

Мр Драган Николић, докторанд*

Правни факултет

Мегатренд универзитета

Београд

Проф. др Весна Балтезаревич**

Факултет за културу и медије

Мегатренд универзитета

Београд

СУОЧАВАЊЕ ДИПЛОМАТИЈЕ И ДРУШТВЕНИХ МЕДИЈА

Сажетак: *Интернет је трансформисао савремени свет, продро је у све аспекте живота, укључујући и међународне односе и дипломатију. Овај рад има за циљ да прикаже савремену дипломатију, која се оријентише на употребу дигиталних алата у спровођењу спољне политике. У раду се разматра концепт дигиталне дипломатије, која своје активности обавља путем интернета, затим се анализирају елементи дигиталне писмености која је неопходна за успешно комуницирање на друштвеним медијима, посебно на друштвеним мрежама. Примерима се аргументују пројекти који се догађају када се недовољно влада чињеницама или способностима да се успостави квалитетна комуникација са умреженом јавношћу. У закључним разматрањима указује се на то да друштвени медији, које помажу дипломатама да илустрирају пројектовану спољну политику за домаћу и страну публику, истовремено могу да буду и платформа на којој лако долази до урушавања улога појединаца или држава.*

Кључне речи: *интернет, друштвени медији, дигитална дипломатија, друштвене мреже, јавност*

* Контакт: nikolic.dragan.0314@gmail.com

** Контакт: vbaltezarevic@megatrend.edu.rs

Увод

„Сведена на своје темељне састојке, спољна политика састоји се од два елемента: национални циљеви које треба постићи и средства за њихово постизање.“¹ Дигитална дипломатија углавном се односи на растућу употребу друштвених медијских платформи једне земље у циљу постизања спољнополитичких циљева и управљања њеним имиџом и угледом.²

Дигитална дипломатија је јавна дипломатија која користи дигиталне алате комуникације (друштвене медије) од стране дипломата како би комуницирали једни с другима и са широм јавношћу. У комуникацији дипломате морају да уважавају захтеве и карактеристике локалне публике у односу на историју, културу, вредности и традиције, олакшавајући на тај начин прихватање њихових порука и имиџа који желе да промовишу.³

„Захваљујући напретку технологије и појави интернета друштвени медији нуде платформу за онлајн друштвено повезивање.“⁴ Многе државе широм света активно воде своју спољну политику кроз стварање веб локација, блогова и употребу друштвених медијских платформи: Фејсбук (Facebook), Твитер (Twitter), Инстаграм (Instagram), Јутјуб (YouTube) и сличне њима. Велики број амбасада данас има интерактивне веб странице, Фејсбук налоге, а бележи се и све већи број амбасадора који имају активно присуство на Твитеру. Ово представља очекиван смер развоја дипломатије јер је интернет препознат као „средство комуникације које омогућава објављивање, размену и чување информација“⁵ и глобално је заступљен у јавној и приватној комуникацији. Интернет и глобални медији постају саставни део друштвеног и индивидуалног живота⁶ и имају

¹ Crabb, Jr., C. V. (1972). *American foreign policy in the nuclear age* (3rd ed.). New York, NY: Harper & Row, p. 1.

² Manor, I., & Segev, C. (2015). America's selfie: How the US portrays itself on its social media accounts. In C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: Theory and practice* (pp. 89–108). New York, NY: Routledge.

³ Lewis, D. (2014). *Digital diplomacy*. Преузето са: <http://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/>

⁴ Baltezarević, B., Baltezarević, R. Baltezarević, V. (2018). Aktivnosti starijih osoba na društvenim mrežama. *Megatrend Review*, Vol. 15 (3) 2018, p. 157.

⁵ Westcott, N. (2008). Digital Diplomacy: The Impact of the Internet on International Relations. Working Paper No. 16, стр. 3. Преузето са: SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1326476> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1326476>

⁶ Baltezarević, V. & Baltezarević, R. (2019). The secret game: media and power (p. 231–238). International Conference, Technology + Society Future, May 16–18, 2019, Proceedings: APPROACHING 20?? YEAR (Ed. M. Djurovic) Podgorica, Montenegro. Montenegrin Academy of Sciences and Arts, World Academy of Art and Science, European Academy of Sciences and Arts and The Global Round Table, p.231.

потенцијал да усмере широко распрострањену публику у отворене просторе за разговоре.

У раду се разматра појам дигиталне дипломатије, која се посматра као традиционална дипломатија која решава проблеме спољне политике користећи интернет. То је у суштини јавна дипломатија усмерена на друштвене медије, која подразумева да њени актери морају да разумеју начин на који интернет утиче на међународни дешавања и како се ефикасније могу користити информационо-комуникационе технологије за подстицање дипломатских циљева.⁷

У раду се такође приказују негативни примери коришћења друштвених мрежа због одсуства дигиталне писмености.

1. Дигитална дипломатија

Савремена дипломатија тренутно доживљава убрзане и корените промене које мењају перцепцију дипломатије коју познајемо као традиционални облик дипломатије. Те промене се одражавају и на унутрашњу и на међународну политику. Упоредо са технологијом долази и до промена јавности која је све више заинтересована за питања спољне политике и настоји да утиче на дипломатију путем друштвених медија. Јавна дипломатија формира ставове јавности приликом спровођења спољних политика. Утицај на јавност није отворен и директан, већ треба да буде стратешки постављен да би се обезбедио пројектовани резултат. Овде је од посебног значаја познавање начина размишљања стране јавности, али и познавање њене историје и културе. Чињеница је да глобална комуникација и повезаност, посредством интернета, не сме да се прихвати само као погодност, већ и као обавеза да се у овакав вид комуникације унесе напреднији ниво интеракција.

Тако долазимо до појма дигитална дипломатија, као облика јавне дипломатије, која се одвија на друштвеним медијима.⁸ Друштвени медији, које посматрамо као простор креиран на интернету где се људи са заједничким интересима могу окупити, размењивати коментаре и мишљења,⁹ постају привлачни потенцијал за дипломатске иновације. Дигитална дипломатија се све више ослања на дигитално прилагођену стра-

⁷ Funnell, A. (2014). E-diplomacy goes global. *ABC News*. Преузето са: <http://www.abc.net.au/radionational/programs/futuretense/digital-diplomacy/5344156>.

⁸ Manor, I. & Segev, C. (2015). America's selfie: How the US portrays itself on its social media accounts. In C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: Theory and practice* (pp. 89–108). New York, NY: Routledge.

⁹ Weber, L. (2007). *Marketing to the Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business*. Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons.

тешку комуникацију, за креирање убедљивих порука, која треба да унапреди националне слике, заговарање пројектоване политике и да изврши утицај на јавност. Стратешка комуникација је најважнија у тежњи земаља да побољшају своју меку моћ и да обезбеде позитивну реакцију јавности. Стратегије тешке моћи фокусирају се на војну интервенцију, присилну дипломатију и економске санкције за спровођење интереса.¹⁰

Мека моћ је способност да се оно што се жели добије кроз убеђивање или привлачност, а не присилом,¹¹ при чему се под средствима утицаја сматрају „нематеријалне способности као што су репутација, култура и вредност привлачности, која могу помоћи постизању циљева државе“.¹²

Повезаност дигиталне дипломатије са друштвеним медијима, управо води у смеру преоријентације политике на примену меке моћи.¹³ Ефикасност дигиталне дипломатије условљена је циркулацијом информација, сарадњом са другима на друштвеним медијима и приликама за ангажовање јавности. Умрежавање доводи до превођења статичке поруке у динамичније стратешке приче, које су често праћене фотографијама.

Међутим, напредне технологије су доступне и недржавним политичким актерима, тако да све чешће дигитални простори постају терен за сучељавање државних и недржавних корисника друштвених медија.

Дигитална дипломатија подразумева да министарства спољних послова, дипломате и владе морају да достигну баланс између индивидуалних потреба и државних захтева, путем увођења нових и отворенијих државних активности које ће успоставити успешну комуникацију са јавностима које желе да учествују у спољнополитичким активностима.

Дигитализација сама по себи није довољна за промоцију и напредак дипломатије, напротив, може да омета дипломатију уколико дипломата не успостави добар комуникацијски канал са осталим актерима. Несналажење на друштвеним медијима води до суочавања са губитком поверења и са формирањем негативног имиџа, како презентера дипломатије, као појединца, тако и земље из које долази. Бројни корисници друштвених медија, посебно друштвених мрежа, укључују се у дипломатске процесе и у сталном су дијалогу са дипломатама с којима анализирају питања која су раније била резервисана искључиво за разговоре иза затворених врата.

¹⁰ Campbell, K., & O'Hanlon, M. (2006). *Hard power: The new politics of national security*. New York: BasicBooks.

¹¹ Nye, J. S. (1990). *Bound to lead: The changing nature of American power*. New York: Basic Books.

¹² Viotti, P.R. & Kauppi, M.V. (2013). *Kauppi, Inter-national Relations and World Politics*, 5th ed. New York: Pearson, 207.

¹³ Seib, P. (2016). *The Future of Diplomacy*. Cambridge: Polity Press.

Савремене информационе комуникационе технологије, које су услов за коришћење друштвених медија, имају сложене ефекте на дипломатско деловање, јер убрзавају доношење одлука, тако да дипломате некад исхитрено одреагују и изазову негативне ефекте. Осим тога, информације које се пласирају на дигиталним платформама за умрежено деловање, често могу да буду нетачне, или злонамерно постављене, што захтева додатно ангажовање и утрошак времена за њихову проверу.

2. Друштвене мреже као место сусрета дипломатије и умрежене јавности

Активности савремене дипломатије су, захваљујући савременим облицима комуникације, под сталним надзором јавности. У том контексту, друштвене мреже, као услуге засноване на интернету које омогућавају појединцима да кроз ограничени систем креирају јавни или полу-јавни профил,¹⁴ постају инструменти дипломатског деловања, за промовисање дијалога са домаћом и међународном јавношћу. Дипломате су неизбежно упућене на коришћење ових платформи и тако постају приступачни и отворени, не само за пласирање дипломатских циљева, већ и за комуникацију са различитим актерима, али и за критику јавности.

Да би дигитална дипломатија остварила позитивне ефекте, дипломате морају да буду дигитално писмени, при чему овај појам подразумева „свест, став и способност појединаца да на одговарајући начин користе дигиталне алате како би се омогућила конструктивна друштвена акција“.¹⁵

Препознате су четири димензије дигиталне писмености:

1. Оперативна: способност коришћења рачунара и комуникационих технологија;
2. Семиотичка: способност коришћења свих језика који се конвертују у новом мултимедијалном универзуму;
3. Културна: Ново интелектуално окружење за информационо друштво и
4. Грађанска: Нови репертоар права и дужности који се односе на нови технолошки контекст.¹⁶

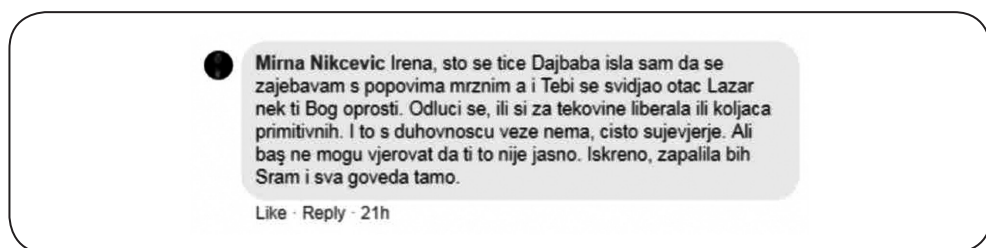
¹⁴ Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.

¹⁵ Martin, A. (2005) 'DigEuLit –a European framework for digital literacy: A progress report'. *Journal of eLiteracy*, 2(2) pp.130-136, стр. 135-136.

¹⁶ Tornero, J.M.P. (2004) 'Digital Literacy and Media Education: an Emerging Need. Преузето са: http://www.elearningeuropa.info/directory/index.php?page=doc&doc_id=4935&doclng=6

Приступ различитим друштвеним мрежама отвара широку могућност за комуникацију и дијалог са званичним партнерима и заинтересованом јавношћу, посебно са оном сфером која активно користи друштвене мреже. Тако се омогућава формирање базе пријатеља и следбеника, како са познатим, тако и са непознатим корисницима. База виртуелних пријатеља је по правилу попуњена различитим актерима, који могу да буду како утицајни, тако и потпуно маргинални и који се у односу на активности на мрежи деле на посматраче и учеснике.

Друштвени медији утичу на све набројане актере и носе ризик за дипломате који се упусте у дијалог с публиком. Потреба да се брзо и ефикасно комуницира са разним јавностима често као последицу има „примораност“ да се дају поједностављена објашњења, али и да се исхитрено и погрешно реагује, што може негативно да утиче на перцепцију дипломатије и спољне политике, где је опасност за поверење јавности у доносиоце одлука најделикатнија.



Слика 1. Коментари Мирне Никчевић, саветнице у Амбасади Црне Горе у Анкари, изнети на личном профилу на друштвеној мрежи Фејсбук¹⁷

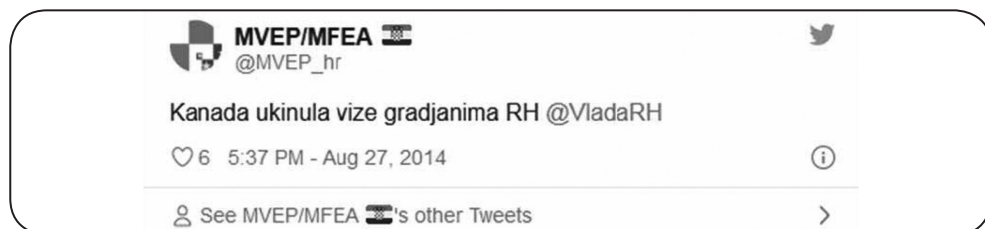
Слика 1. показује острашћене и непримерене коментаре саветнице Амбасаде. Ова објава на друштвеној мрежи изазвала је негативне реакције које су приморале надлежно министарство да реагује следећим саопштењем: „Ставови и коментари Мирне Никчевић, савјетнице у Амбасади Црне Горе у Анкари, изнијети на личном профилу на друштвеној мрежи Фејсбук у преписци са пријатељима, ни на који начин не одражавају ставове овог Министарства, нити државе Црне Горе”.¹⁸

Слике 2. и 3. показују аматеризам у објавама на друштвеној мрежи јер је „вест“ објављена са две године закашњења.

¹⁷ Kalač D. (17. jun 2019). Savjetnica u ambasadi bi zapalila Hram, Vijesti.

Преузето са: <https://www.vijesti.me/vijesti/drustvo/savjetnica-u-ambasadi-bi-zapalila-hram>

¹⁸ Исто



Слика 2. Објава на Твиџер профилу Министарства вањских послова Републике Хрватске¹⁹



Слика 3. Извињење Министарства вањских послова Републике Хрватске због објаве на Твиџер профилу²⁰

Слика 4. показује изјаву америчког амбасадора у Приштини Филипа Коснета (Philip Kosnett) објављену на његовом налогу на друштвеној мрежи Твитер: “Кратко сам служио у америчкој амбасадаци на Косову пре петнаест година. Изузетна је част и задовољство што се враћам”. Професор Јовић је уз ову објаву поставио коментар да: “Тек пре 15 година није било америчке амбасаде на Косову. САД су признале Косово 2008. године, а тада су трансформисале своју канцеларију у Амбасаду ... Али, кога брига о овим “детаљима”.”²¹

Отвореност друштвених мрежа даје могућност, не само појединцима, већ и актерима попут великих корпорација да износе своје ставове.

Слика 5. показује пост на корпоративном Твитер налогу у коме се омаловажава председник Трамп (Trump) и наводи се да би волели да се врати Барак Обама (Barack Obama). Твит је био на мрежи само око 20 минута - али за то време видело га је више од 1.000 корисника.

¹⁹ Hina, Jutarnji.hr. (27.08.2014). DIPLOMATSKI GAF: Ministarstvo vanjskih poslova ispričalo se zbog otkrića vijesti stare nekoliko godina Преузето са: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/diplomatski-gaf-ministarstvo-vanjskih-poslova-ispricalo-se-zbog-otkricea-vijesti-stare-nekoliko-godina/691969/>

²⁰ Исто

²¹ Исто



Dejan Jovic
@DejanFpzg



It's only that 15 years ago there was no US Embassy in Kosovo. US recognized Kosovo in 2008, and transformed its office into Embassy only then... But, who cares about these "details" :) twitter.com/USAmbKosovo/st...

Ambassador Philip S. Kosnett ✓ @USAmbKos...

"I served briefly at the American Embassy in Kosovo fifteen years ago. It is an extraordinary honor and pleasure to be back." See my full remarks made yesterday after presenting my credentials: xk.usembassy.gov/ambassador-sta...



Слика 4. Коментар Дејана Јовића, професора међународних односа и националне сигурности на ФПЗГ, на Твиџеру на објаву америчког амбасадора у Приштини, на истој мрежи.²²

Слика 6. показује пост у коме се компанија извињава и правда да је налог био на удару хакера.

²² Коснет је бриљирао у првом обраћању у Приштини. Преузето са: <https://www.srbijajavlja.rs/2018/12/americki-ambasador-u-pristini-prilicno-se-izblamirao-a-tek-je-stigao-srpski-profesor-ga-je-najstrasnije-poklopio/>



Слика 5. Изношење политичког става компаније Мек Доналдс McDonald's)²³



Слика 6. Извињење компаније због омаловажавајуће поште²⁴

Закључак

Савремено друштво је свесно пуног утицаја друштвених медија на међународну политику и дипломатске активности. Укључивање јавности у област дипломатије захтева трансформацију политичке моћи од такозване тврде моћи, која је карактерисала традиционалну дипломатију у меку моћ, која средства присиле замењује методама убеђивања и дијалога.

Прелазак дипломатије у јавну сферу, води до дигиталне дипломатије која се одвија, највећим делом, на друштвеним мрежама. Међутим, дипломатски актери морају да буду свесни да мреже, поред могућности да се ставови и идеје пласирају широко обухваћеној умреженој публици, могу да буду и места где се у тренутку губи углед и поверење.

²³ Chapel, B. (March 16, 2017). McDonald's Tweet Blasts President Trump, And Is Quickly Deleted. Преузето са: https://media.npr.org/assets/img/2017/03/16/mcdonalds-twitter_wide-b9eff48f2c655ae3216fa365f70d99b53ca5eefa.jpg?s=1400

²⁴ Исто

Како је на мрежама присутно „убрзање времена“, доношење одлука и остављање постова, често без темељног испитивања и адекватне провере дали су информације, којима се располаже, потпуне и истините, може да дође до тога да дипломате уруше напоре да остваре квалитетан дијалог. На учињене пропусте јавност врло брзо реагује, по правилу негативно.

Да би се дипломатија заштитила од осуде јавности и њене негативне перцепције, оријентација на вођење политике на друштвеним мрежама, мора да се усмери према стицању и тренирању вештина које обезбеђују дигиталну писменост свих политичких промотера.

Литература:

- [1] [Baltezarević, B., Baltezarević, R. Baltezarević, V. (2018). Aktivnosti starijih osoba na društvenim mrežama. *Megatrend Review*, Vol. 15 (3) 2018, p. 157-172
- [2] Baltezarević, V. & Baltezarević, R. (2019). THE SECRET GAME: MEDIA AND POWER (p. 231-238). International Conference, Technology + Society Future, May 16–18, 2019, Proceedings: APPROACHING 20?? YEAR (Ed. M. Djurovic) Podgorica, Montenegro. Montenegrin Academy of Sciences and Arts, World Academy of Art and Science, European Academy of Sciences and Arts and The Global Round Table.
- [3] Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- [4] Viotti, P.R. & Kauppi, M.V. (2013). *Kauppi, Inter-national Relations and World Politics*, 5th ed. New York: Pearson.
- [5] Manor, I., & Segev, C. (2015). America's selfie: How the US portrays itself on its social media accounts. In C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: Theory and practice* (pp. 89–108). New York, NY: Routledge.
- [6] Martin, A. (2005) 'DigEuLit –a European framework for digital literacy: A progress report'. *Journal of eLiteracy*, 2(2) pp.130-136.
- [7] Nye, J. S. (1990). *Bound to lead: The changing nature of American power*. New York: Basic Books.
- [8] Seib, P. (2016). *The Future of Diplomacy*. Cambridge: Polity Press.
- [9] Campbell, K., & O'Hanlon, M. (2006). *Hard power: The new politics of national security*. New York: BasicBooks.
- [10] Crabb, Jr., C. V. (1972). *American foreign policy in the nuclear age* (3rd ed.). New York, NY: Harper & Row.
- [11] Weber, L. (2007). *Marketing to the Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business*. Hoboken, NJ.USA: John Wiley & Sons.

Вебографија:

- [12] Kalač D. (17. jun 2019). Savjetnica u ambasadi bi zapalila Hram, Vijesti. Преузето са: <https://www.vijesti.me/vijesti/drustvo/savjetnica-u-ambasadi-bi-zapalila-hram>
- [13] Коснет је бриљирао у првом обраћању у Приштини. Преузето са: <https://www.srbijajavlja.rs/2018/12/americki-ambasador-u-pristini-prilicno-se-izblamirao-a-tek-je-stigao-srpski-profesor-ga-je-najstrasnije-poklopio>
- [14] Lewis, D. (2014). *Digital diplomacy*. Преузето са: <http://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/>
- [15] Tornero, J.M.P. (2004) ,Digital Literacy and Media Education: an Emerging Need. П http://www.elearningeuropa.info/directory/index.php?page=doc&doc_id=4935&doclng=6
- [16] Funnell, A. (2014). E-diplomacy goes global. *ABC News*, преузето са: <http://www.abc.net.au/radionational/programs/futuretense/digital-diplomacy/5344156>.
- [17] Hina, Jutarnji.hr. (27.08.2014). DIPLOMATSKI GAF: Ministarstvo vanjskih poslova ispričalo se zbog otkrića vijesti stare nekoliko godina Преузето са: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/diplomatski-gaf-ministarstvo-vanjskih-poslova-ispricalo-se-zbog-otkriva-vijesti-stare-nekoliko-godina/691969/>
- [18] Chapel, B. (March 16, 2017). McDonald's Tweet Blasts President Trump, And Is Quickly Deleted. Преузето са: https://media.npr.org/assets/img/2017/03/16/mcdonalds-twitter_wide-b9eff48f2c655ae3216fa365f70d99b53ca5eefa.jpg?s=1400
- [19] Westcott, N. (2008). Digital Diplomacy: The Impact of the Internet on International Relations. Working Paper No. 16, стр. 3. Преузето са: SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1326476> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1326476>

Dragan Nikolić, MA

Faculty of Law

Megatrend University

Belgrade

Professor Vesna Baltezarević, PhD

Faculty of Culture and Media

Megatrend University

Belgrade

FACING DIPLOMACY AND SOCIAL MEDIA

Summary: *The Internet has transformed the modern world, penetrating all aspects of life, including international relations and diplomacy. This paper aims to present contemporary diplomacy, which is oriented towards the use of digital tools, in the conduct of foreign policy. The paper discusses the concept of digital diplomacy, which carries out its activities through the Internet, and then analyzes the elements of digital literacy that are necessary for successful communication on social media, especially on social networks. Examples are the failures that occur when there is insufficient control over the facts or the ability to establish good communication with the networked public. The concluding observations indicate that social media, which assist diplomats in marketing their projected foreign policy to domestic and foreign audiences, can also be a platform on which the reputation of individuals or states can easily be tarnished.*

Keywords: *Internet, social media, digital diplomacy, social networks, public*