

МЕЖДУНАРОДНЫЕ, ГЛОБАЛЬНЫЕ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ

Международные отношения, глобальные

и региональные исследования

INTERNATIONAL, GLOBAL AND REGIONAL PROCESSES

International Relations, Global and Regional Studies

Научная статья

УДК 327

[https://doi.org/10.53658/RW2025-4-4\(18\)-75-86](https://doi.org/10.53658/RW2025-4-4(18)-75-86)

Политические науки

Иновещание и дипломатия «второго трека»: от истоков пересечения до настоящего времени

Анна Алексеевна Беликова ✉

МГУ имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

Дипломатическая академия МИД России, Москва, Россия

anna2020belikova@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0008-1017-7666>

Аннотация. В статье рассматриваются понятия «иновещание» (также известное как международное или зарубежное вещание) и «дипломатия "второго трека"» как взаимосвязанные инструменты международной коммуникации. Анализ исторических данных приводит к мысли, что в настоящем иновещание все больше эволюционирует от пропаганды к диалогу, подталкивая и дипломатию «второго трека» к переходу от закрытых встреч к публичным кампаниям. Дипломатия «второго трека» также меняется под воздействием медиа: расширяется спектр участников; теперь уже не только ученые, но и блогеры, активисты могут использовать медиаплатформы для диалога. Медиа выступают катализатором этих процессов, способствуя диверсификации участников дипломатического взаимодействия. Активное использование цифровых платформ создает уникальную синергию между иновещанием, медиа и дипломатией «второго трека», превращая их в взаимодополняющие инструменты в контексте современной международной коммуникации. Можно утверждать, что иновещание, медиа и дипломатия «второго трека» интегрируются в единую систему, становясь неотъемлемой частью как традиционного, так и неофициального дипломатического взаимодействия. Они

© Беликова А.А., 2025

© Россия и мир: научный диалог / Russia & World: Scientific Dialogue, 2025

становятся взаимодополняемыми инструментами в современной международной коммуникации, которая неизменно становится частью дипломатического взаимодействия – как традиционного, так и неофициального формата. В контексте глобализации и формирования многополярного миропорядка будущее этих феноменов видится в коэволюции медиаплатформ и неформальной дипломатии. Этот процесс отражает более широкие тенденции в развитии международных отношений, где коммуникационные технологии играют всё более значимую роль в формировании глобального политического ландшафта.

Ключевые слова: иновещание, международное вещание, дипломатия «второго трека», медиадипломатия, публичная дипломатия, Дартмутская конференция, «Аль-Джазира», CNN

Для цитирования: Беликова А.А. Иновещание и дипломатия «второго трека»: от истоков пересечения до настоящего времени // Россия и мир: научный диалог. 2025. № 4(18). С. 75-86, [https://doi.org/10.53658/RW2025-4-4\(18\)-75-86](https://doi.org/10.53658/RW2025-4-4(18)-75-86)

Original article

Political Sciences

[https://doi.org/10.53658/RW2025-4-4\(18\)-75-86](https://doi.org/10.53658/RW2025-4-4(18)-75-86)

International Broadcasting and Track-II Diplomacy: From the Origins of the Intersection to the Present

Anna A. Belikova ✉

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of Russia, Moscow, Russia
anna2020belikova@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0008-1017-7666>

Abstract. This article examines the concepts of “foreign broadcasting” (also known as international or foreign broadcasting) and “Track-II diplomacy” as interconnected tools of international communication. An analysis of historical data suggests that currently, foreign broadcasting is increasingly evolving from propaganda to dialogue, pushing track two diplomacy to shift from closed meetings to public campaigns. Track-II diplomacy is also changing under the influence of media: the range of participants is expanding; now, not only academics but also bloggers and activists can use media platforms for dialogue. Media act as a catalyst for these processes, facilitating the diversification of participants in diplomatic interaction. The active use of digital platforms creates a unique synergy between international broadcasting, media, and Track-II diplomacy, transforming them into complementary tools in the context of contemporary international communication. International broadcasting, media and Track-II diplomacy are arguably integrating into a unified system, becoming integral parts of both traditional and informal diplomatic interactions. These are becoming complementary tools for contemporary international communication that invariably become part of diplomatic interactions, both traditional and non-traditional. In the context of globalisation and the emergence of multipolarity, the future of these phenomena lies in the co-evolution of media platforms and non-formal diplomacy. This reflects broader trends in international relations where communication technologies play an increasingly significant role shaping the global political landscape.

Keywords: foreign broadcasting, international broadcasting, Track-II diplomacy, media diplomacy, public diplomacy, Dartmouth Conference, Al Jazeera, CNN

For citation: Belikova A.A. International Broadcasting and Track-II Diplomacy: From the Origins of the Intersection to the Present. Russia & World: Scientific Dialogue. 2025; 4(18): 75-86, [https://doi.org/10.53658/RW2025-4-4\(18\)-75-86](https://doi.org/10.53658/RW2025-4-4(18)-75-86)

Введение

Понятия «иновещание» (также известное как международное или зарубежное вещание) и «дипломатия «второго трека»» можно рассматривать как взаимосвязанные инструменты международной коммуникации, которые в настоящее время все чаще оказываются задействованы для решения международных проблем и урегулирования конфликтов. В качестве концептуальной рамки-связки упомянутых терминов будет уделено внимание феномену «медиадипломатии».

Принято считать, что иновещание фокусируется на трансграничном распространении информации, культурных ценностей и политических нарративов определенных государств через СМИ, в то время как дипломатия «второго трека» – это неформальные переговоры с участием негосударственных акторов (ученых, НПО, экспертов), дополняющие официальную дипломатию.

Материалы и методы

Понимание иновещания (международного или зарубежного вещания) сводится к определению, данному еще в «Большой советской энциклопедии» исследователем информационного пространства В.Н.Ружниковым: «Иновещание – радиовещание, адресованное слушателям зарубежных стран»¹.

Однако в прошлом веке сам факт зарождения и развития зарубежного вещания часто связывался с актуальностью для внешней политики [1] и развитием «дипломатии влияния»² [5; 29]. Профессор Оксфордского университета Монро Прайс описывал, в свою очередь, международное вещание как «элегантный термин для... использования электронных медиа одним обществом для формирования мнения людей и лидеров другого» [24].

Само понятие «дипломатия “второго трека”» было введено в оборот в 1981 г. в статье психиатра В.Дэвидсона (W.Davidson) и дипломата Дж.Монтвилля (J.Mont-

¹ Большая советская энциклопедия: в 30 т. / гл. ред. А.М.Прохоров. М.: БСЭ, 1972. Т. 10. С. 286.

² «Дипломатия влияния» – термин, используемый для описания публичной дипломатии Франции и специфики применения этой страной инструментов «мягкой силы».

ville)³, где изначально, как отмечают Великая и Семедов [4], «под этим термином рассматривалась, по сути, публичная дипломатия: от аполитичных культурных обменов до встреч по решению конфликтов» – все «стратегически оптимистичные» шаги для «недопущения войны, выявления общих интересов, нивелирования взаимных опасений» [14].

В соответствии с типологией, предложенной известным американским исследователем «мягкой силы» Николасом Каллом, международное вещание, наряду с активным слушанием (listening), пропагандой, культурной дипломатией и программами обменов (студенческих и академических), также является составляющим публичной дипломатии [13; 25].

На наш взгляд, именно медиадипломатия может выступить концептуальной рамкой для интерпретации иновещания не только как инструмента влияния на зарубежную аудиторию, но и как механизма международных коммуникаций и канала связи при возникновении конфликтных ситуаций (подобно дипломатии «второго трека»).

Такие авторы, как Лим [20], Шинар [27], Коэн [11], рассматривали медиадипломатию через призму роли СМИ в международных коммуникациях. Их подход включает трактовку иновещания как канала передачи дипломатических сообщений – от государственных субъектов к иностранным правительствам и общественной аудитории – для достижения конкретных целей. Как подчеркивает Коэн, медиадипломатия описывает то, как «СМИ связывают политиков с иностранными правительствами и общественностью» [11].

Результаты исследования

Иновещание возникло в конце 1930-х гг. Согласно Брауну [10], Рансли [25], СССР была первой страной в мире, начавшей вещание на зарубежную аудиторию еще в 1923–1926 гг. Однако официальным годом запуска считается 1929 г., когда наша страна начала передавать материалы сначала на четырех иностранных языках, а к 1933 г. их число выросло до одиннадцати [6].

Голландия появилась в зарубежном вещательном аудиополе со своей Empire Service в 1927 г., Китай – в 1928 г. (сначала как Central Broadcasting System, а затем как Radio China International в 1941 г.), Германия – в 1929 г., Франция – в 1931, Великобритания с BBC Empire Service – в 1932 г. и Япония – в 1934 г. Voice of America начал вещание в 1942 г., «сделав США относительно младшим членом клуба» [10; 21].

На первоначальном этапе развития иновещания главной его целью была пропаганда; далее, во время холодной войны, встал вопрос об организации и

³ В.Дэвидсон и Дж.Монтвилль отмечают, что в 1970–1980-х годах в США «вторым треком» занимался Институт психиатрии и международных отношений (Institute for Psychiatry and Foreign Affairs), изучавший аспекты поведения сторон конфликта. Сейчас под «вторым треком» понимается предварительная дискуссия, предшествующая официальным переговорам [14].

осуществлении кампаний информационного противостояния, а фактически – о ведении информационной войны для защиты интересов своего государства. Как писал Ван Дин, тогда создалась система, когда сверхдержавы «участвовали в глобальной войне пропаганды и милитаризации международной системы коммуникаций» [31].

Не зря расширенный термин для новостного воздействия на иностранную аудиторию, предложенный Каллом [12], звучит как «новости, спонсируемые государством» (state sponsored news). Перефразируя Калла, американский дипломат-востоковед Эдвард Джереджян вводит термин «иновещание, спонсируемое государством» (government-sponsored international broadcasting). Он указывает на то, что именно радиовещание сыграло «эффективную и выдающуюся роль в истории публичной дипломатии США». Особая эра в истории, по его мнению, началась, когда в 1942 г. был запущен «Голос Америки» (VOA) «для распространения информации об американской политике и интересах по всему миру... “Радио Свободная Европа / Радио Свобода”⁴ служили “суррогатными” радиостанциями для восточноевропейцев и русских за железным занавесом и, как правило, считаются одними из тех, кто помог выиграть холодную войну» [15].

В период, наступивший после Второй мировой войны, появляется необходимость в запуске нового вида взаимодействия, получившего название «дипломатии “второго трека”», под которой подразумевается неофициальный процесс создания мер доверия и взаимодействия между сторонами с целью разрешения межгосударственных противоречий и для урегулирования конфликтов. Участниками данного диалогового формата выступают представители гражданского общества, ученые, дипломаты и военные в отставке [4]. «Основная цель такой дипломатии – содействовать решению конфликтов, снижению напряженности и формированию доверия между сторонами вне традиционных каналов официальной дипломатии» [1].

Справочник издательства «Раутледж» по публичной дипломатии 2020 г. вводит международное вещание как подраздел публичной дипломатии, относящийся к усилиям национальных государств по электронному проецированию новостей и информации через государственные границы для стратегического взаимодействия с зарубежными сообществами [28].

По мнению турецких исследователей Кавоглу и Кексея, иновещание «является одной из довольно важных сфер деятельности публичной дипломатии, которая впервые появилась с традиционными медиа-инструментами, такими как радио и телевидение, но с тех пор его диапазон существенно расширился, включив цифровые медиа-средства, такие как интернет и платформы социальных сетей» [19].

Международное вещание в период доминирования радиотехнологий действительно выступало преимущественно как составляющая публичной дипломатии. Но с наступлением эры телевидения медийное поле становится местом зарождения ныне вновь актуализирующегося феномена медиадипломатии, активно изучавшегося учеными в период с 1980-х по начало 2000-х гг. [11; 17].

⁴ *Включено в реестр СМИ-иноагентов.

Примечательно, что в разгар Карибского кризиса, в один из самых напряженных моментов мировой истории «медийный канал» и «второй трек» были задействованы для разрешения сложившейся ситуации. В частности, впервые в истории послание президента США о введении морской блокады Кубы (так называемого «карантина») было передано не по официальным дипломатическим трекам, а через выступление на телевидении (в эфире трех американских телеканалов: ABC, CBS, NBC) [7]. Этот шаг, а не авиаудары по размещенным советским ракетам (как предлагал Кеннеди Объединенный комитет начальников штабов), стал, по мнению многих, прологом к мирному урегулированию кризиса.

В это же время начинает свою работу Дартмутская конференция, организатором которой выступил известный американский журналист Норман Казинс, бывший редактором «Субботнего литературного обозрения». Именно на встречах этого формата и Пагоушского движения разрабатывались важные меры по деэскалации напряжения в отношениях между СССР и США, обсуждались механизмы принятия соглашений по разоружению [32]. Важно, что уже в этот период иновещание транслировало идеи, обсуждаемые в рамках «второго трека», превращая академические дискуссии в публичные нарративы.

Дартмутский формат на многие годы стал площадкой неформального диалога по линии «второй дорожки»⁵ или «второго трека» между представителями общественности, отставными дипломатами, журналистами двух стран. Усилиями известного российского деятеля Е.М.Примакова Дартмутская конференция возобновила свою работу в 2014 г. после 24 лет перерыва [7].

Евгений Примаков, долгие годы проработавший корреспондентом газеты «Правда» на Ближнем Востоке, и Норман Казинс, как представители медийного сообщества, часто лично выступали в качестве так называемых «медиаброкеров» по классификации Гилбоа, который выделяет три измерения использования СМИ в качестве инструмента внешней политики и международных переговоров: публичную дипломатию, медиадипломатию и дипломатию медиаброкеров, когда «журналисты временно берут на себя роль дипломатов и служат посредниками в международных переговорах» [18]. В настоящее время в этой связи часто речь идет о сотрудниках каналов иновещания, которые, находясь в зоне конфликта, выполняя свой профессиональный долг, также выступают медийными брокерами или медиадипломатами.

Действительно, «иногда во время серьезных международных кризисов СМИ предоставляют единственный канал для общения и переговоров между соперничающими субъектами, или должностные лица часто используют глобальное телевидение, а не традиционные дипломатические каналы для передачи сообщений» [16]. Среди примеров, которые приводит Гилбоа, особо интересными представляются события на Ближнем Востоке. В частности, упоминается, что во

⁵ Российский исследователь публичной дипломатии А.А.Великая предлагает использовать термин «вторая дорожка дипломатии» в качестве альтернативного «дипломатии второго трека» [4].

время первой фазы кризиса с заложниками в Иране 1979–1981 гг. Соединенные Штаты общались с удерживавшими заложников исключительно через прессу; во время конфликта в Персидском заливе 1990–1991 гг. государственный секретарь США Джеймс Бейкер передал последний ультиматум Саддаму Хусейну через CNN, а не через посла США в Ираке; в январе 1998 г. президент Ирана Мохаммед Хатами выбрал CNN, чтобы отправить примирительное послание Соединенным Штатам [16]. Этот американский канал, запущенный в 1980 г., стал одним из ярких примеров использования иновещания как инструмента оперативного оповещения аудитории и особого воздействия на ее восприятие в определенный период истории. Способность глобальных новостей оказывать воздействие на принятие политических решений и развитие мирового медийного пространства получила название «эффекта CNN» [3].

Конец 1990-х – начало 2000-х гг. ознаменовались созданием целой плеяды каналов телевизионного иновещания по всему миру; с этого времени особую роль в формировании мировой медийной картины начинают играть страны Азии, хотя европейские СМИ по-прежнему занимают важные позиции в осуществлении информационного воздействия на зарубежную аудиторию. Кристофер Тула из Университета Джорджии (США) в исследовании 2017 г. отмечал, что «за последние два десятилетия ряд государств, таких как Китай, Россия, Иран, Венесуэла, Франция, Южная Корея и Япония, профинансировали создание круглосуточных новостных станций, называемых международными вещателями, для того чтобы формировать свою политику для иностранной общественности во многих странах мира» [30].

В этот же период проявляется «эффект “Аль-Джазиры”»⁶, характеризующий воздействие данного средства массовой информации на политику арабского мира. С 2008 г. после выхода книги Сейба [26] данный термин используется для описания влияния медиа на политические события с уменьшением монополии правительства на информацию и расширением прав и возможностей тех, кто не обладал ранее возможностью вещать в глобальном масштабе.

В 2010 г. Пауэрс писал: «...Аль-Джазира – первая новаторская и единственная глобальная вещательная компания, расположенная на “глобальном юге”, является эталоном [использования] новых и альтернативных форм информации, которые изменяют процесс и участников современного принятия политических решений» [23].

В публикации 2005 г. о катарском медиабренде британский журналист и писатель Майлз подчеркивает, что «Аль-Джазира» вошла в историю, потому что «она изменила направление потока информации, так что теперь, впервые за сотни лет, он идет с Востока на Запад» [22]. Как отмечает Бен Муса, «книга Майлза, по сути, является попыткой получить точную картину этого исторического процесса и объяснить, как он происходит» [9]. Можно также сказать, что «Аль-Джазира» стала новой «дорожкой» предоставления информации, став и сама в какой-то мере составляющей «второго

⁶ Считается, что термин «эффект “Аль-Джазиры”» ввел Филип М.Сейб, американский журналист, возглавлявший Центр публичной дипломатии Южнокалийфорнийского университета с 2009 по 2013 г.

дипломатического трека» и предоставив свои площадки для выведения дипломатии «второго трека» в открытое информационное пространство.

Майлз, скептически относящийся к потенциальной роли телеканала в содействии демократическим изменениям на Ближнем Востоке, всё же утверждает, что «Аль-Джазира», по крайней мере, внесла свой вклад в одно явное позитивное развитие: она побудила арабских правителей, пытаясь переманить аудиторию, создать новостные каналы, которые пытаются подражать «Аль-Джазире» по стилю и содержанию [22], что приводит к большому разнообразию СМИ в регионе и появлению таких каналов, как саудовская «Аль-Арабия», эмиратский «Скай-ньюз».

Стоит отметить, что также в настоящее время идет активизация роли стран Ближнего Востока в качестве неформальных посредников в проведении международных переговоров. Как, например, Оман – в иранско-американском диалоге или Саудовская Аравия и Катар – в российско-украинских контактах. И здесь также медийная составляющая, включающая иновещательную деятельность, становится часто основой для дипломатии «второго трека» путем распространения идей, которые затем подхватываются негосударственными акторами. В иновещательное пространство быстро входят новые технологии: интернет-вещание, подкасты, социальные сети, которые также становятся платформами для неформального диалога.

Выводы

Анализ исторических данных приводит к мысли, что в настоящем иновещание всё больше эволюционирует от пропаганды к диалогу, подталкивая и дипломатию «второго трека» к переходу от закрытых встреч к публичным кампаниям, например, посвященным теме экологии.

Дипломатия «второго трека» также меняется под воздействием медиа: расширяется спектр участников; теперь уже не только ученые, но и блогеры, активисты могут использовать медиаплатформы для диалога. Таким образом, на настоящем этапе наблюдается синергия иновещания, медиа в целом и дипломатии «второго трека». Они становятся взаимодополняемыми инструментами в современной международной коммуникации, которая неизменно становится частью дипломатического взаимодействия – как традиционного, так и неофициального формата.

Интересно, что Гилбоа еще в 2001 г. провел дифференциацию между публичной дипломатией и медиадипломатией: «В то время как медиадипломатия означает, что политик стремится мобилизовать мировую поддержку, чтобы достичь выгодного решения для своей страны в нестабильные времена. Публичная дипломатия, однако, имеет отношение к продвижению страны в мирное время» [16].

Весьма примечательным видится потенциальный рост влияния иновещания с учетом того, что данное явление может в перспективе рассматриваться не только

как составляющая публичной дипломатии, но и как инструмент осуществления медиадипломатии и медиаброкерства, и как составляющая дипломатии «второго трека».

Иновещание и дипломатия «второго трека» прошли путь от параллельных явлений до интегрированной системы «мягкого воздействия». Их симбиоз усиливается в цифровую эпоху, создавая гибридные пространства для международного диалога. Будущее – в коэволюции медиаплатформ и неформальной дипломатии как инструментов построения доверия в многополярном мире.

Список литературы

1. Агеева В.Д. Реформирование концепции внешней культурной политики Франции: «дипломатия влияния» и феномен «мягкой силы» [Reformation of Foreign Cultural Policy Conception of France: "Diplomacy of Influence" and Phenomenon of "Soft Power"] // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики: научно-теоретический и прикладной журнал. 2015. № 8(58). Ч. 1. С. 13–16.
2. Аликберов А.К., Наумкин В.В. Дипломатия второго трека в формате ситуационного анализа: опыт Института востоковедения РАН [Track-II Diplomacy in the Format of Situational Analysis: The Experience of the Institute of Oriental Studies of the Russian Academy of Sciences] // Вестник МГИМО-Университета. 2024. № 17(4). С. 101–120. <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2024-4-97-101-120>.
3. Быков Д.В. «Эффект CNN» и его влияние на развитие мирового медийного пространства [The CNN Effect and its Influence on the Development of the Global Media Space] // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2017. № 1(24). С. 22–29.
4. Великая А.А., Семедов С.А. Американо-иранская «вторая дорожка» дипломатии [American-Iranian Track-II Diplomacy] // Международная жизнь. 2021. № 10. С. 130–138.
5. Косенко С.И. Мягкое могущество в твердой упаковке: особенности культурной политики Франции [Soft Power in Hard Packaging: Peculiarities of French Cultural Policy]. Москва: МГИМО-Университет, 2011. 413 с.
6. Ружников В.Н. Отечественное радиовещание: Пути и проблемы становления, ретроспектива и современность [Domestic radio broadcasting: Paths and Problems of Formation: Retrospective and Modernity]: дисс. ... д-ра филолог. наук: 10.01.10. Москва, 1992. 464 с.
7. Яковенко А.В. Гражданская дипломатия между Россией и США востребована как никогда. К 60-летию Дартмутской конференции [Civil diplomacy between Russia and the United States is more in Demand than ever Before. The 60th Anniversary of the Dartmouth Conference] // Международная жизнь. 2021. № 1. С. 110–113.
8. Barnouw E. Tube of Plenty: the Evolution of American Television. New York: Oxford University Press, 1990. 607 p.
9. Ben Moussa M. Al Jazeera: The Inside Story of the Arab News Channel That is Challenging the West // Canadian Journal of Communication. 2007. Vol. 32(1). Pp. 149–152.
10. Browne D.R. International Radio Broadcasting: The limits of the limitless medium. New York: Praeger, 1982.
11. Cohen Y. Media Diplomacy. The Foreign Office in the Mass Communications Age. Routledge, 1986.
12. Cowan G., Cull N. Preface: Public Diplomacy in a Changing World // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. P. 6–8. URL: <http://www.jstor.org/stable/25097991>.
13. Cull N. The Cold War and the United States Information Agency: American propaganda and public diplomacy, 1945–1989. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
14. Davidson W.D., Montville J.V. Foreign Policy According to Freud // Foreign Policy. 1982. № 45. Pp. 145–157.
15. Djerejian E. Changing Minds, Winning Peace: A New Strategic Direction for U.S. Public Diplomacy in the Arab and Muslim World. Washington, DC: United States Department of Peace, 2003. URL: <http://https://2009-2017.state.gov/documents/organization/24882.pdf>.

16. Gilboa E. Diplomacy in the Media Age: Three models of Uses and Effects // Diplomacy and Statecraft. 2001. № 2(2). Pp. 1–28.
17. Gilboa E. Media Diplomacy // Harvard International Journal of Press-politics. 1998. № 3. Pp. 56–75.
18. Gilboa E. Media-Broker Diplomacy: When Journalists Become Mediators // Critical Studies in Media Communication. 2005. № 22(2). Pp. 99–120.
19. Kavoğlu S., Köksöy E. Global Perspectives on the Emerging Trends in Public Diplomacy. IGI Global, 2023.
20. Lim Y.J. Conceptual Models of Media Diplomacy: For the Resolution of International Communication Conflict // Outlook on Communication. 2017. № 7(1). Pp. 11–21.
21. Mansell G. Let Truth be Told: 50 Years of BBC External Broadcasting. London: BBC, 1982.
22. Miles H. Al-Jazeera: The Inside Story of the Arab News Channel that is Challenging the West. New York: Grove Press, 2005.
23. Powers Sh. Review of The Al Jazeera Effect // Journal of Middle East Media. 2010. Vol 6. Pp. 77–83.
24. Price M. Public Diplomacy and the Transformation of International Broadcasting. // Cardoza Arts and Entertainment Law Journal. 2003. № 21(1). P. 51–85.
25. Rawnsley G. Introduction to “International Broadcasting and Public Diplomacy in the 21st Century” // Media and Communication. 2016. № 4. P. 42.
26. Seib P. The Al Jazeera Effect: How the New Global Media are Reshaping World Politics. Washington D.C.: Potomac Books, 2008.
27. Shinar D. Media Diplomacy and Peace Talk: The Middle East and Northern Ireland // Gazette (Leiden, Netherlands). 2000. № 62(2). Pp. 83–97.
28. Snow N., Cull, N.J. Routledge Handbook of Public Diplomacy (2nd ed.). Routledge, 2020.
29. Tenzer N. International Expertise and the Diplomacy of Influence // Global Diplomacy, 2020. P. 297–305. https://doi.org/10.1007/978-3-030-28786-3_21.
30. Toulou C. New International Broadcasters and the Global Economy: Sites of Contestation: Dissertation. Georgia State University, 2017.
31. Van Dinh T. Communication and Diplomacy in a Changing World. Ablex Pub, 1987.
32. Velikaya A.A. Russian–U.S. Public Diplomacy Dialogue: a View from Moscow // Place Branding and Public Diplomacy. 2019. № 15(1). Pp. 60–63. <https://doi.org/10.1057/s41254-018-0102-1>.

Информация об авторе

БЕЛИКОВА Анна Алексеевна. Старший преподаватель кафедры информационного обеспечения внешней политики факультета мировой политики МГУ имени М.В.Ломоносова. Аспирант Дипломатической академии МИД России. <https://orcid.org/0009-0008-1017-7666>. Адрес: Российская Федерация, 119991, Москва, Ленинские горы, д. 1. anna2020belikova@yandex.ru

Раскрытие информации о конфликте интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Информация о статье

Поступила в редакцию: 2 июля 2025 г. Одобрена после рецензирования: 10 октября 2025 г. Принята к публикации: 20 ноября 2025 г. Опубликовано: 1 декабря 2025 г.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

Информация о рецензировании

«Россия и мир: научный диалог» благодарит анонимных рецензентов за их вклад в рецензирование этой работы.

References

1. Ageeva V.D. Reformation of Foreign Cultural Policy Conception of France: “Diplomacy of Influence” and Phenomenon of “Soft Power”. Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kulturologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki: nauchno-teoreticheskij i prikladnoj zhurnal [Historical, Philosophical, Political and Law Sciences, Culturology and Study of Art. Issues of Theory and Practice], 2015; 8(58):13–16 [In Russian].
2. Alikberov A.K., Naumkin V.V. Track-II Diplomacy in the Format of Situational Analysis: The Experience of the Institute of Oriental Studies of the Russian Academy of Sciences. Vestnik MGIMO-Universiteta [MGIMO Review of International Relations], 2024; 17(4):101–120 [In Russian]. <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2024-4-97-101-120>.
3. Bykov D.V. The CNN Effect and its Influence on the Development of the Global Media Space. Kultura i obrazovanie: nauchno-informacionnyj zhurnal vuzov kultury i iskusstv [Culture & Education. Scientific Information Journal for Universities of Culture and Art]. 2017; 1(24):22–29 [In Russian].
4. Velikaya A.A., Semedov S.A. American-Iranian Track-II Diplomacy. Mezhdunarodnaya Zhizn [International Affairs], 2021; 10:130–138 [In Russian].
5. Kosenko S.I. Soft Power in Hard Packaging: Peculiarities of French Cultural Policy. Moscow: MGIMO-Universitet [MGIMO-University], 2011. 413 p. [In Russian].
6. Ruzhnikov V.N. Domestic radio broadcasting: Paths and Problems of Formation: Retrospective and Modernity: Theses ... DSc. (Philolog.): 10.01.10. Moscow, 1992. 464 p. [In Russian].
7. Yakovenko A.V. Civil diplomacy between Russia and the United States is more in Demand than ever Before. The 60th Anniversary of the Dartmouth Conference. Mezhdunarodnaya Zhizn [International Affairs]. 2021; 1:110–113 [In Russian].
8. Barnouw E. Tube of Plenty: the Evolution of American Television. New York: Oxford University Press, 1990:607 [In English].
9. Ben Moussa M. Al Jazeera: The Inside Story of the Arab News Channel. That is Challenging the West. Canadian Journal of Communication. 2007; 32(1):149–152 [In English].
10. Browne D.R. International Radio Broadcasting: The limits of the limitless medium. New York: Praeger, 1982 [In English].
11. Cohen Y. Media Diplomacy. The Foreign Office in the Mass Communications Age. Routledge, 1986 [In English].
12. Cowan G., Cull N. Preface: Public Diplomacy in a Changing World. The Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008; 616:6–8 [In English]. Available from: <http://www.jstor.org/stable/25097991>.
13. Cull N. The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy, 1945–1989. Cambridge: Cambridge University Press, 2008 [In English].
14. Davidson W.D., Montville J.V. Foreign Policy According to Freud. Foreign Policy. 1982; 45:145–157 [In English].
15. Djerejian E. Changing Minds, Winning Peace: A New Strategic Direction for U.S. Public Diplomacy in the Arab and Muslim World. Washington, DC: United States Department of Peace, 2003 [In English]. Available from: [http:// https://2009-2017.state.gov/documents/organization/24882.pdf](http://https://2009-2017.state.gov/documents/organization/24882.pdf).
16. Gilboa E. Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects. Diplomacy and Statecraft. 2001; 2(2):1–28 [In English].
17. Gilboa E. Media Diplomacy. Harvard International Journal of Press-politics. 1998; 3: 56–75 [In English].
18. Gilboa E. Media-Broker Diplomacy: When Journalists Become Mediators. Critical Studies in Media Communication. 2005; 22(2):99–120 [In English].
19. Kavoğlu S., Köksöy E. Global Perspectives on the Emerging Trends in Public Diplomacy. IGI Global, 2023 [In English].
20. Lim Y.J. Conceptual Models of Media Diplomacy: For the Resolution of International Communication Conflict. Outlook on Communication. 2017; 7(1):11–21 [In English].
21. Mansell G. Let Truth be Told: 50 Years of BBC External Broadcasting. London: BBC, 1982 [In English].
22. Miles H. Al-Jazeera: The Inside Story of the Arab News Channel that is Challenging the West. New York: Grove Press, 2005 [In English].
23. Powers Sh. Review of The Al Jazeera Effect. Journal of Middle East Media. 2010; 6:77–83 [In English].
24. Price M. Public Diplomacy and the Transformation of International Broadcasting. Cardoza Arts and Entertainment Law Journal. 2003; 21(1):51–85 [In English].
25. Rawnsley G. Introduction to “International Broadcasting and Public Diplomacy in the 21st Century”. Media and Communication. 2016; 4:42 [In English].

26. Seib P. The Al Jazeera Effect: How the New Global Media are Reshaping World Politics. Washington D.C.: Potomac Books, 2008 [In English].
27. Shinar D. Media Diplomacy and Peace Talk: The Middle East and Northern Ireland. *Gazette* (Leiden, Netherlands). 2000; 62(2):83–97 [In English].
28. Snow N., Cull N.J. *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (2nd ed.). Routledge, 2020 [In English].
29. Tenzer N. International Expertise and the Diplomacy of Influence. *Global Diplomacy*, 2020:297–305 [In English]. https://doi.org/10.1007/978-3-030-28786-3_21.
30. Toulas C. *New International Broadcasters and the Global Economy: Sites of Contestation*. Dissertation. Georgia State University, 2017 [In English].
31. Van Dinh T. *Communication and Diplomacy in a Changing World*. Ablex Pub, 1987 [In English].
32. Velikaya A.A. Russian–U.S. Public Diplomacy Dialogue: a View from Moscow. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2019; 15(1):60–63 [In English]. <https://doi.org/10.1057/s41254-018-0102-1>.

About the author

Anna A. BELIKOVA. Senior Lecturer at the Department of Information Support for Foreign Policy, Faculty of World Politics, Lomonosov Moscow State University. Postgraduate Student, Diplomatic Academy, Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation. <https://orcid.org/0009-0008-1017-7666>. Address: 1, Leninskie Gory. Moscow, 119991, Russian Federation. anna2020belikova@yandex.ru

Contribution of the author

The author declares no conflicts of interests.

Article info

Received: July 2, 2025. Approved after review: October 10, 2025. Accepted for publication: November 20, 2025. Published: December 1, 2025.

The author has read and approved the final manuscript.

Peer review info

«Russia & World: Scientific Dialogue» thanks the anonymous reviewers for their contribution to the peer review of this work.