой целью было выявлено, что немецкие МИД довольно медленно понимали характер и серьезность кризиса, но затем им удалось перегруппироваться и действовать быстро, как только коронавирус начал достигать их границ. С более широкой точки зрения управления цифровыми

кризисами следует подчеркнуть решающую роль, которую МИД играет в формировании и управлении ожиданиями международной общественности в Интернете во время кризиса.

Список литературы

1. *Bjola C.* Diplomacy as world disclosure: A fractal theory of crisis management // *The British Journal of Politics and International Relations*. 2016. №8 (2). P.335–350.
2. *Bjola C., Papadakis K.* Digital propaganda, counterpublics and the disruption of the public sphere: The Finnish approach to building digital resilience // *Cambridge Review of International Affairs*. 2020. №1 (29).
3. *Duncombe C.* Twitter and transformative diplomacy: Social media and Iran–US relations // *International Affairs*. 2017. № 93 (3). P. 545–562.
5. *Zaiotti R.* Digital diplomacy and international organisations: autonomy, legitimacy and contestation // *Routledge*. 2021. P. 207–26.

УДК 658.7.027

А.Е. Марсо, И.В. Мжельская
A.E. Marceau, I.V. Mzhelskaya
Сибирский государственный университет путей сообщения
Новосибирск, Россия
Siberian State Transport University
Novosibirsk, Russia
yunggelik13@mail.ru

НЕКОТОРЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ SOME APPROACHES TO THE ANALYSIS OF COMPETITIVENESS ROAD TRANSPORT LOGISTICS COMPANIES

Аннотация. Статья посвящена анализу конкурентоспособности автотранспортной логистической компании в сравнении с ближайшими конкурентами. Анализ и оценка конкурентоспособности компании актуальны с точки зрения выбора наиболее надежного и перспективного партнера. Для анализа конкурентной позиции автотранспортной компании необходима комплексная оценка факторов конкурентоспособности. В качестве метода комплексной оценки факторов применялась комплексная экспертная модель.

Annotation. The article is devoted to the analysis of the competitiveness of a motor transport logistics company in comparison with its closest competitors. Analysis and assessment of the company's competitiveness are relevant in terms of choosing the most reliable and promising partner. To analyze the competitive position of a motor transport company, a comprehensive assessment of competitiveness factors is necessary. A complex expert model was used as a method of complex assessment of factors.

Ключевые слова: анализ и оценка конкурентоспособности, экспертные оценки, автотранспортная логистическая компания, атрибуты, факторы конкурентоспособности, комплексная экспертная модель.

Keywords: competitiveness analysis and assessment, expert assessments, motor transport logistics company, attributes, competitiveness factors, complex expert model.

Конечная цель любой действующей компании – достижение устойчивой конкурентной позиции на рынке, поэтому особое значение приобретает проблема анализа и оценки конкурентоспособности компании на рынке, в частности, для того, чтобы выбрать наиболее надежного и перспективного партнера. Статья посвящена анализу конкурентоспособности автотранспортной логистической компании с условным названием «Н-транс» в сравнении с ближайшими конкурентами, условно обозначенными, как «Регион-транс», «Сиб-транс», «Экс-транс».

Автотранспортная логистическая компания ООО «Н-транс» осуществляет оптовую торговлю нефтепродуктами, занимается хранением и транспортировкой нефтепродуктов. Обращаясь в автотранспортную компанию, товаротправитель заинтересован в хорошем качестве логистического обслуживания. По этой причине перед заказчиком стоит вопрос подбора варианта предельно результативного взаимодействия с логистической компанией.