

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В СФЕРЕ «КУЛЬТУРНОЙ ДИПЛОМАТИИ»: СОВРЕМЕННЫЕ ДИСКУССИИ

Н. Н. Журавлева

Санкт-Петербургский государственный университет

В данной статье впервые предпринимается попытка провести аналитический обзор коммуникативных стратегий в дипломатической сфере. Язык и коммуникация субъектов дипломатического взаимодействия анализируются с точки зрения стратегического подхода к коммуникациям в сфере «культурной дипломатии». Рассматривая феномен межкультурной коммуникации в контексте внешней культурной политики, публичной и культурной дипломатии, автор выявляет основные теоретические подходы к изучению коммуникативных стратегий в данной сфере. Основную задачу акторов внешней культурной политики автор представляет как выстраивание стратегических коммуникаций в области информационной политики по продвижению национальной культуры за рубежом с активным использованием различных методов и форм культурной (публичной) дипломатии.

Опыт современного развития теории и практики коммуникации, PR и международных отношений открывает новые стороны в изучении феномена так называемой «культурной дипломатии» и коммуникативных стратегий ее реализации. Хорошо известно, что международная репутация любого государства определяется не только политическим весом и экономическими ресурсами, но и его духовно-культурным потенциалом. Во все времена союз дипломатии и культуры служил национальным интересам государства.

Содержание самого понятия культуры на рубеже XX—XXI вв. колоссально расширилось именно за счет развития коммуникаций: «культура сохраняется лишь в коммуникации, во взаимном живом обмене, в звучании и услышанности голосов» [16, 220]. Проводятся международные конференции и симпозиумы (например, 25—26 января 2007 г. в университете Киото состоялась первая международная конференция, посвященная развитию международного сотрудничества в области культуры / *The 1st International Workshop on Intercultural Collaboration — IWIC 2007* — www.langrid.nict.go.jp/iwic2007), посвященные проблемам взаимопонимания в контексте межкультурных взаимодействий, вопросам межгосударственного культурного партнерства, вводятся новые специальности (например, «Лингвистика и межкультурная коммуникация»), публикуются учебные программы, пособия и монографии — свидетельства того, что «межкультурная коммуникация» стала не только научным термином, но и дисциплиной, стремящейся адекватно осмыслить потребности реальной жизни.

В исследовании проблем современных международных отношений особое внимание уделяется анализу межкультурного взаимодействия государств и народов, их роли в формировании современного мирового порядка. Внимание к проблеме определяется тем, что сегодня теория международных отношений рассматривает цивилизационный фактор как фундаментальный по сравнению с экономическими интересами и идеологическими противоречиями. Естественным становится обращение к содержанию и формам международного сотрудничества в области культуры, науки и образования, межэтническим и межконфессиональным отношениям [25, 125]. Целью PR-деятельности в международной сфере является эффективное применение коммуникативных технологий для продвижения образа государства в сознании мировой общественности [8; 9]. Заметим, что внешнеполитический (дипломатический) образ государства — понятие сложное, комплексное, которое еще предстоит серьезно осмыслить в гуманитарной науке [17; 4, 102—111]. Наряду с прочими чертами этот образ включает такие аспекты, как интенсивность культурных связей с другими государствами, степень участия в международном культурном обмене, уровень культурного развития и умение использовать свой культурный потенциал на мировой арене.

Первые попытки теоретически обосновать роль культуры как важнейшей части международных отношений в отечественной науке была предпринята С. К. Романовским, являвшимся долгое время председателем Советских обществ дружбы с народами зарубежных стран. Интересный фактический материал, иллюстрирующий различные примеры использования культуры в международной дипло-

матической практике, содержится в воспоминаниях послов И. М. Майского и Ю. С. Кашлева [23; 19; 15]. Отдельные вопросы внешней культурной политики и международного культурного обмена как части общих внешнеполитических процессов рассматриваются в работах Н. М. Боголюбовой, Ю. В. Николаевой, В. И. Фокина [1, 267—280; 2, 183—192; 3; 26, 552—555]. Необходимо учитывать тот факт, что в настоящий момент наряду с понятием “внешняя культурная политика” в научном и практическом обороте употребляется несколько других категорий, таких, как “культурная дипломатия” и “публичная дипломатия” [13; 10; 25, 125—130; 27; 29, 61—73]. Такое обилие дефиниций связано с тем, что все более широкие круги общества вовлекаются в международный культурный обмен, все более разнообразными становятся его формы. В связи с заявленной темой статьи принципиально важным является разграничение этих дефиниций. От их соотношения зависит применение термина “стратегия” по отношению к дипломатии в целом и соответственно выявление коммуникативных стратегий в сфере культурной дипломатии.

На сегодняшний день ни в зарубежной, ни в отечественной литературе не существует единства мнений по поводу определения внешней культурной политики и культурной дипломатии. На первый взгляд, даже в самом понятии “культурная дипломатия” есть некое двойное прочтение. Можно читать «культурная», подразумевая дипломатическую деятельность в сфере культурного сотрудничества (как, например, существует экономическая дипломатия, т.е. дипломатия в области экономики [14; 31]). А можно говорить о культурном качестве или некультурных сторонах дипломатической деятельности. Возможно, именно по этой причине, как считает В. К. Егоров, термин «культурная дипломатия» не так часто употребляется [13, 14].

Сам термин “культурная дипломатия” ввел в оборот американский исследователь Ф. Баргхорн, который, анализируя успехи внешней культурной деятельности СССР в 30-е гг. XX в., определил его как “манипуляцию культурными материалами и кадрами в пропагандистских целях” [34, 10—11]. А. В. Голубев, характеризуя этот период российской истории как “звездный час” советской культурной дипломатии [11, 224—244], дает следующее определение: “Культурная дипломатия — это использование государством для достижения политических, дипломатических, пропагандистских

целей существующих или специально установленных культурных, общественных и научных связей” [11, 5].

Мы придерживаемся того мнения, что культурная дипломатия и внешняя культурная политика имеют разную природу и сферу применения. Соглашаясь с Н. М. Боголюбовой и Ю. В. Николаевой, мы полагаем, что в случае с внешней культурной политикой следует рассматривать именно политический процесс использования культуры в качестве самостоятельного инструмента, т.е. тот процесс, который имеет свою концептуальную основу и содержит скоординированный, рассчитанный на долгие годы прогностический элемент [1, 277]. Другими словами, здесь речь идет о некой общей (генеральной) стратегии как научно обоснованного прогноза развития культурного партнерства и сотрудничества между странами. Такая стратегия обычно закрепляется в документе, называемом “Концепция внешней политики”, а также документально оформляется отдельно в виде концепции внешней культурной политики (как, например, в России и в Германии [7, 76—84; 33]) либо в нескольких отраслевых базовых документах (как, например, во Франции, где отсутствует единый стратегический документ [35; 36]). Культурная дипломатия является важной, но не единственной частью внешней культурной политики, которая разрабатывается с учетом возможностей публичной дипломатии и осуществляется с привлечением индивидуальных инициатив в культурной, научной, образовательной и других сферах. Это совокупность форм и методов осуществления на практике внешней культурной политики. Как отмечает В. И. Фокин, для координации усилий в рассматриваемой области на национальном уровне чаще всего создают общественно-государственные образования, занимающиеся менеджментом международных связей в области науки, образования и культуры. Наиболее убедительными примерами этого являются Британский Совет, Альянс Франсез, Французский институт, Гёте-институт. Поэтому синонимом понятия “культурная дипломатия” выступает “публичная дипломатия” [25, 129]. Американский дипломат Эдмунд Джуилион / Edmund Guillion публичной дипломатией назвал отношения между иными государствами, которые не задействуют традиционные связи правительств. По его мнению, публичная дипломатия предполагает открытый диалог между частными лицами и негосударственными структурами, она же предусматривает влияние на общественное мнение в иных

странах с целью воздействовать на внешнюю политику этих государств. Фактически, этот термин употребляется как синоним понятия “связи с общественностью” в контексте внешней политики и как составная часть государственной пропагандистской кампании [22]. Пропагандистскую сущность публичной дипломатии отмечает в своих воспоминаниях известный советский дипломат Ю. В. Кашлев. С его точки зрения, публичная дипломатия — это пропаганда среди зарубежной общественности имиджа и политики своей страны, выполняемая, в основном, через СМИ как национальные, так и созданные специально для работы за рубежом на иностранные государства [15, 84].

Итак, публичная дипломатия занимается применением на практике результатов исследований в области коммуникаций и других общественных наук для воздействия на сознание иностранной аудитории, с тем, чтобы внешняя политика какого-либо другого государства, использующего аналогичные приемы, вызвала чувство восхищения или по крайней мере воспринималась без возмущения. Цели публичной дипломатии ясны: “необходимо пытаться завладеть умонастроениями значительных групп” и “нацию необходимо воспринимать как систему коммуникаций” [28].

Вопрос общения, языка и выстраивания дипломатических контактов уделяется довольно большое внимание в известной нам литературе по дипломатии [21, 151—234, 310—436; 18]. Но эти вопросы не рассматриваются с точки зрения стратегического подхода к коммуникациям в дипломатической сфере. В действительности эта сфера представляет собой чрезвычайно благодатную область исследования, например, речевых стратегий [6, 277—279] (риторических, прагматических, семантических). Таким образом, обозначим первый подход к изучению коммуникативных стратегий в сфере дипломатии как лингвистический. С точки зрения этого подхода, речевая коммуникация дипломатов — это стратегический процесс, основанием для которого является выбор определенных языковых ресурсов. Коммуникативная стратегия понимается как значимая для речевого поведения языковой личности соотносительность коммуникативной позиции и способов ее вербализации. Стратегии и тактики речевого поведения определяются как план речевых действий, согласно которому участники дипломатического общения реализуют свои коммуникативные и практические цели и задачи.

Дипломатические беседы могут преследовать следующие цели [21, 313]:

— первое знакомство, будь это вручение верительных грамот послом, первая встреча с министром иностранных дел, нанесение визитов после прибытия дипломата в столицу своим коллегам — дипломатам других стран, вообще знакомство с политическими, деловыми, культурными кругами своей страны;

— закрепление установленных контактов, более подробные беседы в русле уже установленных связей;

— сообщение какой-то информации и получение необходимых сведений;

— убеждение собеседника в правоте своей собственной позиции, а также точки зрения правительства представляемой дипломатом страны на те или другие аспекты внешней политики;

— обсуждение и разрешение практических вопросов двусторонних отношений и международных проблем;

— подготовка к открытию и ведению переговоров и, наконец, беседы в ходе переговоров — часто полуофициальные, чтобы найти развязку трудных проблем.

Та или иная речевая стратегия выбирается с учетом коммуникативного контекста, который зависит от формы ведения дипломатической беседы. Это могут быть следующие формы [21, 314]:

— беседы по официальному поручению руководства страны, представляемой дипломатом, с представителями страны пребывания;

— беседы по официальному поручению МИД (наиболее частный вид беседы);

— беседы по официальному приглашению руководства и МИД страны пребывания;

— беседы с представителями страны пребывания по их предложению или по собственной инициативе дипломата;

— беседы на общих приемах, официальных мероприятиях, выставках и т.д.;

— беседы в перерывах (вне официальных заседаний) на переговорах (как правило, неофициальные или полуофициальные);

— беседы случайные при посещении дипломатом театров, концертов, в гостиницах, при выезде из столицы и других общественных местах;

— беседы неожиданные, непредвиденные, когда тема не была известна заранее.

В целом для выявления и описания коммуникативных стратегий в дипломатической речи можно воспользоваться предложенной Н. В. Максимовой типологией коммуникативных стратегий (КС) “чужой речи” (ЧР) [20]. Важнейшими внутритипо-

логическими связями, отражающими взаимонаправленные, проективные отношения между системным аспектом явления ЧР и ее функционированием, являются, по мнению Н. Максимовой, антитезы “КС-применение — КС-отрицание” — как проекция прагматической интерпретанты системы ЧР; “КС-толкование — КС-переоформление” — как проекция референциальной интерпретанты системных отношений; “КС-развитие — КС-оценивание” — как проекция рецептивной интерпретанты. Как считает Н. Максимова, системный аспект «чужой речи» образуется тремя ее типовыми значениями: *прагматическим* (степенью близости / далекости своей и чужой смысловых позиций, их диалогического согласия / разногласия); *референциальным* (доминированием предметной или метаречевой направленности взаимодействия своего и чужого); *рецептивным* (преобладанием конкретно-персонифицированного или обобщенно-абстрактного типа адресации) [20, 292]. Диалогическая составляющая модели, связанная прежде всего с введением ценностных параметров — таких, как продуктивное и гармонизирующее диалогическое взаимодействие — выделяет в качестве приоритетного типа диалогического взаимодействия “КС-развитие”. Главным основанием для этого служит способность “КС-развитие” реализовывать сверхзадачу диалогического взаимодействия, связанную с единством двустороннего процесса — выработкой, синтезированием на основе своего и чужого нового типа информации и установлением нового качества — собственно субъектных, гармонизирующего характера отношений коммуникантов [20, 296].

В рамках заявленной темы статьи именно второй подход к изучению коммуникативных стратегий в сфере дипломатии — коммуникативно-деятельностный (технологический) — представляет для нас наибольший научный интерес. В данном случае мы имеем дело с внешними стратегическими коммуникациями такой социальной системы как государство. Точнее, со стратегическими коммуникациями во внешней культурной политике государства: с общественно-государственной информационно-политикой по продвижению культуры за рубежом, практикой публичной дипломатии и интегративными эффектами (результатами) коммуникаций [32, 101—131] (брендом, имиджем, репутацией).

Каковы же основные субъекты внешнеполитической межкультурной коммуникации, участвующие в продвижении культуры отдельно взятой

страны за рубежом? Если в качестве возможных субъектов взаимодействия выбрать Россию и Францию, то к числу наиболее значимых российских субъектов коммуникации можно было бы отнести: МИД, Минкультуры и массовых коммуникаций, Российский центр науки и культуры в Париже при Посольстве России во Франции (одно из представительств Росзарубежцентра при МИД), агентство “РИА-Новости”, немногочисленные центры русского языка и культуры в разных регионах Франции, ассоциации русско-французской дружбы. Со стороны Франции основными субъектами коммуникации являются: МИД, Министерство культуры и коммуникации, Посол Франции в России, отдел культурного сотрудничества при Посольстве Франции, Французский культурный центр в Москве, Французский институт в Санкт-Петербурге, лингвистическая сеть “Альянс Франсэз” в 11 крупнейших российских городах, а также международная организация франкофонии.

Стратегическое управление коммуникациями имеет место, когда идентифицируются ключевые группы общественности, а взаимодействие между ними происходит на основе симметричной модели коммуникаций (интерактивных стратегий) [32, 11]. Итак, в процессе продвижения культуры за рубежом можно обозначить следующие объекты коммуникации (приоритетные группы общественности): представители СМИ, политики, бизнеса, культуры, спорта, общественных объединений граждан, широкой общественности (граждан страны в целом как потребителей зарубежных “культурных продуктов”). Все эти объекты являются в свою очередь и субъектами коммуникации (коммуникация есть субъект-субъектное взаимодействие). Но с точки зрения теории организации коммуникативных кампаний в сфере внешней культурной политики необходимо сделать акцент на определении приоритетных групп общественности как объектов информационно-коммуникативного воздействия (другими словами, субъектов-реципиентов), то есть тех, на кого направлена деятельность субъектов-источников этого воздействия.

На сегодняшний день в международных отношениях активно используются следующие формы культурного сотрудничества и партнерства, подтверждающие значимость культурной дипломатии: форумы, фестивали, гастроли, выставки, ярмарки, дни национального языка и культуры, соревнования, конкурсы, конгрессы, конференции, программы научно-исследовательского и образовательного обмена, практика стипендий и грантов, деятель-

ность фондов. Все эти формы международного культурного обмена начали складываться очень давно, но только в условиях интеграции и интернационализации они получили наиболее полное и последовательное развитие. По сути, “культурный продукт” — это квинтэссенция отдельных форм культурного сотрудничества, направленная от субъектов-источников коммуникации к субъектам-реципиентам посредством стратегического управления коммуникациями.

Коммуникативная стратегия является в свою очередь технологией социальной коммуникации, способом и формой ее реализации. Мы рассмотрим три основных типа коммуникационных стратегий, поскольку именно они являются концептуально описываемыми основными социальными процессами, порождающими коммуникационные действия. Существуют следующие типы коммуникационных стратегий: презентация, манипуляция, конвенция [30]. Они отличаются по уровню открытости, симметрии и способу производимой коммуникаций: презентационный тип является пассивной коммуникацией; манипуляционный — активной коммуникацией, конвенциональный тип — интерактивной коммуникацией. Точно также основными средствами являются: для презентации — послание, для манипуляции — сообщение, для конвенции — диалог [12].

Публичная политика, дипломатическая сфера являются специально создаваемой средой, где в качестве базовой и обязательной коммуникативной стратегии принята конвенциональная стратегия. Конвенциональная стратегия обеспечивается коммуникацией через целую цепь консенсусов — конвенцию, т.е. содержательный договор внутри определенного сегмента или даже целого общества. Содержанием конвенциализации является делиберативный процесс — процесс диалога в сфере публичной политики, основанный на коллективной работе с коммуникативным пространством. Делиберативный процесс внутри конвенциональной стратегии имеет целью принятие решения, в то время как процесс одобрения внутри манипуляционной — обеспечение поддержки уже принятому решению [5, 15].

С. Дацок выделяет три типа презентационной стратегии: продвижение, расширение информационного присутствия, имиджмейкинг [12]. Согласимся с ним, что в содержании презентации следует различать два принципиально разных типа коммуникации и соответственно два типа знания, которые могут быть переданы в процессе комму-

никации. Первый тип — коммуникация в пространстве преобразования, где знание выступает как форма общения или сообщенности. Второй тип — коммуникация как взаимодействие, где знание выступает в фундаментальном смысле множественно расположенным, то есть как континуум понимания. В практике общественного преобразования конвенциональные стратегии коммуникации опираются на первый тип знания, и для них характерны такие способы структурирования как проект и стратегия. И только за счет этого затем осваивается второй тип знания. Манипуляционные стратегии коммуникации в практике общественного преобразования опираются на второй тип знания, и для них характерен такой способ структурирования как идеология, пропаганда и реклама. И только за счет этого затем осваивается первый тип знания.

Можно обозначить также линейный (от линейной модели коммуникации) и интерактивный (от модели обратной связи) подходы к изучению коммуникативных стратегий в сфере культурной дипломатии. В рамках линейного подхода имеет место такая коммуникативная стратегия как культуртрегерство (*культуртрегер* ‘от нем. Kulturträger империалист-колонизатор, порабащивающий отсталые народы под прикрытием насаждения культуры’) [24, 149] и миссионерство. Эти стратегии в современном мире практически не используются. Их особенность — в насильственном распространении культурных (религиозных) ценностей одной страны на территории другой. В рамках интерактивного подхода можно говорить о стратегии удовлетворения социально-значимых потребностей субъектов / объектов коммуникации в знании, понимании и принятии культурных ценностей иной страны, другого народа, о стратегии осознанного потребления зарубежных “культурных продуктов”.

Таким образом, судя по всему, можно говорить о следующих теоретических подходах к изучению коммуникативных стратегий в сфере культурной дипломатии: лингвистическом, коммуникативно-деятельностном (технологическом), линейном и интерактивном. Основанием для выделения первых двух подходов — лингвистического и технологического — является намеренное “противопоставление” таких объектов исследования как язык (речь) и гуманитарная технология с точки зрения их использования (применения) субъектами внешнеполитической межкультурной коммуникации в дипломатической сфере. В основании выделения

линейного и интерактивного подходов лежит теория обратной связи, без которой также невозможно обойтись и в интерпретации стратегий в рамках коммуникативно-деятельностного подхода.

Итак, в рамках лингвистического подхода мы говорим о стратегическом управлении в дипломатическом диалоге (полилоге), что необходимо нам для понимания реальной деятельности субъектов коммуникации, участвующих в текущем разговоре (переговорах). С точки зрения этого подхода, речевая коммуникация дипломатов — это стратегический процесс, основанием для которого является выбор определенных языковых ресурсов. Стратегии и тактики речевого поведения определяются как план речевых действий, согласно которому участники дипломатического общения реализуют свои коммуникативные и практические цели и задачи. Коммуникативно-деятельностный (технологический) подход имеет дело с внешними стратегическими коммуникациями государства как социальной системы. Формирование коммуникативной стратегии презентации, манипуляции и конвенции, с точки зрения данного подхода, есть реализация коммуникативной технологии расширения информационного присутствия, продвижения культурных продуктов, имиджмейкинга, рекламы, пропаганды. Взаимодействие основных субъектов внешнеполитических межкультурных коммуникаций происходит на основе интерактивных стратегий и предполагает формирование системных коммуникативных интеграторов (бренда, имиджа, репутации). С точки зрения этого подхода основной задачей внешней культурной политики отдельно взятого государства является выстраивание стратегических коммуникаций в области информационной политики по продвижению национальной культуры за рубежом с активным использованием различных методов и форм культурной (публичной) дипломатии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Боголюбова Н.М. Теоретические аспекты проблемы внешней культурной политики / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева // Америка и мир: история и современность. СПб., 2006. С. 267—280.
2. Боголюбова Н.М. Внешняя культурная политика: сравнительный анализ концепций европейских стран / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева // Исследования международных отношений Сб. ст. [Отв. ред. С. В. Лобачев]. — СПб, 2004. С. 183—192.
3. Боголюбова Н.М. Культурный обмен в системе международных отношений : учеб. пособие / Н. М. Боголюбова. — Изд-во СПбГУ, 2003. — 192 с.
4. Боголюбова Н.М. Источники формирования внешнеполитических образов (методические аспекты) / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева // Толерантность. Журналистика, политика, культура. [Межфакультетский сб.]. — СПб., 2003. С. 102—111.
5. Бородина Т.В. Социальный диалог: коммуникативные стратегии личностной репрезентации общественных отношений: автореф. дис. канд. философ. наук / Т. В. Бородина. — Ростов-на-Дону, 2003. — 23 с.
6. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / [Сост. В. Петрова; Под ред. В. Герасимова]. — М.: Прогресс, 1989. — 312 с.
7. Внешняя культурная политика — год 2000 // Дипломатический вестник. — 2000. — № 4. — С. 76—84.
8. Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования / Э. А. Галумов. — М.: Известия, 2003. — 450 с.
9. Галумов Э.А. PR в международных отношениях / Э. А. Галумов. — http://evartist.narod.ru/text10/80.htm#з_02
10. Голубев А.В. «...Взгляд на землю обетованную»: из истории советской культурной дипломатии 1920—1930-х гг. / А. В. Голубев. — Ин-т рос. истории РАН, М., 2004. — 273 с.
11. Голубев А.В. «Звездный час» советской культурной дипломатии: 1929—1939 гг. // Россия и современный мир. — 1999. — № 2. — С. 224—244.
12. Дацюк С. Коммуникативные стратегии / С. Дацюк. — http://xyz.org.ua/discussion/communicative_strategy.html
13. Дипломатия и культура. Материалы научной конференции. 4 июня 2003 г. / ДА МИД России. М., 2003. — 359 с.
14. Каррон де ла Карьер Г. Экономическая дипломатия. Дипломат и рынок / Пер. с фр. — М.: РОССПЭН, 2003. — 296 с.
15. Кашлев Ю.С. Многоликая дипломатия: исповедь посла / Ю. С. Кашлев. — М., 2004. — 498 с.
16. Курнозе З.И. Россия и Франция: диалог культур. Сб. науч. тр. / [Сост. В. Г. Зусман, К. Ю. Кашлявик, С. М. Фомин]. — Н. Новгород, 2002. — 272 с.
17. Киселев И.Ю. Динамика образа государства в международных отношениях / И. Ю. Киселев, А. Г. Смирнова. — СПбГУ. — СПб, 2003. — 270 с.
18. Кузьмин Э.Л. Дипломатическое и деловое общение: правила игры / Э. Л. Кузьмин. — Норма, М., 2005. — 303 с.
19. Майский И.М. Шоу и другие. Воспоминания. М., 1967. — 424 с.
20. Максимова Н.В. «Чужая речь» как коммуникативная стратегия: монография / Н. В. Максимова. — Издательство РГГУ, 2005. — 396 с.
21. Попов В.И. Современная дипломатия: теория и практика / В. И. Попов. — М.: Междунар. отношения, Юрайт-Издат, 2006. — 576 с.
22. Правдивая пропаганда. Оружие Второй мировой. — www.moldova.ru/index.php?tabeName=articles&owner=36&id=1062
23. Романовский С.К. Международные научные и культурные связи СССР. — М., 1966. — 276 с.

24. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований. — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. Т. 2.
25. Фокин В.И. Формирование содержания понятий «внешняя культурная политика» и «культурная дипломатия» в международной деятельности современных государств / В. И. Фокин // Вестник СПбУ. 2003. Сер. 6, вып. 2 (№ 14). С. 125—130.
26. Фокин В.И. Внешняя культурная политика СССР и России: сравнительный анализ / В. И. Фокин // Российская государственность: история и современность. СПб., 2003. — С. 552—555.
27. Черноситова Т.Л. «Культурная дипломатия» как основа французской политики / Т. Л. Черноситова. — www.rspu.edu.ru
28. Шиллер Г. Культурный империализм: источники, содержание и современные модели / Г. Шиллер. — www.psyfactor.org/shiller2.htm
29. Шмагин Е.А. Культура и дипломатия / Е. А. Шмагин // Международная жизнь. — 2002. — № 3. — С. 61—73.
30. Щедровицкий Г.П. Смысл и значение: избранные труды / Г. П. Щедровицкий. — М.: Шк. культ. полит., 1995. — 324 с.
31. Щетинин В.Д. Экономическая дипломатия / В. Д. Щетинин. — М., 2001. — 215 с.
32. Яковлев И.П. Стратегические коммуникации: учеб. пособие / И. П. Яковлев. — СПб., 2006. — 184 с.
33. Auswaertige Kulturpolitik — Konzeption 2000. — www.auswaertigesamt.de
34. Barghoorn F.C. The Soviet Cultural Offensive. The role of Cultural Diplomacy in Soviet Foreign Policy. Princeton, 1960.
35. www.diplomatie.gouv.fr/min — официальный сайт МИД Франции.
36. www.culture.gouv.fr/min — официальный сайт Минкультуры и коммуникаций Франции.