

Сила привлекательности: использование «мягкой власти» в мировой политике

Панова Е. П.

В статье рассматривается проблема практического использования «мягкой власти» на международной арене. В основу работы положены исследования американского ученого Дж. Най. Основной вопрос — что такое «привлекательность» в мировой политике, недостаточно проработанный Дж. Наем. Используя исследования конструктивистов, автор показывает, как создается привлекательность в мировой политике, обнаруживая, что речь идет отчасти о принуждении и манипулировании. В статье разбираются некоторые примеры использования инструментов «мягкой власти» различными государствами, в том числе Россией, а также рассматривается их эффективность с точки зрения достижения поставленных целей.

Проблема оказания влияния — одна из ключевых во внешней политике любого государства. Американский исследователь Джозеф Най предложил делить ресурсы, доступные государствам для этого, на те, которые служат принуждению («жесткая» власть) и те, которые опираются на убеждение («мягкая» власть). Концепция «мягкой власти» приобрела особую популярность среди политиков и исследователей международных отношений, поскольку утверждает, что добиться желаемых результатов можно через силу собственной привлекательности, а не через опору на угрозы или принуждение. Действительно, принудительные меры часто сопровождаются насилием и сопротивлением этому насилию, что ведет к конфликтам и войнам. Более того, в современных условиях взаимозависимости политических и экономических процессов принуждение с большой долей вероятности может обернуться против того, кто его применяет. Поэтому актуальным вопросом мировой политики по-прежнему остается проблема оказания влияния без принуждения, используя иные, «мягкие» методы воздействия.

Концепция традиционной мощи государства делает упор на такие материальные ресурсы, как армия, экономика, ядерное оружие. Концепция «мягкой власти» в отличие от нее, предполагает, что воздействовать на поведение других и изменять его в желаемую

сторону можно, используя собственную привлекательность. В таком случае речь идет о формировании предпочтений других участников международных отношений таким образом, чтобы они хотели того же, чего хочет государство-субъект влияния¹. Этот тип власти основывается на использовании нематериальных ресурсов, таких, как культура, идеология и институты. В ресурсную базу мягкой власти Дж. Най также включает и внешнюю политику (в том случае, если другие государства рассматривают ее в качестве легитимной и морально оправданной)².

Критики Най указывают на некоторую «размытость» понятия «мягкой власти», на отсутствие четкого определения того, что есть «привлекательность» в мировой политике. Привлекательность — достаточно субъективный опыт, поэтому закономерен вопрос о том, что же делает вещь, идею или явление привлекательными для одних и непривлекательными для других. Как осуществляется привлекательность? Вопросы, связанные с изучением природы привлекательности в контексте «мягкой власти» возникают не только из академического стремления к теоретической ясности, но и в связи с практическим применением «мягкого власти» разными государствами, в том числе и Россией. Успех акторов, желающих применять «мягкую власть», в конечном итоге зависит от точного понимания, как сделать их идеи и их самих привлекательными для большой целевой аудитории.

Панова Елена Павловна — аспирантка Кафедры мировых политических процессов» МГИМО (У) МИД РФ,
e-mail: epanova@rttv.ru

Одними из первых, кто решил заполнить этот пробел в концепции Ная, были исследователи-конструктивисты. По их мнению, все, что мы понимаем как «реальность», все широко распространенные факты о мире и социально ожидаемые типы поведения, вызываемые к жизни этими фактами — не является объективно существующей данностью, а социально конструируется через коллективный коммуникативный процесс. В ходе общения субъекты сводят все разнообразие своих уникальных интерпретаций мироустройства к одной или нескольким, которые и приобретают впоследствии статус «правды» или «реальности». Согласно исследовательнице Дженис Маттерн, «привлекательность — это социолингвистически сконструированная «правда» о притягательности какой-то идеи; та интерпретация, которая одержала верх над всеми другими интерпретациями во время коммуникативного процесса»³.

Таким образом, реальности — это межсубъективно сконструированные матрицы убеждений, через которые люди определяют вещи, людей и идеи. В психологии это называется «социальными ролями». Например, субъективное «Я» может состоять из реальностей, которые определяют человека как ученого, мать, жену и т.д. Восприятие отдельных государств в мировой политике также формируется путем коммуникативного обмена, в ходе которого отдельные интерпретации одерживают верх над другими. Из них впоследствии и складывается целостный образ. Например, образ Соединенных Штатов Америки состоит из реальностей, которые определяют эту страну как демократию, гегемона, мирового полицейского и т.д.

Маттерн утверждает, что любая интерпретация субъектом какого-либо явления или вещи, которую он продвигает в ходе коммуникативного обмена, — это не просто бессвязные наблюдения, а отражение собственной сущности субъекта. Содержание его интерпретаций исходит из социолингвистической матрицы конструирующих реальностей, и ее же воспроизводит. Отсюда следует, что участие в коммуникативном обмене предоставляет актерам возможность воспроизводить те самые реальности (социальные роли), которые в первую очередь обуславливают их существование. Таким образом, «участие в коммуникативном обмене не носит добровольный характер, оно необходимо»⁴.

Более того, можно утверждать, что, например, идея экспорта демократии, которая воплощается во внешней политике США, также исходит из необходимости переопределять свою социолингвистическую матрицу и отражает собственное субъективное восприятие Соединенных Штатов как демократического государства в условиях взаимодействия, а иногда и столкновения, с другими соперничающими социокультурными реальностями или интерпретациями.

Российские исследователи И. Зевелев и М. Троицкий предлагают уточнить понятие «мягкой власти», приложив к нему семиотическую методологию, то есть

распространив его на «изучение того, каким образом деятельность одного государства изменяет (или не изменяет) систему кодов восприятия реальности другого государства»⁵. Они обращают внимание на ошибочные представления о том, что все субъекты на международной арене пользуются в общении друг с другом одинаковым понятийным аппаратом и делают одинаковые выводы из получаемой информации. Субъект, предпринимая какие-либо действия, не может рассчитывать на то, что его действия будут восприниматься именно в том значении, которое он изначально в них закладывал.

Исследователи заявляют о значении интерпретационных кодов, которые используются субъектами для усвоения получаемой информации. Под ними понимаются культурные, лингвистические, социальные фильтры и установки. Они также предлагают рассматривать коллективную идентичность государства в качестве набора кодов, которые государство постоянно использует для интерпретации себя самого и своей роли и места в мире. Эта система кодов «постоянно поддерживается и пополняется путем заимствований извне, иногда насильственных»⁶.

Дженис Маттерн отмечает, что если какой-либо субъект хочет обеспечить свое существование, то он должен всеми способами защищать свою социолингвистическую матрицу. В отсутствие такой защиты эта матрица будет стерта по частям альтернативными, соперничающими или противоречащими реальностями (интерпретациями). К примеру, утверждает исследователь, после событий 11 сентября 2001 г. США ввели в употребление фразу «война с терроризмом» и использовали ее для того, чтобы заручиться поддержкой союзников для военных кампаний в Афганистане и Ираке.

Как замечает Дж. Маттерн, такое определение противопоставило «войну с терроризмом» как законный и морально справедливый акт самообороны с одной стороны и незаконные акты террористов — с другой. Такое противопоставление со всей очевидностью обозначило «хорошую привлекательную» страну Америку, борющуюся против «жалких и злых» ее врагов»⁷. Она также показывает, как выражение «война с терроризмом», призванное создать реальность привлекательности и одобрения американской политики, было увязано с интерпретацией, четко разделяющей добро и зло — «вы либо заодно с нами, либо с террористами». По мнению исследователя, речь идет о применении т.н. «репрезентативной силы»: в этом противопоставлении была скрыта ловушка для тех членов аудитории, которые не хотели бы оказаться «по одну сторону со злом» и тем самым разрушить подкрепляющие их убеждения социолингвистические матрицы. В результате, они и вынуждены были согласиться с навязываемой им интерпретацией»⁸.

После прихода к власти администрации Барака Обамы в Вашингтоне решили отказаться от фразы «война с терроризмом», поскольку она вызывала в

воображении идеи столкновения цивилизаций, и могла интерпретироваться не так война с исламистскими террористами, а как конфронтация с мусульманским миром в целом. Советник президента Джон Бреннан заявил в этой связи: «Вместо того, чтобы рассматривать наших союзников и другие страны сквозь узкую призму терроризма — с нами они или против нас, — администрация будет вовлекать другие государства и народы в сотрудничество по широкому спектру областей»⁹.

Вместо «войны с террором» в обращение была введена фраза «чрезвычайные операции за рубежом» (*overseas contingency operations*). Таким образом, Барак Обама намерен решительно порвать с риторикой своего предшественника, президента Дж. Буша-младшего. В одном из своих первых официальных интервью в качестве главы Белого Дома, которое Обама дал арабскому каналу Al-Arabiya в январе 2009 г., он заявил что «язык, который мы используем, очень важен. Нельзя изображать религию как последствие того насилия, которое совершается во имя этой религии»¹⁰.

Для этих целей очень важен правильно выбранный язык подачи материала, так называемая «тонкая настройка» (*fine-tuning*) для того, чтобы заручиться поддержкой ключевой аудитории. Дж. Маттерн вместо термина «настройка» использует другой — «вербальная борьба», которая принуждает аудиторию согласиться с навязываемой ей интерпретацией. На этом основании она ставит под сомнение непринудительный характер мягкой власти¹¹. В свою очередь, И. Зевелев и М. Троицкий, говоря о «мягкой власти», делают вывод о том, что она может проецироваться в «форме «навязывания» государством — источником импульса определенных кодов государству-реципиенту»¹².

Дж. Най был вынужден ответить на звучавшие в его адрес критические замечания и даже в чем-то с ними согласиться. «В широком смысле принуждение означает любое давление с целью изменить поведение, поэтому в таком отношении слова тоже могут принуждать, а воздействие на сознание может показаться манипулированием. Может показаться, что мягкая власть — это угрозы и манипулирование, тем не менее, она оставляет большую свободу выбора в ответ, чем физическая сила»¹³ — подчеркивал этот исследователь.

Таким образом, можно утверждать, что сущность «мягкой власти» заключается в способности изменить систему социокультурных фильтров или «матрицу убеждений», составляющих целостность субъективного восприятия объекта, по отношению к которому применяется данный тип воздействия. В случае, описанном ранее Дж. Маттерн, речь шла о применении мягкой власти для обретения поддержки в войне с терроризмом в колеблющихся государствах. Однако такое воздействие имеет краткосрочный эффект, так как оно вынуждает объекта подчиняться только до тех пор, пока он чувствует угрозу собственной субъективности.

Поскольку социокультурная матрица объекта, как и все социолингвистические реальности, со временем изменяется, объект воздействия перестает чувствовать себя в ловушке, создаваемой «репрезентативной силой», и более не обязан ей повиноваться. В таком случае со всей очевидностью встает вопрос о том, можно ли создать условия для использования «мягкой власти», при которых она имела бы более длительный эффект, и какие ресурсы, доступные государствам, могли бы это обеспечить. Как представляется, такие возможности у современного государства имеются, и такие страны, как, например, США, на протяжении многих десятилетий их успешно используют. Речь идет, прежде всего, об образовании и развитии социально-гуманитарного знания.

Идеи и теории есть отражение определенного общественного устройства, они изменяются с изменением самих социальных отношений, поэтому любое социальное знание ограничено определенным контекстом, пространственными и временными рамками. Однако для целей настоящей статьи важнее обратить внимание не на относительность социально-гуманитарного знания, а на его значение в качестве тех «рамок», с помощью которых субъекты интерпретируют происходящие в мире процессы. С. Хоффман, говоря о специфике международных исследований в США, отмечает: «Нигде более не возникло столь явно выраженного стремления контролировать мир и вытекающих из него амбиций власть предержащих использовать данные науки в интересах осуществления мирового господства»¹⁴.

При этом речь не идет только о теориях, так или иначе легитимизирующих американское лидерство, но и о формулировании тех вопросов, которые попадают на обсуждение в глобальной повестке дня. К ним относятся, например, учение о правах человека, феминизм, защита окружающей среды, культурном многообразии (*multiculturalism*), а также представления о политике и образе жизни, в котором воплощены эти идеологические построения — то, что Питер Бергер называет «клубной культурой интеллектуалов»¹⁵.

Огромный вклад американских исследователей в понимание международных отношений и тот напор, с которым эти знания внедряются в качестве «здорового смысла», вызывают к жизни ответные идейные альтернативы. Другим государствам — активным субъектам международного общения, необходимо участвовать в этом коммуникативном обмене для поддержания целостности собственной идентичности. В современном мире вопросы конструирования смыслов и утверждения ценностей выходят на передний план, являясь предпосылкой любого действия или целеполагания. Такие государства, как Китай или Россия, все более активно подключаются к этому процессу.

В. Сурков, заместитель руководителя администрации президента России, считает, что «вопросы

смыслообразования, вопросы терминов, проблемы производства образов — это признак действующей нации, которая имеет право называться «актером», действующим лицом истории»¹⁶. Он полагает, что у России должна быть своя версия политического языка, так как «нужно утвердить собственные позиции в философском, социальном и политологическом дискурсах Запада»¹⁷. Сурков вспоминает в этой связи о российских политических проектах, называя среди них идеи «Третьего Рима» и «Третьего Интернационала», которые были «обращены к другим народам и открыты для них»¹⁸.

Развитие социально-гуманитарного знания неразрывно связано с образованием как с одним из важнейших инструментов «мягкой власти» государства. Однако, как может показаться, речь не идет о каком-то одностороннем насаждении идей и мнений «сверху». В современном мире, где все больше и больше людей получает доступ к информации, наиболее эффективной стратегией является продвижение идей «снизу» путем диалога и дебатов, демонстрации достижений культуры и образа жизни, привлекающего международную аудиторию.

Привлечение в страну иностранных студентов, организация обменных программ и грантов приводит к формированию долгосрочных связей на уровне обществ и позволяет рассчитывать на лояльность «будущих лидеров»¹⁹. Речь идет в первую очередь о привлечении студентов в передовые и престижные специальности, которые позволяют надеяться, что со временем они займут ведущие позиции в политических и деловых кругах. Более того, в ходе обучения формируется система ценностей и ориентиров, позволяющая сблизить рамки, сквозь которые смотрят на мир представители различных культур. В таком случае можно говорить уже о долгосрочном эффекте применения инструментов «мягкой власти».

В США направление государственной деятельности, связанное с развитием межкультурных связей и работой с международным общественным мнением, получило название «публичной дипломатии». Впервые определение публичной дипломатии было сформулировано Эдвардом Гуллионом в 1966 г. как «способность правительств, компаний и частных лиц влиять на отношение к ним и мнения других народов и государств с целью повлиять на их внешнюю политику»²¹.

Как подчеркивает американский исследователь Дж. Фишер, «совсем недостаточно быть уверенным в том, что ваши коллеги-дипломаты за рубежом понимают политику вашей страны. Ее должна понять общественность, влияющая на политику своего министерства иностранных дел»²¹.

Российский исследователь Т.В. Зонова, характеризуя усилия госдепартамента США в области публичной дипломатии, обращает внимание на то, что «фактически речь идет о целенаправленном формировании общественного мнения за рубежом, с тем,

чтобы оно поддерживало американскую внешнюю политику целиком и полностью»²².

Она отмечает, что хотя «публичная дипломатия обладает значительным потенциалом того, что в тоталитарную эпоху именовалось пропагандистским ресурсом», она в основном нацелена на «открытый диалог, сопоставление позиций, создание благоприятного климата для развития международного взаимодействия»²³.

Многие американские исследователи сходятся во мнении, что именно публичная дипломатия США в годы «холодной войны» способствовала идеологическому крушению коммунистических режимов. В частности, Хелена Финн утверждает, что в это время «политики осознали наличие связи между взаимодействием с иностранными аудиториями и победой над идеологическими врагами. Поэтому, культурная (публичная) дипломатия считалась крайне важной для национальной безопасности США»²⁴. Как заметил другой американский исследователь Раджан Менон: «немногие американцы понимают, насколько знание американской культуры, приобретенное посредством участия в наших программах по обмену, посещения наших культурно-выставочных мероприятий, или просто прослушивания программ радиостанции «Голос Америки» способствовало краху коммунизма»²⁵.

Как уже упоминалось ранее, одним из направлений публичной дипломатии является иновещание. В эпоху «холодной войны» это был один из главных инструментов пропаганды и идеологического воздействия. Не вызывает сомнений, что современный мир характеризуется большей идейной свободой, однако в последнее годы в сразу нескольких государствах с различными политическими и культурными условиями вспыхнул новый интерес к зарубежному вещанию. Вслед за катарским каналом Al-Jazeera, заработали китайский CCTV, российский Russia Today (RT), французский France 24, иранский Press TV. Создавались эти достаточно дорогостоящие проекты²⁶ с целью формирования общественного мнения в ключевых государствах. К примеру, в Концепции внешней политики России 2008 г. была поставлена задача «добиваться объективного восприятия России в мире, развивая собственные эффективные средства информационного влияния на общественное мнение за рубежом, обеспечивать усиление позиций российских средств массовой информации в мировом информационном пространстве»²⁷.

При этом, судя по всему, их создатели исходили из предпосылки, что имеется некоторая заинтересованность или спрос на подобную информацию. По мнению главного редактора RT Маргариты Симонян, канал, прежде всего, ориентирован на тех, кто хочет знать о происходящем в России и ближнем зарубежье, чтобы люди знали: «если что-то у нас случается, есть канал, который осветит это быстрее и полнее, с большим количеством комментариев, с лучшей картинкой»²⁸.

Russia Today показал свою эффективность во время конфликта в Южной Осетии в августе 2008 г. Его видеосюжеты пользовались популярностью на крупнейшем мировом сайте видео Youtube, а другие международные каналы, в том числе CNN, вынуждены были брать у него эфирный видеоряд. По свидетельству главного редактора RT Маргариты Симонян, «во время грузинского конфликта в последний день войны 12 августа 2008 г. RT заняли в YouTube четвертое место по посещаемости среди всех мировых партнеров YouTube. А BBC в этот же день находился на 21-м месте»²⁹.

Успех катарского канала Al-Jazeera во многом связывают с освещением войны в Ираке. Однако еще раньше, в 1999 г., когда было открыто его бюро в Афганистане, канал оказался единственным международным агентством, работавшим в стране, а впоследствии — единственным источником видеоматериалов, запечатлевших лидеров движения Талибан и Осаму бен Ладена, которые тиражировали со ссылкой на Al-Jazeera все крупнейшие мировые информагентства. Что касается освещения войны в Ираке, то здесь точка зрения канала была довольно предсказуемой. «Мир смотрит две совершенно разные войны», — заметил как-то один арабский корреспондент. «Каждый делает репортажи, исходя из собственного понимания правды»³⁰. Возможно, что американским чиновникам не очень нравились те антиамериканские репортажи, которые они видели по Al-Jazeera, однако они хорошо понимали, что у канала имеется многомиллионная аудитория и к нему нужен особый подход. Появление на Al-Jazeera рассматривалось как возможность напрямую взаимодействовать с международной общественностью. Среди американских чиновников, предоставлявших эксклюзивные интервью катарскому телеканалу, были Дональд Рамсфельд, Колин Пауэлл и Кондолиза Райс. Как замечает по этому поводу американский исследователь Филипп Сейб, «использование новостей для того, чтобы доказать другой стороне, что та не сможет выиграть войну, рассматривалось как один из способов в этой войне победить»³¹.

Стоит отметить, что канал нередко подвергался опале и гонениям и среди правителей Ближнего Востока, поскольку инициировал обсуждение тем, которые традиционно находились за рамками допустимого, будь то роль женщин или коррупция. Однако именно с его появлением западные эксперты впервые заговорили о конкуренции на мировом медиа-рынке со стороны незападных новостных агентств. Ф. Сейб утверждает, что «раньше американское правительство могло рассчитывать на то, что оно донесет свое послание миру через американские СМИ, в частности через спутниковое ТВ. Это обстоятельство сделало CNN бесценным политическим инструментом. Немногим более десятилетия спустя баланс информационной власти в мире коренным образом изменился»³². Ф. Сейб делает вывод о том,

что «в будущем, когда США будут обосновывать свою политику (иногда и с применением военной силы), они наверняка натолкнутся на всеохватывающую и сильную оппозицию»³³.

Рост числа таких государственных каналов иновещания свидетельствует о том, что правительства с самыми различными политическим и культурными традициями осознают необходимость работы с международным общественным мнением и прямого обращения к иностранным аудиториям для разъяснения своих действий. Более того, примеры Russia Today и Al-Jazeera подтверждают факт наличия заинтересованности в определенной информации, спрос на которую они и призваны удовлетворять. Однако поскольку речь идет о рынке, в данном случае — о рынке новостных услуг, то существуют определенные критерии, которые позволяют грандам рынкам оставаться на пике длительное время, в то время как успех остальных зависит от стечения обстоятельств и эксклюзивности предложения. Речь идет, в первую очередь, о внедрении новых стандартов, повышении качества предоставляемой новостной продукции. Как замечает российский исследователь О. Зегонов, успешное функционирование на новостном рынке «предполагает как минимум внедрение в информационном бизнесе новых профессиональных стандартов и подходов, а уже только потом — взглядов»³⁴.

Для целей настоящей статьи иновещание необходимо рассмотреть с точки зрения эффективности его использования в качестве инструмента «мягкой власти». Приведенные выше примеры позволяют предположить, что по продолжительности воздействия этот инструмент явно уступает культурно-образовательным программам и научно-политическому дискурсу, однако успешен для достижения быстрых результатов. Более того, при обращении к международной аудитории необходимо учитывать различия в интерпретационных кодах, а значит нельзя всецело полагаться на то, что предоставляемая информация будет воспринята реципиентами в том же ключе, что и отправителями. Необходимо «настроить сообщения» или сблизить рамки, которые упорядочивают восприятие информации. В идеале, все три элемента — культурно-образовательный, научно-политический и информационный — должны быть составными частями единой государственной стратегии по применению «мягкой власти», и задействоваться для решения различных задач, по очереди или взаимосвязано, в ключевых государствах.

«Мягкая власть», безусловно, должна быть активным ресурсом в арсенале влияния любого государства, которое имеет долгосрочные внешнеполитические цели, будь то упрочение собственного влияния в мире, или проникновение на новые рынки, или обеспечение стабильных внешних условий для

внутреннего развития. «Мягкая власть», особенно когда речь заходит об образовании, предполагает выстраивание прочных отношений на уровне обществ, которые могут стать хорошей основой для любых политических контактов в будущем. Этот ресурс влияния не означает отказ от традиционных способов воздействия, скорее, он предоставляет государству большую свободу в использовании как «мягких», так и «жестких» инструментов, или их сочетания.

Summary: *The article deals with the problem of how soft power can be used in the international arena. The works of U.S. international relations scholar Joseph Nye lay the basis for this analysis. The article makes important clarifications to Nye's original idea since the U.S. scientist fails to specify what "attraction" means in world politics. By using a constructivist approach, the article reveals how attraction is created through manipulation and coercion. The article gives examples of how instruments of soft power are used by different states, including Russia, and examines their effectiveness.*

Ключевые слова	Keywords
мягкая власть, жесткая власть, публичная дипломатия, социолингвистическая матрица	soft power, hard power, public diplomacy, sociolinguistic matrix

Примечания

1. Nye Joseph S. The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone. Oxford University Press, 2002. P.9
2. Nye Joseph S. Public Diplomacy and Soft Power / J. Nye // The annals of the American Academy of Political and Social Science. — 2008. P. 94. Электронный адрес доступа: <http://ann.sagepub.com/cgi/reprint/616/1/94>
3. Mattern Janice Bially. Why Soft Power Isn't So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of attraction in World Politics// Millennium: Journal of International Studies, Vol.33 #3 2005. P.585
4. Mattern Janice Bially. Why Soft Power Isn't So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of attraction in World Politics// Millennium: Journal of International Studies, Vol.33 #3 2005. C.586
5. Зевелёв И.А., Троицкий М.А. Сила и влияние в американо-российский отношениях. Семиотический анализ. Очерки текущей политики. Выпуск 2. Научно-образовательный форум по международным отношениям. Москва, 2006. С. 7
6. Ibid. С. 14
7. Mattern Janice Bially. Why Soft Power Isn't So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of attraction in World Politics// Millennium: Journal of International Studies, Vol.33 #3 2005. P. 600
8. Ibid. P. 604
9. Barack Obama adviser rejects 'global war on terror'. The Daily Telegraph. August 7, 2009. <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/barackobama/5990566/Barack-Obama-adviser-rejects-global-war-on-terror.html>
10. Obama tells Al Arabiya peace talks should resume. Официальный сайт телеканала Al-Arabiya. Электронный адрес: <http://www.alarabiya.net/articles/2009/01/27/65087.html>
11. Mattern Janice Bially. Why Soft Power Isn't So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of attraction in World Politics// Millennium: Journal of International Studies, Vol.33 #3 2005. P. 586
12. Зевелёв И.А., Троицкий М.А. Сила и влияние в американо-российский отношениях. Семиотический анализ. Очерки текущей политики. Выпуск 2. Научно-образовательный форум по международным отношениям. Москва, 2006. С. 15
13. Joseph S. Nye. The Powers to Lead. Oxford University Press. 2008. P.142
14. Hoffman S. An American Social Science: International Relations//International relations — Still an American Social Science? Ed. by R. M. A. Crawford, D. S. L. Jarvis. N.Y., 2001. P. 32–34. Цит. по А.П. Цыганков, П.А. Цыганков. Социология международных отношений. Анализ российских и западных теорий. М., Аспект-Пресс, 2006. С.73
15. Бергер П., Хантингтон С. Многоликая глобализация, М.:2004. С.12
16. Пришли к согласию. Стенограмма «круглого стола» в Российской газете. РГ от 6 сентября 2006г.
17. Сурков Владислав. Национализация будущего// Сборник статей: Суверенная демократия. От идеи к доктрине. Москва, издательство Европа, 2006. С.38
18. Ibid. С. 41
19. Классическим примером такого подхода является американская стипендиальная программа «Фулбрайт». Своей целью она ставит развитие взаимопонимания между Соединенными Штатами и другими народами через поощрение наиболее талантливых молодых ученых, студентов, преподавателей, имеющих лидерский потенциал. Программа осуществляется при поддержке Госдепартамента США. См. подробнее: <http://fulbright.state.gov>.
20. The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy. Definitions of Public Diplomacy. Электронный адрес доступа: <http://fletcher.tufts.edu/murrow/pd/definitions.html>

21. Зюнова Т.В. Современная модель дипломатии: истоки становления и перспективы развития. Москва, РОССПЭН, 2003г. С. 140
22. Ibid. С. 142
23. Зюнова Т.В. Современная модель дипломатии: истоки становления и перспективы развития. Москва, РОССПЭН, 2003г. С. 144 – 145
24. Finn Helena K. The Case for Cultural Diplomacy// *Foreign Affairs*, November–December 2003. P.15
25. Ibid. P. 15
26. Бюджет Russia Today (RT) составляет около \$30 миллионов в год. См. подробнее: «Еще один голос в хоре». Интервью Главного редактора Russia Today Маргариты Симоньян. Электронный адрес доступа: http://www.mediaatlas.ru/items/?id=3063&cat=interview&field=r_tv
Первоначальные инвестиции в Al Jazeera составляли порядка \$150, а во France 24 — около 80 миллионов евро в год. См. подробнее Долинский А.В. Зарубежное вещание на службе у государства//Космополис №1 (20), весна 2008. С. 68–69
27. Концепция внешней политики РФ 2008г. Официальный сайт Президента России. Электронный адрес доступа: <http://www.kremlin.ru/text/docs/2008/07/204108.shtml>
28. «Еще один голос в хоре». Интервью Главного редактора Russia Today Маргариты Симоньян. Электронный адрес доступа: http://www.mediaatlas.ru/items/?id=3063&cat=interview&field=r_tv
29. Маргарита Симоньян: «Я не пиар-менеджер страны». Главный редактор канала Russia Today ответила на вопросы обозревателя «МК»: МК от 26 сентября 2008г. Электронный адрес доступа: <http://www.mk.ru/blogs/MK/2008/09/26/russia/372791/>
30. Seib Philip. Hegemonic No More: Western Media, the Rise of Al-Jazeera, and the Influence of Diverse Voices// *International Studies Review*, #7, 2005. P. 605
31. Seib Philip. Hegemonic No More: Western Media, the Rise of Al-Jazeera, and the Influence of Diverse Voices// *International Studies Review*, #7, 2005. P. 603
32. Ibid. P. 613
33. Ibid. P. 613
34. Зегонов О.В. Роль СМИ как сетевого актора в мирополитических процессах// «Приватизация» мировой политики: локальные действия — глобальные результаты. Москва, Голден-Би, 2008. С.165