

«Цифровая дипломатия КНР в Африке: акторы и нарративы»

China's Digital Diplomacy in Africa: Actors and Narratives

Автор:

Кравцов Кирилл Сергеевич

Санкт-Петербургский филиал Федерального

государственного автономного образовательного

учреждения высшего образования "Национальный

исследовательский университет "Высшая школа экономики"

Факультет Санкт-Петербургская школа социальных наук

и востоковедения НИУ ВШЭ (Санкт-Петербург)

4 курс программы «Востоковедение»

Научный руководитель:

PhD, доцент Департамента

востоковедения и африканистики

Е.Д. Соболева

Аннотация

Данное исследование анализирует текущее состояние китайской цифровой дипломатии в целом и делает фокус на ее практике в Африке в 21 веке в сети Интернет. Работа основывается на теории цифровой дипломатии и коммуникационной теории Лассуэлла, количественно и качественно анализируя сайт посольств и страницы аккаунтов в Фейсбуке и Твиттере. Анализ выявил тенденцию меньшего количества новостных материалов на госязыках стран на сайтах посольств КНР в Африке, также определенную однообразность новостей, малое число фото- и видеоматериалов. Детальное изучение аккаунтов посольств в 5 странах (ЮАР, Конго, Буркина-Фасо, Тунис, Танзания) обнаружило количественное лидерство ЮАР по числу публикаций, качественное превосходство аккаунта посольства в Конго по показателю вовлеченности аудитории и наибольшее количество лайков и репостов у Туниса. В основном статьи содержат крайне позитивный дискурс, большинство самых популярных постов были о пандемии, помощи от КНР, культурных мероприятиях и дипломатических встречах. По мере укрепления отношений между Китаем и Африкой ожидается дальнейшее развитие и углубление цифровой дипломатии КНР.

Annotation

This study analyzes the current state of Chinese digital diplomacy in general and focuses on its practice in Africa in the 21st century on the Internet. The work is based on the theory of digital diplomacy and Lasswell's communication theory, quantitatively and qualitatively analyzing the embassies' website and Facebook and Twitter account pages. The analysis revealed a tendency of fewer news materials in the official languages of countries on the websites of Chinese embassies in Africa, as well as a certain monotony of news, a small number of photo and video materials. Detailed study of embassy accounts in 5 countries (South Africa, Congo, Burkina Faso, Tunisia, Tanzania) found out quantitative leadership of South Africa in the number of publications, qualitative superiority of the embassy account in the Republic of the Congo in terms of engagement rate and the largest number of likes and reposts in Tunisia. Most of the articles contain extremely positive discourse, most of the most popular posts were about the pandemic, assistance from the PRC, cultural events and diplomatic meetings. With the strengthening of relations between China and Africa, further development and deepening of China's digital diplomacy is expected.

Оглавление:

Введение.....	4
Глава 1. Цифровая дипломатия: развитие и современное состояние.....	9
1.1. Теория и практика цифровой дипломатии.....	9
1.2. История развития цифровой дипломатии КНР.....	12
Глава 2. Акторы цифровой дипломатии КНР в Африке.....	15
2.1. Акторы китайской цифровой дипломатии в Африке: кейс посольств в сети Интернет.....	15
2.2. Посольства КНР в социальной сети Фейсбук: нарративы китайско-африканской дружбы.....	19
Заключение.....	28
Список использованных источников и литературы.....	30
Приложения.....	35

Введение

Взаимодействие КНР и Африки в 21 веке представляется одним из важнейших процессов современных международных отношений. По мере стремительного экономического развития Китай обращает все больше внимания на своих африканских партнеров, параллельно углубляя сотрудничество по всем направлениям. Были опубликованы стратегии КНР по Африке от 2006¹ и 2015² гг., рост товарооборота вырос до 188 млрд. долл.³ в 2020 г. Публичная дипломатия (далее ПД) КНР активно изучается в академии, но одна из ее «ветвей» остается без внимания, а именно цифровая дипломатия (далее ЦД)⁴. В 21 веке акторы вынуждены использовать новые каналы для коммуникации с иностранной аудиторией, КНР не является исключением⁵. В эпоху глобализации, страны и негосударственные акторы уже не могут опираться лишь на традиционную дипломатию (далее ТД), более важно применять существующие технологии в виде соцсетей и Интернета для более быстрой и эффективной передачи информации иностранной аудитории.

Актуальность исследования:

Во-первых, на данный момент экономические и политические связи КНР со странами Африки находятся на пике своего развития, поэтому анализ практики ЦД КНР поспособствует лучшему пониманию природы отношений с Африкой в целом. Во-вторых, анализ числа аккаунтов в соцсетях представительств КНР в Африке сможет предоставить количественную и качественную информацию о существующем состоянии ЦД КНР в этом регионе. Африке. В-третьих, растущая роль КНР в системе международных отношений ведет к её большему вниманию к потенциальным союзникам среди развивающихся стран, и посредством применения ЦД Китай может расположить к себе аудитории стран и повысить свои шансы на поддержку этими государствами.

Обзор литературы

¹ 中国对非洲政策档 (全文) «Чжунго дуй фэйчжоу чжэнцэ вэньцзянь (цюаньвэнь)» (Политика Китая по Африке (полный текст)), 2006 [электронный ресурс].

² 中国对非洲政策档 (全文) «Чжунго дуй фэйчжоу чжэнцэ вэньцзянь (цюаньвэнь)» (Политика Китая по Африке (полный текст)), 2015 [электронный ресурс].

³ 中国统计年鉴-2000-2021 «Чжунго тунци няньцзянь-2000-2020» (Китайский статистический ежегодник-2000-2020), 2021 [электронный ресурс].

⁴ Торшина Ксения Андреевна Особенности дискурса цифровой дипломатии на современном этапе // Коммунология: электронный научный журнал. 2019. №3. С. 30-36.

⁵ Сурма И.В. Цифровая дипломатия в мировой политике // Государственное управление. Электронный вестник. 2015. №49. С. 220-249.

В российской академической среде наибольший вклад в исследование связей КНР и Африки вложила Дейч Т.Л., которая в своих работах «Африка в стратегии Китая» (2008)⁶, «Китай «завоевывает» Африку» (2014)⁷ даёт комплексную оценку текущему уровню экономических, политических и культурных отношений КНР и африканских стран. В её работах не рассматривается ЦД, больше внимания направлено на мягкую силу в целом. Помимо нее разработкой тематики также занимались Зеленев Е.И. и Солощева М.А. «Китайское проникновение в Африку: сравнительно-историческая ретроспектива» (2020)⁸, Сафронова Е.И. «К вопросу о соперничестве Японии и Китая в Африке и Латинской Америке» (2019)⁹, Кравцов К.С. «Торгово-экономические отношения КНР с Алжиром, Марокко и Мавританией в XXI веке» (2021)¹⁰.

Вышеуказанные статьи и монографии концентрируются на китайско-африканских отношениях в целом, в них опускался аспект ЦД КНР. Исключением стали Аликберова А.Р., Балакина Д.А. с их работой «Цифровая дипломатия с китайской спецификой» (2019) и Инь С. «Роль публичной дипломатии в продвижении проекта «Один пояс, один путь» Китая на международной арене» (2018)¹¹. По мнению Аликберовой и Балакина, основная цель ЦД Китая – это обеспечение внутренней стабильности и безопасности, а также продвижение собственного внешнеполитического курса¹². Инь изучал методы КНР для продвижения проекта «Один пояс, один путь», в число которых входит ЦД.

Ряд работ на английском и китайском языках уделяли вопросу ЦД КНР в Африке значительно больше внимания. Например, следующие авторы работы на английском несколько осветили вопрос цифровой дипломатии КНР в Африке – Ли С. «Mediatized China-Africa Relations. How Media Discourses Negotiate the Shifting of Global Order» (2017)¹³, Чжан С. И др. «China's Media and Soft Power in Africa: Promotion and Perceptions» (2016)¹⁴. Авторы изучали как посредством газет и телевидения КНР реализовывал свою мягкую силу, при

⁶ Дейч Т.Л. Африка в стратегии Китая. М.: Институт Африки РАН, 2008.

⁷ Дейч Т.Л. Китай «завоевывает» Африку. М.: Институт Африки РАН, 2014.

⁸ Зеленев Е. И., Солощева М. А. Китайское проникновение в Африку: сравнительно-историческая ретроспектива // Сравнительная политика. 2020. Т. 11. № 4. С. 106-122.

⁹ Сафронова Е.И. К вопросу о соперничестве Японии и Китая в Африке и Латинской Америке // Японские исследования. 2019. №3. С. 84-111.

¹⁰ Кравцов К. С. Торгово-экономические отношения КНР с Алжиром, Марокко и Мавританией в XXI веке // Азия и Африка сегодня. 2021. № 10. С. 55-64.

¹¹ Инь С. Роль публичной дипломатии в продвижении проекта «Один пояс, один путь» Китая на международной арене // Общество: политика, экономика, право. 2018. №2. С. 20-23.

¹² Аликберова А.Р., Балакин Д.А. Цифровая дипломатия с китайской спецификой // Modern Oriental Studies. 2019. №3. С. 77-81.

¹³ Li S. Mediatized China-Africa Relations. How Media Discourses Negotiate the Shifting of Global Order. Singapore: Palgrave Macmillan, 2017.

¹⁴ Zhang X., Wasserman H., Mano W. China's Media and Soft Power in Africa: Promotion and Perceptions. New York: Palgrave Macmillan, 2016.

этом говорилось о не особой заинтересованности африканцев в медиа КНР. Несмотря на то, что в данных исследованиях подробно рассказывается об активности СМИ КНР в Африке, среди кейсов не было ни одного, где бы анализировались официальные аккаунты представительств КНР в Фейсбуке и Твиттере, в работах не рассматривался концепт ЦД.

Китайские авторы, в особенности исследователи из университета Цинхуа публиковали ряд работ, в числе которых: Го И. «Цифровая публичная дипломатия: практические дилеммы, недостатки теории и этические риски» (2021)¹⁵, Пэн С. «Культурная близость и эмпатия СМИ: изучение цифровой публичной дипломатии в условиях пандемии коронавируса» (2020)¹⁶, Чжан Л. И Цуй Я. «“Самоформирование” имиджа ЕС во время эпидемии Covid-19» (2021)¹⁷, Чжан Ц. и Хо Г. «Признание и сотрудничество: исследование цифровой публичной дипломатии между странами БРИКС и Китаем» (2021)¹⁸, Ши А. и Ван П. «Рост цифровой публичной дипломатии и улучшение возможностей международной коммуникации на радио и телевидении — анализ, основанный на модели «идола»»¹⁹. У китайских ученых можно отметить большое внимание к цифровой дипломатии КНР в странах-партнерах и наоборот, однако было обнаружено лишь одно исследование про ЦД КНР в Африке профессора Чжан Я. из Коммуникационного университета КНР «Цифровая публичная дипломатия и международная коммуникация Китая — на примере частных медиапредприятий» (2019)²⁰.

Объект данного исследования – ЦД КНР, предмет исследования – акторы ЦД КНР в Африке и ее нарративы.

¹⁵ Го, И 郭毅 舒цзыхуа гунгун вайцзяо: шицзянь куныцзин, лилунь цюэсянь юй луныли фэнсянь 数位化公共外交: 实践困境、理论缺陷与伦理风险 [Цифровая публичная дипломатия: практические дилеммы, недостатки теории и этические риски] // Вэйлай чуаньбо. 2021. Вып. 4. С. 38-45.

¹⁶ Пэн, Сюбинь 彭修彬 Вэньхуа цзецинъинь юй мэйдзехуа гунцин: синьгуань ицин чжун дэ шуцзы гунгун вайцзяо таньсо 文化接近性与媒介化共情: 新冠疫情中的数字公共外交探索 [Культурная близость и эмпатия СМИ: изучение цифровой публичной дипломатии в условиях пандемии коронавируса] // Синьвэнь дасюэ. 2020. Вып. 12. С. 76-92.

¹⁷ Чжан, Ли 张莉, Цуй, Янчжэнь 崔杨臻 Синьгуань ицин цидзянь оумэн синсян дэ “Цзысу” 新冠疫情期间欧盟形象的“自塑” [“Самоформирование” имиджа ЕС во время эпидемии Covid-19] // Оучжоу яньцзяо. 2021. Вып. 1. С. 49-74.

¹⁸ Чжан, Цюси 张举玺, Хо, Гунъюнь 霍龚云 Жэньтун юй хэцзо: цзиньчжуань гоцзя дуй хуа шуцзы гунгун вайцзяо яньцзяо 认同与合作: 金砖国家对华数字公共外交研究 [Признание и сотрудничество: исследование цифровой публичной дипломатии между странами БРИКС и Китаем] // Синь мэйти. 2021. Вып. 2. С. 93-96.

¹⁹ Аньбинь 史安斌, Ван, Пэйнань 王沛楠 Шуцзы гунгун вайцзяо синци юй гуандянь гоцзи чуаньбо нэнли тишэн—Цзюй “Оусян” моши дэ фэньси 数字公共外交兴起与广电国际传播能力提升——基于“偶像”模式的分析 [Рост цифровой публичной дипломатии и улучшение возможностей международной коммуникации на радио и телевидении — анализ, основанный на модели «идола»] // Дяньшияньцзяо. 2020. Вып. 1. С. 6-9.

²⁰ Чжан, Яньцю 张艳秋 Шуцзы гунгун вайцзяо юй чжунго гоцзи чуаньбо—и миньин мэйти цие вэй ли 数字公共外交与中国国际传播——以民营媒体企业为例 [Цифровая публичная дипломатия и международная коммуникация Китая — на примере частных медиапредприятий] // Дуйвай чуаньбо. 2018. Вып. 10. С. 54-57.

Исследовательский вопрос: Какие акторы, посредством каких средств и с какими нарративами реализуют ЦД Китая в Африке?

Цель данной работы: определить акторов, инструменты ЦД КНР в Африке и дискурс, характерный для официальных представительств КНР.

Для достижения данной цели необходимо выполнить следующие **задачи**: 1) изучить концепцию ЦД и ее основные теоретические основания; 2) проанализировать историю развития ЦД КНР; 3) подсчитать количество Интернет-страниц посольств КНР в Африке и объем новостных материалов за 2020-2021 гг.; 4) подсчитать количество аккаунтов посольств КНР в странах Африки на платформах Фейсбук и Твиттер и выделить их особенности; 5) провести кейс-исследование на примере страниц посольств и консульств КНР в ЮАР, Конго, Буркина-Фасо, Тунисе и Танзании в Фейсбуке, подсчитать количество постов, лайков, вовлеченность аудитории и дать обзор тем статей за период 2020-2021 г.; 6) провести сравнительный анализ страниц посольств и консульств КНР в Фейсбуке по таким показателям как количество лайков, постов, репостов, вовлеченности аудитории, подписчиков.

Можно говорить о том, что данное исследование обладает **научной новизной**, так как оно стремится дать более широкий и детальный разбор, а также провести сравнение реализации Китаем ЦД в Африке в целом и на примере 5 стран данного региона (ЮАР, Конго, Буркина-Фасо, Тунис, Танзания).

Структура работы. Работа состоит из аннотации, введения, двух глав, заключения, списка источников и литературы и приложения. Объем работы 41 страницы.

Первая глава содержит в себе анализ концепции ЦД в отечественной, китайской и англоязычной литературе и историю развития ЦД КНР в целом. Вторая глава содержит анализ акторов ЦД КНР, которые участвуют в ее реализации в Африке и рассматривает представленность посольств КНР в Африке в сети Интернет. Также во второй главе автор детально изучает наличие у посольств КНР в Африке аккаунтов в соцсетях, контент постов, которые они публикуют, и количественные показатели вовлеченности подписчиков на примере 5 государств (ЮАР, Конго, Тунис, Буркина-Фасо, Танзания).

Хронологические рамки работы приходятся в основном на 21 век, т.к. ЦД насчитывает около 15 лет в своей истории.

В качестве теоретической основы для исследования была взята концепция ЦД, которая отличается от ПД применением также технологий, Интернета для реализации страной своих внешнеполитических задач за рубежом. Само исследование будет также базироваться на коммуникационной теории Лассуэлл Г. «КТО говорит – ЧТО – по какому

КАНАЛУ – КОМУ – с каким ЭФФЕКТОМ»²¹. То есть аккаунты посольств КНР публикуют посты на Фейсбуке для африканской аудитории, и эффект нужно будет подсчитать посредством количественного и качественного анализа.

Первый этап исследования – анализ литературы по теории ЦД и изучение истории и современности ЦД КНР. На втором этапе были найдены сайты посольств КНР в странах Африки, содержание сайтов было изучено и проанализировано количественно и качественно. Целью третьего этапа был анализ аккаунтов диппредставительств КНР в Африке в Фейсбуке, их публикаций и вовлеченности аудитории. Для этой цели в поисковую строку Facebook, Twitter вводились словосочетания "Посольство КНР/Китая" на английском, арабском, испанском, португальском, французском языках. На заключительном этапе было произведено сравнение использования данного инструмента в разных странах и обобщение полученной информации.

²¹ Lasswell H. D., Smith B. L., Casey R. D. Propaganda, Communication and Public Order. Princeton, 1946.

Глава 1. Цифровая дипломатия: развитие и современное состояние

1.1. Теория и практика цифровой дипломатии

В современном мире различные акторы в лице государств и надгосударственных образований вынуждены использовать комплекс мер, который направлен на поддержание положительных отношений с другими странами посредством активной деятельности дипломатов, диппредставительств на множестве площадок, таких как Твиттер, Фейсбук, Вичат, Вэйбо и т.д. В данной главе мы рассмотрим то, какова теоретическая основа современной ЦД, ее истоки и современность, а также ее роль в рамках китайской внешней политики.

ЦД является продуктом современного мира, и история ее применения насчитывает едва ли 15 лет. Однако, она появилась не в одночасье и берет свои корни от ПД, которая активно изучается в России и за рубежом. В целом, всю дипломатию можно разделить на два отдельных типа или даже периода: ТД и ПД²².

В случае с ТД мы имеем дело с непосредственным взаимодействием нескольких внешнеполитических акторов с целью изменения международной обстановки. Оба актора или несколько акторов не стремятся каким-то образом распространять свое влияние на другие страны в контексте продвижения культуры, ценностей, не особо заботятся об «имидже» государства. Ими движет стремление реализовать свои внешнеполитические задачи, для чего они коммуницируют друг с другом напрямую и решают вопрос дипломатическим (мирным) и/или военным путём.

ПД пусть и вытекает из ТД, но имеет немало различий, поскольку она уже направлена на общественность стран-партнеров и крайне озабочена распространением своего положительного образа на иностранные аудитории²³. Обычно происхождение термина приписывается американскому исследователю Эдмунду Галлиону, у которого это понятие, было синонимично слову «пропаганда»²⁴. ПД зародилась в период холодной войны, когда перед обеими противоборствующими сторонами стояла задача доказать и отстоять ценностное превосходство своей идеологии, при этом убеждая иностранную публику в необходимости присоединиться к или наоборот противостоять тому или иному блоку. По мнению Го И, ПД, в том числе, стремится использовать СМИ для обнародования

²² Чжан, Яньцю 张艳秋 Шуцзы гунгун вайцзяо юй чжунго гоцзи чуаньбо——и миньин мэйти цие вэй ли 数字公共外交与中国国际传播——以民营媒体企业为例 [Цифровая публичная дипломатия и международная коммуникация Китая — на примере частных медиапредприятий] // Дуйвай чуаньбо. 2018. Вып. 10. С. 54.

²³ Melissen J. The new public diplomacy: Between theory and practice. In J. Melissen (Ed.), *The new public diplomacy: Soft power in international relations* (pp.3-27). New York: Palgrave Macmillan, 2005.

²⁴ Шамугия И. Ш. Понятие «Публичная дипломатия» в теории международных отношений // Актуальные проблемы современных международных отношений. 2017. №10. С.136.

позиции страны под руководством правительства и в попытке повлиять на восприятие и поведение ключевых фигур в других государствах, тем самым оказывая влияние на иностранные дела и государственную политику «стран-реципиентов ПД»²⁵. Калл Н. Дж. разделяет ПД на шесть направлений: 1) слушание; 2) адвокаты; 3) культурная дипломатия; 4) дипломатия обмена; 5) международное вещание; 6) психологическая война²⁶. Можно отметить, что в целом культура и гуманитарные обмены являются ядром всей ПД в целом, однако «слушание», т.е. способность внимать иностранной аудитории и принимать их запросы, комментарии, фидбек, можно назвать ключевым аспектом, без которого ПД будет считаться несостоявшейся.

Наконец, уже в новейшее время на вооружении у ПД появились наиболее передовые методы коммуникации с аудиторией, которые базируются на современных технологиях, таких как искусственный интеллект (ИИ), машинное обучение (МО) и, прежде всего, повсеместное использование социальных сетей. По мнению Яна Меллисона, ЦД можно назвать «внешнюю коммуникационную деятельность, осуществляемую дипломатическими учреждениями, неправительственными организациями или отдельными лицами, начиная с общественного взаимодействия целевых стран, и направленную на диалог, участие и построение отношений»²⁷. ЦД тесно связана со стратегическими нарративами стран и неразрывно с защитой и продвижением интересов того или иного государства. На сегодняшний день в ЦД в основном задействованы МИД, различные министерства и ключевые представители элиты страны.

Развитие ЦД может быть поделено на несколько периодов, но исследователи пока расходятся в своих позициях по поводу точек отсчета и границ между ними. Например, по мнению отечественного исследователя Цветковой Н., существует 2 периода в истории ЦД: 1) 2009-2012 гг.; 2) после 2013-2017 гг.²⁸ В первый период характерно было применение «мягкой силы», концепт, введенный в практику Дж. Наем²⁹, затем произошел переход к «острой силе» и, наконец, сейчас мы вступили в эпоху верховенства больших данных и ИИ, которые только начинают менять природу дипломатии. Профессор Ши А. из Университета Цинхуа считает, что ЦД имеет 2 периода своего развития, но дает несколько другие

²⁵ Го, И 郭毅 Шущыхуа гунгун вайцзяо: шицзянь куньцин, лилунь цюэсянь юй луньли фэнсянь 数位化公共外交: 实践困境、理论缺陷与伦理风险 [Цифровая публичная дипломатия: практические дилеммы, недостатки теории и этические риски] // Вэйлай чуаньбо. 2021. Вып. 4. С. 39.

²⁶ Cull, N. J. Public Diplomacy: Lessons from the Past. Figueroa Press, 2019.

²⁷ Melissen J. The new public diplomacy: Between theory and practice. In J. Melissen (Ed.), The new public diplomacy: Soft power in international relations (pp.3-27). New York: Palgrave Macmillan, 2005.

²⁸ Цветкова Н.А. Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. 2020. №2. С. 39.

²⁹ Nye Jr J. S. Soft power: The means to success in world politics. New York: Public affairs, 2004.

временные отрезки: 1) таргетированная коммуникация с 2007 по 2014 гг.; 2) адаптированная коммуникация с 2014 г. по настоящее время³⁰. В первый этап большинство государств применяли таргетированную коммуникацию, которая заключалась в трансляции позиций стран по разным вопросам с целью заинтересовать конкретные аудитории за границей. Однако существовала (и продолжает существовать) проблема того, что акторы игнорировали сами аудитории, и это было одностороннее распространение без учёта мнения аудитории-реципиента. В 2014 после Крымского кризиса, как считает Ши А., начался новый период адаптированной коммуникации, при которой акторы в ЦД начали активно взаимодействовать с аудиториями для того, чтобы на более глубоком уровне донести свою позицию и убедить их в нужной точке зрения.

Специалисты в области коммуникаций утверждают, что ЦД будет становиться все более персонализированной и учитывать интересы, предпочтения аудиторий в социальных сетях для соответствующей коррекции своего контента, манеры повествования и т.д.³¹ С одной стороны, ЦД как бы уравнивает возможности разных государств принять участие в мировой политике, снижает «порог входа» для государств с не такими обширными дипломатическими ресурсами, достаточно лишь зарегистрировать аккаунт на Фейсбуке и можно сразу принимать участие в формировании имиджа своей страны за рубежом³². Кроме того, достаточно быстрым будет реагирование дипломатических представительств на случающиеся международные события, благодаря их постоянной включенности в процесс коммуникации с подписчиками.

С другой стороны, имеется ряд вызовов, которые неизбежны в ходе перехода ПД в цифровое поле, например вопросы кибербезопасности и отсутствие правового регулирования из-за относительной новизны данного направления. Более того, вырос уровень и частота использования правительствами разных стран «фейковых подписчиков» и ботов, которые они применяют для отстаивания интересов своего государства, порой распространяя недостоверную информацию и провоцируя негативные настроения против других стран.

³⁰ Ши, Аньбинь 史安斌, Чжан, Яочжун 张耀钟 Шуцзыхуа гунгун вайцзяо: линянь, шицзянь юй цэлюэ дэ яньзинь 数位化公共外交: 理念、实践与策略的演进 [Цифровая публичная дипломатия: эволюция концепции, практики и стратегии] // Гоцзи мэйтзе. 2020. Вып. 3. С. 80.

³¹ Ши, Аньбинь 史安, Тун, Тун 童桐 Синьгуань фэйянь ицин ся дэ шуцзы гунгун вайцзяо: тяочжань юй чуансинь 新冠肺炎疫情下的数字公共外交: 挑战与创新 [Цифровая публичная дипломатия в условиях пандемии COVID-19: вызовы и инновации] // Дуйвай чуаньбо. 2020. Вып. 5. С. 27.

³² Лю, Чуаньин 鲁传颖 Шуцзы вайцзяо мяньлинь дэ цзиюй юй тяочжань 数字外交面临的机遇与挑战 [Возможности и вызовы, стоящие перед цифровой дипломатией] // Юйвай гуаньча. 2020. Вып. 12. С. 99.

1.2. История развития цифровой дипломатии КНР

Китайская внешняя дипломатия в настоящее время является одной из наиболее активных в мире, будучи вовлеченной во все наиболее значимые вопросы, стоящие на повестке в ООН и других международных институтах, а также расширяя свое присутствие в странах глобального Юга, в частности в Африке. Следуя общемировому тренду, КНР также ступила на путь цифровизации своей ПД, стремясь не отставать от пионеров в этой области – США, а также России, ЕС, Великобритании и других государств. В этой части мы взглянем на то, с чего началась и как выглядит на практике современная ЦД КНР.

Первоначально, сразу после основания КНР в 1949, китайская внешняя дипломатия принадлежала к достаточно традиционному типу, так как она заключалась в «классических» взаимодействиях между внешнеполитическими элитами, почти не затрагивая внешние аудитории. Такие газеты и инфоагентства как Жэньминь Жибао и Синьхуа были очень активны в своих публикациях, однако они были преимущественно представлены пропагандирующими и идеологизированными новостями. Однако последующая культурная революция, низкий уровень развития государства, бедность сковывали возможности правительства КНР на внешнеполитическом направлении.

После начала политики реформ и открытости в 1978 руководством страны был избран курс на либерализацию в первую очередь в экономике, что привело к постепенному открытию страны для иностранных компаний. Этот период характеризовался постепенным ростом и накоплением ресурсов, которые могли быть уже направлены не только на привлечение инвестиций и создание благоприятных условия для бизнеса, а также и на продвижение имиджа КНР за рубежом. Растет количество студентов, которые ездят учиться в Китай и наоборот, а также начался экспорт китайской культуры в виде фильмов, музыки и т.д., что стало первыми масштабными попытками увеличить узнаваемость КНР среди иностранных аудиторий.

Китай применяет стратегию «мирного развития», утверждая, что его подъем не несёт под собой никакой скрытой угрозы для внешнего мира, регулярно подчеркивая это заявлениями своих руководителей. Таким образом, появился запрос на то, чтобы продвигать этот нарратив на иностранные массы для более эффективного взаимодействия КНР и всего мира, укрепления положительного образа страны в глазах простых иностранцев, не только политических элит.

Уже в середине нулевых годов 21 века КНР стала создавать страницы своих посольств в разных странах в сети Интернет, чтобы увеличить свою «видимость» для зарубежной аудитории. Там публиковалась актуальная информация касательно внутриполитических и внешнеполитических новостей КНР, а также данные о состоянии

дипотношений между странами, реализуемыми проектами и т.д. Это были первые шаги в переходе к ЦД, которые, однако нельзя назвать крайне успешными, такие сайты часто создаются скорее для китайской стороны, поскольку материалы на китайской версии сайтов намного более полные, детализированные и публикуются на регулярной основе.

Уже в конце 2010-х гг. Китай ступил на путь еще более решительного перехода к ЦД, выводя свои представительства на социальные платформы Фейсбук и Твиттер во многих странах, с которыми поддерживались дипломатические отношения. Часть аккаунтов появилась до пандемии в 2017-2019 гг., как например, аккаунт посольства КНР в США в Фейсбуке (2018 г.)³³, но особенно сильным толчком для ЦД оказалась пандемия коронавируса, начавшаяся в 2020 г. Исследователи полагают, что пандемия и перевод всех услуг посольств в полный и решительный онлайн-формат стимулировали резкий рост в активности ЦД Китая.

Касаемо ЦД Китая в Африке можно сказать, что КНР довольно активно реализует ее последние 20 лет, имея несколько успешных кейсов выхода китайских медиакорпораций на африканский рынок. Самым известным примером является компания StarTimes³⁴, которая начала свою деятельность в Африке еще в 2002 году. Компания предоставляет услуги телевидения, продавая пакеты каналов в 40 странах на африканском континенте по доступным ценам. Именно благодаря деятельности данного игрока, средний и низшие классы африканцев получили доступ к дешевому телевидению, открыв для себя Китай, т.к. каналы транслируют передачи про китайскую культуру, кухню, язык, историю и т.д. Позднее свое вещание на Африку начали CGTN³⁵, CCTV³⁶, используя для этого местные языки (английский, французский, арабский и суахили).

Ключевыми государственными акторами реализации Китаем своей политики в Африке являются четыре министерства: 1) Министерство иностранных дел КНР³⁷; 2) Министерство коммерции КНР³⁸; 3) Министерство образования КНР³⁹; 4) Министерство культуры и туризма КНР⁴⁰. В рамках МИД КНР существует специальное ведомство,

³³ Embassy of The People's Republic of China in the United States // Facebook [электронный ресурс].

³⁴ StartTimes [электронный ресурс].

³⁵ CCTV Africa // CCTV [электронный ресурс].

³⁶ CGTN Africa // CGTN [электронный ресурс].

³⁷ 中华人民共和国外交部 «Чжунхуа жэньминь гунхэго вайцзяо бу» (МИД КНР), [электронный ресурс].

³⁸ 中华人民共和国商务部 «Чжунхуа жэньминь гунхэго шанью бу» (Министерство коммерции КНР), [электронный ресурс].

³⁹ 中华人民共和国教育部 «Чжунхуа жэньминь гунхэго цзяюй бу» (Министерство образования КНР) [электронный ресурс].

⁴⁰ 中华人民共和国文化和旅游部 «Чжунхуа жэньминь гунхэго вэньхуа хэ люйю бу» (Министерство культуры и туризма КНР) [электронный ресурс].

которое занимается Африкой (почти всей), – Департамент по делам Африки⁴¹. Данный отдел ответственен за поддержание и укрепление дипломатических отношений между КНР и странами Африки. Текущий глава департамента У Пэн имеет официальный аккаунт в Твиттере с 18900 подписчиков, заведенный в 2020 г., где он регулярно публикует посты о разных странах Африки, деятельности дипмиссий КНР в этих государствах и др.⁴²

Значимым проектом для в ЦД Китая на континенте является проект Пояса и Пути, предложенный руководителем КНР Си Цзиньпином в 2013 г., в особенности планы по цифровизации Африки⁴³. Ряд китайских технологических гигантов, вроде ZTE и Хуавэй уже развернули свою деятельность на континенте, видя в Африке перспективный рынок для сбыта своей продукции. В будущем Китай хочет покрыть наиболее крупные страны Африки сетью 5G и создать коммуникационную инфраструктуру нового поколения. Многие страны в Северной (СА), Западной (ЗА), Южной (ЮА) и некоторые страны Восточной Африки (ВА) уже имеют соглашения о сотрудничестве с ZTE или Хуавэй⁴⁴. Кроме того, планируется создание множества информационных центров и «умных городов» в ключевых партнерах КНР на континенте (ЮАР, Нигерия, Алжир, Кения).

Таким образом, китайская ЦД прошла длинный путь от ТД к ЦД, потратив на это не одно десятилетие. Можно говорить о том, что в каких-то аспектах китайская ЦД ещё пребывает в фазе роста, но не достигла своего расцвета, т.к. активность Китая в социальных сетях и медиа достигла относительно высокого уровня только в последние годы, чему поспособствовала пандемия коронавируса. В Африке ЦД КНР имеет ряд успехов и амбициозных проектов, однако существует конкуренция со стороны западных государств, а также отсутствие четко сформированной политики КНР по Африке, о чем говорит профессор Ли А. из Пекинского университета⁴⁵.

⁴¹ 非洲司 «Фэйчжоу сы» (Департамент по делам Африки), [электронный ресурс].

⁴² Wu Peng // Facebook [электронный ресурс].

⁴³ “一带一路”网 «Идай илу ван» (Сайт «Один пояс – один путь»), [электронный ресурс].

⁴⁴ Burstein D. Huawei's Very Red World // CircleID, 30.08.2019. [электронный ресурс].

⁴⁵ Ли, Аньшань 李安山 Чжунго дэ фэйчжоу чжаньлюэ: сяньши, тяочжань юй цзяньи 中国的非洲战略：现实、挑战与建议 [Стратегия Китая по Африке: реалии, проблемы и рекомендации] // Гоцзи чжаньлюэ яньцзю цзяньбао. 2011. Вып. 61. С. 2.

Глава 2. Акторы цифровой дипломатии КНР в Африке

2.1. Акторы китайской цифровой дипломатии в Африке: кейс посольств в сети Интернет

Самыми значимыми акторами КНР в Африке являются МИД КНР, Департамент по делам Африки, а также Департамент по делам Юго-западной Азии и Северной Африки⁴⁶. Эти органы отвечают за ведение и поддержание доброжелательных отношений с Африкой, имеют своих представителей во всех странах за исключением Эсватини, т.к. это государство все еще поддерживает дипотношения с Тайванем (КР). Официальная позиция КНР транслируется через аккаунты послов и посольств в Вичате, Фейсбуке, Твиттере, на сайтах посольств в Интернете, а также посредством публикаций в местных газетах.

Безусловно, не только официальные государственные органы, но также и СМИ (аффилированные с правительством) и технологические компании входят в число акторов ЦД КНР в Африке. Ранее уже были упомянуты примеры StarTimes, ZTE и Хуавэй, которые смогли успешно расширить свою деятельность и внедрить технологии, распространить доступ к телевидению среди широких масс африканского населения.

На данный момент КНР имеет онлайн-страницы своих посольств в Африке в 53 из 54 стран, кроме Эсватини. Как правило, эти страницы публикуют материалы на двух языках: китайском и языке страны. Данные страницы имеют довольно схожий дизайн-код, который, очевидно, не меняли довольно длительное время конкретно в странах Африки. На рисунке 1 можно сравнить то, как выглядят посольства КНР в Зимбабве и США, в 1 случае сайт выглядит довольно скудно и сухо, не имеет место большое количество визуальных материалов, кроме верхней бегущей строки с фотографиями. В случае с посольством в США, сайт построен с использованием более новых технологий и спроектирован так, что вы можете листать вниз и смотреть на новости, которые подкреплены фотографиями, внизу есть множество регулярно обновляющихся разделов.

⁴⁶ 西亚北非司 «Сия бэйфэй сы» (Департамент по делам Западной Азии и Северной Африки), [электронный ресурс].



Рисунок 1. Сайт посольства КНР в Зимбабве. Источник: Embassy of the People's Republic of China in the Republic of Zimbabwe



Рисунок 2. Сайт посольства КНР в США. Источник: Embassy of the People's Republic of China in the United States of America

Структура сайтов достаточно однообразна, сверху есть название посольства на китайском языке и языке страны с гербом Китая справа, «сообщение от посла», «о посольстве», «китайско-Х отношения», «информация о консульских услугах», «о Китае», «важные ссылки». В китайской версии сайтов содержание сайта может кардинально меняться, добавляя к себе ряд других разделов. Например, в случае посольства Зимбабве на английском есть только 2 раздела новостей, но на китайском добавляется еще один «новости посольства». Цвета сайтов разнятся от страны к стране, очень часты синий, зеленый, желтый.

Самым частым языком по встречаемости является английский, который присутствует на сайтах представительств КНР в 27 странах, следом идет французский, представленный на 23 сайтах посольств. В целом эти два языка наиболее распространены, но встречаются также португальский (5), арабский (3), испанский (1) и суахили (1). В ходе исследования были изучены сайты всех 53 посольств и можно заявить о том, что Китай в целом постоянно обновляет свои сайты на обоих или трех (в случае Марокко) языках, что говорит о его стремлении своевременно и в достаточном количестве информировать

жителей африканских стран и китайскую диаспору о важных новостях, связанным с Китаем и двусторонними отношениями.

Важным для определения внимания КНР к определенным странам представляется количество статей, которые публикуются на сайтах посольств КНР в странах Африки. Всего за 2020-2021 гг. посольства опубликовали 124894 новостных статей на всех языках, посредством грубых подсчетов можно получить 2357 статей на страну (не считая Эсватини), т.е. 3 статьи публиковались в среднем каждый день. Это довольно высокие показатели, которые говорят о том, что Китай действительно пытается активно взаимодействовать с африканской аудиторией, пусть и в одностороннем порядке. Больше всего статей публикуется в разделе «Замечания спикера МИД» из-за специфики этих новостей, т.к. они публикуются каждый рабочий день. Данный раздел абсолютно одинаков для всех рассматриваемых стран, и в некоторых случаях из-за слишком большого количества статей этой группы доступный список в 1000 или меньше единиц мог обрываться на середине 2020 г., поэтому реальный суммарный объем статей должен быть еще больше.

Больше всего статей было опубликовано в странах ВА (45573), что составляет более трети от всех публикаций в Африке. Далее по количеству идут: ЗА (31420), Центральная Африка (ЦА) (20662), СА (16547), ЮА (10692). Несмотря на то, что среди списка самых активных в публикациях стран есть те, которые являются ключевыми партнерами КНР, например Египет, Кения, Судан, ЮАР, все же есть государства, которые не представляют для Китая столь значимого стратегического и экономического интереса, вроде Сан-Томе и Принсипи, Экваториальной Гвинеи, Эритреи. Это говорит о том, что высока вероятность отсутствия скоординированного плана по росту присутствия Китая в Африке онлайн, скорее всего, это больше зависит от индивидуальных качеств посла, который ответственен за развитие соответствующей страницы в Интернете.



График 1. Публикации статей посольств КНР в Африке (2020-2021). Источник: составлено автором на основе всех сайтов посольств КНР в Африке

Во время анализа были обнаружены некоторые слабые места ЦД Китая в ряде стран, в частности в странах СА, в странах ВА (Танзании, Кении, Уганде). На сайтах посольств в этих странах отсутствуют их крупные языки, такие как арабский, суахили (или присутствует в мизерном количестве), амхарский, которые представляются необходимыми для успешного действия ЦД КНР в Африке. Кроме того, необходимо увеличить активность в важнейших партнерах КНР – Нигерии, Алжире, Эфиопии, Анголе, посольства в которых не вошли в список лидеров по числу новостных публикаций. Наконец, важно обновить сайты посольств в менее значимых странах, чтобы реализовывать ЦД эффективно в большем количестве стран Африки.

2.2. Посольства КНР в социальной сети Фейсбук: нарративы китайско-африканской дружбы

По сравнению с западными странами (94-95%) и самим Китаем (72%), Африка пока остается регионом с сравнительно низким уровнем проникновения Интернета в 30,64%. Это говорит о том, что африканское население пока довольно мало пользуется Интернетом, а важным условием ЦД является доступ населения к сети, иначе «продукты», производимые ЦД КНР будет не для кого распространять. Однако отдельные регионы Африки имеют уровень выше 50% (СА с 60,6% и ЮА с 55,82%), т.е. реализация ЦД там пока что видится более логичной и перспективной. Самые большие государства Африки по общему числу Интернет-пользователей на 2022 г.: 1) Нигерия; 2) Египет; 3) ЮАР и ряд др. (график 2) Примечательно, что среди почти все эти страны – важнейшие торгово-экономические партнеры КНР в Африке.

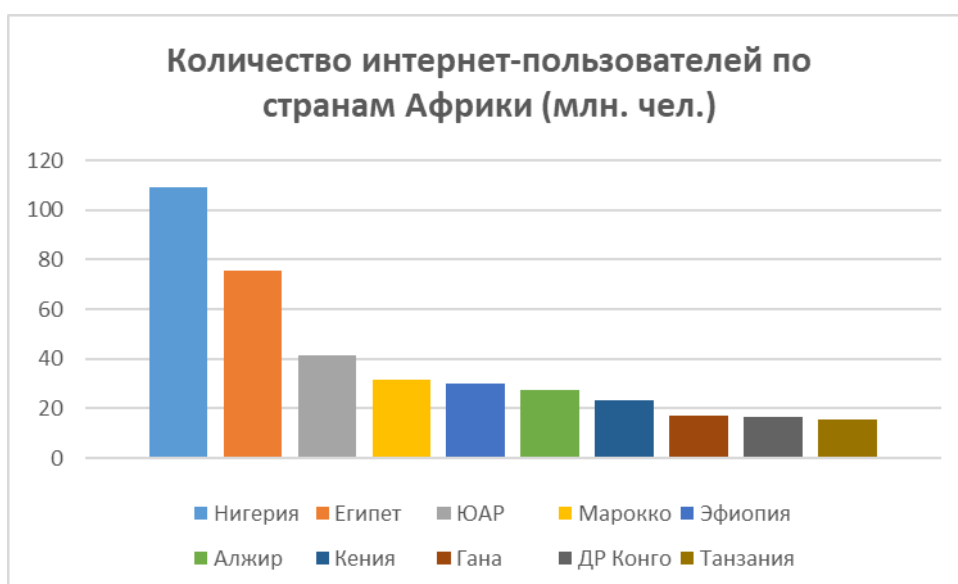


График 2. Количество интернет-пользователей по странам Африки (млн.чел.) *Источник:* Datareportal

Социальные сети набирают популярность в Африке, при этом очень часто у африканцев может быть самый простой мобильный телефон, но с встроенным в него приложением Фейсбука, т.к. компания специально создала упрощенную версию для африканского континента. На данный момент наиболее распространенной соцсетью является Фейсбук, имея 230,358 млн. пользователей, т.е. около половины Интернет-пользователей параллельно имеют аккаунт в Фейсбуке. Инстаграм, известный за свой формат публикации фото- и видеоматериалов, идет на втором месте с 70,535 млн. пользователей. Наконец, наименее популярной сетью из рассматриваемых является Твиттер с показателем в 19,442 млн. чел., в 12 раз меньше, чем пользователей Фейсбука. Если говорить о перспективах для ЦД КНР, то Фейсбук является важным местом сосредоточения молодых людей, число которых будет стремительно расти в течение 21 века,

уже к середине века в Африке будут проживать 1,456 млрд. чел. моложе 30 лет⁴⁷. Для того, чтобы ЦД любого крупного мирового актора, не только КНР, но и США, ЕС, России, Великобритании достигла успеха, необходимо обращать большое внимание именно на молодое население в Африке посредством в первую очередь Фейсбука. Лидером с большим отрывом по числу пользователей Фейсбука является Египет (44,7 млн. чел.), после следуют Нигерия (26,1 млн. чел.), ЮАР (24,2 млн. чел.) и др.



График 3. Количество пользователей Фейсбука по странам Африки (млн. чел.) *Источник: Datareportal*

Для анализа представленности посольств КНР в социальных сетях были выбраны две соцсети: Фейсбук и Твиттер. В ходе тщательного анализа была составлена сводная таблица с данными по всем странам Африки, где показаны наличие страницы, количество подписчиков, год появления страницы в Фейсбуке и Твиттере.

Всего КНР имеет 30 официальных аккаунтов своих посольств или послов в африканских странах (если страница посольства отсутствует) в Фейсбуке и 31 аккаунт в Твиттере. С одной стороны, можно говорить о существующем равновесии между двумя платформами для использования их китайскими внешнеполитическими акторами, т.к. количество примерно равно. Более того, в обоих случаях покрытие составляет больше половины стран Африки, что демонстрирует наличие достаточного присутствия КНР на территории африканского континента. Однако, в то же время общее число подписчиков аккаунтов в Фейсбуке равняется 258280, что на 95 тыс. чел. больше, чем в Твиттере (153359). Соответственно, для ЦД КНР Фейсбук на данный момент играет более важную роль, имея значительную аудиторию, на которую можно влиять и распространять позитивный имидж страны.

⁴⁷ Population pyramid [электронный ресурс].

Страны	Наличие страниц в Фейсбук	Количество подписчиков в Фейсбук	Год появления страниц в Фейсбук	Наличие страниц в Твиттере	Количество подписчиков в Твиттере	Год появления страниц в Твиттере
<i>Северная Африка</i>		94042			20700	
Алжир	+	26000	2014	+	6332	2020
Египет	+	25000	2019	+	12700	2019
Ливия	-			-		
Марокко	+	293	2021	+	1668	2021
Судан	+	16749	2020	+	3340	2020
Тунис	+	26000	2019	-		
<i>Восточная Африка</i>		43754			70073	
Бурунди	-			+	3330	2019
Джибути	-			-		
Замбия	+	731	2021	-		
Зимбабве	-			+	11900	2018
Кения	+	24000	2019	+	8422	2019
Коморы	-			-		
Маврикий	-			-		
Мадагаскар	+	6900	2019	-		
Малави	-			+	2111	2019
Мозамбик	-			-		
Руанда	-			+	721	2021
Сейшелы	-			-		
Сомали	-			+	8861	2019
Танзания	+	4047	2015	+	12300	2019
Уганда	+	1400	2019	+	8691	2018
Эритрея	-			+	2729	2021
Эфиопия	+	1500	2020	+	10600	2019

Южный Судан	+	5176	2019	+	408	2021
<i>Центральная Африка</i>		17628			25060	
Ангола	+	1836	2020	+	2983	2019
Габон	+	1268	2020	-		
ДР Конго				+	11000	2020
Камерун	+	1924	2020	+	2330	2019
Конго	+	2400	2020	+	1822	2020
Сан-Томе и Принсипи	-			-		
ЦАР	-			-		
Чад	+	7700	2019	+	4433	2019
Экваториальн ая Гвинея	-			+	2492	2020
<i>Южная Африка</i>		54500			15743	
Ботсвана	+	38000	2015	-		
Лесото	-			+	822	2020
Намибия	+	3500	2017	+	14400	2019
Эсватини	-			-		
ЮАР	+	17995	2015	+	521	2019
<i>Западная Африка</i>		48356			21783	
Бенин	-			-		
Буркина- Фасо	+	17899	2018	-		
Гамбия	+	3800	2017	-		
Гана	-			+	3401	2020
Гвинея	-			+	4558	2019
Гвинея- Биссау	+	552	2021	-		
Кабо Верде	-			-		
Кот-д'Ивуар	+	3100	2019	-		

Либерия	+	403	2021	+	3854	2019
Мавритания	+	3800	2019	+	2587	2019
Мали	+	3006	2018	+	3570	2018
Нигер	+	2821	2019	-		
Нигерия	+	1975	2020	+	2884	2019
Сенегал	-			+	929	2020
Сьерра-Леоне	+	11000	2017	-		
Того	-			-		
<i>Итого по Африке</i>	30 из 54	258280		31 из 54	153359	

Таблица 1. Представленность китайских посольств в Африке на платформах Твиттер и Фейсбук.

Источник: составлено автором на основе данных аккаунтов на Фейсбуке и Твиттере

Большая часть аккаунтов появилась в последние 3-4 года, в период с 2018 по 2021 гг., при этом все аккаунты в Твиттере были созданы не ранее 2018 г., но некоторые страницы в Фейсбуке существуют еще с 2014-2015 гг. (Алжир, Танзания, Ботсвана). Это доказывает то, что ЦД КНР ещё очень молода и только ступила на путь своего развития, ведь многие страны Африки еще не охвачены, а имеющиеся аккаунты возникли только пару лет назад.

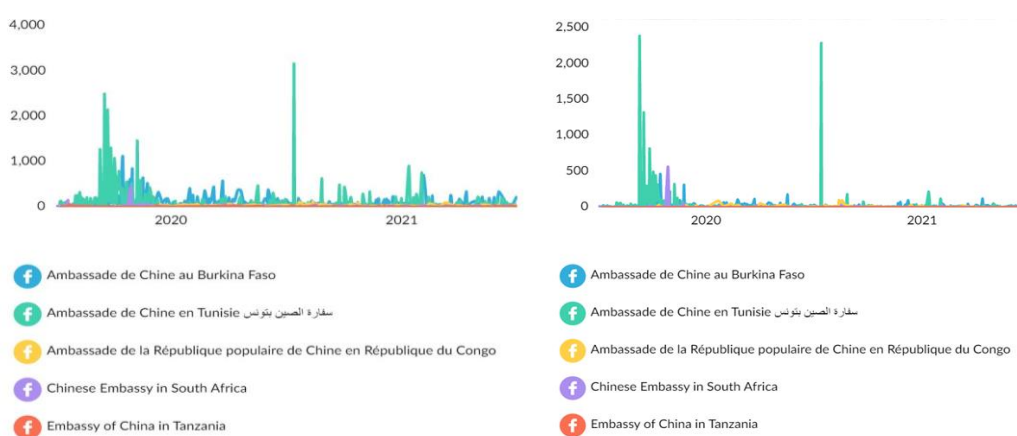
Больше всего подписчиков в Фейсбуке у посольства КНР в Ботсване (38000), далее идут Алжир (26000), Тунис (26000), Египет (25000), Кения (24000) и др. Самым большим регионом по количеству «фолловеров» в Фейсбуке является СА с 94042 чел. Твиттер-аккаунты более популярны в ВА, где всего 70073 подписчиков, почти половина от всех подписчиков в Африке, соответственно, если перед ЦД КНР будет стоять цель резко улучшить свою репутацию или восприятие в ВА, то делать это стоит именно через Твиттер.



График 4. Количество подписчиков аккаунтов посольств КНР в Фейсбуке по странам Африки (тыс. чел.) Источник: составлено авторам на основе данных аккаунтов на Фейсбуке и Твиттере

Для детального рассмотрения деятельности аккаунтов посольств КНР в соцсети Фейсбук в странах Африки за период 2020-2021 гг. были выбраны 5 стран, по одной от каждого из регионов Африки, согласно классификации регионов Африки ООН (Буркина-Фасо, Тунис, Конго, ЮАР, Танзания). Начнем с количества лайков и репостов, которые пользователи оставляли и делали на постах аккаунтов. Здесь наиболее очевидно лидерство двух стран – Туниса (51777 и 15362) и Буркина-Фасо (41118 и 9378), которые визуально почти закрыли собой показатели остальных 3 аккаунтов (графики 5 и 6). Можно наблюдать сильный всплеск лайков, который пришелся на период новостей о начале пандемии коронавируса.

Первые 11 самых популярных постов – все со страницы посольства КНР в Тунисе, причем самый популярный пост набрал 3171 лайк и 2292 репоста. Этот пост является разоблачением фейковых новостей, которые распространялись неким жителем Туниса, якобы заключившим соглашение о сотрудничестве в области вакцин с китайским представителем. Именно эта публикация вызвала резкий рост в начале 2021 г., который хорошо виден на графиках ниже. Следующие по популярности посты обсуждают решение КНР поставить в Тунис медицинские материалы, желание посла Ван Вэньбиня пожертвовать половину своей месячной зарплаты на помощь тунисскому народу, отвагу и самоотверженность китайских медиков в своей борьбе за жизнь тунисцев, передачу КНР 400000 доз вакцин и другие схожие новости.



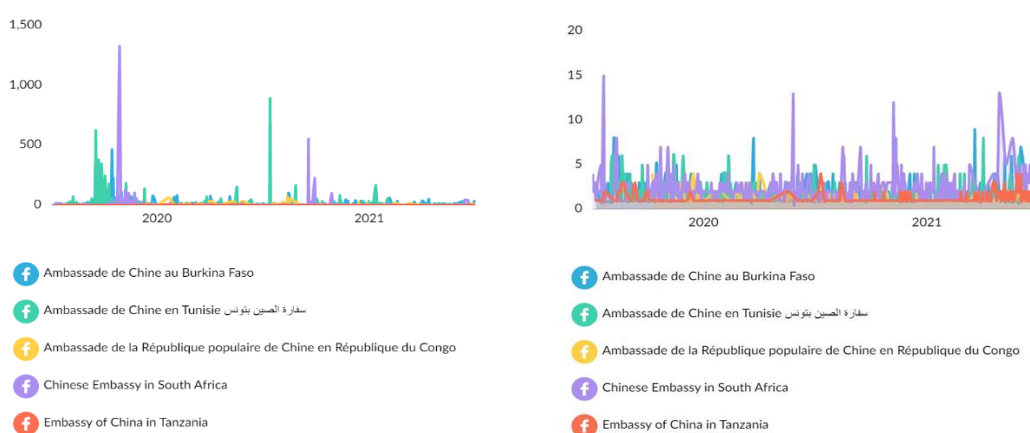
Графики 5 и 6. Количество лайков и репостов в аккаунтах посольств Китая в Африке в Фейсбуке (2020-2021). Источник: Popsters

Если взглянуть на аккаунт посольства в Буркина-Фасо, то там самой популярной стала новость о том, что бригада медиков из Тяньцзиня отправляется в Буркина-Фасо для помощи местному народу бороться с пандемией коронавируса, всего данный пост набрал 537 лайков, 302 репоста и 276 комментариев. Другие посты также сообщают о медицинских

поставках Китаем из солидарности, важной человеческой ценности, воспоминаниях о визите Томи Санкары (бывшего президента Буркина-Фасо) в Китай, победах чемпионов из Буркина-Фасо и Китая на Олимпийских играх.

На странице посольства КНР в Конго наибольшее количество лайков и репостов (105 и 23) набрала запись с фильмом о путешествии конголезского студента по Китаю, том, как он сумел познакомиться со страной с тысячелетней историей и т.д. В следующих по популярности записях говорится о викторине с возможностью выиграть «красные конверты» (хунбао 红包) в честь Китайского нового года, стихотворении, написанном конголезской студенткой в честь годовщины основания Конго на китайском языке, возможности изучать китайский язык в местном Институте Конфуция, приводится пример одного из успешных студентов.

Аккаунт в ЮАР несколько отличается от предыдущих двух примером самым высоким всплеском комментариев в конце апреля 2020 г. (1312) и постоянно большим количеством постов (994 всего), публикуемых на странице, которые в отдельные дни доходили до уровня 15 постов в день. Упомянутый всплеск комментариев связан с наиболее популярной записью от 28.04.2020 (438 лайков и 567 репостов), когда посольство написало короткий пост про китайских фермеров, пожертвовавших свежие овощи для местного сообщества. Другие записи также упоминали случаи, когда китайская диаспора безвозмездно отдавала продовольствие для южноафриканцев, КНР поставляла медицинские маски, посольство раздавало людям необходимые продукты. Следует отметить, что посольством часто используется хэштег #ChinaLovesSA, что потенциально может повышать охваты аудитории.



Графики 7 и 8. Количество комментариев и постов в аккаунтах посольств Китая в Африке (2020-2021). Источник: Popsters

Наконец, аккаунт посольства КНР в Танзании не может похвастаться сравнимым уровнем вовлеченности аудитории, как остальные государства из рассматриваемой группы

(2917 лайков и 257 репостов). Самый популярный пост набрал всего 37 лайков, в нем обсуждалась встреча посла КНР в Танзании, госпожи Ван Кэ, с членами руководства Ассоциации продвижения дружбы между Танзанией и Китаем, их вклад в развитие отношений между двумя государствами. Следующие публикации касаются истории и современности преподавания суахили в Китае, встречи посла с президентом страны Джоном Магуфули, смерти президента Танзании и его вклада в развитие сотрудничества Китая и Танзании, годовщины с подписания соглашения о дружбе между двумя странами.

Далее мы бы хотели взглянуть на последний, но не по значимости, показатель, который представляется критически значимым для определения эффективности взаимодействия аккаунтов с аудиторией – вовлеченность или активную аудиторию (ER). Максимально возможный уровень – это 100%, соответственно, чем процент выше, тем лучше. В реальности, процент выше 1% уже считается средним уровнем вовлеченности, от 3,5% до от 3,5% до 6% – высокий показатель, свыше 6% – очень высокий показатель.

Анализ показывает, что весной 2020 г. ER был выше всего в Тунисе (больше 15%), несколько ниже уровень был у аккаунтов посольств в Буркина-Фасо и ЮАР (12-13%). Это говорит об очень высоком внимании подписчиков к тому, что публикуется, они лайкали, комментировали и делились на своих страницах или пересылали данные посты. Далее, за исключением единичного выброса уровня ER из-за поста аккаунта в Тунисе (почти 25%), активнее всего показывал себя аккаунт посольства КНР в Конго, поддерживая примерный уровень от 2% до 5% (иногда выше). Хуже всего этот показатель у аккаунта в Танзании, что свидетельствует о почти полном отсутствии интереса подписчиков к публикациям.

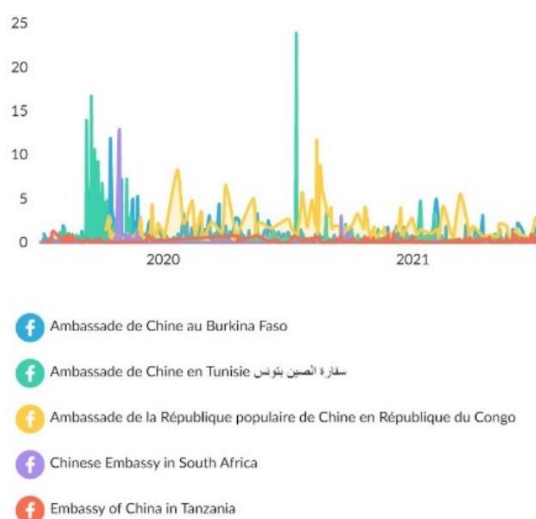
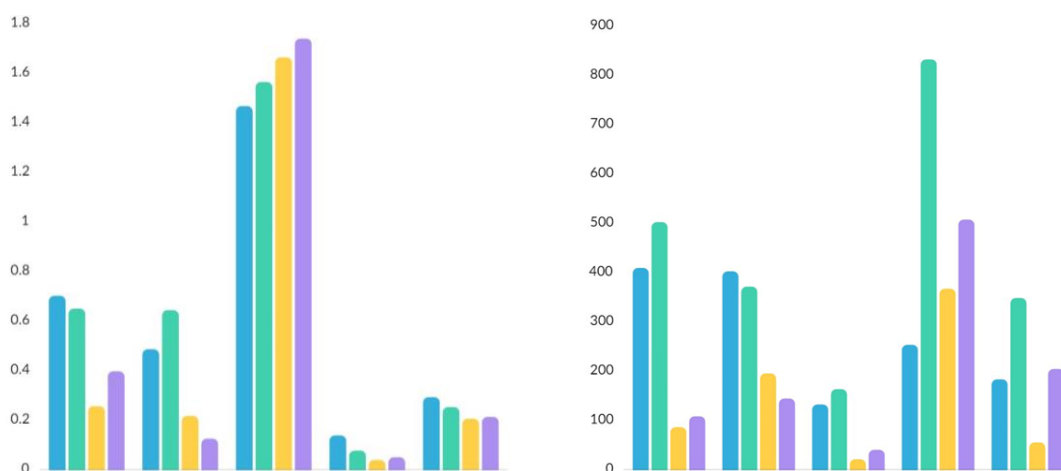


График 9. Уровень ER в аккаунтах посольств Китая в Африке (2020-2021). Источник: Popsters

На графике 10 отчетливо видно, насколько ER у аккаунта посольства КНР в Конго выше, чем у остальных страниц. При этом количество постов намного ниже, чем у других аккаунтов, это говорит о наибольшей эффективности именно страницы посольства КНР в

Конго в сравнении с остальными рассматриваемыми кейсами. Наиболее высокий уровень ER у него именно при публикации ссылок, в то время как у 3 других стран (Буркина-Фасо, ЮАР, Танзания) это фото, а у Туниса – тексты. Больше всего постов опубликовано страницей посольства КНР в ЮАР, но это как раз тот случай, когда количество – не значит качество. Данный аккаунт – самый неэффективный по показателю ER из анализируемой выборки несмотря на то, что он существует уже 7 лет и должен был научиться работать с аудиторией.



Графики 10 и 11. Уровень ER и количество постов по типу контента в аккаунтах посольств Китая в Африке (2020-2021). Страны слева направо: Буркина-Фасо, Тунис, Конго, ЮАР, Танзания. Типы контента: фото (синий), текст (зеленый), видео (желтый), ссылка (фиолетовый). *Источник:* Popsters

Таким образом, мы взглянули на многие аспекты деятельности КНР в Африке посредством анализа ЦД в этом регионе. Несмотря на то, что Китай только недавно ступил на путь «цифровизации» своей дипломатии в Африке, он уже добился значительных успехов, регулярно предоставляя африканской аудитории контент о двусторонних отношениях, развитии китайско-африканского сотрудничества и т.д. Существуют определенные проблемы, такие как отсутствие аккаунтов посольств еще в 20 странах, односторонний характер публикаций, низкая вовлеченность в ряде стран, и в будущем КНР придется решать их для стимулирования роста своего влияния на континенте.

Заключение

Подводя итоги, ЦД – это одно из наиболее новых веяний в ПД государств, подразумевая под собой продолжение ПД, но с использованием технологий, социальных сетей, ИИ и МО. Неизбежным процессом становится «индивидуализация» ЦД и большее внимание к аудиториям, на которые внешнеполитические акторы распространяют те или иные нарративы. Политика Китая последовала за уже успешными примерами США, ЕС, Великобритании по использованию ЦД для реализации своих стратегических целей и ступила на путь «диджитализации».

Анализ показал то, что ЦД КНР в целом вписываются в периодизации, предложенные Ши А. и Цветковой Н.А., однако ЦД именно в Африке стала на повестке дня для Китая во время принятия второй стратегии по континенту в 2014-2015 гг. После этого появилось обильное количество аккаунтов КНР в Твиттере, Фейсбуке, особенно заметен резкий рост их числа перед пандемией и во время нее. Сайты же посольств начали функционировать еще раньше, в середине нулевых гг. 21 века, будучи пионерами в еще абсолютно односторонней ЦД КНР.

Актеров ЦД КНР можно разделить на два типа: 1) государственные (министерства, посольства, послы); 2) негосударственные (компании). Данное исследование сделало отдельный фокус на кейс посольств КНР в Африке в сети Интернет и подтвердило наличие сайтов у всех 53 стран континента, с которыми установлены дипотношения. Было обнаружено, что дизайн сайтов посольств более «старомодный» по сравнению с, например, посольством КНР в США, есть тенденция к большему количеству материалов на китайской версии сайта и большего количества новостных разделов там. За период 2020-2021 гг. было опубликовано 124894 новостных материалов на 7 языках, где китайский занимал немного больше 50% от общего числа. Лидерами по количеству публикаций стали Маврикий и Египет (свыше 4000 единиц за 2 г.) Другой частью исследования был анализ страниц аккаунтов КНР в Фейсбуке и Твиттере. Было подсчитано общее число страниц, которое составило больше 50% от всего числа стран Африки для обеих социальных сетей. Всего аккаунты имеют аудиторию в 258280 и 153359 подписчиков, соответственно, лидером по первой соцсети является СА с 94042 подписчиков, во второй – ВА с 70073 подписчиков. Таким образом, при наличии конкретной цели по улучшению своего имиджа или распространению какой-то повестки КНР следует использовать Фейсбук в СА и, возможно, Твиттер в случае с ВА. Больше всего подписчиков у страниц посольств в Ботсване, Алжире и Тунисе (свыше 25000).

Анализ деятельности страниц в Фейсбуке показал то, что публикуется очень большое количество материалов на разнообразные темы, что выглядит намного

привлекательнее, чем однообразные сайты посольств КНР. Некоторые авторы делают предположение, что, пока элиты состоят из людей старше среднего возраста, ЦД будет реализовываться не слишком активно, но это может измениться с приходом большего числа чиновников, рожденных в 1980-е, привыкших к использованию технологий⁴⁸. Рассмотрение аккаунтов посольств в 5 странах Африки по каждому региону (ЮАР, Тунис, Танзания, Буркина-Фасо, Конго) продемонстрировало количественное лидерство ЮАР по числу публикаций (994), качественное превосходство аккаунта посольства в Конго по показателю ER и наибольшее количество лайков и репостов у Туниса. В основном статьи содержат крайне позитивный дискурс, большинство самых популярных постов были о пандемии, помощи от КНР, каких-то культурных мероприятиях и дипломатических встречах.

ЦД КНР в Африке достигла нового уровня и стремительно развивается, но в будущем нужно будет преодолеть такие проблемы как отсутствие законодательства по этому направлению ПД, однообразность постов на сайтах посольств в Интернете, нехватка двустороннего взаимодействия с аудиторией. В будущем интерес для исследования представляет то, как африканские страны реализуют свою ЦД в КНР посредством Вичата, Вейбо, также то, как отличается реализация ЦД в Африке разными крупными государствами и надгосударственными образованиями (США, Россия, Великобритания, ЕС, Индия, Турция, Япония).

⁴⁸ Ши, Аньбинь 史安斌, Чжан, Яочжун 张耀钟 Шуцзыхуа гунгун вайцзяо: линиянь, шицзянь юй цэлюэ дэ яньцзинь 数位化公共外交: 理念、实践与策略的演进 [Цифровая публичная дипломатия: эволюция концепции, практики и стратегии] // Гоцзи мэйдзе. 2020. Вып. 3. С. 79.

Список использованных источников и литературы

Источники на английском языке:

1. Burstein D. Huawei's Very Red World // CircleID, 30.08.2019. [электронный ресурс]. URL: https://circleid.com/posts/20190830_huaweis_very_red_world (дата обращения: 05.02.2022).
2. CCTV Africa // CCTV [электронный ресурс]. URL: <http://cctv.cntv.cn/lm/cctvafrica/> (дата обращения: 05.02.2022).
3. CGTN Africa // CGTN [электронный ресурс]. URL: <https://africa.cgtn.com/> (дата обращения: 05.02.2022).
4. Chinese Embassy in South Africa // Facebook [электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/chinainsa> (дата обращения: 25.02.2022).
5. Datareportal [электронный ресурс]. URL: <https://datareportal.com/> (дата обращения: 06.02.2022).
6. Embassy of China in Tanzania // Facebook [электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/tz.chineseembassy> (дата обращения: 25.02.2022).
7. Embassy of the People's Republic of China in the Republic of Zimbabwe [электронный ресурс]. URL: <http://zw.china-embassy.org/eng/> (дата обращения: 06.02.2022).
8. Embassy of the People's Republic of China in the United States of America [электронный ресурс]. URL: <http://www.china-embassy.org/eng/> (дата обращения: 06.02.2022).
9. Embassy of The People's Republic of China in the United States // Facebook [электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/ChineseEmbassyinUS> (дата обращения: 06.02.2022).
10. Popsters [электронный ресурс]. URL: <https://popsters.ru/> (дата обращения: 06.02.2022).
11. Population pyramid [электронный ресурс]. URL: <https://www.populationpyramid.net/africa/2050/> (дата обращения: 06.02.2022).
12. StartTimes [электронный ресурс]. URL: <https://www.startimestv.com> (дата обращения: 06.02.2022).
13. Wu Peng // Twitter [электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/WuPeng_MFACHina (дата обращения: 06.02.2022).

Источники на китайском языке:

14. 非洲司 «Фэйчжоу сы» (Департамент по делам Африки), [электронный ресурс]. URL: https://www.fmprc.gov.cn/web/wjb_673085/zzjg_673183/fzs_673445/ (дата обращения: 04.01.2022).

15. 西亚北非司 «Сия бэйфэй сы» (Департамент по делам Западной Азии и Северной Африки), [электронный ресурс]. URL: https://www.fmprc.gov.cn/web/wjb_673085/zzjg_673183/xybfs_673327/ (дата обращения: 01.01.2022).
16. “一带一路”网 «Идай илу ван» (Сайт «Один пояс – один путь»), [электронный ресурс]. URL: <http://ydyl.china.com.cn/> (дата обращения: 15.01.2022).
17. 中国对非洲政策档 (全文) «Чжунго дуй фэйчжоу чжэнцэ вэньцзянь (цюаньвэнь)» (Политика Китая по Африке (полный текст)), 2006 [электронный ресурс]. URL: <https://www.fmprc.gov.cn/zflt/chn/zgdfzcc/t463253.htm> (дата обращения: 01.01.2022).
18. 中国对非洲政策档 (全文) «Чжунго дуй фэйчжоу чжэнцэ вэньцзянь (цюаньвэнь)» (Политика Китая по Африке (полный текст)), 2015 [электронный ресурс]. URL: http://www.gov.cn/xinwen/2015-12/05/content_5020197.htm (дата обращения: 13.01.2022).
19. 中国统计年鉴 -2000-2021 «Чжунго тунци няньцзянь-2000-2020» (Китайский статистический ежегодник-2000-2020), 2021 [электронный ресурс]. URL: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/nds/> (дата обращения: 23.02.2022).
20. 中华人民共和国教育部 «Чжунхуа жэньминь гунхэго цзяюй бу» (Министерство образования КНР) [электронный ресурс]. URL: <http://www.moe.gov.cn/> (дата обращения: 15.01.2022).
21. 中华人民共和国商务部 «Чжунхуа жэньминь гунхэго шанью бу» (Министерство коммерции КНР), [электронный ресурс]. URL: <http://www.mofcom.gov.cn/> (дата обращения: 15.01.2022).
22. 中华人民共和国文化和旅游部 «Чжунхуа жэньминь гунхэго вэньхуа хэ люйю бу» (Министерство культуры и туризма КНР) [электронный ресурс]. URL: <https://www.mct.gov.cn/> (дата обращения: 15.01.2022).
23. 中华人民共和国外交部 «Чжунхуа жэньминь гунхэго вайцзяо бу» (МИД КНР), [электронный ресурс]. URL: <https://www.fmprc.gov.cn/web/> (дата обращения: 15.01.2022).

Источники на французском языке

24. Ambassade de la République populaire de Chine en République du Congo // Facebook [электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/chinaembcongobz/> (дата обращения: 25.02.2022).

25. Ambassade de Chine en Tunisie Congo // Facebook [электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/AmbassadedeChineenTunisie> (дата обращения: 25.02.2022).
26. Ambassade de Chine au Burkina Faso // Facebook [электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/ambchineburkina> (дата обращения: 25.02.2022).

Литература

Литература на русском языке:

27. Аликберова А.Р., Балакин Д.А. Цифровая дипломатия с китайской спецификой // *Modern Oriental Studies*. 2019. №3. С. 77-81.
28. Дейч Т.Л. Африка в стратегии Китая. М.: Институт Африки РАН, 2008.
29. Дейч Т.Л. Китай «завоевывает» Африку. М.: Институт Африки РАН, 2014.
30. Зеленев Е. И., Солощева М. А. Китайское проникновение в Африку: сравнительно-историческая ретроспектива // *Сравнительная политика*. 2020. Т. 11. № 4. С. 106-122.
31. Инь С. Роль публичной дипломатии в продвижении проекта «Один пояс, один путь» Китая на международной арене // *Общество: политика, экономика, право*. 2018. №2. С. 20-23.
32. Кравцов К. С. Торгово-экономические отношения КНР с Алжиром, Марокко и Мавританией в XXI веке // *Азия и Африка сегодня*. 2021. № 10. С. 55-64.
33. Сафронова Е.И. К вопросу о соперничестве Японии и Китая в Африке и Латинской Америке // *Японские исследования*. 2019. №3. С. 84-111.
34. Цветкова Н.А. Феномен цифровой дипломатии в международных отношениях и методология его изучения // *Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения*. 2020. №2. С. 37-47.
35. Шамугия И. Ш. Понятие «Публичная дипломатия» в теории международных отношений // *Актуальные проблемы современных международных отношений*. 2017. №10. С.136-142.

Литература на английском языке:

36. Cull, N. J. *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Figueroa Press, 2019.
37. Lasswell H. D., Smith B. L., Casey R. D. *Propaganda, Communication and Public Order*. Princeton, 1946
38. Li S. *Mediatized China-Africa Relations. How Media Discourses Negotiate the Shifting of Global Order*. Singapore: Palgrave Macmillan, 2017.

39. Melissen J. The new public diplomacy: Soft power in international relations. New York: Palgrave Macmillan, 2005.
40. Nye Jr J. S. Soft power: The means to success in world politics. New York: Public affairs, 2004.
41. Zhang X., Wasserman H., Mano W. China's Media and Soft Power in Africa: Promotion and Perceptions. New York: Palgrave Macmillan, 2016.

Литература на китайском языке:

42. Го, И 郭毅 Шуцзыхуа гунгун вайцзяо: шицзянь куньцзин, лилунь цюэсянь юй лунли фэнсянь 数位化公共外交: 实践困境、理论缺陷与伦理风险 [Цифровая публичная дипломатия: практические дилеммы, недостатки теории и этические риски] // Вэйлай чуаньбо. 2021. Вып. 4. С. 38-45.
43. Ли, Аньшань 李安山 Чжунго дэ фэйчжоу чжаньлюэ: сяньши, тяочжань юй цзяньи 中国的非洲战略: 现实、挑战与建议 [Стратегия Китая по Африке: реалии, проблемы и рекомендации] // Гоцзи чжаньлюэ яньцзю цзяньбао. 2011. Вып. 61. С. 1-4.
44. Лю, Чуаньин 鲁传颖 Шуцзы вайцзяо мяньлинь дэ циюй юй тяочжань 数字外交面临的机遇与挑战 [Возможности и вызовы, стоящие перед цифровой дипломатией] // Юйвай гуаньча. 2020. Вып. 12. С. 98-101.
45. Пэн, Сюбинь 彭修彬 Вэньхуа цзецзиньсинь юй мэйцзехуа гунцин: синьгуань ицин чжун дэ шуцзы гунгун вайцзяо таньсо 文化接近性与媒介化共情: 新冠疫情中的数字公共外交探索 [Культурная близость и эмпатия СМИ: изучение цифровой публичной дипломатии в условиях пандемии коронавируса] // Синьвэнь дасюэ. 2020. Вып. 12. С. 76-92.
46. Чжан, Ли 张莉, Цуй, Янчжэнь 崔杨臻 Синьгуань ицин цицзянь оумэн синсян дэ “Цзысу” 新冠疫情期间欧盟形象的“自塑” [“Самоформирование” имиджа ЕС во время эпидемии Covid-19] // Оучжоу яньцзю. 2021. Вып. 1. С. 49-74.
47. Чжан, Цзюси 张举玺, Хо, Гунъюнь 霍龚云 Жэньтун юй хэцзо: цзиньчжуань гоцзя дуй хуа шуцзы гунгун вайцзяо яньцзю 认同与合作: 金砖国家对华数字公共外交研究 [Признание и сотрудничество: исследование цифровой публичной дипломатии между странами БРИКС и Китаем] // Синь мэйти. 2021. Вып. 2. С. 93-96.
48. Чжан, Яньцю 张艳秋 Шуцзы гунгун вайцзяо юй чжунго гоцзи чуаньбо——и миньин мэйти цие вэй ли 数字公共外交与中国国际传播——以民营媒体企业为例

- [Цифровая публичная дипломатия и международная коммуникация Китая — на примере частных медиапредприятий] // Дуйвай чуаньбо. 2018. Вып. 10. С. 54-57.
49. Ши, Аньбинь 史安斌, Ван, Пэйнань 王沛楠 Шуцзы гунгун вайцзяо синци юй гуандянь гоцзи чуаньбо нэнли тишэн——Цзюй “Оусян” моши дэ фэньси 数字公共外交兴起与广电国际传播能力提升——基于“偶像”模式的分析 [Рост цифровой публичной дипломатии и улучшение возможностей международной коммуникации на радио и телевидении — анализ, основанный на модели «идола»] // Дяньшияньцзю. 2020. Вып. 1. С. 6-9.
50. Ши, Аньбинь 史安, Тун, Тун 童桐 Синьгуань фэйянь ицин ся дэ шуцзы гунгун вайцзяо: тяочжань юй чуансинь 新冠肺炎疫情下的数字公共外交: 挑战与创新 [Цифровая публичная дипломатия в условиях пандемии COVID-19: вызовы и инновации] // Дуйвай чуаньбо. 2020. Вып. 5. С. 24-27.
51. Ши, Аньбинь 史安斌, Чжан, Яочжун 张耀钟 Шуцзыхуа гунгун вайцзяо: линянь, шицзянь юй цэлюэ дэ яньцинь 数位化公共外交: 理念、实践与策略的演进 [Цифровая публичная дипломатия: эволюция концепции, практики и стратегии] // Гоцзи мэйтзе. 2020. Вып. 3. С. 78-81.

Приложения

Рисунки



Рисунок 1. Сайт посольства КНР в Зимбабве. Источник: Embassy of the People's Republic of China in the Republic of Zimbabwe



Рисунок 2. Сайт посольства КНР в США. Источник: Embassy of the People's Republic of China in the United States of America

Таблицы

Страны	Наличие страниц в Фейсбук	Количество подписчиков в Фейсбук	Год появления страниц в Фейсбук	Наличие страниц в Твиттере	Количество подписчиков в Твиттере	Год появления страниц в Твиттере
Северная Африка		94042			20700	
Алжир	+	26000	2014	+	6332	2020

Египет	+	25000	2019	+	12700	2019
Ливия	-			-		
Марокко	+	293	2021	+	1668	2021
Судан	+	16749	2020	+	3340	2020
Тунис	+	26000	2019	-		
<i>Восточная Африка</i>		43754			70073	
Бурунди	-			+	3330	2019
Джибути	-			-		
Замбия	+	731	2021	-		
Зимбабве	-			+	11900	2018
Кения	+	24000	2019	+	8422	2019
Коморы	-			-		
Маврикий	-			-		
Мадагаскар	+	6900	2019	-		
Малави	-			+	2111	2019
Мозамбик	-			-		
Руанда	-			+	721	2021
Сейшелы	-			-		
Сомали	-			+	8861	2019
Танзания	+	4047	2015	+	12300	2019
Уганда	+	1400	2019	+	8691	2018
Эритрея	-			+	2729	2021
Эфиопия	+	1500	2020	+	10600	2019
Южный Судан	+	5176	2019	+	408	2021
<i>Центральная Африка</i>		17628			25060	
Ангола	+	1836	2020	+	2983	2019
Габон	+	1268	2020	-		
ДР Конго				+	11000	2020
Камерун	+	1924	2020	+	2330	2019
Конго	+	2400	2020	+	1822	2020

Сан-Томе и Принсипи	-			-		
ЦАР	-			-		
Чад	+	7700	2019	+	4433	2019
Экваториальная Гвинея	-			+	2492	2020
<i>Южная Африка</i>		54500			15743	
Ботсвана	+	38000	2015	-		
Лесото	-			+	822	2020
Намибия	+	3500	2017	+	14400	2019
Эсватини	-			-		
ЮАР	+	17995	2015	+	521	2019
<i>Западная Африка</i>		48356			21783	
Бенин	-			-		
Буркина-Фасо	+	17899	2018	-		
Гамбия	+	3800	2017	-		
Гана	-			+	3401	2020
Гвинея	-			+	4558	2019
Гвинея-Биссау	+	552	2021	-		
Кабо Верде	-			-		
Кот-д'Ивуар	+	3100	2019	-		
Либерия	+	403	2021	+	3854	2019
Мавритания	+	3800	2019	+	2587	2019
Мали	+	3006	2018	+	3570	2018
Нигер	+	2821	2019	-		
Нигерия	+	1975	2020	+	2884	2019
Сенегал	-			+	929	2020
Сьерра-Леоне	+	11000	2017	-		
Того	-			-		

<i>Итого по Африке</i>	30 из 54	258280		31 из 54	153359	
------------------------	----------	--------	--	----------	--------	--

Таблица 1. Представленность китайских посольств в Африке на платформах Твиттер и Фейсбук.

Источник: составлено автором на основе данных аккаунтов на Фейсбуке и Твиттере

Графики



График 1. Публикации статей посольств КНР в Африке (2020-2021). Источник: составлено автором на основе всех сайтов посольств КНР в Африке

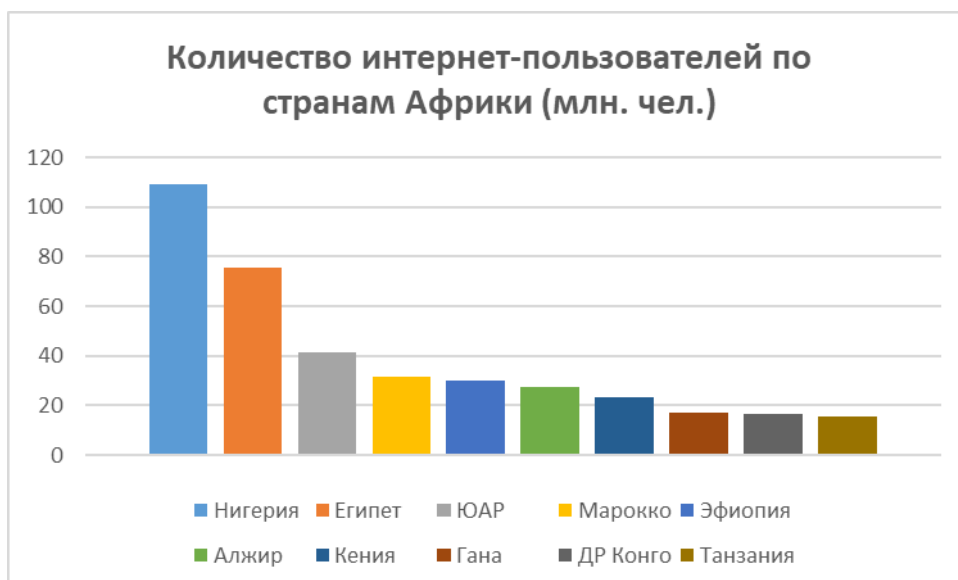


График 2. Количество интернет-пользователей по странам Африки (млн.чел.) Источник: Datareportal



График 3. Количество пользователей Фейсбука по странам Африки (млн. чел.) Источник: Datareportal

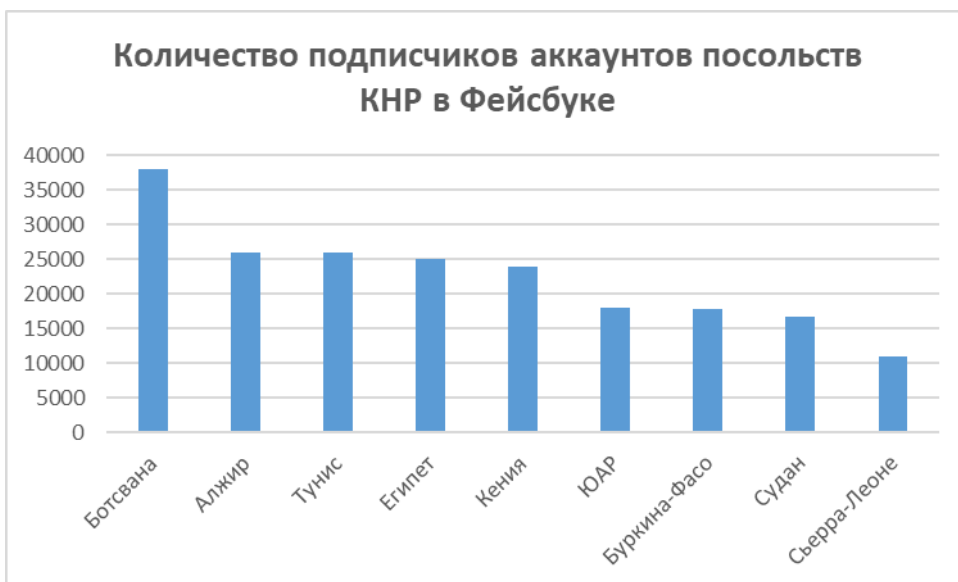
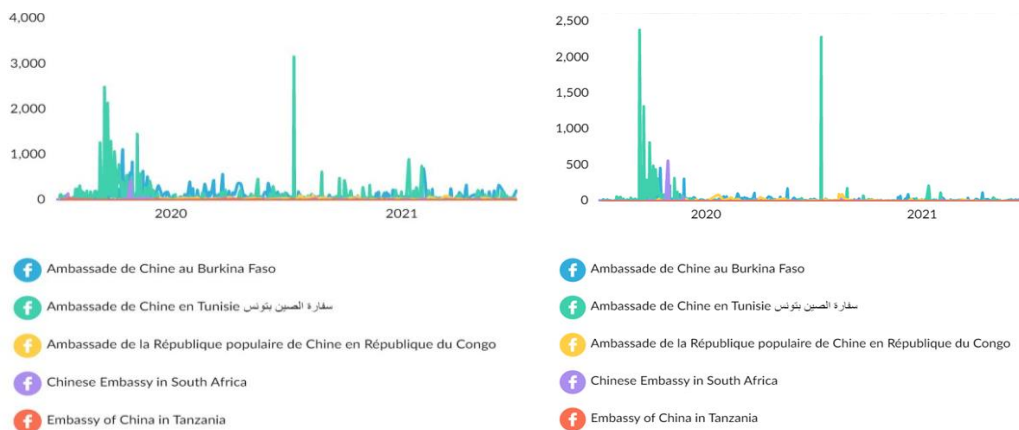
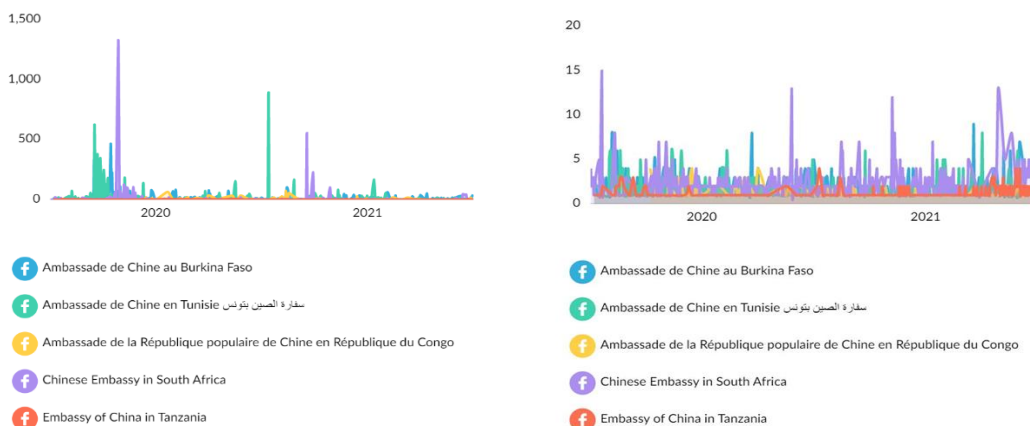


График 4. Количество подписчиков аккаунтов посольств КНР в Фейсбуке по странам Африки (тыс. чел.) Источник: составлено автором на основе данных аккаунтов на Фейсбуке и Твиттере



Графики 5 и 6. Количество лайков и репостов в аккаунтах посольств Китая в Африке в Фейсбуке (2020-2021). Источник: Popsters



Графики 7 и 8. Количество комментариев и постов в аккаунтах посольств Китая в Африке (2020-2021). Источник: Popsters

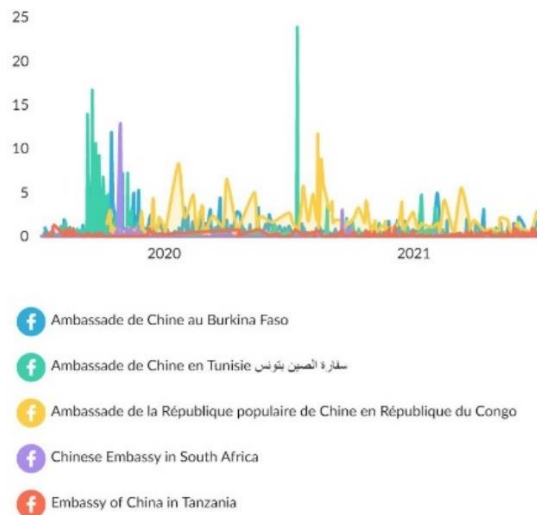
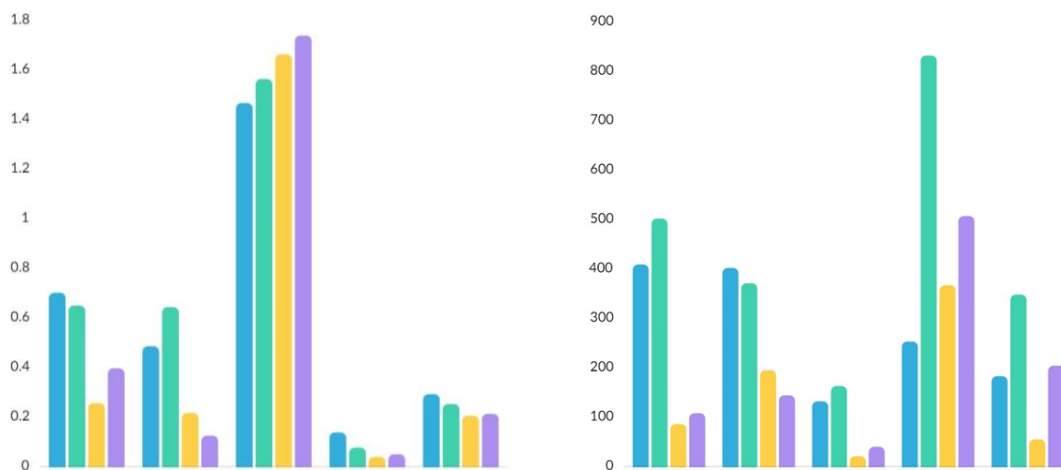


График 9. Уровень ER в аккаунтах посольств Китая в Африке (2020-2021). Источник: Popsters



Графики 10 и 11. Уровень ER и количество постов по типу контента в аккаунтах посольств Китая в Африке (2020-2021). Страны слева направо: Буркина-Фасо, Тунис, Конго, ЮАР, Танзания. Типы контента: фото (синий), текст (зеленый), видео (желтый), ссылка (фиолетовый). Источник: Popsters