

Публичная дипломатия в Афганистане, 2002–2018 гг.: влияние США на социальные сети, политическую систему и университеты

Н. А. Цветкова, А. Н. Сытник

Санкт-Петербургский государственный университет, Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Для цитирования: Цветкова Н. А., Сытник А. Н. Публичная дипломатия в Афганистане, 2002–2018 гг.: влияние США на социальные сети, политическую систему и университеты // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. 2018. Т. 11. Вып. 4. С. 344–361. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu06.2018.402>

Исследование раскрывает особенности проектов публичной дипломатии США в Афганистане с 2002 по 2018 г. На основании качественного анализа документов правительства США и количественного анализа «больших данных» социальных сетей выявлены три направления публичной дипломатии США, которые являются инструментом создания нового и лояльного Афганистана: информационные проекты США в социальных сетях, влияние на выборы и гражданское общество, а также трансформация университетов. Авторы пришли к следующим выводам. Во-первых, в социальных сетях США поддерживают жесткую конкуренцию со стороны сторонников талибов, и как только приостанавливают свою информационную работу, антиамериканизм завоевывает афганских пользователей. Более того, большая часть населения Афганистана не имеет доступа в Интернет, что снижает для США возможности влияния в отдаленных провинциях. Во-вторых, изменение политической системы Афганистана посредством поддержки партий, наблюдателей на выборах и развития гражданского общества является наиболее успешным проектом, однако вопросы безопасности и саботаж части традиционного афганского общества ограничивают возможности создания нового политического ландшафта в Афганистане. Наконец, трансформация университетов и американизация учебных планов, структуры, модели обучения и пр. также пробуксовывают в силу постоянного сопротивления со стороны академического сообщества Афганистана.

Ключевые слова: публичная дипломатия, США, Афганистан, социальные сети.

Введение

Публичная дипломатия США как комплекс проектов в области пропаганды, цифровой дипломатии, а также традиционных программ в сфере образования и культуры, приобретает ярко выраженный политизированный характер, когда речь заходит о тех странах, в которых присутствуют американские войска. Афганистан, где находится вооруженный контингент Министерства обороны США, является самым активным получателем проектов публичной дипломатии с 2002 г. Большинство этих проектов нацелены на демократизацию или американизацию афганской политической системы, сферы образования и медийной области. Участие США в проведении выборов в Афганистане в виде обучения партийных

лидеров и наблюдателей, создание американской системы высшего образования путем открытия новых университетов и внедрения американской модели обучения, а также американизация телеканалов, развитие социальных сетей и американского радиовещания в отдаленных афганских провинциях являются самым масштабными проектами публичной дипломатии США за всю историю.

Если администрация Джорджа Буша-младшего развивала данные проекты довольно медленно и, как правило, рассматривала Афганистан в качестве одного из участников проекта по демократизации региона Ближнего Востока и Южной Азии, известного как *Middle East Partnership Initiative*, то последующая администрация Барака Обамы инициировала уже значительное число проектов, созданных специально для Афганистана. Действующая администрация Дональда Трампа не отстает от предыдущих в плане масштабных проектов в области пропаганды, развития Интернета и политического строительства, финансирование которых началось в 2010-е годы.

Именно администрация Б. Обамы выдвинула стратегию публичной дипломатии в Афганистане, которая работает и до сих пор. Основная проблема, с которой сталкиваются США в Афганистане, — это борьба с пропагандой противников, таких как Талибан, Аль-Каида и ИГИЛ¹. Стратегия Обамы предполагала немедленную реакцию на действия экстремистов в информационном пространстве, поддержку «умеренных голосов» и создание гражданского общества в Афганистане. Развитие свободной прессы, уменьшение влияния пропаганды со стороны повстанцев, усиление связей между США и Афганистаном должны были сделать из этой страны партнера США в борьбе против фундаменталистов. В январе 2010 г. Хилари Клинтон обозначала план региональной стабилизации по линии Афганистан — Пакистан и намеревалась создавать демократические институты, продвигать гражданские права женщин, обучать новую когорту политических лидеров и развивать независимые СМИ.

Д. Трамп в августе 2017 г. также обозначал свою стратегию по Афганистану, которая больше внимания уделяет военному решению проблемы [1]. Однако все проекты публичной дипломатии США продолжают в полной мере финансироваться из бюджета США. На сегодняшний момент программы публичной дипломатии и демократизации в Афганистане оцениваются в 1,25 млрд долл. в год [2].

Цель данного исследования — выявить результаты реализации проектов публичной дипломатии США в Афганистане в трех областях: либерализация информационного пространства, формирование новой политической системы и трансформация университетов. Именно эти сферы жизни общества — информационное поле, политическая система и высшее образование — являются основными, по мнению США, для создания нового и лояльного Афганистана.

Данный вопрос еще мало изучен в науке о международных отношениях, политологии и истории, несмотря на то что темы, связанные с Афганистаном, очень популярны в регионоведении. Как правило, исследователи останавливаются на военных аспектах или затрагивают вопросы развития Афганистана через призму таких концепций, как модернизация или национальное строительство [3; 4]. Историки, антропологи, а также специалисты в области коммуникационных

¹ Талибан, Аль-Каида и ИГИЛ – экстремистские организации, запрещенные в России.

технологий обращаются к проблемам культурного или информационного влияния США на Афганистан, рассматривая узкие вопросы [5]. Исследование роли США в политическом развитии Афганистана через каналы публичной дипломатии, подразумевающее комплексное рассмотрение нескольких направлений деятельности Вашингтона в данной стране, еще не проводилось. Более того, совсем не изучен вопрос о влиянии США на афганский кластер Интернета.

Методологической базой нашего исследования стал комплекс традиционных методов анализа, принятых в исторической и политической науке, а также метод анализа «больших данных» социальных сетей. К традиционным методам анализа мы относим документальный анализ, при помощи которого возможно реконструировать внешнеполитические шаги администрации США в Афганистане на протяжении последних 16 лет, а метод анализа «больших данных» позволяет нам оценить эффективность информационной деятельности США по проблемам Афганистана в социальных сетях.

Необходимо отметить некоторые особенности метода анализа «больших данных» в данном исследовании: рассмотрена только одна социальная платформа — Twitter, поскольку именно на ней чаще всего обсуждаются проблемы и политические вопросы, связанные с Афганистаном [6]. Используя машинный способ², мы получили все твиты (посты), содержащие хештег со словом «Афганистан» на английском и арабском языках, с веб-страницы расширенного поиска Twitter (Twitter Advanced Search). Выбор именно этого хештега был обусловлен неформальным правилом использования хештега страны для донесения информации до целевой аудитории. Хронологические рамки охватывают период с августа 2008 г. (появление первого твита по проблемам Афганистана) по август 2018 г. (окончание исследования). В итоге мы получили 2 899 390 твитов, в которых содержались информация или обсуждение проблемы по Афганистану³. С помощью языка программирования «Python» и запроса «SQL» в базу данных «Postgresql» были выделены 250 наиболее популярных твитов за каждый месяц с 2008 по 2018 г., а также 1000 самых влиятельных аккаунтов в Twitter, что позволило нам определить место американских правительственных аккаунтов среди лидеров общественного мнения по афганскому вопросу. Для составления отчетов в виде электронных таблиц формата «MS Excel» использовались язык программирования «Python» и оператор запроса «SQL select». Результаты анализа дали ответ на поставленный исследовательский вопрос — влияют ли американские СМИ или отдельно взятые активные проамериканские блогеры на цифровое пространство вокруг проблемы по Афганистану. Результаты анализа представлены в первом разделе статьи.

Документальными источниками стали правительственные документы США: отчеты Агентства международного развития, которое является основным администратором программ публичной дипломатии США в области подготовки лидеров партий, наблюдателей и проведения выборов в Афганистане; отчеты Управления международного вещания о создании и развитии американских теле- и радио-

² Компьютерная программа, написанная на языке программирования «Python» с использованием пакета для анализа документов «Beautiful Soup».

³ Твитов с хештегом Afghanistan было 2660563, а с хештегом افغانستان — 253 662. Хештег «Афганистан» на языке дари и пушту использовался крайне редко, поэтому не включен в данный анализ.

каналов; слушания в палатах Конгресса США по вопросам публичной дипломатии США в Афганистане. Отдельным документальным источником, как было сказано, выступили социальные сети и аккаунты тех американских и афганских СМИ, а также блогеров, которые занимают активную позицию в афганском кластере Интернета.

Статья имеет три раздела в соответствии с основными направлениями публичной дипломатии США в Афганистане. В первом разделе рассмотрены вопросы информационной политики и цифровой дипломатии США; во втором — вопросы подготовки лидеров партий и наблюдателей для проведения политических выборов и в третьем — вопросы американизации высшего образования в Афганистане, самого масштабного проекта США в этой области.

Информационные проекты и цифровая дипломатия США

Администрация Дж.Буша-младшего, которая начала жесткую и точечную антитеррористическую кампанию в Афганистане, узко рассматривала вопрос о влиянии на население Афганистана. Приграничные районы между Афганистаном и Пакистаном, через которые сумел уйти от преследования Бен Ладен в 2002 г., оказались в поле информационной войны США. Именно эти районы сложно было проконтролировать, и через них в Афганистан поступали оружие, наемники и пропаганда. США создали две радиостанции на известных платформах VOA («Голос Америки») и «Радио Свобода» — Radio Deewa и Radio Mashaal, которые вещают в северо-западном регионе между Афганистаном и Пакистаном. Такой подход оправдан, поскольку там сохранялось традиционное общество, мало использовались мобильные телефоны и население чаще обращалось за получением информации к радио. Формат программ этих радиоканалов отличался от типичного американского. Основные вопросы, поднимавшиеся в программах, были связаны с исламом, поведением террористов-самоубийц, политическими целями движений Талибан, Аль-Каида и ИГИЛ. Сегодня эти радиостанции продолжают свою работу, поглощая около 8 млн долл. в год, а их представители заявляют о том, что около 20 % населения приграничных районов охвачено передачами, которые теперь можно не только слушать, но и смотреть по местному телевидению [7].

Администрация Б.Обамы расширила подход предшественников и заявила о том, что в качестве основного средства распространения информации среди жителей Афганистана будут использоваться мобильные телефоны. Согласно официальной статистике, в 2009 г. в Афганистане из 100 человек мобильным телефоном пользовались 43, а население страны тогда составляло 28 млн. Информирование граждан через SMS-сообщения являлось на тот момент наиболее продуктивным способом противодействия пропаганде Талибана. Выступления президента США, позиция США по вопросам международной политики и пр. транслировались подписчиками в виде сообщений и отображались на экране телефона.

Однако администрация Обамы пошла дальше: была поставлена задача создания единого информационного и медийного пространства с преобладанием ценностей США и западной демократии. В Афганистане стали появляться американские радио- и телеканалы, которые были объединены в единую сеть Ближневосточного вещания, созданную еще администрацией Дж.Буша-младшего. Сеть

включала в себя несколько каналов, которые подчинялись Управлению международного вещания (Board for Broadcasting Governors). Каналы распространяют западные ценности в традиционном афганском обществе и пытаются выдвинуть вещание группировки Талибан из медийного пространства. Самый известный телеканал — ToloTV — был профинансирован правительством США. Он был создан по западному образцу, и многие его программы направлены на вовлечение женского населения в политические и экономические вопросы Афганистана. Музыка, западный имидж афганских ведущих, образ новой и свободной женщины Афганистана, а также позитивный настрой делают передачи канала популярными среди афганского населения. Демонстрируются также художественные фильмы, которые пропагандируют новое будущее Афганистана. На протяжении десятилетий телевидение в Афганистане работало редко, а профессия телеведущего была опасной, поэтому канал ToloTV стал центральным культурным элементом для части афганцев, однако всеобщего признания в Афганистане он не получил, так как некоторые транслируемые им программы нарушают местные социальные нормы поведения. Так, несколько лет назад представители правительства осудили музыкальное шоу канала, провозгласив его неприемлемым и нескромным. Однако США предпочитают обращать внимание только на ту роль, которую играет ToloTV в сокращении огромного разрыва между афганским и западным обществами. Самыми известными проектами телеканала стали шоу «Афганская звезда», «Минута славы», «Голос», международный формат которых был адаптирован к афганским культурным реалиям. Таким образом США позиционируют свое видение развития Афганистана и одновременно с этим предоставляют возможности для интеграции афганского бизнеса в глобальную систему.

Правительство США также воссоздало для Афганистана несколько уже закрытых теле-, радио- и интернет-каналов. Теле- и радиоканал Radio Azadi был создан на платформе канала «Радио Свобода», Radio Ashna — на платформе «Голоса Америки». Обе платформы активно работали в период холодной войны, в 1993 г. Конгресс прекратил их работу. Многие критики в США заявляли, что прекращение работы информационных каналов США способствовало созданию движения Талибан в Афганистане. Сегодня эти каналы вещают на языке дари и пушту по 12 часов в день. Программы дублируются в сети Интернет, некоторые транслируются на центральном Афганском телевидении в течение одного часа. Первая половина трансляции отводится информации, которая передается на языке дари, а вторая — на языке пушту. Традиционно 50 % передач каналов являются новостными, 25 % — это ток-шоу, и еще 25 % программ имеют музыкальный формат. Официально около 2,3 млн человек подписаны на Radio Azadi на платформе Facebook на языке дари и около 1,2 млн человек читают или смотрят новости канала на данной платформе на языке пушту [8; 9]. Это достаточно высокие показатели привлекательности американской информации. Согласно отчетам Управления международным вещанием США, платформа «Голос Америки» является самой популярной в социальных сетях Афганистана [10]. К 2016 г. правительству США удалось создать 75 независимых телеканалов и 200 радиостанций, а также 57 интернет-провайдеров [2]. Однако несмотря на такие масштабы работы, только около 9 млн человек из 36 млн жителей Афганистана могут смотреть или слушать американские каналы вещания [11]. Как правило, имеют доступ к информации

из американских источников и могут смотреть американские телеканалы жители крупных городов.

Наконец, особый проект, который вышел из недр администрации Б. Обамы, касается местной афганской социальной сети. Инициатором создания в Афганистане социальной сети, получившей название Raywast, стала госсекретарь Х. Клинтон, сторонница развития цифровой дипломатии, средства на осуществление проекта в размере около 6 млн долл. выделил госдепартамент [6]. Платформа Raywast должна была решить проблему с низким уровнем проникновения Интернета в Афганистане и основывалась на технологии SMS, что делало ее доступной для афганцев. Пользователи имеют возможность общаться в группах, отправляя сообщения на короткий номер. Сеть смогла объединить 1,6 млн пользователей, которые общались на дари или на английском языке. С 2014 г., после того как финансирование работы платформы из бюджета США остановилось, компания Raywast стала брать плату за пользование сервисом и потеряла популярность у обычных граждан. На сегодняшний день им пользуются в основном различные компании для рекламы [12; 13].

Администрация Д. Трампа пока еще не разработала стратегию развития публичной дипломатии в Афганистане. Однако нельзя сказать, что публичная дипломатия США в регионе прекратилась, наоборот, она стала щедро финансироваться вопреки намерениям президента сократить проекты. Интернет и цифровая дипломатия, а также вопросы обеспечения информационной безопасности вышли в ней на первое место. Новой в работе цифровой дипломатии США является идея о мобилизации независимых и популярных блогеров для ведения информационной войны против пропаганды, идущей со стороны различных стран и группировок. Отдел госдепартамента по глобальному вовлечению отвечает за противодействие российской и китайской пропаганде, а также пропаганде различных негосударственных акторов. США формируют сеть дружественных американских и зарубежных блогеров, которые распространяют сообщения американского правительства в социальных сетях. В 2018 г. блогеры из Афганистана впервые были включены в данный проект [14].

В результате деятельности США число пользователей Интернета в Афганистане составляет около 12 % населения, а пользователей социальных сетей — 9 %, это совсем мало по сравнению с другими странами, однако налицо несомненный прогресс по сравнению с началом 2000-х годов [15]. Ключевыми препятствиями на пути к расширению доступа к сети остаются неграмотность, низкие доходы населения, а также то, что афганские женщины мало пользуются Интернетом.

Тем не менее благодаря социальным сетям у афганцев появился новый способ получения новостей и ведения публичных дискуссий. Пользователи социальных сетей — это преимущественно молодые, городские и образованные люди. Их можно разделить на две группы: молодежь, особенно студенты университетов, которая выходит в сеть несколько раз в неделю из интернет-кафе, и городские жители, работающие в организациях с подключением к Интернету. Наиболее популярными социальными сетями в Афганистане являются Facebook, Twitter, Instagram и Snapchat. Отсутствие ограничений и регулирования в социальных сетях предоставило афганцам свободу слова онлайн, и социальные сети стали активно использоваться афганскими журналистами, активистами и политиками. Однако многие сельские районы и целые провинции (например, Нуристан, Нимруз, Гор, Дайкунди и Урузган) все еще не имеют доступа к скоростному Интернету [6].

В афганском сегменте платформы Facebook наиболее популярны страницы средств массовой информации и страницы с развлекательным контентом. Среди СМИ наиболее востребованы в качестве источников информации о событиях в Афганистане страница телеканала Tolonews, который публикует информацию на различных языках, а также страницы BBC, VOA, Rajhwoк, 1TV и Khaama press. Страница Агентства международного развития США в Афганистане также относится к числу наиболее влиятельных. Социальные медиа оказались эффективным способом общения между ведомствами США и целевой аудиторией, что повышает позитивный имидж действий Агентства в Афганистане.

На платформе Twitter наибольшее количество афганцев подписано на медиа-аккаунты, вторыми по популярности являются правительственные и политические аккаунты, что отличает Афганистан от других стран. Именно через Twitter афганские пользователи предпочитают следить за информацией о текущих событиях. Платформа часто используется активистами и политиками для обсуждения политической повестки Афганистана и ориентирована на самую активную аудиторию [6].

Однако несмотря на данные факты, остается открытым самый важный вопрос — какое место занимают проекты США по продвижению своих ценностей и позиции по Афганистану среди лидеров общественного мнения? Влияет ли информация американских интернет-каналов на афганское население, которое имеет доступ к сети? Анализ «больших данных», который был описан во введении, раскрыл нам уникальное поле противостояния между США и другими игроками в киберпространстве Афганистана. Здесь необходимо отметить следующие важные выводы, основанные на компьютерном анализе.

Первыми пропагандировать свои ценности через Twitter в Афганистане стали не США, а блогеры из Саудовской Аравии, которые с августа 2008 г. призывали к священной войне и вели антиамериканскую пропаганду. Через год Twitter навели СМИ Ирана, также осуждавшие политику США в Афганистане и распространявшие информацию о военных преступлениях коалиционных войск. Затем появился российский канал «Russia Today», который приобрел определенную популярность среди афганцев. Нельзя не отметить, что к этому времени Вашингтон уже создал свои теле- и радиоканалы, а также контролировал медийное поле в крупных городах Афганистана. Однако Америка не была лидером дискуссий по Афганистану. Только в 2010 г. в Twitter появились афганские каналы, созданные правительством США. Первым из них стал @Afghanistan News, который транслировал новости в позитивном для США ключе. Однако из 250 лидеров афганского сегмента Twitter США реально опереться только на один профайл. Антиамериканская позиция доминировала в той части киберпространства, пользователи которой обсуждали вопросы, связанные с Афганистаном, на английском или арабском языках.

Пиком борьбы за лидерство в информационном пространстве Афганистана стал период 2011–2013 гг., когда многие страны стремились взаимодействовать с афганской публикой. Коалиционные войска создавали информационные каналы и оповещали пользователей о своих действиях. Госдепартамент также активно продвигал свою позицию в Twitter, и уже к концу этого периода из 250 лидеров 50 аккаунтов принадлежало правительству США. В Афганистан пришли такие телеканалы, как BBC, CNN, Al Jazeera English, Al Arabia, а различные глобальные фонды

и организации начали активно распространять информацию о правах человека. Значительная часть таких аккаунтов велась на английском языке, причем наибольшую популярность набирали твиты о скором уходе американских войск из Афганистана.

В середине 2014 г. стала заметна активность афганских и арабских блогеров, которые распространяли твиты по Афганистану на местных языках. 60 из 250 самых популярных аккаунтов велись уже на местных языках, в 2015 г. их стало 80, американские правительственные каналы быстро теряли лидирующие позиции. Более того, наибольшую популярность стали приобретать твиты, в которых говорилось о действиях группировки Талибан против коалиционных сил, что также свидетельствует об ослаблении американской информационной деятельности. В этот момент на арене киберпространства Афганистана появился Китай со своим известным пропагандистским каналом @People's Daily, China.

В ответ на это США создали телеканал @TOLOnews, который очень быстро стал отвоевывать аудиторию социальных сетей. Число твитов антиамериканского характера сократилось, а аккаунты на арабском языке, которые тем или иным образом поддерживали талибов, покинули лидирующие позиции. Однако другие американские каналы (Azadi, Ashna, Deewa или Mashaal) не получили на этой площадке признания. На сегодняшний момент можно сказать, что афганский кластер Интернета представляет собой набор акторов иностранного происхождения: Саудовская Аравия, Иран, Палестина, Россия, Великобритания, Франция, Китай и США конкурируют за распространение своей точки зрения среди 9 % населения Афганистана, которые пользуются социальными сетями. Правительственные твиты менее популярны, но их информация также поглощается пользователями, интересующимися политикой Афганистана.

Можно сказать, что только ежедневная работа с социальными сетями, продуцирование важных для афганцев новостей создает условия для привлечения внимания. Как только правительство США приостанавливало работу в социальных сетях или не продуцировало значимых новостей, популярность американских каналов сразу снижалась, а популярность сторонников джихада или талибов резко нарастала. В табл. 1 приведены данные об аккаунтах, бывших наиболее популярными в афганском кластере Twitter в августе 2018 г., цветом выделены американские каналы, которые распространяют положительную информацию о США.

Из табл. 1 видно, что лидирующие места занимают каналы пакистанского, иранского происхождения, а также каналы Саудовской Аравии. Американские каналы присутствуют в числе популярных, но находятся в меньшинстве. Более того, анализ показал, что в афганском сегменте Twitter совсем не востребованы американские каналы, которые были специально созданы правительством США. «Голос Америки», «Радио Свобода», которые имеют несколько суррогатов, вещают в крупных городах и транслируют информацию на афганском телевидении, не получают признания со стороны пользователей социальных сетей, интересующихся проблемами Афганистана. Только один твит канала Deewa стал популярен среди пользователей благодаря весьма неоднозначной информации о талибах.

Однако анализ был бы неполным, если бы мы не узнали, сколько раз в среднем за определенный период цитировалась информация американских профайлов и какое место американские каналы занимают среди лидеров афганского сегмента

Twitter. Машинный анализ позволяет нам аккумулировать все твиты и ретвиты ведущих каналов и вычислить среднее арифметическое ретвитов. В табл. 2 представлены 10 лидеров, информация которых чаще всего цитировалась в Twitter в течение 2018 г. Цветом выделены американские каналы.

Таблица 1. Наиболее популярные аккаунты по числу ретвитов по проблемам Афганистана, август 2018 г.

| | Аккаунт | Количество ретвитов популярного твита |
|----|-----------------|---------------------------------------|
| 1 | monther72 | 1609 |
| 2 | defencedotpk | 1496 |
| 3 | MostafaHazara | 854 |
| 4 | Wesal_TV | 807 |
| 5 | MostafaHazara | 777 |
| 6 | NATO | 761 |
| 7 | Afghanians | 755 |
| 8 | StateDept | 719 |
| 9 | MostafaHazara | 697 |
| 10 | bashirgwakh | 696 |
| 11 | arsched | 535 |
| 12 | Mahdiibakhtiari | 417 |
| 13 | jensstoltenberg | 388 |
| 14 | AnujChopra | 363 |
| 15 | MalteKaufmann | 359 |
| 16 | KSAMOFA | 354 |
| 17 | MalteKaufmann | 349 |
| 18 | AWAKEALERT | 328 |
| 19 | selcancan123 | 324 |
| 20 | MilitairesActu | 320 |
| 21 | TOLONews | 316 |
| 22 | amjadt25 | 301 |
| 23 | ZaidZamanHamid | 286 |
| 24 | LesNews | 270 |
| 25 | Abdullahyadgare | 264 |

Таблица 2. Аккаунты с наибольшими показателями ретвитов по проблеме Афганистана, 2018 г.

| | Аккаунт | Число твитов об Афганистане | Число ретвитов | Avg* |
|----|-----------------|-----------------------------|----------------|------|
| 1 | ashrafghani | 53 | 9341 | 176 |
| 2 | DeptoDefense | 18 | 3082 | 171 |
| 3 | statedeptspox | 35 | 4944 | 141 |
| 4 | StateDept | 23 | 3063 | 133 |
| 5 | KSAMOFA | 22 | 2824 | 128 |
| 6 | amnesty | 23 | 2326 | 101 |
| 7 | DrMahmoudRefaat | 18 | 1819 | 101 |
| 8 | AdityaRajKaul | 16 | 1561 | 97 |
| 9 | defencedotpk | 78 | 7315 | 93 |
| 10 | abdbozkurt | 14 | 1301 | 92 |

*Avg — коэффициент популярности твитов, определенный по числу их ретвитов (число твитов пользователя об Афганистане, поделенное на число ретвитов этих твитов).

Из табл. 2 видно, что американские правительственные аккаунты входят в число ведущих профайлов, чья информация цитируется, а значит, распространяется по социальным сетям. Однако они выдерживают жесткую конкуренцию со стороны тех исламских профайлов, которые критикуют правительство США.

Анализ содержания твитов показывает, что сообщения о проектах по развитию Афганистана или об акциях США вызывают наибольший интерес и активно цитируются афганцами. Поэтому было целесообразно проследить дискурс ключевого внешнеполитического правительственного аккаунта США — Государственного департамента — об Афганистане. Рис. 1 показывает, что основные акценты США по-прежнему ставят на обеспечении стабильности и успешного развития Афганистана, часто используя слова «мир», «партнерство», «люди», «процесс», «стратегия», «развитие», «безопасность». Второй линией дискурса является осуждение террористических атак и информирование о происшествиях, здесь используются слова «осуждает», «насилие», «жертвы» и т. п.

Можно заключить, что к 2018 г. США удалось занять определенное место в социальных сетях Афганистана, однако каналы вещания, созданные специально с пропагандистскими целями (VOA и др.), пока не получают у афганцев той поддержки, на которую рассчитывали США. Несмотря на то что процент пользователей социальных сетей среди населения Афганистана крайне мал (9%), эта группа представляет поколение молодых афганцев, ориентированных на перемены. Продуцируя свой контент в социальных сетях, они имеют шанс попасть на радио или телевидение и другие СМИ, тем самым получив возможность обратиться к широким слоям населения в Афганистане, а также донести свой голос до международ-



Рис. 1. Топ-100 самых употребляемых слов в официальном аккаунте Государственного департамента США (@State Dept) по вопросу об Афганистане в Twitter, январь-август 2018 г.

ной аудитории. Однако здесь существует комплекс проблем, которые значительно снижают эффективность информационной деятельности США. Это прежде всего пропаганда, идущая со стороны Талибана, причем традиционными средствами — радио, письма с угрозами, проповеди около мечетей и пр. Вторая проблема — отсутствие стратегии в работе американских правительственных каналов. Третья — саботаж граждан в реализации проектов США в самых различных областях жизни общества, от участия в выборах до строительства школ.

Основным проводником пропаганды талибов является радио «Шариат». Вещание осуществляется при помощи передвижных радиостанций по ночам и используется повстанцами для запугивания местных жителей, шантажа и угроз. Традиционная пропаганда движения Талибан включает в себя также так называемые ночные письма, или листовки, которые призывают афганцев жертвовать деньги на джихад и вредить коалиционным силам. Угрозы воздействуют на афганцев, которые отказываются от участия в проектах правительства США. Пропаганда талибов лишает Америку широкой поддержки со стороны афганского населения, а именно эта поддержка обеспечивает успешную реализацию военной и политической стратегии США в Афганистане. За годы оккупации правительство США не сумело победить пропаганду повстанцев. Ежегодно утверждая финансирование программ публичной дипломатии, конгрессмены и эксперты снова и снова заявляют о том, что основная проблема — это пропаганда экстремистов, которая идет изнутри страны или извне.

Политическое строительство:

обучение гражданских активистов-наблюдателей

Афганистан поглощает 39% ежегодного бюджета, предусмотренного правительством США на программы по демократизации различных государств. Это значительно больше того, что расходуется на другие страны [16]. Активизация поли-

тико-ориентированных программ обучения США началась в преддверии первых президентских и парламентских выборов в Афганистане в 2004 и 2005 гг. соответственно. Стояла задача — создать независимую избирательную комиссию, обучить ее членов, распространить информацию о выборах среди населения Афганистана и подготовить будущих членов парламента и местных органов управления к выполнению новых функций. После создания независимой избирательной комиссии — ЦИК Афганистана — все ее члены прошли обучение посредством семинаров. Была создана программа по гражданскому обучению (*civic education program*), которая ежеквартально рапортовала правительству США об обучении 300 000 афганцев в шести провинциях Афганистана [17]. Основным результатом этой деятельности стало повышение доли проголосовавших за первого президента Афганистана — выпускника одной из известных образовательных программ США Х.Карзая. Однако правительству США уже тогда стало ясно, что вопросы безопасности для тех афганцев, которые сотрудничают с коалиционными войсками, а также невозможность донесения информации и обучения в отдаленные провинции Афганистана станут основными проблемами для публичной дипломатии США.

Выборы в местные органы власти 2009 г. и парламентские выборы 2010 г. были обозначены в правительственных документах США как первые выборы, которые полностью управлялись афганцами без помощи международных организаций. Правительство США приложило огромные усилия и средства, чтобы создать в Афганистане новый политический ландшафт перед выборами. Были обучены десятки тысяч граждан страны — либо члены участвовавших в выборах партий, либо наблюдатели. Однако не все представители афганского общества стремились пройти обучение в рамках образовательных программ США. Например, из 3000 запланированных участников семинаров по политическим технологиям из-за угроз со стороны движения Талибан обучение прошли только 36. Более того, перед выборами оказалось, что информационная кампания в отдаленных районах Афганистана была провалена. Международный республиканский институт, которому было поручено организовать информационную поддержку, не сумел наладить радиовещание, что снова поставило перед Вашингтоном вопрос о сложностях в сфере оказания влияния на афганцев, живущих в южных и восточных провинциях [18].

Эту проблему частично удалось решить в 2014 г., когда проводились сложнейшие выборы нового президента Афганистана. Были организованы мобильные группы американских экспертов, которые в условиях повышенных мер безопасности перемещались по отдаленным провинциям и организовывали обучение наблюдателей, а также информировали граждан о предстоящих выборах. По данным правительства США удалось проинформировать 8–10 млн афганцев [18, с. 30]. Противостояние между двумя кандидатами на пост президента, постоянные взаимные обвинения в коррупции и нечестности, а также кампания против вмешательства США в выборы создавали дополнительные сложности. Была проведена масштабная кампания по рекрутированию независимых наблюдателей, устроено около 20 национальных конференций для поиска компромисса и национального объединения, а также началась кампания по созданию неправительственных организаций в Афганистане [19, с. 1]. США сформировали корпус из 3000 преподавателей в области гражданского обучения, которые проводили краткосрочные семинары и открывали неправительственные организации во всех провинциях страны

[19, с. 18]. Более того, эти граждане должны были сдерживать возможные проявления насилия в случае второго тура голосования на президентских выборах, а также провести беседы с прихожанами 4000 мечетей в Афганистане. Был организован тур нью-йоркского театра Бонд-стрит (Bond Street Theatre), который пропагандировал выборы в таких отдаленных и опасных провинциях Афганистана, как Кандагар, Кундуз и Нангархар. Наконец, для привлечения молодежи к выборам был организован музыкальный фестиваль в Кабуле [19, с. 19]. После проведения двух туров голосования и пересчета голосов, а также многосторонних политических переговоров с привлечением госсекретаря Дж. Керри удалось создать коалиционное правительство национального единства. Выпускник Американского университета в Бейруте и программы У. Фулбрайта А. Гани стал президентом, а его соперник — А. Абдула — премьер-министром, главой исполнительной ветви власти.

Выборы предоставили США передышку и возможность собраться с мыслями о будущем политическом развитии Афганистана. Через год после выборов появилась идея создания в Афганистане сети молодежных неправительственных организаций, которые в будущем станут основными двигателями гражданского общества, контроля за коррупцией и дальнейшей демократизации Афганистана [20, с. 1]. Удалось создать 160 подобных организаций [21, с. 2]. Перед ними поставлены задачи по формированию прозрачности правительства, созданию сайтов, которые будут проводить мониторинг деятельности правительства, а также аккумулировать жалобы населения о коррупции [20, с. 7].

В настоящий момент правительство США пытается наладить информационную составляющую для развития гражданского общества в Афганистане. Несмотря на солидное число медийных каналов, правительству США не удается направить информационный поток в отдаленные провинции. Телеканал Tolonews запустил серию образовательных программ о выборах, демократии и гражданском обществе. Однако его могут смотреть только жители крупных городов [21, с. 8–9]. Другой задачей остается привлечение молодежи, которая не стремится попасть под крыло американских проектов, а также дальнейшее развитие социальных сетей для ее мобилизации [21, с. 12].

Американизация университетов Афганистана

Трансформация высших учебных заведений, и в частности университетов, традиционно является одной из самых значимых частей публичной дипломатии США. Внедрение модели американского обучения, новых дисциплин, обучение на английском языке, переобучение преподавательского состава, изменение работы местных министерств образования и пр. — основные направления американских реформ. Афганистан представляет собой уникальный пример американизации и в то же время ее провала. Еще в 1950–1970-е годы правительство США приложило огромные усилия, чтобы преобразовать систему высшего образования Афганистана. В Кабульском университете, которому была отведена роль модели американского образования в стране, прививались американская структура образования по принципу бакалавр-магистр и обучение на английском языке, а преподаватели проходили стажировки в США. Однако уже тогда американские консультанты столкнулись с непреодолимыми препятствиями, связанными с низкими квалифи-

кационными качествами большинства преподавателей и студентов, а также с нежеланием академической элиты внедрять американскую модель обучения. Большинство реформ осталось на бумаге [22–24].

В 2002 г. США вернулись в университеты Афганистана, и, несомненно, присутствие американских войск предоставило больше шансов для преобразований. Однако состояние системы образования Афганистана неприятно поразило американское правительство: развитие вузов остановилось на уровне 1970-х годов, многие здания были разрушены, а правление талибов почти уничтожило систему общего образования. Молодежь была безграмотна, что создавало условия для ее рекрутирования в ряды талибов. Афганистан оставался страной с самым низким процентом граждан с высшим образованием, в университетах не было учебников, а многие преподаватели не имели даже степени бакалавра [25, с. 3].

Первыми шагами правительства США стали проекты преобразований для Кабульского университета, в котором когда-то работали американские специалисты. Министр высшего образования Афганистана приехал в Вашингтон, где был разработан первый план трансформаций. Предполагалось воссоздать разрушенную инфраструктуру Кабульского университета, снова ввести дисциплины по политологии, управлению бизнесом и свободным искусствам, перевести обучение на английский язык, внедрить академические степени бакалавра, магистра и доктора философии и многое другое, к чему стремились США еще в период холодной войны [26, с. 1–3].

Однако через несколько лет стало ясно, что урегулирование локальных проблем Кабульского университета не исправит глобально ситуацию в высшем образовании Афганистана. Было решено провести полную трансформацию по американской модели всех 18 государственных университетов Афганистана. Чтобы справиться с политическими и экономическими трудностями, создать фундамент американизации и демократизации общества, требовалось новое поколение элиты, ориентированное на США. Для реализации этих задач было выделено 408 млн долл. [27, с. 5]. Предполагалось, что все университеты перейдут на подготовку бакалавров, будут созданы новые магистерские программы в двух областях — рыночная экономика и государственное строительство, появится и новый университет — *American University* [27, с. 5]. Наконец, предполагалось перевести обучение на английский язык ввиду большей доступности учебных материалов. Данная программа получила название *Afghanistan Higher Education Project*. Она несколько раз приостанавливалась и снова возобновлялась и, наконец, была завершена в 2018 г. [28, с. 1].

В течение первых двух лет были предприняты титанические усилия по переобучению преподавателей, многие из которых не имели степени бакалавра; в университеты внедрялись компьютерная система, новые методы чтения лекций; университетские библиотеки наполнялись американскими учебниками, а американские преподаватели читали лекции студентам [29, с. 3]. Афганские преподаватели проходили ускоренное обучение английскому языку, навыкам работы на компьютере, а также узнавали о новых методах проведения исследований [25, с. 5].

Только к 2012 г., через десять лет реформ, стали проявляться первые результаты. Повысился профессионализм преподавателей, пять университетов создали бакалавриат в области государственной политики и появилась первая магистерская программа в области управления бизнесом в Кабульском университете [27,

с.2]. Однако остались системные проблемы, которые невозможно решить быстро: отсутствие квалифицированных преподавателей и низкий уровень знаний студентов. Проблема качества образования в школах из-за закрытия учебных заведений в период правления талибов и низкой квалификации учителей привела к появлению огромной массы студентов, которые не сумели закончить обучение в университетах Афганистана. Внедрение новых для афганских университетов магистерских программ в области управления бизнесом или государственной политики, а также увеличение числа защит диссертаций на английском языке усиливало проблему высокого процента отсева студентов [30, с.1, 5].

Однако это не остановило США. В 2014 г. после длительных переговоров была создана специальная комиссия при Министерстве высшего образования в области учебных планов вузов [28, с.13]. Американская сторона снова выдвинула предложение о переводе всех курсов лекций на английский язык и расширении подготовки преподавателей в данной области. Весной 2018 г. стало ясно, что министерство окончательно отвергло эти предложения США.

Все проблемы афганских университетов ярче всего проявились в American University, созданном правительством США в 2004 г. Университет должен был стать образцом для местных вузов в области американской модели преподавания, поддержания гендерного равенства, внедрения новых дисциплин и пр. Однако его медленное развитие, несмотря на солидное финансирование в 10 млн долл. в год, отсутствие эффективного управления и квалифицированного преподавания не сделали его моделью для Афганистана [31, с. 1]. По причине отсутствия студентов, которые могли бы учиться на английском языке, США удалось открыть магистерскую программу только в 2011 г. К 2013 г. была решена проблема безопасности для женской части студентов, но женщины составляли не более 10 % студентов. До сих пор существует проблема набора учащихся и квалифицированных преподавателей [31, с. 4]. Наконец, университет не сумел перейти на самоокупаемость или на финансирование из госбюджета Афганистана, как планировало правительство США. Тем не менее политическое значение университета обуславливает его масштабную поддержку Вашингтоном. США понимают, что как только проекты в системе образования будут приостановлены, в Афганистане начнутся контрреформы, усилится влияние региональных держав и исламизация, что уже происходило в середине 1970-х годов, когда США вынужденно покинули университеты Афганистана после падения монархии [32, с. 43].

В итоге США снова, как в годы холодной войны, не учли позиции местного академического сообщества, а также Министерства высшего образования. Афганские представители университетов выступили против реформ, а предложенный уровень обучения оказался слишком высок для афганских студентов. Все это приводит к торможению трансформаций и проектов публичной дипломатии США.

Заключение

Качественный и количественный анализ имеющихся источников позволяет нам сделать несколько важных выводов.

Три направления публичной дипломатии США реализуют задачу по трансформации афганского общества: социальные сети, система выборов и университеты.

Информационная деятельность США в Афганистане приносит определенные дивиденды, но только в том случае, если Вашингтон постоянно и активно вовлечен в работу с афганскими пользователями, ежедневно создает новостной «хайп» и реагирует на пропаганду талибов и недружественных блогеров. Как только США приостанавливают свою деятельность в информационном пространстве или социальных сетях Афганистана, этот вакуум наполняется акторами, которые пропагандируют ценности талибов, фундаменталистов и призывают к священной войне против США.

Влияние программ обучения на политическое развитие страны более эффективно. США удалось сформировать политическую элиту, которая более или менее сотрудничает с США. В Афганистане развивается система неправительственных организаций и некоторая часть населения активно участвует в проектах США по обучению наблюдателей, созданию сети гражданских активистов и правозащитников.

Трансформации в университетах Афганистана традиционно проваливаются и требуют постоянного присутствия американских экспертов, а также вложения серьезных средств. Афганистан, в отличие от других государств, поглощает огромное количество ресурсов, направляемых на обеспечение безопасности преподавателей и студентов.

Публичная дипломатия США оказывает влияние на незначительную часть населения, которая живет в крупных городах и имеет доступ к Интернету, мобильным телефонам или высшему образованию. Большая часть населения, проживающая в отдаленных провинциях, находится под влиянием традиционной пропаганды талибов в виде передвижных радиоточек, листовок и проповедей. Как только США покинут Афганистан, страна быстро исламизируется и общество будет настроено против западных ценностей. Публичная дипломатия США в Афганистане может воздействовать на население лишь при физическом присутствии американских войск.

Литература/References

1. *Remarks by President Trump on the Strategy in Afghanistan and South Asia, August 21, 2017*. Available at: <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-strategy-afghanistan-south-asia/> (accessed 20.06.2018).
2. *The Administration's 2017 Budget Request for Assistance to Afghanistan and Pakistan*. Hearing, House Committee on Foreign Affairs. April 27, 2016. Available at: <https://foreignaffairs.house.gov/hearing/joint-subcommittee-hearing-presidents-plan-afghanistan-pakistan-objectives-resources/> (accessed: 20.06.2018).
3. Hellman M. New Media and the War in Afghanistan: The Significance of Blogging for the Swedish Strategic Narrative. *New Media & Society*, 2015, vol. 17, no. 1, pp. 6–23.
4. Shahrani N. The Impact of the 2014 U.S.-NATO Withdrawal on the Internal Politics of Afghanistan. *Asian Survey*, 2015, vol. 55, no. 2, pp. 273–298.
5. Maley W. Statebuilding in Afghanistan: Challenges and Pathologies. *Central Asian Survey*, 2013, vol. 2, no. 3, pp. 255–270.
6. *Social Media in Afghanistan, 2017*. Available at: <http://www.altaiconsulting.com> (accessed: 20.06.2018).
7. *Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting. U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy, 2016*. Available at: <http://www.state.gov/pdcommission/reports/index.htm> (accessed: 20.06.2018).
8. *Performance and Accountability Report, BBG, 2017*. Available at: https://www.bbg.gov/wp-content/media/2017/11/BBG_FY_2017_PAR.pdf (accessed: 20.06.2018).
9. *Radio Free Europe/Radio Liberty's Afghan Service: Radio Azadi*. Available at: <https://pressroom.rferl.org/p/6122.html> (accessed: 20.06.2018).
10. *Annual Report, BBG, 2016*. Available at: <https://2016.bbg.gov> (accessed: 20.06.2018).

11. *Global Audience Estimate from the 2015 Performance and Results Report*, BBG, 2015. Available at: <https://www.bbg.gov/wp-content/media/2015/11/2015-Global-Audience-Overview-Factsheet.pdf> (accessed: 20.06.2018).
12. *Paywast*. *Cruchbase*. Available at: <https://www.crunchbase.com/organization/paywast> Section-Overview (accessed: 20.06.2018).
13. Social Media in Afghanistan Takes on Life of its Own. *The New York Times*, 29.04.2014.
14. *ISIS Online: Countering Terrorist Radicalization and Recruitment on The Internet and Social Media*. Hearing. U.S. Senate Committee on Homeland Security and Governmental Affairs. Permanent Subcommittee on Investigations. July 6, 2016. Available at: https://www.hsgac.senate.gov/Subcommittees/Investigations/Hearings/Isis-Online-Countering-Terrorist-Radicalization-And-Recruitment-On-The-Internet_Social-Media (accessed: 20.06.2018).
15. *Internet World Statistics*. Available at: <https://www.internetworldstats.com/asia.htm> (accessed: 20.06.2018).
16. *Democracy Assistance, U.S. Government Accountability Office*, 2017. Available at: www.gao.gov (accessed: 20.06.2018).
17. *Supporting Elections in Afghanistan, USAID Associate Cooperative Agreement*, 2005. Available at: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PDACF485.pdf (accessed: 20.06.2018).
18. *Audit of Support to the Electoral Process and Support for Increased Electoral Participation in Afghanistan Programs, USAID*, 2011. Available at: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PDACS021.pdf (accessed: 20.06.2018).
19. *Afghanistan Election Observation Mission. Final Report, USAID*, 2014. Available at: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00KJ4X.pdf (accessed: 20.06.2018).
20. *Monthly Report Advancing Efforts for Reform and Civic Accountability*, 2016. Available at: www.usaid.gov (accessed: 20.06.2018).
21. *Afghanistan Electoral Reform and Civic Advocacy Agreement, USAID*, 2016. Available at: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PDACT899.pdf (accessed: 20.06.2018).
22. Tsvetkova N. Americanisation, Sovietisation, And Resistance at Kabul University: Limits of The Educational Reforms. *History of Education*, 2017, vol. 46, no. 3, pp. 343–365.
23. Scott-Smith G. Mapping the Undefinable: Some Thoughts on the Relevance of Exchange Programmes within International Relations Theory. *Annals of The Academy of Political and Social Science*, 2008, no. 616, pp. 173–195.
24. Hopf T. The Promise of Constructivism in International Relations Theory. *International Security*, 1998, vol. 23, no. 1, pp. 171–200.
25. *Afghanistan's Higher Education Project, USAID*, 2008. Available at: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PDACS021.pdf (accessed: 20.06.2018).
26. *Afghanistan Consultation Workshop Report, USAID*, 2002. Available at: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00MT83.pdf (accessed: 20.06.2018).
27. *Afghanistan Higher Education Project. Final Evaluation, USAID*, 2011. Available at: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PDACS007.pdf (accessed: 20.06.2018).
28. *University Support and Workforce Development Program*, 2016. Available at: www.usaid.gov (accessed: 20.06.2018).
29. *Institutional Partnerships Program. Annual Progress Report*, 2003. Available at: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PDACG185.pdf (accessed: 20.06.2018).
30. *Afghanistan Education Programs: Analysis and Lessons Learned Study, USAID*, 2016. Available at: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00KJ4X.pdf (accessed: 20.06.2018).
31. *Mid-Term Evaluation of the American University of Afghanistan*, 2016. Available at: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00M7QW.pdf (accessed: 20.06.2018).
32. *Pre-Certification Assessment of American University of Afghanistan*, 2016. Available at: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00MDG1.pdf (accessed: 20.06.2018).

Статья поступила в редакцию 3 сентября 2018 г.

Статья рекомендована в печать 1 октября 2018 г.

Контактная информация:

Цветкова Наталья Александровна — д-р ист. наук, проф.; n.tsvetkova@spbu.ru

Сытник Анна Николаевна — аспирант; anna@sytnik.me

Public diplomacy in Afghanistan, 2002–2018: Impact of the USA on social networks, political system and universities

N. A. Tsvetkova, A. N. Sytnik

St. Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

For citation: Tsvetkova N. A., Sytnik A. N. Public diplomacy in Afghanistan, 2002–2018: Impact of the USA on social networks, political system and universities. *Vestnik of Saint Petersburg University. International Relations*, 2018, vol. 11, issue 4, pp. 344–361. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu06.2018.402> (In Russian)

The study applies both qualitative methods of analysis to evaluate U.S. government documents and quantitative methods to analyse a considerable amount of data relative to social networks and reveals three areas of U.S. public diplomacy in Afghanistan, notably informational projects and the establishment of local social media, the development of civic society and the americanization of universities. Several findings resulted from the study. Firstly, the United States tries to make an impact on Afghan users in social networks and disseminates its positive image; however, as soon as the government terminates its activity on social media or does not produce some attractive news, the supporters of the Taliban disseminate a strong anti-American stance among the users. Moreover, the majority of Afghan population does not use the Internet, which reduces the ability for Washington to exert influence in remote provinces. The second finding is that the democratization of Afghanistan's political system and the support of political parties, observers and the civil society are more successful. However, the security problems and the sabotage on the part of the traditional Afghan society limit the opportunities to build a new political landscape in terms of Washington's view. Finally, the transformation of universities and the americanization of curricula, structures, models of teaching, etc., are also restrained by the resistance on the part of the academic community of Afghanistan.

Keywords: public diplomacy, United States, Afghanistan, social media.

Received: September 3, 2018

Accepted: October 1, 2018

Author's information:

Natalia A. Tsvetkova — Dr. Sci. in History, Professor; n.tsvetkova@spbu.ru
Anna N. Sytnik — PhD student; anna@sytnik.me