

Razvoj digitalne diplomatije u Evropskoj uniji i mogućnosti digitalnih oblika spoljnopolitičkog nastupa Srbije

Duško LOPANDIĆ¹

Apstrakt: Brze tehnološke promene menjaju načine informisanja i komuniciranja u kojima deluje savremena diplomatija. Pojava društvenih mreža predstavlja poseban društveni fenomen sa dalekosežnim socijalnim i političkim posledicama. U pojedine aspekte digitalne diplomatije mogla bi ući pitanja kao što su: položaj i uloga diplomatije u okviru novog digitalnog okruženja; način i obim korišćenja i analiza informacija sa interneta; uticaj informatskih tehnologija na različite aspekte diplomatskog rada poput međunarodnog pregovaranja, razvojne pomoći, konzularnih poslova, upravljanja humanitarnim krizama; geopolitika i ekonomski aspekti korišćenja interneta; pitanje sajber-bezbednosti i sajber ratovanja na međunarodne odnose. Sa promenama u političkom životu, jačanjem demokratije u svetu i novim oblicima komunikacija, javna diplomatija je postala jedan od važnih aspekata međunarodnog nastupa država. Nacionalna ministarstva inostranih poslova danas koriste ukupno 742 društvene mreže. U digitalnoj diplomatiji Srbije ima dosta prostora za napredak, budući da naša zemlja još uvek nije uspostavila koherentan i proaktivan sistem delovanja na planu digitalne diplomatije – bez obzira na dosta visok stepen uključivanja srpskog društva u nove informacione i komunikacione tehnologije. Stoga bi bilo korisno da se pristupi izradi strategije razvoja digitalne diplomatije sa ciljem koherentne promocije osnovnih spoljnopolitičkih ciljeva i nacionalnih interesa Srbije.

Ključne reči: Internet, digitalna diplomatija, politike Evropske unije, spoljna politika, diplomatija Srbije.

¹ Autor je ambasador u Ministarstvu spoljnih poslova Vlade Republike Srbije. Izneti mišljenja i komentari predstavljaju isključivo lične stavove autora.

E-pošta: dulopand@yahoo.com

Tehnološki *cunami*

Osnovnu karakteristiku savremenog sveta predstavljaju sve brže tehnološke promene koje utiču na razne vidove ljudskih aktivnosti – od obaveštavanja i komuniciranja između pojedinaca i društvenih grupa preko oblika i sadržaja privrednih aktivnosti do funkcionisanja države i načina kako evoluiraju međunarodni sistem. Pri tome, trendovi daljih promena su sve brži. Neolitska revolucija je trajala hiljadama godina, industrijska revolucija se odvijala u poslednjih par vekova, dok svet pre Interneta i mobilnih telefona, u kome smo živeli pre samo nekoliko decenija, već predstavlja davnu tehnološku prošlost. Dok je za širenje korišćenja tzv. navojnog mašinskog vretena (*spingla*) – simbola prve industrijske revolucije – trebalo 120 godina da se proširi svetom izvan Evrope, za globalizaciju Interneta nije bila potrebna ni jedna decenija.

Informatička revolucija oličena u Internetu, personalnom kompjuteru i mobilnom telefonu pred našim očima se transformiše u ono što je Klaus Šwab (Klaus Schwab) nazvao „četvrta industrijska revolucija“, u okviru koje će napredak u raznim granama nauke i tehnologije (robotika, veštačka inteligencija, nanotehnologije, biotehnologija, kvantni kompjuteri, internet stvari, 3D štampa, *big data*, novi materijali, vozila bez vozača, vojne tehnologije) predstavljati pravi tehnološki *cunami* i izazov za čoveka i društvo. Prema Švabu, promene su istorijske u pogledu njihovog obima, brzine i obuhvata.² Potencijali veštačke inteligencije (tzv. algoritmi koji sami uče) i biotehnologija otvaraju nove, ponekada zastrašujuće, puteve pred čovečanstvom koje su donekle mogli da zamisle pisci naučne fantastike i kreatori društvenih distopija. Šwab upozorava da su promene „toliko duboke da, iz ugla ljudske istorije, nikada nije postojao trenutak koji bi toliko obećavao ali i nosio toliko potencijalnih pretnji“.³

U 2016. godini oko 46% svetskog stanovništva je imalo pristup Internetu (prema 7% u 2000. godini).⁴ Pre 20 godina bilo je oko 120 miliona korisnika interneta u svetu, pre deset godina bilo ih je 1,3 milijarde, a u 2017. godini je ta brojka iznosila 3,7 milijardi. Više od dve trećine svetskog stanovništva danas koristi mobilne telefone.⁵ U Srbiji 2016. godine, 65% domaćinstava je imalo pristup internetu dok je 3,1 million lica koristilo internet svakog ili skoro svakog dana. Pet miliona lica u

² Klaus Schwab, *The Forth Industrial Revolution*, World Economic Forum, 2016, p. 7.

³ Ibid., p. 8.

⁴ Navedeno prema stranici: *Internet live stats*, www.internetlivestats.com/internet-users/, 16/09/2017.

⁵ Ibid.

Srbiji koristilo je mobilne telefone. Preko 3,6 miliona lica koristilo računar bar jednom u tri meseca.⁶

Umreženo društvo

Eksplzija komunikacija i društvenih mreža menja svet u kome živimo i način na koji vidimo i promišljamo o našem okruženju. Količina informacija koja se uliva u Internet je nezamislivo velika u odnosu na bilo koji prethodni period. Porast informacija ilustruje podataka da je čak 90% svih podataka koji se nalaze na Internetu uneto u poslednje dve godine.⁷ Količina fotografija i slika koja se unosi tokom samo jedne godine preko mreža kao što su *Facebook* ili *Instagram* veća je od ukupnog broja snimljenih fotografija u istoriji. Na internet mreži postoji preko milijardu različitih stranica.⁸ U toku jedne sekunde pregleda se 87.800 video snimaka na *Youtube*-u dok se svaki dan u svetu pošalje preko 500 miliona tvitova.

Pristup podacima i informacijama i mogućnost njihove obrade mnogo su brži i lakši nego ikada – bilo da se radi o informacijama o svakodnevnim događajima bilo gde u svetu, bilo da su u pitanju istraživanja i analize stručnog ili naučnog tipa. S druge strane, količina informacija ne podrazumeva i njihov kvalitet, a traženje i pristup informacijama u velikoj meri zavisi od strukture i pristupa sistema pretraživanja Internetom, kao što je *Google*. Nikolas Kar je u eseju „Plitko” ukazao da količina i način obrade informacija preko Interneta utiče i na naš način analize, ukazujući da je sve prisutnije takozvano površno čitanje i *surfovanje* sa teksta na tekst, dok se smanjuje primena onoga što on naziva „duboko”, odnosno koncentrisano i usmereno čitanje.⁹

⁶ *Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji 2016*, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2016, <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G20166004.pdf>, str. 12–32.

⁷ Prema Tom Fletcher, *The naked diplomat: Understanding power and politics in digital age*, Wiliams Collins, London, 2016, p. 110.

⁸ Ivana Ercegovac, „Internet komunikacija i demokratizacija javnog komuniciranja”, u: Dragan Todorović, Dalibor Petrović i Dragan Prlja (urs), *Internet i društvo*, Srpsko sociološko društvo, Filozofski fakultet Univerziteta u Nišu i Institut za uporedno pravo, Niš i Beograd, 2014, str. 275.

⁹ Nicholas Carr, “Is Internet making us stupid?”, *The Atlantic*, July–August 2008, <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>, 12/06/2017. „Što se više služe Webom, teže uspevaju da se koncentrišu na duži tekst”. Navedeno prema: Nikolas Kar, *Plitko: kako Internet menja način na koji mislimo, čitamo i pamtimo*, Heliks, Smederevo, 2013, str. 8.

Pojava društvenih mreža poput *Facebook-a*, *Twitter-a*, *Instagram-a* i dr. ima dalekosežne socijalne, političke, ekonomske, psihološke i druge posledice.¹⁰ *Facebook* je već 2012. dostigao jednu milijardu aktivnih korisnika, dok je taj broj u 2017. dostigao dve milijarde. Broj korisnika *Youtube-a* u 2017. iznosio je 1,5 milijardi, *Instagram-a* 700 miliona i *Twitter-a* 320 miliona.¹¹ Procenjuje se da u Srbiji oko tri miliona ljudi koristi *Facebook*, dok je brojka za *Instagram* oko jedan milion. Društvene mreže su glavni vid *online* umrežavanja, odnosno uključivanja pojedinaca u virtuelne zajednice i u manje ili više aktivni oblik delovanja na Internetu. *Online* društvene mreže, pored svoje osnovne uloge da povežu rođake, prijatelje i poznanike „sve više preuzimaju ulogu medija za masovne komunikacije”.¹² *Facebook*, *Twitter* ili *Youtube* postali su izvor informisanja koji u dobroj meri zamenjuju televiziju ili vesti sa drugih medija. Međutim, za razliku od klasičnih medija, *online* mreže imaju mnogo širu mogućnost komunikacija ili cirkulisanja vesti – svaki korisnik mreže može istovremeno postati i proizvođač informacija ili njihov komentator i analitičar. Drugim rečima, interaktivnost je postala norma u širenju i tretmanu informacija, što znači, s jedne strane, izuzetnu demokratizaciju digitalnog javnog prostora, ali sa druge strane i mogućnost za manipulacije različitih vrsta (lažne i neproverene vesti, širenje teorija zavere i sl).

Manuel Kastels (Manuel Castells), jedan od vodećih teoretičara društvenih efekata internet tehnologija, naziva internet društvene mreže „masovnim samokomunikacijama” koje su na neki način autonome i suprostavljene sredstvima klasičnih masovnih komunikacija, posebno globalnim multimedijalnim mrežama (kao što su *Apple*, *Microsoft*, *Bertelsmann*, *CBS*, *Disney*).¹³ Internet društvene mreže u suštini predstavljaju specifičan virtuelni prostor na kome se koncentrišu, ukrštaju i razmenjuju novi vidovi kiber-moći i uticaja, posebno značajni i za klasične društvene strukture, poput države, odnosno njihove međunarodne emanacije u vidu diplomatije.¹⁴

¹⁰ O uticaju mobilnih telefona na mladu generaciju u SAD videti u: Jean Twenge, “Have the smartphones destroyed a Generation?”, *The Atlantic*, September 2017, <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/09/has-the-smartphone-destroyed-a-generation/534198/>, 15/08/2017.

¹¹ Navedeno prema: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, 13/08/2017.

¹² Ivana Ercegovac, „Internet komunikacija i demokratizacija javnog komuniciranja”, op. cit., str. 281.

¹³ Manuel Castells, *Communication Power*, Oxford, 2009. Kastels je teoriju umreženog društva prikazao u obimnoj trotomnoj monografiji od preko 1500 strana: *Informacijsko doba: ekonomija, društvo i kultura*, Golden marketing, Zagreb, 2000–2003.

¹⁴ Henry Perritt, “The Internet as a threat to Sovereignty?”, *Indian Journal of Global Legal Studies*, Vol. 5, Issue 2, Spring 1998, pp. 423–442.

Jedna od ključnih promena koje donosi svet interneta, odnosi se na samu strukturu društvenih odnosa, odnosno veza, koje se od klasičnog hijerarhijskog poretka (poput poretka državne hijerarhija) transformišu u mnogo nejasniji i fleksibilniji sistem horizontalnih odnosa, zasnovanih na mrežama i umrežavanju. Kako primećuje Ivan Potter (Evan H. Potter), „globalne masovne komunikacije i napredak u informacionim i komunikacionim tehnologijama predstavljaju suštinski izazov tradicionalnom načinu vođenja međunarodnih odnosa, razdvajajući autoritet na različita mesta, jačajući aktivizam globalnog civilnog društva i podstičući ekspanziju globalnih finasija i trgovine”.¹⁵ Ovo se odnosi, i na ulogu državnih i nedržavnih aktera u međunarodnim komunikacijama, ali i na relativni položaj manjih zemalja u svetskom sistemu, gde veličina zemlje više ne mora da podrazumeva i njenu automatsku meku (ne)moć. Kako je istakao Zoran Sokić, „nastupom u digitalnoj areni, male države mogu značajno poboljšati i svoju globalnu agendu”.¹⁶

Digitalna politika Evropske unije

Razmatrajući razvoj institucionalnih odgovora na digitalnu revoluciju korisno je ukazati na mere i aktivnosti Evropske unije u ovoj oblasti, imajući u vidu da i one utiču na okruženje digitalne diplomatije. Kako je to istakao Jovan Kurbalija, Evropska unija ima jedinstven miks tvrde i meke digitalne moći putem koje može da bar delimično utiče na upravljanje Internetom.¹⁷ „Tvrda digitalna moć” je zasnovana na činjenici da Evropska unija ima tržište od 500 miliona potrošača visokih kupovnih potencijala na kome je korišćenje Interneta veće od 80% (2015). Evropska komisija je stoga u stanju da direktno pregovara sa internet i informatičkim gigantima (*Google, Microsoft, Apple, Amazon* itd), pa i da kontroliše njihovo ponašanje, kako bi obezbedila da ne dolazi do zloupotrebe dominantne pozicije na zajedničkom tržištu. Mada Evropska unija nema moćne kompanije koje su u vrhu internet industrije (takve firme su uglavnom američke),¹⁸ ovo se može smatrati i kao prednost kada se radi o merama zaštite javnog interesa (prava internet korisnika,

¹⁵ Evan H. Potter, „Introduction”, in: Evan H. Potter (ed.), *Cyber-diplomacy: Managing Foreign Policy in the Twenty-first Century*, McGill Quin University Press, Montreal, 2002, p. 15.

¹⁶ Zoran Sokić, „Srbija u doba digitalne diplomatije”, *Moj Nedeljnik: otvoreni blog*, www.nedeljnik.rs/moj-nedeljnik/mojevesti/solisio/srbija-u-doba-digitalne-diplomatije/, 06/09/2017.

¹⁷ Jovan Kurbalija, *An Introduction to Internet Governance*, DiploFoundation, Geneva, 2016, p. 225.

¹⁸ O prikazu digitalnih firmi videti u: Kristofer Keze, *Silikonska dolina*, Laguna, Beograd, 2016.

privatnost, različitost sadržaja).¹⁹ Tako je Evropska komisija 2017. godine kaznila *Google* sa 2,4 milijarde evra za zloupotrebu dominantne pozicije na internet tržištu Evropske unije.²⁰

U poslednjih nekoliko godina Evropska unija je posvetila znatnu pažnju razvoju digitalnog jedinstvenog tržišta. Ova oblast je povezana sa postojanjem jedinstvenog tržišta i obuhvata digitalni marketing, e-trgovinu i oblast telekomunikacija. Digitalna strategija jedinstvenog tržišta Evropske unije najavljena 2015. godine zasnovana je na tri stuba: 1) pristupu *online* proizvodima i uslugama; 2) razvoju uslova za napredak digitalnih mreža i usluga; i 3) rastu digitalne privrede u Uniji.²¹ Nakon dve godine primene strategije, Evropska komisija je objavila pregled realizovanog.²² U tom periodu Evropska komisija je predložila 35 propisa i inicijative i uputila ih na razmatranje i usvajanje Savetu EU i Evropskom parlamentu. Osim toga, Evropska komisija je posebno ukazala na tri oblasti u kojima je potrebno preduzeti dodatne aktivnosti: zaokružiti „evropsku privredu podataka“ (prekogranična razmena podataka, *European Data Economy*), baviti se sajber bezbednošću i promovisati *online* platforme kao osnov za dalji razvoj internet okruženja u vidu regulisanja poštene konkurencije i promocije odgovarajućih vrednosti.²³

U govoru o stanju Unije od 2017. godine, predsednik Evropske komisije Žan-Klod Junker (Jean-Claude Juncker) posebno je najavio nove inicijative u oblasti digitalne politike do 2018. godine, poput paketa mera koje se odnose na sajber bezbednost, podsticaj slobodnoj razmeni podataka koji nisu ličnog karaktera, obezbeđenje povoljnog okruženja za *online* ekonomiju, kao i mere za zaokruživanje Digitalnog jedinstvenog tržišta koje uključuju i: paket za telekomunikacije, paket za autorska prava, okvir za audovisuelne aktivnosti i medije, propise o e-privatnosti i dr.²⁴ U celini,

¹⁹ Jovan Kurbalija, *An Introduction to Internet Governance*, op. cit., p. 229. U 2016. godini bilo je 17 američkih visokotehnoloških kompanija sa kapitalom od preko 50 milijardi dolara prema samo jednoj u EU. Videti i u: Stefano Soesanto, *Europe's digital power: From geo-economics to cybersecurity*, ECFR, London, 2017, www.ecfr.eu/page/-/DIGITAL_POWER_PROJECT_REPORT_13_April_pages.pdf, 16/08/2017.

²⁰ European Commission, Press release, IP/17/1784, 27 June 2017.

²¹ "A digital single market for Europe", Communication COM (2015) 192 final, European Commission, Brussels, 6 May 2015.

²² "A digital single market for all", Communication on the mid-term review on the implementation of the digital single market strategy, COM (2017) 228 final, European Commission, 10 May 2017.

²³ Evropska komisija je objavila strategiju sajber bezbednosti 2013. godine: "Cybersecurity Strategy of the EU: An open, safe and secure Cyberspace", JOIN (2013) 1 final, European Commission, 7 February 2013. EU je osnovala i posebnu agenciju za sajber bezbednost – ENISA.

²⁴ "State of the Union 2017", European Commission, https://ec.europa.eu/commission/state-union-2017_en#publications, 18/09/2017.

može se konstatovati vrlo brz razvoj mera Evropske unije koje imaju za cilj kontrolu i razvoj digitalnog tržišta, uključujući i regulisanje nekih od bitnih pitanja, poput zaštite privatnosti, sajber bezbednosti, kontrole poštovanja konkurencije na tržištu i slično.

Razvoj savremene diplomatije i Internet

Diplomatija ima različita značenja, kao i brojne definicije.²⁵ Pod diplomatijom mogu se podrazumevati, bilo tehnička veština pregovaranja, komuniciranja i saradnje u međunarodnim odnosima, bilo institucije i administracija jedne zemlje koje su zadužene za međunarodne kontakte (ministarstvo, ambasade i dr.) bilo sama politička delatnost vođenja spoljne politike jedne zemlje.²⁶ U ovom radu, osvrnućemo se u prvom redu na delatnosti i nastup države i njene administracije u međunarodnim odnosima, prvenstveno u okviru sajber-prostora, virtuelnog, Interneta, odnosno digitalnog okruženja.²⁷

Među ilustracijama nekada pogrešnih procena uticaja komunikacionih tehnologija na diplomatiju, često se navodi britanski premijer lord Palmerston koji je, primajući prvu telegrafsku poruku sredinom 19. veka izjavio: „(m)oj bože, ovo je kraj diplomatije”.²⁸ To se, kako znamo, ipak nije desilo. Sa razvojem telekomunikacija i saobraćajnih veza, od telegrafa, preko telefona, voza, automobila i aviona, zatim televizije, telefaksa, pa do Interneta i mobilnih telefona, može se reći da se prostor na izvestan način stalno smanjivao a vreme kratilo do današnjeg stanja gotovo potpune virtuelne imedijatnosti kada se sve što se u svetu dešava – dešava sada i ovde.²⁹ Osim toga, sa promenama u političkom životu, jačanjem

²⁵ Klasični britanski diplomatski vodič diplomatiju definiše kao „veštinu vođenja zvaničnih odnosa između vlada nezavisnih zemalja” ili „obavljanje poslova između država mirnim putem” (*Satow’s Guide to Diplomatic Practice*, Longman, London, 1979, p. 3).

²⁶ U ogromnoj literaturi o diplomatiji navešćemo samo nekoliko dela uz upućivanje na literaturu na koju se ona pozivaju: Henri Kisindžer, *Diplomatija*, Verzal press, Beograd, 1999; Miodrag Mitić, *Diplomatija: delatnost, organizacija, veština, profesija*, ZUNS, Beograd, 1999; David Dašić, *Istorija diplomatije*, Altera, Beograd, 2012; Đorđe Lopičić (ur.), *Diplomatija*, Vaša knjiga, Beograd, 2006; Živorad Kovačević, *Međunarodno pregovaranje*, Filip Višnjić, Beograd, 2004; Duško Lopandić, *Vreme sjaja vreme tame: diplomate u vrtlogu istorije*, Arhipelag, Beograd, 2015.

²⁷ O korišćenju različitih izraza u prilazivanju digitalnih aktivnosti (sajber-, e-, digitalni, -net, virtualni) videti u: Jovan Kurbalija, *An Introduction to Internet Governance*, op. cit., pp. 16–17.

²⁸ <https://www.diplomacy.edu/blog/ediplomacy-overestimating-present-and-underestimating-future>, 03/08/2017.

²⁹ Videti na primer Douglas Roushkooff, *Present Shock: When everything happens now*, Penguin, 2013.

demokratije u svetu i novim oblicima komunikacija, javna diplomatija je postala jedan od važnih aspekata međunarodnog nastupa država. Za razliku od stanja u 19. veku kao i delom u 20. veku današnje diplomate se ne obraćaju samo svojim kolegama ili državnim ili međunarodnim institucijama, nego sve više i direktno javnosti zemlje u kojoj su aktivni, nastojeći da ovim putem prenesu glavne poruke zemlje koju predstavljaju kao i da utiču na postavljanje zemlje u kojoj deluju.³⁰

O značaju korišćenja društvenih mreža u političkim aktivnostima, poput *Twitter*-a i *Facebook*-a, pa time sve više i u međunarodnim odnosima, posebno je počelo da se govori nakon uspeha koji je predsednička kampanja Baraka Obame imala u prikupljanju donacija putem društvenih mreža (2007–2008).³¹ Slične ocene o novoj društvenoj važnosti *online* mreža su imale i pojave korišćenja mobilnih telefona i internet veza tokom tzv. Arapskog proleća (2011) i nemira u Iranu (2009) i Ukrajini (2013–2014).³² Britanski diplomata Tom Flečer (Tom Fletcher) je istakao da su društvene mreže igrale veću ulogu u sukobu u Siriji nego ikada u istoriji.³³

Tehnološki napredak u oblastima telekomunikacija i informatike ne može da se svede samo na ulogu i delovanje oficijelne diplomatije na društvenim mrežama. Broj pratilaca pojedinih ministara ili institucija na *Twitter*-u i *Facebook*-u je samo jedan oblik odgovora na Internet revoluciju. U druge aspekte digitalne diplomatije mogla bi da uđu i pitanja kao što su: položaj i uloga diplomatije u okviru novog digitalnog okruženja; uticaj tehnoloških promena na način komuniciranja unutar ili izvan institucija diplomatije; način i obim korišćenja i analiza informacija sa interneta; uticaj informatičkih tehnologija na različite aspekte diplomatskog rada poput međunarodnog pregovaranja, razvojne pomoći, konzularnih poslova, upravljanja humanitarnim krizama; geopolitika i ekonomski aspekti korišćenja interneta; strateško korišćenje onlajn mreža u cilju promocije određenih politika; pitanje sajber bezbednosti i sajber ratovanja na međunarodne odnose.³⁴ Uticaj Interneta i društvenih mreža na prirodu diplomatskih odnosa je toliki, da neki istraživači govore o transformaciji realpolitike u

³⁰ Pogledati zanimljiva iskustva britanskog ambasadora u Libanu Tomasa Flečera u: *The naked diplomat*, op. cit., pp. 182–206.

³¹ Videti na primer: Victoria Chang et al., "Obama and the power of social media and technology", *The European Business Review*, May–June 2010, pp. 16–22.

³² Peter Beaumont, "The truth about Twitter, Facebook and the uprising in the Arab world", *The Guardian*, 25 February 2011; "How social media is shaping Ukraine's protest movement", *BBC News*, 3 December 2013, www.bbc.com/news/blogs-trending-25201784, 15/07/2017.

³³ Tom Fletcher, *The naked diplomat*, op. cit., p. 234.

³⁴ Uoprediti: Brian Hocking and Jan Melissen, *Diplomacy in the digital age*, Clingendael Report, NIIR, The Hague, July 2015. Ovde možemo da ukažemo na nepostojanje terminološke konzistentnosti kada se govori o onome što nazivamo „digitalna diplomatija“, odnosno primenu informacionih i komunikacionih tehnologija u diplomatskom radu (uže značenje), odnosno međunarodnom

nešto što se možde nazvati „netpolitika”, koja se definiše kao „novi stil diplomatije kojim se nastoji da iskoristi uticaj interneta na nove oblike politike, kulture, vrednosti i ličnog identiteta”.³⁵

Posebno značajan za širu sliku uticaja novih tehnologija na rad diplomatije i drugih državnih institucija (poput obaveštajnih agencija) predstavlja fenomen Vikiliksa (*WikiLeak*) kao i otkrića uzbunjivača Edvarda Snoudena (Edward Snowden) o obimu kontrole i nadziranja svih vidova *online* informacija, kojima se bave američke obaveštajne agencije. U poslednje vreme, veliku debatu i pravne posledice u SAD je izazvalo pitanje zloupotrebe (objavljivanja) elektronske pošte koje je slala i primala bivša državna sekretarka i predsednička kandidatkinja Hilari Klinton (Hillary Clinton), a navodne priče i istraga oko umešanosti ruskih službi u poslednju predsedničku kampanju u SAD još nisu završene. Sve ovo samo ilustruje ogromne posledice korišćenja elektronskih veza i komunikacija, kako po svakodnevni život, tako i po način službenog rada i političke i društvene aktivnosti različite vrste, uključujući i diplomatiju.

Prvu elektronsku poruku razmenjenu između šefova država ili vlada uputio je 4. februara 1994. godine tadašnji švedski premijer Karl Bilt američkom predsedniku Bilu Klintonu. Bilt je bio i prvi ministar spoljnih poslova koji je obavezao sve ambasadore svoje zemlje da svakodnevno koriste društvene mreže.³⁶ Bilt, koji je sa svog naloga do sada tvitovao preko 600.000 poruka, danas ima preko 649.000 pratilaca. Švedsko ministarstvo spoljnih poslova ima oko 28.000 pratilaca na *Twitter*-u u odnosu na 22.000 u slučaju Belgije, 49.000 Francuske, 807.000 Velike *Britanije*, ili čak 4,7 miliona u slučaju američkog Stejt departmenta. Ovo treba uporediti i sa pet miliona pratilaca koliko ima sajt *Vikiliks* na *Twitter*-u.³⁷ *Twitter* je viđen kao toliko važan za javnu diplomatiju, da su se pojavili i prvi diplomatski vodiči za učešće na ovoj mreži.³⁸ Meksikanac Arturo Sarukan bio je prvi ambasador (u SAD) koji je u tom svojstvu otvorio nalog (2009). I sam papa je otvorio nalog na *Twitter*-u i *Instagram*-u 2012. godine.³⁹

nastupu državnih institucija putem internet mreže (šire značenje). Koriste se takođe kao sinonimi i izrazi kao što su: sajber diplomatija, e-diplomatija, a u širem vidu i e-uprava ili internet uprava.

³⁵ Opširnije u: David Bollier, *The Rise of Netpolitik: How the Internet is changing International Politics and Diplomacy*, Aspen Institute, Washington D.C., 2003.

³⁶ “Twiplomat Bildt: Social media a tool for peace”, <https://www.thelocal.se/20140117/carl-bildt-digital-diplomacy-tedx>, 11/08/2017.

³⁷ Snouden ima 3,5 miliona pratilaca, dok američki predsednik Donald Tramp ima 20 miliona pratilaca.

³⁸ Andreas Sandre, *Twitter for diplomats*, DiPLO, Geneva, 2013, p. 76.

³⁹ Videti detalje u: Zoran Sokić, „Kratka pregled istorije digitalne diplomatije”, <http://digi-diplomatija.com/2017/09/25/kratak-pregled-istorije-digitalne-diplomatije/>, 10/09/2017.

Prema sajtu *Digital Diplomacy Review* ministarstva inostranih poslova u svetu (kojih prema tom sajtu ima 210) ukupno koriste 742 naloga na različitim društvenim mrežama (na 77 različitih jezika).⁴⁰ Od toga, najviše se koristi *Twitter* (175 naloga), a zatim *Facebook* (129 naloga), nako čega slede *Youtube* (92), *Google+* (82), *LinkedIn* (46), *Instagram* (38 naloga) itd. Gotovo sva ministarstva inostranih poslova imaju svoju stranicu na Internetu (njih 205). Prema istom sajtu koji se bavi i rangiranjem aktivnosti ministarstva spoljnih poslova na društvenim mrežama u 2016. godini, u deset najbolje rangiranih ministarstava spadaju: Velika Britanija, Francuska, SAD, Rusija, Evropska unija, Vatikan, Indija, Izrael, Meksiko i Švajcarska.⁴¹ Zanimljivo je da se prema ovoj klasifikaciji, Švedska nalazi tek na 23. mestu, što možda otvara pitanje načina bodovanja zemalja, imajući u poznatu lidersku ulogu koju Švedska ima na planu digitalne diplomatije.⁴² Može se na kraju ovog kratkog pregleda ipak podeliti zaključak da ministarstva spoljnih poslova tek ulaze u digitalno doba i da se nalaze tek u prvoj fazi prilagođavanja novoj sve bržoj i bržoj informatičkoj revoluciji.⁴³

Srpska javna diplomatija i Internet: pitanja forme i sadržaja

Pitanje diplomatske prakse u načelu kao i u Srbiji može se u novom tehnološkom okruženju razmatrati iz raznih uglova: kako se administracija prilagođava na nove oblike komunikacija, koji su oblici komuniciranja, da li je došlo do primene novih tehnologija u diplomatskoj korespondenciji i kakva je praktična zaštita podataka, koliki je i kakav pristup novim vidovima korišćenja, analize ili pružanja podataka putem Interneta, kakav je odnos između javne diplomatije i klasičnog diplomatskog rada, da li se i u kolikoj meri realizuje praksa umrežavanja i tome slično. Najzad, osim oblika slanja poruka, važnija je sama sadržina poruka, odnosno onoga što se želi preneti potencijalnim korisnicima u inostranstvu (ili u zemlji). Internet i društvene mreže se tako mogu koristiti i za postizanje vrlo konkretnih spoljnopolitičkih i ekonomskih ciljeva poput privlačenja stranih

⁴⁰ <http://digital.diplomacy.live/>, 02/08/2017. Brojka obuhvata i ministarstva spoljnih poslova nekih samoproglašanih ili nepriznatih država, poput Svazilenda ili tzv. Kosova.

⁴¹ <http://digital.diplomacy.live/ranking-and-rating/>. 9.802017.

⁴² Bodovanje za rang ne uzima u obzir, na primer, aktivnosti i naloge pojedinih ambasada ili konzulata, što je samo po sebi bitan nedostatak klasifikacije.

⁴³ Brian Hocking and Jan Melissen, *Diplomacy in the digital age*, op. cit., p. 44.

investicija, poboljšanja međunarodnog imidža zemlje (brendiranje) ili u uslovima međunarodnih kriznih situacija (npr. pružanje pomoći građanima u inostranstvu).⁴⁴

U ovom delu rada osvrnućemo se u prvom redu samo na neke vidove prakse javne diplomatije i umrežavanja srpskih državnih institucija i naše i regionalne diplomatije na Internetu. Podsetimo i da je predsednica nove Vlade Republike Srbije Ana Brnabić najavila u junu 2017. godine unapređenje digitalne uprave i ekonomije, odnosno digitalizaciju kao jedan od prioriteta Vlade. Većina javnih institucija u Srbiji raspolaže veb-sajtovima na kojima se javnosti pružaju informacije o aktivnostima. Međutim zvanično učešće predstavnika pojedinih državnih organa na društvenim mrežama – što podrazumeva i mnogo više interaktivnosti – uglavnom je vrlo ograničeno ili nepostojeće. Osim toga, informacije su dostupne prvenstveno na srpskom jeziku, odnosno okrenute su domaćim a ne toliko stranim korisnicima.

Kada je reč i aktivnostima na *Twitter*-u, može se ukazati da prednjači tvi-ter nalog (na srpskom) predsednika Republike Aleksandra Vučića koji ima preko 47.000 pratilaca i 1240 poruka.⁴⁵ Zanimljivo je da tvi-ter nalog Aleksandra Vučića u svojstvu predsednika Srpske napredne stranke (kao i raniji premijerski nalog) ima daleko više pratilaca (225.000) što verovatno proizlazi iz činjenice da je Vučićev nalog u svojstvu predsednika noviji. Ovo treba uporediti sa nalogom Vlade (na engleskom) koja ima 8500 pratilaca i 2600 poruka. Zanimljivo je da Vlada nema *Twitter* nalog na srpskom. Iznenaduje, međutim, da Ministarstvo spoljnih poslova nema zvaničan *Twitter* nalog, a isto se odnosi i na lični nalog ministra. Ipak postoji nalog *@SRBDiplomacy* na kome piše da to nije „zvaničan profil Ministarstva spoljnih poslova”, ali na kome se mogu naći brojne slike ministra spoljnih poslova sa službenih sastanaka i brojne zvanične izjave, uz mešovite srpsko-engleske komentare (2800 pratilaca i 5500 tvitova). Sa druge strane, Ministarstvo za evropske integracije ima oko 2000 pratilaca (na srpskom), uz 1500 tvitova, Ministarstvo prosvete i nauke 2600 pratilaca, a Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija 4000 pratilaca. Nedavno formirana Kancelarija za informacione tehnologije i elektronsku upravu ima oko 8000 pratilaca. U celini, radi se o relativno malom broju pratilaca na tvi-teru (izuzimajući donekle naloge predsednika Vučića) imajući u vidu obim korišćenja Interneta u Srbiji.

Opisano stanje ukazuje na to da su javne institucije u prvom redu upućene na domaću javnost (što je sasvim logično), kao i da ne postoji nikakva konzistentna strategija Ministarstva spoljnih poslova u ovoj oblasti koja bi bila usmerena na

⁴⁴ Videti: Zoran Sokić, “Digital diplomacy, definition and challenges”, 9. decembar 2016, <https://www.linkedin.com/pulse/digital-diplomacy-definition-challenges-zoran-sokic%C4%87?trk=mp-reader-card.06/09/2017>.

⁴⁵ Zabeleženo zaključno sa 15. septembrom 2017.

strane korisnike društvenih mreža, što se potvrđuje i u rangiranju prakse digitalne diplomatije Srbije. Na rang listi sajta *Diplomacy Live* za 2016. godinu, naše ministarstvo se nalazi tek na 94. mestu od ukupno 210 rangiranih ministarstava – posle Somalilenda (nep priznate teritorije, *de facto* dela Somalije), a ispred Malezije. Ukoliko posmatramo ostale zemlje ili teritorije iz regiona, njihov rang je sledeći: 54. mesto Slovenija, 57. Hrvatska, 71. tzv. Kosovo, 118. Makedonija, 141. Bosna i Hercegovina, a 144. mesto je pripalo Crnoj Gori.⁴⁶

Prema jednoj domaćoj ekspertskoj studiji o digitalnoj diplomatiji zemalja iz regiona bivše Jugoslavije objavljenoj krajem 2016. godine, predsednik, premijer i ministar inostranih poslova imaju ukupno 12 naloga na društvenim mrežama sa ukupnim brojem od 543.000 pratilaca; bivši premijer Vučić je imao pojedinačno najviše pratilaca – 183.000 na svom ranijem premijerskom nalogu.⁴⁷ U poređenju sa drugim državama regiona Srbija je prema toj analizi svrstana na četvrto mesto, posle Hrvatske, tzv. Kosova i Slovenije, a pre Makedonije, Crne Gore i Bosne i Hercegovine.⁴⁸

I pored relativno malog stepena prisutnosti i korišćenja digitalne diplomatije, mogu se izdvojiti neke međunarodne ili regionalne teme koje su predstavljale predmet posebnih kampanja ili virtuelnih sučeljavanja različitih pogleda, poput nezvanične kampanje na *Twitter*-u protiv ulaska Kosova u UNESCO (*#NoKosovo Unesco*) koja se suprostavila kampanji iz Prištine (*#KosovoUnesco*). Privremene institucije iz Prištine posebno su aktivne na Internetu i kosovska vlada je, za razliku od Srbije, usvojila posebnu strategiju digitalne diplomatije sa ciljem *online* promocije priznavanja nezavisnosti Kosova.⁴⁹

Sajt „Digitalna diplomatija” objavio je i pregled sedam najzanimljivijih momenata digitalne diplomatije Zapadnog Balkana u 2016. godini, među kojima su slovenačka čestitka Melaniji Tramp za izbor njenog supruga za predsednika SAD, objava na *Facebook*-u ruske portparolke Marije Zaharove u srpskoj narodnoj nošnji, fotografija hrvatske predsednice prilikom posete britanskoj kraljici i drugo.

⁴⁶ Sajt *Diplomacy Live* rangira i nep priznate države odnosno teritorije.

⁴⁷ <https://digidiplomatija.files.wordpress.com/2016/11/digitalnadiplomatija-pregled-17-novembar-20161.pdf>. 15/05/2017.

⁴⁸ <https://digidiplomatija.wordpress.com/2017/01/25/digitalna-diplomatija-ex-yu-zemalja-2016/08/05/2017>. Treba istaći da je pitanje osnovnih kriterija za rangiranje uvek u dobroj meri diskutabilno. U citiranoj analizi se, na primer, ne uzimaju u obzir nalozi koje imaju same vlade (a ne premijeri) kao ni nalozi pojedinačnih resora (ministarstava i drugih agencija). Osim toga, ne pravi se razlika kada je u pitanju jezik na kome se nalog komunicira, što je ključno pitanje kada je reč o efektima međunarodne diplomatije.

⁴⁹ Strategiju digitalne diplomatije Priština je pokrenula još 2012. godine: www.mfa-ks.net/?page=2,219,1351; <http://kosovotwopointzero.com/sr/digitaldiplomacy-ks/>.

Na kraju, može se konstatovati da „u digitalnoj diplomatiji Srbije ima dosta prostora za napredak“, u šta bi trebalo uključiti rad na strategiji digitalne diplomatije i *online* komuniciranja države Srbije i njenih predstavnika u inostranstvu. Uključivanje zvanične srpske diplomatije u internet okruženje se prema tome još uvek nalazi na svojim počecima.⁵⁰

Zaključna razmatranja

Izuzetno brze tehnološke promene (tehnološki *cunami*), posebno u oblasti informacionih i komunikacionih tehnologija menjaju načine informisanja, komuniciranja i analiziranja, kao i sveukupno okruženje u kom deluje savremena diplomatija. Digitalna diplomatija predstavlja poseban vid javne diplomatije koja omogućava i manjim zemljama da dostignu zavidan nivo „meke moći“, odnosno potencijalnog uticaja na okolinu i svet. Osim pitanja meke moći, razvoj informacionih i komunikacionih tehnologija podrazumeva i promene odnosa u pitanjima „tvrde“ i materijalne moći u međunarodnim odnosima, kao što su razvoj i zaštita informacionih i komunikacionih infrastruktura, sajber bezbednosti, sajber ratovanja i borbe protiv terorizma. Javna diplomatija se sve više ispoljava putem uključivanja ministarstava spoljnih poslova i drugih državnih organa na društvene mreže, pri čemu delovanje na društvenim mrežama ne podrazumeva samo slanje informacija, izveštaja i službenih slika, nego mnogo aktivnije i fleksibilnije delovanje u cilju podsticanja interaktivnosti i dijaloga, kakvi su prikladni prirodi novih tehnologija.

Srbija još uvek nije uspostavila koherentan i proaktivan sistem delovanja na planu digitalne diplomatije, bez obzira na dosta visok stepen uključivanja srpskog društva i državnih organa u nove informacione i komunikacione tehnologije. Stoga bi bilo korisno da se pristupi izradi strategije razvoja digitalne diplomatije na nivou Ministarstva spoljnih poslova, odnosno Vlade Republike Srbije. Cilj digitalne diplomatije Srbije u prvom redu trebalo bi da bude odgovarajuća i koherentna promocija osnovnih spoljnopolitičkih ciljeva i interesa zemlje, kao i njenih glavnih prioriteta, poput unapređenja regionalne saradnje, promena slike zemlje u međunarodnom okruženju, rad na evropskoj integraciji, podsticanje ekonomskog razvoja privlačenjem stranih investicija i rad sa dijasporom.

⁵⁰ Zoran Sokić, „Analiza: digitalna diplomatija Srbije“, 30. januar 2017, <http://digidiplomacija.com/2017/01/30/analiza-digitalna-diplomatija-srbije/>, 15/09/2017.

Bibliografija

- “A digital single market for all”, Communication on the mid-term review on the implementation of the digital single market strategy, COM (2017) 228 final, European Commission, 10 May 2017.
- “A digital single market for Europe”, Communication COM (2015) 192 final, European Commission, Brussels, 6 May 2015.
- “Cybersecurity Strategy of the EU: An open, safe and secure Cyberspace”, JOIN (2013) 1 final, European Commission, 7 February 2013.
- Bollier, David, *The Rise of Netpolitik: How the Internet is changing International Politics and Diplomacy*, Aspen Institute, Washington D.C., 2003.
- Brian Hocking and Jan Melissen, *Diplomacy in the digital age*, Clingendael Report, NIIR, The Hague, July 2015.
- Castells, Manuel, *Communication Power*, Oxford, 2009.
- Castells, Manuel, *Informacijsko doba: ekonomija, društvo i kultura*, Golden marketing, Zagreb, 2000–2003.
- Chang, Victoria et al., “Obama and the power of social media and technology”, *The European Business Review*, May–June 2010.
- Dašić, David, *Istorija diplomatije*, Altera, Beograd, 2012.
- Ercegovac, Ivana, „Internet komunikacija i demokratizacija javnog komuniciranja”, u: Dragan Todorović, Dalibor Petrović i Dragan Prlja (urs), *Internet i društvo*, Srpsko sociološko društvo, Filozofski fakultet Univerziteta u Nišu i Institut za uporedno pravo, Niš i Beograd, 2014.
- European Commission, Press release, IP/17/1784, 27 June 2017.
- Fletcher, Tom, *The naked diplomat: Understanding power and politics in digital age*, Williams Collins, London, 2016.
- Kar, Nikolas, *Plitko: kako Internet menja način na koji mislimo, čitamo i pamtimo*, Heliks, Smederevo, 2013.
- Keze, Kristofer, *Silikonska dolina*, Laguna, Beograd, 2016.
- Kisindžer, Henri, *Diplomatija*, Verzal press, Beograd, 1999.
- Kovačević, Živorad, *Međunarodno pregovaranje*, Filip Višnjić, Beograd, 2004.
- Kurbalija, Jovan, *An Introduction to Internet Governance*, DiploFoundation, Geneva, 2016.
- Lopandić, Duško, *Vreme sjaja vreme tame: diplomate u vrtlogu istorije*, Arhipelag, Beograd, 2015.

- Lopičić, Đorđe (ur.), *Diplomatija*, Vaša knjiga, Beograd, 2006.
- Mitić, Miodrag, *Diplomatija: delatnost, organizacija, veština, profesija*, ZUNS, Beograd, 1999.
- Perritt, Henry, “The Internet as a treath to Sovereignty?”, *Indian Journal of Global Legal Studies*, Vol. 5, Issue 2, Spring 1998, pp. 423–442.
- Potter, Evan H., “Introduction”, in: Evan H. Potter (ed.), *Cyber-diplomacy: Managing Foreign Policy in the Twenty-first Century*, McGill Quin University Press, Montreal, 2002.
- Roushkooff, Douglas, *Present Shock: When everything happens now*, Penguin, 2013.
- Sandre, Andreas, *Twitter for diplomats*, DiPLO, Geneva, 2013.
- Satow’s Guide to Diplomatic Practice*, Longman, London, 1979.
- Schwab, Klaus, *The Forth Industrial Revolution*, World Economic Forum, 2016.
- Soesanto, Stefano, *Europe’s digital power: From geo-economics to cybersecurity*, ECFR, London, 2017, www.ecfr.eu/page/-/DIGITAL_POWER_PROJECT_REPORT_13_April_pages.pdf, 16/08/2017.
- “State of the Union 2017”, European Commission, https://ec.europa.eu/commission/state-union-2017_en#publications, 18/09/2017.
- Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji 2016*, Republički zavod za statistiku, Beograd, 2016, <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2016/pdf/G20166004.pdf>.

Duško Lopandić

**DEVELOPMENT OF DIGITAL DIPLOMACY IN THE EUROPEAN UNION AND
POSSIBILITIES FOR DIGITAL FOREIGN POLICY PERFORMANCE OF SERBIA**

Abstract: Rapid technological changes in the field of ICT are changing ways how modern diplomacy operates in the fields of information and communication. The emergence of social networks is a particular global phenomenon that has far-reaching social and political consequences. Some aspects of digital diplomacy could include issues such as: the position and role of diplomacy in the new digital environment; the manner and extent of use and analysis of information coming from the Internet; the impact of information technologies on various aspects of diplomatic work such as international negotiation, development aid, consular affairs, humanitarian crisis management; geopolitics and economic aspects of using the Internet; the issue of cyber security and cyber warfare on International Relations. With changes in political life, the strengthening of democracy in the world and new forms of communication, public diplomacy has become one of the important aspects of the international performance of states. The world's foreign ministries today use 742 social networks in total. There is a plenty of room for progress in Serbia's digital diplomacy. Serbia has not yet established a coherent and proactive system of action in the field of digital diplomacy, regardless of the high degree of involvement of Serbian society in new ICT. Therefore, it would be useful to start developing a strategy for the development of digital diplomacy. The goal of digital diplomacy of Serbia should be first of all a coherent promotion of the main foreign policy goals and interests of the country, including its main strategic priorities.

Key words: Internet, digital diplomacy, European Union policies, foreign policy, Serbian diplomacy.