SOFT POWER" IN THE DIGITAL AGE - GLOBALIZATION AND CHANGES IN POWER DYNAMICS

CZU: 321.7:004
https://doi.org/10.59295/eiqd.10

Alexandr TOPOLENCO*

Abstract. *Digitalization as a new theoretical concept is actively used by researchers to assess economic, socio-political and other processes in a contemporary society. Digitalization, infiltrating the system of international relations, changes not only the principles of international communications, but also its tools. The peculiarities, risks and prospects of digitalization, in certain spheres and society as a whole, are actively explored in various branches of science, however, the digitalization of the economy, business processes, social institutions, society and people remain priority issues. To analyze digitalization, academic science uses comparative and system analysis. In particular, to determine the tools that contribute to the growth of "soft power" in the digital society, secondary data analysis is used. In the context of the digital transformation of the system of international relations, the scope and range of "soft power" tools are expanding. In addition, digitalization adapts the tools of "soft power" to the modern system of international relations, so that one of the important tools and factors in the growth of "soft power" becomes digital diplomacy. The author of the article defines "digital diplomacy" as a foreign policy instrument, which involves flexible forms of interaction between actors in international relations using new forms of mass communication and network technologies with the aim of influencing the world discourse on pressing issues, promoting interests and producing an operational response to the latest information challenges. It has been established that the growth of the country's "soft power" correlates with the introduction of digitalization tools, however, digital soft influence can lead to negative consequences, namely the emergence and mass distribution of fake news, manipulation of the global agenda and digital inequality, among others. The development of objective criteria and methods for differentiating between legitimate and illegitimate digital tools of a country's "soft power" is a further direction in research on the phenomenon of digitalization of "soft power".*

* PhD student in political sciences, Free International University of Moldova (ULIM), email: topolenco.alexandru@gmail.com

Perceptions of attractiveness and trust influence the prosperity and influence of countries. A country's soft power is not guaranteed. Countries have their own brands, an image shaped by the behavior of governments, what they do and say, who they associate with, and how they behave on the global stage. Increasingly, digital diplomacy plays a crucial role in creating and applying soft power. This paper argues that digital diplomacy is increasingly vital in articulating soft power. Digital diplomacy is a new way of conducting public diplomacy, offering new and unparalleled ways to build trust with previously disengaged publics. Soft power is now the driving force behind reputation and influence on the global stage, where digital diplomacy is increasingly playing a critical role.

***Keywords**: digitalization, globalization, "soft power", digital society, digital diplomacy*

Introducere

În prezent, vectorul cercetării în domeniul științelor umaniste este modelat de procesul de digitalizare. Arhitectura relațiilor internaționale și a politicii mondiale este, de asemenea, transformată sub influența schimbărilor tehnologice. Fenomenul digitalizării sau transformării digitale prezintă un mare interes pentru cercetătorii ruși și străini. Problemele digitalizării sunt studiate activ în diferite domenii științifice: ca fenomen socio-politic, socio-economic, precum și fenomen cultural, juridic, tehnic, filozofic etc (Strautiu, 2007).

Acest studiu este dedicat analizei fenomenului digitalizării sau transformării digitale în general și impactului acestuia asupra creșterii „soft power" a actorilor relațiilor internaționale, în special. Componentele informaționale ale „puterii soft", precum și digitalizarea societății și a ființei umane, schimbă peisajul familiar al relațiilor internaționale. În ciuda faptului că conceptul de „putere moale" este bine studiat și descris în lucrările oamenilor de știință ruși și străini, și anume J. Nye, G. Gallarotti, M.M. Lebedeva, O.F. Rusakova și alții, influența procesului de digitalizare asupra sistemului de relații internaționale și asupra procesului de creștere a „soft power" necesită o atenție mai mare (Gallarotti, 2011). Principala problemă științifică este studiul digitalizării ca factor de creștere a „puterii soft" în legătură cu reorientarea multor state către vectorul digital al dezvoltării. Scopul acestui studiu este de a identifica particularitățile reprezentării procesului de digitalizare în discursul academic, precum și componentele cheie ale „soft power" în contextul digitalizării și globalizării relațiilor internaționale. Acest studiu include două secțiuni: particularitățile analizei digitalizării în știința academică; digitalizarea ca factor de creștere a „soft power" (Bjola, 2015).

Metode și metodologie

Conform scopului studiului, se folosesc metode științifice generale și anume: analiză, comparație, generalizare. Pentru a determina particularitățile analizei digitalizării în știința academică, se utilizează analiza comparativă și de sistem. Metoda analizei secundare a datelor este utilizată pentru a identifica resursele care contribuie la creșterea „puterii blânzi" în societatea digitală. Sunt analizate „Clasamentul global al Soft Power".În plus, această cercetare este o continuare logică a studiului componentelor informaționale ale „soft power".

Rezultate acumulate în urma interacțiunii orale

În domeniul academic, lucrările privind digitalizarea și transformarea digitală pot fi împărțite în mai multe clustere tematice. Primul aspect vizează digitalizarea proceselor economice, și anume, dezvoltarea de strategii și programe ale economiei digitale, modelarea riscurilor și consecințelor introducerii inovațiilor și tehnologiilor informației și comunicațiilor etc. sprijinirea procesului de digitalizare a economiei, precum și dezvoltarea și întreținerea produselor software

Anumite aspecte ale digitalizării, de exemplu, Internetul, inteligența artificială și datele digitale, rolul și potențialul lor sunt de mare interes pentru oamenii de știință. Deci, M. Bunz (2014) identifică trei principii tehnologice de bază (combinarea tehnologiilor) care au pus bazele dezvoltării Internetului lucrurilor: o creștere a numărului de dispozitive conectate la Internet; utilizarea cipurilor („RFID de comunicație fără fir") pentru a identifica lucrurile de zi cu zi; trecerea la un nou protocol de Internet . În domeniul mass-media, procesul de digitalizare este destul de clar urmărit odată cu apariția noilor media, și anume rețelele sociale, mesageria instantanee, smartphone-urile și alte gadgeturi inteligente.

Al doilea aspect se ocupă de digitalizarea sistemului educațional: învățământul la distanță și în rețea, dezvoltarea și menținerea informației electronice și a mediului educațional în instituțiile de învățământ superior, mobilitatea academică virtuală a studenților, oamenilor de știință și profesorilor ca componentă. de educație pe tot parcursul vieții datorită diverselor proiecte educaționale de tip MOOC (curs online masiv deschis), de exemplu, Coursera, EdX, Udacity, Open Education etc. De exemplu, Kovba D.M. și Gribovod E.G. consideră mobilitatea academică internațională ca o resursă de „soft power" în contextul digitalizării și globalizării învățământului superior ; Macek A. și Ritonija N., precum și Petrova L.E., Kuzmin K.V. dezvăluie posibilitățile de mobilitate virtuală și de învățare în rețea (Rusakova, Kovba, Gribovod, Popova, 2018).

Al treilea aspect se referă la digitalizarea guvernului, precum și a politicii în general. Acest proces are o dimensiune tehnică, fiind legat de trecerea de la guvernarea electronică la digitală, furnizarea de servicii publice în formă electronică (înlocuirea documentelor analogice cu cele digitale) confirmate cu semnătură electronică. În același timp, are o dimensiune discursivă (discurs mediatic, discurs pe internet) și comunicativă (practici și strategii comunicative).

Astfel, alături de metodele convenționale de diplomație, actorii relațiilor internaționale folosesc diplomația digitală (termenul sinonim cu „hashtag-diplomație").

Al patrulea aspect se ocupă de digitalizarea societății și a oamenilor. Este necesar să se indice studiile care abordează problemele transumanismului, postumanismului, unde tehnologiile moderne, inclusiv inteligența artificială, joacă un rol important în transformarea societății și tranziția la un „postuman", etc. Manikovskaya M.A., concentrându-se pe riscurile și aspectele negative ale digitalizării educației, avertizează asupra consecințelor pe care trebuie să le facă față un om. Digitalizarea umană este fixă, atât la nivel cognitiv, cât și la nivel corporal. Astfel, există o gamă largă de dispozitive inteligente (smartphone, ceasuri inteligente, trackere de fitness) și programe, care monitorizează și digitalizează parametrii fiziologici ai unui om (somn, pași, ritm cardiac etc.).

În acest sens, contextul de cercetare al procesului de digitalizare se extinde. O abordare integrată a domeniilor cheie ale digitalizării în discursul academic a făcut posibilă identificarea unei trăsături importante a acestui proces. Digitalizarea este un proces complex, cu mai multe fațete, care nu trebuie considerat doar din punct de vedere tehnic ca „conversia informațiilor din format analog în format digital". Este studiul valorii, puterii și caracteristicilor comunicative ale digitalizării care ne va permite să anticipăm riscurile și să prevenim rapid consecințele negative ale acestui proces.

Digitalizarea ca factor de creștere a "soft power"

Digitalizarea ca unul dintre procesele cheie ale societății contemporane afectează diverse sfere ale vieții sociale, pătrunzând în sistemul relațiilor internaționale. Ca orice proces, digitalizarea poate schimba echilibrul de putere, cu toate acestea, în funcție de tehnologie și domeniu de aplicare, are un potențial de impact atât slab, cât și dur. Acest proces a diversificat componentele structurale ale „soft power". În sensul cel mai general, „puterea moale" este un concept care este folosit pentru a atinge anumite scopuri, inclusiv cele politice, cu ajutorul valorilor și valorilor nemateriale umanitare și culturale.

Importanța impactului digitalizării asupra „puterii soft" poate fi văzută în dimensiunea de măsurare și instrumentală. Astfel, diferite clasamente „soft power" acordă prioritate indicatorilor care evaluează nivelul de dezvoltare a tehnologiilor digitale și informaționale, pregătirea infrastructurii, sectorului public și privat pentru implementarea acestor tehnologii. Deci, în clasamentul Soft Power 30, unul dintre sub-indicii care evaluează resursele „soft power" a țărilor este subindexul Digital. Acest subindex „include o combinație de valori care surprind conectivitatea digitală a unei țări, eficiența serviciilor online guvernamentale și utilizarea diplomației digitale".

Conform la clasamentul Soft Power 30, în 2019 Rusia nu a intrat în Top 10 în niciunul dintre sub-indici (Enterprise, Engagement, Culture, Government, Education, Digital) (McClory, J. 2017), în plus, a scăzut pe locul 30 după nivelul „soft power" dezvoltare. În timp ce în 2017, Rusia se afla pe locul 26 în acest clasament, intrând în primii zece lideri în sub-indicii Engagement (locul 8) și Digital (locul 10). Cu toate acestea, merită să ținem cont de atitudinea părtinitoare și precaută față de evaluarea utilizării de către partea rusă a tehnologiilor sale digitale, care poate afecta „puterea soft". Trebuie remarcat faptul că, în ciuda scăderii Rusiei în aceste clasamente, digitalizarea este una dintre prioritățile sale, în special în economie și educație, ceea ce poate afecta pozitiv creșterea „puterii blânzi" a Rusiei în viitor (Lebedeva, 2017).

Componentele informaționale ale „soft power" sunt considerate ca „un complex de strategii, tehnologii, resurse și produse utilizate în spațiul informațional în beneficiul

subiecților". Instrumentele de informare și comunicare de „soft power" includ: în primul rând, întreaga gamă de instrumente și strategii discursive valorice, și anume: discursuri media, discursuri pe internet, discursuri false, tehnologie „smart crowd" etc. care construiesc digital și/sau informațional cadrul mesajului transmis; în al doilea rând, mediile convenționale și noi (rețele sociale, mesagerie instant etc.).

Trebuie remarcat faptul că mass-media și tehnologiile digitale contemporane nu reprezintă doar o resursă de transformare digitală a societății, ci formează și un mediu particular care concurează pentru o audiență activă cu spațiul media convențional. În al treilea rând, printre acestea se numără progresele științei și tehnologiei (inteligență artificială, realitate virtuală și augmentată etc.). Și în al patrulea rând, acestea includ instrumente clasice adaptate digital de „putere moale". Astfel, alături de formele convenționale de diplomație în societatea digitală apar noi tipuri de diplomație, și mai ales — diplomația digitală.

Întrucât există o schimbare către comunicațiile multi-vectorale în spațiul mediatizat al politicii mondiale, algoritmul de rețea și cooperare digitală concurează cu negocierile bilaterale. În sensul său cel mai general, diplomația digitală este privită ca un instrument de politică externă, care implică forme flexibile de interacțiune între actorii relațiilor internaționale folosind noi platforme de informare (de exemplu, Twitter, Facebook, Instagram etc.) cu scopul de a influența lumea. discursul asupra problemelor stringente, promovarea intereselor naționale și producerea de răspuns prompt la cele mai recente provocări informaționale (Startegia Europeană de Securitate). Diplomația digitală, ca și diplomația publică, urmărește să arate publicului larg un sistem de valori și caracteristici culturale ale unui anumit actor al relațiilor internaționale prin intermediul proiectelor culturale, umanitare și educaționale.

În ciuda distincției dintre diplomația digitală și cea publică în discursul academic, un număr de cercetători văd diplomația digitală ca o formă de diplomație publică adaptată societății și politicii digitale, și nu ca o formă de diplomație publică formă separată. Mai mult, se subliniază o atitudine precaută față de posibilitățile de utilizare a rețelelor sociale și a tehnologiilor de rețea în practica diplomatică actuală și aplicarea lor formală. Cu toate acestea, în contextul globalizării, digitalizarea instrumentelor „soft power" ajută la accelerarea feedback-ului sub forma unui răspuns informațional, cognitiv și practic și la formarea opiniei publice, a dispoziției sociale și a stării emoționale în modul de care au nevoie actorii de comunicare.

” Soft power”, ideea națională și diplomația

În cadrul relațiilor internaționale, puterea a fost în mod tradițional înțeleasă, definită și evaluată în termeni „duri", adesea în cazuri de intervenții economice sau militare. În cazul ”hard power", aceasta a fost de obicei extinsă sub formă de constrângere, fie prin folosirea forței, amenințarea cu forța, sancțiuni economice sau stimuli de plăți. În comparație cu natura coercitivă a ”hard power", ”soft power" urmărește să folosească în schimb puterea de atracție sau de persuasiune. ”Soft Power" este capacitatea unui stat-națiune de a influența preferințele diferiților actori în spațiul internațional, fie prin atracție, fie prin persuasiune, mai degrabă decât prin constrângere, ”putere grea".

Soft Power are un impact semnificativ asupra deciziilor pe care le iau oamenii, întreprinderile și guvernele. Este, în parte, pentru că soft power sunt toate lucrurile care îi fac pe oameni să iubească o țară mai degrabă decât să se teamă de ea, de exemplu, produse ale oamenilor, instituțiilor și mărcilor, mai degrabă decât ale guvernelor. Joseph Nye (2004), profesorul care a inventat termenul, susține că "soft power" este „un mijloc de succes în politica mondială" pentru cei care știu să o folosească. Cu toate acestea, soft power a fost puternic criticată de oamenii de știință în relații internaționale. O parte din scepticismul larg răspândit îndreptat față de concept este că este „evaziv," „neclar" și „înnebunitor de inconsecvent."

Soft Power încearcă să obțină influență prin construirea de rețele care sunt amplificate în era digitală. Rețelele pot fi atât pozitive, cât și negative, în cazul în care o rețea de „actori răi pe internet" au potențialul de a amenința zilnic securitatea și bunăstarea globală. Anne-Marie Slaughter notează (2016) că cea mai bună modalitate de a combate această amenințare este asigurarea creării de rețele integrate care includ „actori de internet buni" - cum ar fi organismele corporative, civice și publice. Soft Power poate comunica narațiuni convingătoare, poate stabili reguli internaționale și poate utiliza resursele care fac ca o țară să fie în mod natural atractivă pentru lume. În același timp, însă, rolul idealului național nu trebuie uitat.

O națiune conștientă și abilă este unul dintre cele mai importante atuuri ale oricărui stat: asigurarea investițiilor interne, atragerea de turiști și adăugarea de valoare la export. În prezent, guvernele naționale sunt angajate în două tipuri de politici: branding național la nivel macro și produs individual. branding la nivel micro. Cu toate acestea, ambii termeni sunt profund interconectați. După cum notează Steve Thomson, „percepțiile soft power formează o componentă cheie în măsurarea generală a puterii mărcii unei națiuni (Thomson, 2021)"

Soft Power este capacitatea de a influența actorii, în timp ce o națiune conștientă pune în practică această capacitate prin mecanismul diplomației. Diplomația este o metodă consacrată prin care statele/națiunile își exprimă obiectivele de politică externă în timp ce își armonizează eforturile de a influența deciziile și comportamentul altor guverne prin dialog, negocieri și alte asemenea măsuri. Pentru unii, diplomația a fost considerată „o sală de expoziție" în cadrul relațiile internaționale care s-au schimbat în ultimele decenii odată cu apariția tehnologiilor digitale. Inovația tehnologică este o schimbare majoră în definirea soft power.

Direcția mesajelor de soft power s-a schimbat semnificativ, astfel încât cetățenii obișnuiți, nu experții guvernamentali, pot avea o influență mai mare asupra conversațiilor soft power. În această calitate, se poate observa o concentrare mai mare pe conținutul generat de utilizatori în comparație cu sursele diplomatice mai tradiționale. În esență, pentru ca soft power să aibă succes în epoca modernă, ea trebuie să îmbine instrumentele tradiționale de diplomație și negociere cu puterea tehnologiilor noi și emergente.

Diplomația digital

Relațiile internaționale și conduita diplomației au fost puternic afectate de transformările tehnologice recente. În acest context, ideea convențională a puterii ca sumă a puterii militare și a forței economice a pierdut din greutate relativă. Pe măsură ce instrumentele digitale devin tot mai comune și sunt adoptate de tot mai mulți actori statali

și nestatali, strategiile și tacticile de utilizare mai eficientă a acestora evoluează rapid. Ca atare, componenta digitală a soft power crește din ce în ce mai mult în ceea ce privește relevanța și importanța. În domeniul diplomației, importanța și potențialul acesteia sunt incontestabile pentru diseminarea mesajelor și pentru a ajunge la public.

Diplomația digitală este utilizarea instrumentelor digitale de comunicare de către diplomați pentru a comunica atât cu alți diplomați, cât și cu publicul (Thinking Heads,2021). Această comunicare poate fi realizată prin intermediul tehnologiilor digitale și în rețea, inclusiv internetul, dispozitivele mobile și canalele de social media. În cele din urmă, ea este o strategie de gestionare a schimbării prin utilizarea mecanismelor digitale și a colaborărilor virtuale. Ca termen, a fost folosit interschimbabil cu termeni precum „e-diplomație" sau chiar „diplomație". 2.0." În același timp, totuși, este înțeles diferit de guvernele din întreaga lume, Statele Unite ale Americii numind-o „21st Century Statecraft", Regatul Unit definind-o ca „diplomație digitală" (Friedman, 2009), iar Canada notând să fie „Politică deschisă".

Dezbaterile actuale despre diplomația publică și soft power suferă de eșecuri în abordarea rolului pe care diplomația digitală îl poate juca cu adevărat în construirea încrederii în ecosistemul global. Ca mecanism, diplomația digitală nu ar trebui văzută ca ceva care să înlocuiască noțiunile tradiționale de diplomație. Ar trebui mai degrabă să încerce să coexiste și să completeze mecanismele tradiționale de diplomație. Diplomația digitală a fost interpretată într-o varietate de moduri de către cercetători și actorii practice deopotrivă și, ca atare, nu există o definiție sau un cadru larg acceptat. Rămâne un mod convențional de a conduce diplomația printr-o multitudine de mecanisme și medii. Prin utilizarea diplomației digitale, statele se pot implica în moduri noi și inovatoare cu societatea civilă. Nicholas Westcott notează că a permis unor țări să devină mai democratizate, unde tehnologia a permis participarea mai multor oameni (Westcott, 2008).

Diplomația digitală nu este imună la critici. Richard Grant susține că creșterea exponențială a angajamentului de către societatea civilă a schimbat regulile de implicare. Utilizarea mai largă a tehnologiei digitale în spațiile diplomatice a adus mai multe provocări, inclusiv anonimatul utilizatorilor de internet și scurgerea de informații. A existat un impuls în creșterea anonimatului online, unde oricine își poate asuma orice persoană, așa este cazul pe Twitter, Instagram sau LinkedIn, Facebook, Odnoklassniki, VKontakte, Telegram etc. În același timp, rămân provocări legate de canalele digitale și de avertizare. Scurgerea din 2010 a Wikileaks rămâne unul dintre cele mai bine profilate cazuri din istoria recentă.

Wikileaks a publicat 250.000 de canale diplomatice de la misiunile SUA din întreaga lume și Departamentul de Stat din Washington. Ilan Manor a remarcat că a provocat „un pandemoniu răspândit între ministerele de externe din întreaga lume." (Manor, 2015). Telegramele au inclus evaluări nepotrivite ale altor lideri mondiali, guverne străine și chiar țării gazdă a ambasadei. La rândul său, acest lucru a avut un impact asupra brandului național al SUA.

Diplomația digitală include utilizarea tehnologiilor digitale și a platformelor de social media, cum ar fi Twitter, Facebook și LinkedIn, Instagram, Threads de către statele naționale pentru a intra în comunicare cu omologii străini. Competențele digitale sunt unele dintre cele mai căutate competențe în domeniile relațiilor internaționale și

diplomatice. Întrebarea rămâne, totuși, cum pot statele să construiască încredere prin mecanismul instrumentelor digitale? Liderii mondiali şi diplomații folosesc rețelele de socializare pentru a vorbi și a interacționa direct cu publicul pe care doresc să-l influențeze. Un exemplu în acest sens este modul în care Președintele american Donald Trump a folosit Twitter ca parte esențială a strategiei sale de implicare. Activitățile diplomatice au fost, de asemenea, din ce în ce mai susținute de instrumente de pe internet. Nikos Christodoulides observă că multe guverne consideră că internetul și rețelele sociale provoacă instrumente diplomatice unice (Christodoulides, 2005).

În acest sens, statele se pot face reclamă în diferite capacități, ceea ce le permite, de asemenea, să aibă un control mai mare asupra modului în care valorile lor sunt prezentate publicului larg. În cele din urmă, utilizarea rețelelor sociale în cadrul diplomației a creat oportunitatea de a avea o măsurare în timp real a angajamentului. Dă putere statelor naționale să facă schimb de idei, opinii și valori într-un mod rapid, prin simpla apăsare a unui buton.

Valoarea în construirea încrederii, și de ce aceasta este necesar la etapa actuală?

Abordările de succes ale soft power, idealul național şi diplomația publică se bazează pe încredere. În spațiul digital, este mai ușor ca niciodată să câștigi și să distrugi încrederea. Ilan Manor și Elad Segev susțin că diplomația digitală există la două niveluri primare, primul în ministerul de externe și celălalt, în ambasadele din întreaga lume. Din cauza acestei diviziuni, statele își pot modifica mesajele pentru a satisface nevoile publicului local, care este vital pentru construirea încrederii (Manor, 2015).

Misiunile trebuie să utilizeze tactici de comunicare care să răspundă nevoilor publicului local, în special în ceea ce privește istoria, cultura, valorile și tradițiile care le pot consolida reputația în străinătate. Diplomația digitală joacă un rol semnificativ în modul în care actorii (de stat și nestatali) își construiesc încrederea. Utilizarea instrumentelor digitale este vitală, deoarece mai mulți actori concurează într-un spațiu din ce în ce mai mic pentru a ieși în evidență. Diplomația a trebuit în mod continuu să se adapteze și să se modifice în funcție de mediul său.

În contextul digital, nu este diferit. Într-o lume care este mai conectată decât oricând, implicarea digitală joacă un rol din ce în ce mai important, deoarece statele se pot implica cu un număr mai mare de oameni la un cost dramatic mai mic. În același timp, creează oportunități unice în cadrul unor astfel de rețele, atât pentru lideri, cât și pentru guverne, de a împărtăși mesaje și de a stabili agende politice pe canale netradiționale. Cu toate acestea, aceste rețele digitale au creat noi jocuri de putere. În acest spațiu, relațiile stat-societate civilă au o influență mai mare în afacerile internaționale.

Ca instrument, diplomația digitală are puterea de a crește angajamentul global și de a avea impact asupra oamenilor care s-ar putea să nu aibă niciodată ocazia de a păși în ambasada în cauză. Utilizarea rețelelor sociale promovează atât interacțiunea, cât și implicarea, ceea ce, la rândul său, promovează dorințele de actori din cadrul relaţiilor internaționale.

„Starea digitală” globală actuală este puternică. Numărul utilizatorilor de internet la nivel mondial totalizează 4,87 miliarde de oameni, iar utilizatorii rețelelor sociale din întreaga lume totalizează 4,15 miliarde de oameni, dintr-o populație globală totală de

7,83 miliarde de oameni. Cercetările arată că peste 455 de milioane de oameni au început să folosească rețelele sociale între octombrie 2019 și octombrie 2020, ceea ce echivalează cu o creștere anuală de peste 15 la sută. În ceea ce privește construirea încrederii, există din ce în ce mai multe oportunități pentru statele naționale de a se implica cu mai mulți oameni. decât oricând prin mecanismul digital. Astfel, le permite să promoveze o imagine atent adaptată publicului local. Cu toate acestea, inima oricărui angajament diplomatic rămâne persuasiunea, chiar dacă este folosit prin mijloace digitale. Persuasiunea este o parte vitală a oricărui angajament diplomatic, mai ales în cazul diplomației digitale.

În Moldova, tehnologia digitală este esențială pentru politica de diseminare a limbii și culturii moldovenești. Statul a găsit oportunități de a se promova prin mecanismul diplomației digitale și anume prin intermediul rețelelor sociale: Facebook, Instagram, Twitter, etc., (IRI, 2024) mai ales pe fundalul unor jocuri de putere din ce în ce mai puternice între state și blocuri regionale, așa cum se afirmă puterile emergente. În același timp, Guvernul și-a accelerat capacitatea de a extinde sistemele virtuale pentru a submina sau a achiziționa active pentru o anumită temă (cumpărarea activelor statale și/s-au investiția în stat) și pentru a furniza echipamente de comunicare pentru entități și evenimente. Aceste capacități sprijină diseminarea valorilor, inclusiv libertatea de exprimare.

La nivel global se poate observa o nevoie clară de diplomație digitală, dar tensiunea rămâne. Adesea este evident un binar între control și creativitate, guvernele dorind să controleze căile de informare, dar rețelele digitale au nevoie de un sentiment de inovație. Pentru ca rețelele digitale globale să prospere cu adevărat, misiunile diplomatice trebuie să găsească o cale de mijloc. Interacțiunea cu un public dinamic creează atât unele riscuri, dar și noi oportunități. Oamenii vor să vadă mai multe figuri umane ca oficiali guvernamentali, deoarece liniile personale și profesionale s-au estompat. Implicarea online reprezintă, de asemenea, o provocare pentru diplomați, deoarece riscurile sunt mari fie dacă obțineți informații greșite, fie provoacă jenă pentru țara lor cu o postare evaluată greșit. Carolina Chirică, actualul Secretar II (doi) al Moldovei în China, rețelele de socializare favorizează cele scurte, temporare și superficiale în care trebuie să existe un echilibru atent între a fi distractiv și serios. În acest sens, există o adevărată provocare în ceea ce privește modul în care cineva poate fi eficient atunci când cea mai mare parte a diplomației pe care o reprezinți se desfășoară online.

Sfera digitală nu este adesea pe deplin apreciată în rolul pe care îl poate juca în construirea și menținerea unei reputații de încredere. Acum, ministerele de peste mări (MAE) și ambasadele fac parte din diverse rețele globale, unde toate înregistrările sunt împrăștiate, gestionate și examinate. Utilizarea rețelelor sociale de către diplomați a deschis comunicarea între factorii de decizie și cetățeni. Multe ambasade au acum site-uri web interactive, conturi Facebook și un număr de ambasadori au o prezență energică pe Twitter, Instagram și Facebook; totuși, câteva conturi de rețele sociale au tendințe mai mari decât altele. O mare varietate de ambasade au pilotat mici exerciții. Potrivit Twiplomacy (2020), guvernele și liderii a 190 de locații internaționale au avut o prezență legitimă pe Twitter, reprezentând nouăzeci și opt la sută din cele 193 de state membre ale ONU.

Guvernele din doar patru țări nu au prezență pe Twitter, și anume Laos, Coreea de Nord, Sao Tome și Principe și Turkmenistan.

În spațiul digital, cele mai importante provocări cu care se confruntă statele naționale rămân relevante și construiesc încredere. Tendințele digitale se schimbă rapid și din acest motiv Natură rapidă a comunicării digitale, statele-națiune trebuie să se asigure că ele și mesajele lor rămân agile și adaptabile. Acum, mai mult decât oricând, reciprocitatea are loc pe canalele digitale. La rândul său, construirea încrederii la nivel global poate fi din ce în ce mai dificilă. Coronavirusul a fost un catalizator cheie pentru digitalizarea diplomației, unde a existat o schimbare fundamentală în implicarea de la distanță. Liderii care au îmbrățișat doar cu jumătate de inimă platformele digitale se implică acum în mod activ în mecanisme online prin Google Meet, Skype și Zoom. Cu toate acestea, pentru o serie de misiuni diplomatice, s-a dovedit uneori provocatoare din cauza provocărilor continue, cum ar fi conexiunile lente la internet sau lipsa competențelor digitale.

În această realitate, conversația soft power se schimbă față de moștenirea tradițională a diplomației, modelată de acțiuni guvernamentale atente în promovarea celor mai bune atribute culturale naționale la schimbul pasionat de consumatori de masă, lipsit de supraveghere. În mod tradițional, această supraveghere a venit de la instituțiile media care comercializau spațiu limitat de tipărire sau ecran. Astăzi, spațiul ecranului este o mică parte din lumea digitală în care schimbul de energie soft este condus de canale netradiționale care evoluează în mod constant și sunt din ce în ce modelate de indivizi, nu de guverne. Acest lucru a fost agravat doar în urma pandemiei de COVID-19, cu mai multe organizații ca niciodată, care desfășoară summituri, evenimente și schimburi culturale online, cum ar fi **Summitul G20 (2020)** – În 2020, Summitul G20, care reunește liderii celor mai mari economii ale lumii, a avut loc online din cauza restricțiilor impuse de pandemie.

Concluzie

Astfel, digitalizarea poate afecta atât acumularea „puterii soft" de către actorii politicii mondiale, cât și slăbirea acesteia. Pe de o parte, digitalizarea este capabilă să dea un nou impuls dezvoltării componentelor convenționale ale soft power, digitalizându-le, în timp ce, pe de altă parte, formează ramuri nemaivăzute până acum ale producției și schimbului digital, cum ar fi, de exemplu, mediul informatic electronic și educațional din instituțiile de învățământ, MOOC, dezvoltări și tehnologii avansate în domeniul inteligenței artificiale, realității augmentate și virtuale etc.

Soft Power, idealul național și diplomația publică sunt provocări continue pentru orice stat s-au națiune. Una dintre cele mai mari obstacole cu care se confruntă toate țările este rolul digitalului în afacerile internaționale. Diplomația digitală este o parte esențială a oricărui angajament din partea statelor, în special în încercarea de a promova reciprocitatea și încrederea semnificative. Persuasiunea rămâne piatra de temelie a diplomației, mai ales în context digital. În zilele noastre, nimeni nu este capabil să controleze modul în care informațiile și tendințele acesteia circulă pe tot globul. Guvernele au un control limitat în acest fel, iar misiunile străine trebuie să fie agile și bine informate pentru a se putea adapta în consecință (Otto, 2018).

Utilizarea rețelelor sociale de către diplomați a deschis comunicarea între factorii de decizie și cetățeni. Aceste instrumente, în principal Facebook și Twitter, oferă misiunilor diplomatice cu acces direct cetățenilor, atât în afara, cât și în interiorul statului lor. Acest mecanism de comunicare ocolește în mod regulat statele și filtrele media, permițând fără îndoială națiunilor să influențeze cu mai mult succes audiența de peste mări și să atingă obiective diplomatice.

În esență, diplomația digitală a produs o metamorfoză a comportamentului relațiile internaționale convenționale. Acesta definește modificări în sistemele și procedurile misiunilor diplomatice din străinătate. Astfel, diplomația digitală aduce cu ea atât posibilități, cât și provocări. Rețelele sociale pot oferi instrumente mai eficiente pentru a remedia problemele societale și de a preveni terorismul (Busuncian, 2011). În acest caz, în regiunile pline de conflicte, oamenii pot îmbrățișa rețelele sociale pentru a obține sprijin în spațiile în care media este supusă în mod regulat la întreruperi de curent și la cenzură. Există, totuși, unele pericole legate de dezvoltarea dependenței de rețelele sociale ca mijloc de relații internaționale. Indiferent de provocările cu diplomația digitală, oportunitățile par să le umbrească.

Ca urmare, are loc o creștere generală a volumului și ponderii tehnologice a resurselor și a instrumentelor „soft power" utilizate în lumea modernă. Creșterea bazei tehnologice de „soft power", digitalizarea își extinde semnificativ sfera de influență, crește atractivitatea și competitivitatea unei țări la nivel global. Ca orice proces, digitalizarea „soft power" poate duce la consecințe negative și anume: răspândirea știrilor false, formarea de idei falsificate despre evenimentele actuale, manipularea agendei globale etc (Otto, 2018). În acest sens, comunitatea academică are nevoie să dezvolte criterii care pot ajuta la distingerea dintre modurile legitime și cele ilegitime de influență digitală.

Având în vedere că mai mulți oameni folosesc internetul decât oricând, acesta oferă țărilor o oportunitate uriașă de a-și promova percepția soft power și eforturile de branding național. În cadrul acesteia, dacă statele combină atât formele digitale, cât și cele tradiționale de diplomație, ele vor putea avea mai mult succes. Prin promovarea mecanismelor de diplomație digitală, statele-națiune își pot alinia mesajele de branding național pentru a satisface nevoile publicului local. Creșterea pandemiei de COVID-19 a demonstrat în mod clar cum mesageria digitală este o parte vitală a oricărui efort diplomatic. Diplomația se confruntă cu un pivot crescut în ceea ce privește importanța abordărilor digitale, de succes, ale soft power, în timp ce brandingul național devine din ce în ce mai dependent de diplomația digitală decât oricând.

BIBLIOGRAFIE

Strauțiu E. Teme introductive în Relații Internaționale. Sibiu, 2007. Editura Universității:"Lucian Blaga". ISBN 978-973-739-502-3, p. 170-174.

Gallarotti, G. (2011). Soft Power: What it is, why it's important, and the conditions under which it can be effectively used. *Journal of Political Power*, vol. 4, issue 1, pp. 26–45.

Bjola, Corneliu. "Introduction: Making Sense of Digital Diplomacy." Essay. In *Digital Diplomacy: Theory an Practice*, edited by Corneliu Bjola and Marcus Holmes. Abingdon, Oxon: Routledge, 2015

Securitate internațională și diplomație publică. http://europa2020.spiruharet.ro/wp-content/uploads/2015/04/Curs-SIDP.pdf

Bunz, M. (2014). *The Silent Revolution: How Digitalization Transforms Knowledge, Work, Journalism and Politics Without Making Too Much Noise*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, p. 160

Rusakova, O., Kovba, D., Gribovod, E. and Popova, N. (2018). Cultural Diplomacy as the Intellectual Capital of Soft Power Exercised by the Shanghai Cooperation Organization Member states. In: Shaun Pather (Eds.), *Proceedings of the 15th International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management & Organisational Learning ICICKM 2018*, University of the Western Cape South Africa, pp. 280-283.

McClory, J. (2017). The Soft Power 30. A Global Ranking Soft Power 2017. Retrieved February 21, 2020 from https://softpower30.com/wp-content/uploads/ 2018/07/The_Soft_Power_ 30_Report_2017-1.pdf

Lebedeva, M. M. (2017). Soft power: the concept and approaches. *MGIMO Review of International Relations*, vol. 3, issue 54, pp. 215–218.

Strategia europeană de securitate o europă sigură într-o lume mai bună https://www.consilium.europa.eu/media/30815/qc7809568roc.pdf

Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, p. 210.

Slaughter, Anne-Marie. "How to Succeed in the Networked World: A Grand Strategy for theDigital Age." Foreign Affairs 95, no. 6 (2016): 77–85.

Thomson, Steve. "Soft Power: Why It Matters to Governments, People, and Brands." Brand Finance, April 20, 2021. https://brandfinance.com/insights/soft-power-why-it-matters

"Volatility in International Relations - Thinking Heads Articles." Thinking Heads, March 30, 2021.https://www.thinkingheads.com/en/global-trend/soft-power-digital-diplomacy

Friedman, Thomas L. *"The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century"*.Bridgewater, NJ: Distributed by Paw Prints/Baker & Taylor, 2009.

Westcott, Nicholas. "Digital Diplomacy: The Impact of the Internet on International Relations". Oxford Internet Institute, July 2008. https://www.oii.ox.ac.uk/archive/downloads/ publications/RR16.pdf

Manor, Ilan. "WikiLeaks Revisited." Exploring Digital Diplomacy, November 13, 2015. http://digdipblog.com/2015/11/09/wikileaks-revisited/

Christodoulides, Nikos. "Internet and Diplomacy." American Diplomacy Est 1996, 2005. https://americandiplomacy.web.unc.edu/2005/03/internet-and-diplomacy/

Manor, Ilan. "WikiLeaks Revisited." Exploring Digital Diplomacy, November 13, 2015. http://digdipblog.com/2015/11/09/wikileaks-revisited/

Sondaj IRI: De unde se informează moldovenii? Facebook, YouTube și TikTok, principalele aplicații media utilizate. https://agora.md/2024/07/17/sondaj-iri-de-unde-se-informeazamoldovenii-facebook-youtube-si-tiktok-principalele-aplicatii-media-utilizate

"Twiplomacy Study 2020," Twiplomacy, July 21, 2020, https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2020/

Otto, D. (2018). Using Virtual Mobility and Digital Storytelling in Blended Learning: Analysing Students' Experiences. *Turkish Internet Journal of Distance Education*, vol. 19, issue 4, pp. 95–101.

Busuncian T. Rolul Comunității de Informații a Statelor Unite privind combaterea terorismului internațional. History & Politics, 2011, An. IV, Nr.1, p. 77-91.

Constantin Moștaflei. Perspective ale securității și apărării în europa sesiunea de comunicări ştiinţifice cu participare internaţională - 19-20 noiembrie 2009, bucureşti - Volumul 2. https://cssas.unap.ro/ro/pdf_carti/Perspective_ale_securitatii_si_apararii_in_Europa_vol2. pdf