

СОЦИОЛОГИЯ И ПОЛИТОЛОГИЯ

УДК 327.8

Б.Х. Бахриев

«МЯГКАЯ СИЛА» И ПУБЛИЧНАЯ ДИПЛОМАТИЯ: ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ НЕЗАВИСИМОГО ТАДЖИКИСТАНА

Исследование выполнено при финансовой поддержке МГИМО МИД России (проект «№ КМУ VI МГИМО МИД России на выполнение научных работ молодыми исследователями под руководством докторов наук»).

Представлен анализ потенциала «мягкой силы» Республики Таджикистан. На основе методологии выбранных автором международных профильных рейтингов определены наиболее перспективные мягкосиловые ресурсы республики – историко-культурное наследие, туризм, инициативы в сфере «водной» дипломатии и возможности таджикской диаспоры. Сделан вывод, что развитие механизмов публичной дипломатии потенциально может способствовать конвертации потенциала «мягкой силы» Таджикистана в реальный ресурс его внешней политики.

Ключевые слова: «мягкая сила» Таджикистана; публичная дипломатия; культура; туризм; Центральная Азия.

Концепция «мягкой силы» прочно вошла в лексикон политических исследователей, практиков и всех тех, кто занимается «мягким», социально-гуманитарным измерением мировой политики. Постепенно она входит и в доктринальные документы, стратегические концепции разных стран, становясь частью их инструментария создания международного привлекательного образа и достижения других внешнеполитических целей мягкими, несилловыми методами в противоположность грубой, «жесткой силе». Политика проведения «мягкой силы» выходит на первый план и в более широком контексте – в глобальном управлении [1. С. 81–90]. По мнению автора рассматриваемой концепции Дж. Ная-мл., «мягкую силу» государства формируют его культура, аттрактивность политических ценностей, демонстрация реальной приверженности этим ценностям и успешные действия на международной арене [2. С. 11].

В исследовательском дискурсе России, да и на Западе, в фокусе научного внимания ученых преимущественно оказывается «мягкая сила» ведущих держав. Значительных работ, в которых анализировались бы аналогичный потенциал малых, менее статусных на международной арене государств, не так уж много. Наверное, высокая конкуренция между глобальными акторами за усиление своей привлекательности в нынешнем веке высоких информационных технологий формирует у некоторых исследователей мнение, что «мягкой силой» в полной мере обладают только те государства, у которых она подкреплена «жесткой силой». Иными словами, как пишет Н. Фергюсон, «мягкая сила» является всего лишь «шелковой перчаткой, скрывающей железную руку» [3. С. 24].

Конечно, если исходит из позиции жесткосилового детерминизма, список государств – обладателей «мягкой силы» будет не таким уж большим. Но тогда возникает вопрос, как в существующих рейтингах «мягкой силы» некоторые *малые* страны оказываются выше *крупных* государств? [4]. Такие рейтинги демонстрируют, что на самом деле «мягкой силой» обладают все государства, но отличаются источники, масштабы, критерии оценки, особенности и способ-

ности прикладного применения ее ресурсов. И важно понимать, как отмечает М. Лебедева, что «мягкая сила» – это лишь некий «потенциал, который может быть использован, а может оставаться только в качестве потенциала» [5. С. 212–223].

В современном мире, в котором наблюдаются диффузия влияния и тенденция расслоения ресурсного потенциала государств, его перераспределение от ведущих государств к другим государствам и негосударственным акторам [6. С. 99–108], почти все страны, так или иначе, заинтересованы в прикладном применении «мягкой силы». Более того, сегодня наблюдается тренд, который связан со стремлением государств стать сверхдержавами в области «мягкой силы» (*soft power superpower*) [7]. Если для *ветеранов* в этой области задачей являются оптимизация механизмов «мягкой силы» и ее приумножение, то для *новичков* все начинается с оценки их существующего *мягкосилового* потенциала и выявления наиболее эффективных способов его прикладного применения [8. С. 9].

Названные тренды делают актуальной темой исследовательского анализа кейсы не только традиционно сильных государств в плане «мягкой силы», лидеров всевозможных рейтингов привлекательности, но государств, которые только вступают на путь борьбы за *умы и сердца* международного сообщества. Важно еще и то, что в современной научной литературе многие малые страны рассматриваются как объекты «мягкой силы» и публичной дипломатии ведущих глобальных или региональных держав, а изучение их собственной акторности в этой сфере остается за пределами регулярного анализа. К таким странам относятся и государства постсоветской Центральной Азии. И в этом контексте автор настоящей работы пытается выявить, в чем заключается потенциал «мягкой силы» Таджикистана и как можно его укрепить с помощью одного из основных инструментов «мягкой силы» – *публичной дипломатии*.

Потенциал «мягкой силы» Таджикистана

Таджикистан в сознании большинства иностранцев – как из близких, так и дальних стран – ассоции-

руется с картиной бедной страны, оправляющейся от разрушительных последствий гражданской войны; с государством, которое зависит от денежных переводов своих трудовых мигрантов. Наряду с этим различные международные правозащитные организации часто критикуют Таджикистан за неразвитость институтов демократии и ограничения свободы СМИ (например, [9]). Картину дополняют географическое соседство с нестабильным десятилетиями Афганистаном и «репутация» транзитной страны для афганских опиатов. Примерно так вырисовывается образ Таджикистана в информационном поле и так формируется значительный зарубежный дискурс о нем, что логично влияет на его восприятие в международной среде [10. С. 67–72]. Хотя некоторые из вышесказанных фактов имеют отношение к действительности, но часто подобный образ Таджикистана и его властей формируется на основе тенденциозных, предвзятых и политизированных оценок. В контексте нашей же темы возникает логичный вопрос: что же тогда с привлекательностью Таджикистана? За счет чего формируется потенциал его «мягкой силы»?

Обратимся к международным рейтингам «мягкой силы», которые при оценке изучаемой страны опираются на широкий ряд параметров – от объема расходов на образование, статистики туристической отрасли и уровня грамотности населения до количества зарубежных представительств, числа фолловеров официальных страниц первых лиц государств в социальных сетях и наличия на территории государства объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Из всего многообразия критериев автор выдвигает на первый план те параметры, которые на данный момент представляются наиболее перспективными в определении потенциала «мягкой силы» Таджикистана.

1. *Историко-культурное наследие.* Историко-культурное наследие Таджикистана можно считать одним из ключевых компонентов потенциала его «мягкой силы». Президент Таджикистана Э. Рахмон называет землю предков таджиков вечным музеем истории. Действительно, на данный момент в стране зарегистрировано 1 873 историко-культурных памятника [11. С. 179–183], из которых два объекта – Саразм и Таджикский национальный парк (Памирские горы), находятся в списке объектов всемирного наследия ЮНЕСКО. Еще 16 объектов на территории страны находятся в числе кандидатов на включение в этот список. Помимо объектов материального наследия в репрезентативный список шедевров устного и нематериального культурного наследия человечества ЮНЕСКО входит музыка шашмаком (от Таджикистана и Узбекистана), праздник Навруз (совместная заявка 21 государства) и оши-палав – традиционное блюдо и его социально-культурный контекст в Таджикистане [12].

Народные традиции, уникальные особенности обычаев таджикского народа, уходящие корнями в глубокую древность, являются потенциалом его «мягкой силы». Тот же Навруз – самый почитаемый праздник в Таджикистане, считается древнейшим праздником в истории человечества. В знак уважения к Навруз и его значимости в межкультурном диалоге,

в 2010 г. Генассамблея ООН объявила 21 марта «Международным днем Навруза» [13]. Можно сказать, что древние традиции и обычаи, аутентичная культура каждого этноса, общие праздники иранских народов, например названный нами Навруз, формируя потенциал «мягкой силы» Таджикистана, способствуют развитию контактов между народами. Примером может служить ежегодное совместное празднование Навруз странами Центральной Азии, Ирана, Афганистана с участием представителей других государств.

Однако рассмотренный нами выше потенциал, если его рассматривать в контексте «мягкой силы», будет реализован только в случае существенного интереса со стороны иностранных туристов.

2. *Туристическая аттрактивность как фактор «мягкой силы» Таджикистана.* Объясняя значимость туризма как стратегического ресурса внешней политики языком политической науки, вспоминаются слова американского специалиста в области международных отношений Дж. Розенау, который, указывая на множественность участников современной мировой политики, всю их совокупность сводил к символическим образам туриста и террориста [14. С. 53–65]. Получается, туристы – это стратегический политический ресурс, способный формировать международный имидж государств, которые они посещают, и потенциально оказать влияние на общественное мнение в отношении этих стран и их политики.

Культурное наследие Таджикистана привлекает внимание все больших иностранных туристов. В 2015 г. туристический прирост этой страны, которая известна своими зелеными пейзажами и подходящими для альпинизма горами, составил 94%. Страну за год посетили 414 тыс. туристов. Всемирная туристическая организация (ЮНВТО) признала Таджикистан одним из самых быстрорастущих туристических направлений (2-е место после Парагвая) [15]. В 2017 г., согласно докладу Всемирного экономического форума, Таджикистан улучшил свою позицию, попав в тройку стран с самым значительным прогрессом (most-improved countries) [16]. Правительство республики в Концепции развития туризма на 2009–2019 гг. ставит задачу – добиться ежегодного привлечения более 1 млн туристов в страну до 2020 г. [17]. Данная задача, по мнению экспертов, представляется достижимой при условии инвестирования в туристическую инфраструктуру, активного использования медиаресурсов для пиара и гармонизации правовых вопросов [18].

Однако туристический потенциал и растущая привлекательность Таджикистана в глазах зарубежных туристов интересуют автора не в терминах экономической выгоды, а с точки зрения ресурсов «мягкой силы». Принося миллионы в казну государства, иностранные туристы увозят впечатления, от которых в современный век технологий и интернета зависят формирование образа страны и отношение к ней в тех обществах, откуда в эту страну приезжают интересующиеся ее достопримечательностями иностранные граждане.

Международные рейтинги, несмотря на методологические недостатки, «отличия в целях, масштабах

охвата и способах операционализации измеряемого концепта» [19. С. 43], все же выступают неким эталоном при оценке «мягкой силы» государств [20. С. 50], обеспечивая «значимый профиль индикаторов “мягкой силы” для масштабного “взвешивания” репутации и влияния стран мира» [15]. Автором выбраны два международных рейтинга для оценки туристиче-

ской привлекательности в совокупном измерении «мягкой силы» Таджикистана.

В этих рейтингах туризм представлен единственным фокусом измерения «мягкой силы» государств. Чтобы получить адекватное представление о позиции Таджикистана, автор проводит сравнение его позиций с соседними государствами Центральной Азии (таблица).

Таджикистан в международных рейтингах (с оценками туристического потенциала) для измерения «мягкой силы» (сравнение со странами-лидерами и государствами Центральной Азии)

Международный рейтинг	Методология оценки	Число государств в рейтинге	Лидер рейтинга	Таджикистан	Казахстан	Киргизия	Туркменистан	Узбекистан
				Позиция				
The Travel & Tourism Competitiveness Index (2017)	Совокупность показателей, имеющих отношение к туризму	136	Испания	107	81	115	–	–
Bloom Consulting Country Brand Ranking. Tourism Edition (2017/2018)	Совокупность показателей, имеющих отношение к туризму	193	США	179	98	145	–	–

Показатели данных авторитетных рейтингов проливают свет на многие проблемы, но и демонстрируют сильные, привлекательные стороны туристической отрасли Таджикистана. Так, в рейтинге «Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма» состояние этой отрасли в каждой стране определяется по 14 показателям. Таджикистан по параметру «безопасность и охрана» лидирует в регионе, имеет хорошие показатели по показателям «здоровье и гигиена», «человеческие ресурсы и рынок труда», «бизнес-среда», «ценовая конкурентоспособность», но сильно отстает по развитию информационных и коммуникационных технологий, туристической инфраструктуры [21].

Рейтинг государственного бренда в сфере туризма, который готовит компания «Bloom Consulting», составляется на основе четырех показателей:

- показатели экономического развития, связанные с туризмом;
- упоминания в поисковых запросах в контексте туризма (digital demand);
- показатели стратегического позиционирования национальных туристических организаций (country brand strategy);
- стратегии присутствия в виртуальном пространстве (online performance).

В 2017 г. Таджикистан впервые оказался в этом рейтинге (179-е место), получив категорию В – «относительно хорошо» (slightly good) по такому важному показателю, «как стратегическое позиционирование национальных туристических организаций». Значимость данного показателя выявляется после анализа онлайн-запросов, связанных с Таджикистаном в интернете. Нас же интересует именно туристическая привлекательность страны, т.е. то, что ищут пользователи о туризме в Таджикистане. Согласно данным *The Digital Country Index 2017*, больше всего пользователи Сети ищут информацию о туризме и об инвестициях в Таджикистане. В контексте туризма

77% интересуются общей информацией о стране, остальные – природными красотами и развлечениями, культурным наследием и состоянием туристического рынка. Логично, что при слабой представленности Таджикистана в интернете, пользователи-потенциальные туристы / инвесторы сталкиваются с недостатком информации, что может оказать влияние на их выборе страны посещения или на решении инвестировать в ее экономику.

Таким образом, можно говорить, что культурное наследие Таджикистана формирует хорошую основу для развития туризма, который в свою очередь может способствовать укреплению «мягкой силы» этой республики. Однако существующие проблемы тормозят практическое превращение туристической отрасли в инструмент таджикской «мягкой силы».

3. *Международные инициативы с акцентом на водную дипломатию.* Наряду с культурным компонентом потенциал «мягкой силы» государств формируется за счет их успешных международных инициатив. В этом сегменте у Таджикистана имеются успехи, которые, в первую очередь, связаны с усилиями страны в области водного сотрудничества. Президент республики Эмомали Рахмон с высоких международных трибун привлекает внимание мирового сообщества не только к проблемам Таджикистана, соседнего Афганистана, к борьбе с терроризмом и контрабандой наркотиков, но особый акцент делает на обеспечении человечества чистой водой [23].

В определении глобальной повестки дня по водному сотрудничеству Таджикистан действительно является одним из самых активных государств. Одним из важнейших международных достижений Таджикистана стало поддержание в ООН инициативы его Президента об объявлении 2003 г. годом пресной воды. С тех пор Таджикистан превратился в одного из главных международных игроков в сфере водной дипломатии. В соответствии с Душанбинской деклара-

цией 23 декабря 2003 г. Генеральная Ассамблея ООН приняла соответствующую резолюцию относительно объявления 2005–2015 гг. Международным десятилетием действия «Вода для жизни». Принимая во внимание нарастающую водную проблематику и признавая сотрудничество как ключевой фактор в их решении, Генассамблея ООН по инициативе таджикского государства в 2010 г. объявила 2013 г. Международным годом водного сотрудничества [23].

В июне 2015 г. на душанбинской Международной конференции высокого уровня по итогам реализации Международного десятилетия действий «Вода для жизни, 2005–2015» высокопоставленные участники конференции в своих выступлениях поддержали достойные инициативы Таджикистана, в том числе очередное предложение президента республики о провозглашении нового международного десятилетия действий под лозунгом «Вода для устойчивого развития». Данная глобальная инициатива в декабре 2016 г. была единодушно одобрена резолюцией Генассамблеи ООН, которая дает старт новой декаде международной программы «Вода для устойчивого развития (2018–2028)» [24].

По нашему мнению, лидерские позиции Таджикистана в определении глобальной повестки дня по одному из острейших вопросов современности – водному вопросу, авторитет его президента Э. Рахмона, сделавшего многое для продвижения водной дипломатии, способствуют укреплению потенциала «мягкой силы» таджикского государства [25]. Проведение в стране международных мероприятий по данной теме, как отмечают эксперты, направлено на создание Таджикистаном своего образа как ответственного регионального и глобального актора, защитника окружающей среды и на решение существующих противоречий с соседями по водному вопросу с помощью «мягкой силы».

4. *Таджикская диаспора за рубежом.* Сегодня на фоне стремительного роста иммигрантских сообществ можно говорить, что одним из сценариев развития человечества является «диаспоризация мира» [26. С. 80]. Диаспора справедливо рассматривается как один из значимых проводников «мягкой силы» государства. Правильная работа с диаспорой, по мнению Н. Емельянова, не только поможет в привлечении инвестиций, но и в оказании влияния на зарубежное общественное мнение, в построении привлекательного образа исторической родины [27].

Еще в 1993 г., выступая на Всемирном форуме таджиков и зарубежных соотечественников, таджикский президент Э. Рахмон призывал гостей форума «лучше познакомиться с Таджикистаном, чтобы благосклонно относиться к Таджикистану, его народу, внутренней и внешней политике» и назвал их потенциальный вклад в это дело «великой исторической миссией» [28]. С тех пор республика работает с диаспорой через проведение форумов, конференций, организовывая встречи через посольства и другие официальные ведомства [29].

Таджикистану еще предстоит установить численность таджикской диаспоры и оценить ее возможности в социально-экономическом развитии историче-

ской родины и в плоскости «мягкой силы». Для этого необходимо целый набор шагов – от установления численности, определения целей взаимодействия с диаспорой, уточнения характеристик диаспоры, укрепления доверия между диаспорами и госучреждениями до мобилизации диаспоры в качестве партнера в развитии Таджикистана [30. Р. 9–10]. По данным ООН, основная доля (около 75%) таджикской диаспоры приходится на Россию [31]. Специалисты отмечают, что интеллектуальный потенциал таджикской диаспоры в России огромный, но использование его – мизерное [32. С. 802].

Деятельность существующих организаций таджикской диаспоры, например в России, показывает, что при умелом использовании этого ресурса можно добиться хороших результатов в плане представления национальной культуры, адаптации прибывающих мигрантов и формирования адекватного образа народа и страны. Примером является Региональная общественная организация «Таджикская диаспора “Нур”», которая своими ресурсами и при поддержке Посольства Таджикистана в Москве регулярно участвует в крупных российских и международных культурных мероприятиях, представляя богатую культуру Таджикистана. Она вносит вклад в адаптацию таджикских мигрантов в российском обществе через организации лекций и семинаров для мигрантов, уроки русского, английского и математики – для их детей [33. С. 186].

В целом, если Таджикистан помимо заполнения вышеназванных пробелов будет еще совершенствовать организацию коммуникаций с таджикской диаспорой, т.е. если будут учреждены подразделения по работе с диаспорой при компетентных государственных ведомствах, созданы интерактивные веб-порталы для обеспечения онлайн-контактов с организациями и членами диаспоры [34], то таджикская диаспора может стать реальным проводником «мягкой силы» Таджикистана.

Конечно, существование потенциала «мягкой силы» не означает автоматическое обладание такой силой. Необходима последовательная, систематическая работа, чтобы конвертировать такой потенциал в реальный инструмент достижения внешне- и внутриполитических целей государства. Здесь Таджикистану целесообразно обратиться к международной практике использования института публичной дипломатии, являющегося инструментом продвижения «мягкой силы».

Публичная дипломатия: возможности для Таджикистана

Публичную дипломатию простыми словами можно определить как систему взаимодействия одного государства с зарубежной общественностью другого с целью установления долгосрочных отношений, оказания влияния на общественное мнение и формирования своего позитивного имиджа. Такая политика реализуется разными инструментами – от применения культурной дипломатии, СМИ, НПО до образовательных обменов и использования ресурсов диаспор [35. С. 63–73].

Говоря о возможностях публичной дипломатии для Таджикистана, следует отметить, что таджикский исследовательский дискурс о публичной дипломатии еще не сформировался, что можно объяснить недостаточностью накопленного практического национального опыта и научных разработок в этой сфере. На практике Таджикистан прибегает к инструментам публичной дипломатии, и активизация деятельности в этом направлении может способствовать научному осмыслению рассматриваемого феномена в среде таджикских ученых [36. С. 142].

Одним из аспектов публичной дипломатии является культурная дипломатия, которую специалисты называют одним из «важнейших приоритетов государства и неотъемлемой частью его внешнеполитической стратегии» [37. С. 76]. В Концепции внешней политики Республики Таджикистан культурная дипломатия провозглашается именно в таком качестве; отмечается важность многоплановой работы с зарубежными соотечественниками и «создания атмосферы интереса и доброжелательного отношения к Таджикистану и его народу со стороны мирового сообщества и международных политических кругов» [38]. Для продвижения таджикской культуры за рубежом страна действительно делает многое. Официальные представительства Таджикистана за рубежом, особенно в России, в сотрудничестве с активными организациями таджикской диаспоры продвигают таджикскую культуру. Можно назвать ежегодное празднование Навруза на больших площадках в крупных городах России, организацию различных культурных, творческих вечеров видных таджикских деятелей культуры, фотовыставок и другие мероприятия [39]. Дни культуры Таджикистана успешно прошли во многих странах – от Китая, России, Индии до Германии, Франции, Ирана. Наряду с культурными мероприятиями за пределами страны в самом Таджикистане регулярно проходят международные конференции, посвященные искусству, музыке, творчеству классиков таджикско-персидской литературы. В этом направлении работает и Таджикское общество дружбы и культурных связей с зарубежными странами (ТОДКС) – общественная некоммерческая организация, действующая на принципах народной дипломатии в интересах развития и укрепления межкультурных связей с народами зарубежных стран. ТОДКС имеет 14 обществ дружбы с разными странами мира [40].

Таджикистан активно занимается благоустройством историко-культурных памятников, которых в стране свыше 2 тысяч [41]. Такая работа увеличивает число исторических достопримечательностей, привлекая внимание туристов. Однако значительных медиа-ресурсов, на которые сегодня во многом опирается публично-дипломатическая деятельность, страна не имеет. На информационном поле она пока не представлена конкурентоспособными информационными и медийными инструментами. Туристический потенциал Таджикистана без солидного мультязычного информационного пиар-механизма оказывается слабо задействованным. Эксперты отмечают, что страна недостаточно использует возможности интернета – в

поисковиках вроде Яндекс и Google в основном доминируют негативные новости о Таджикистане [18], что не может привлекать туристов, которые сегодня в большинстве случаев (около 77%) при выборе туристической дестинации обращаются к интернету [42]. Таких видеороликов, как «Tajikistan. Feel the friendship», который транслировался в 2011 г. на канале Евроньюс для привлечения туристов и рекламы Таджикистана, должно быть в разы больше, чтобы формировался туристический бренд страны.

Наряду с международной рекламой надо заниматься улучшением туристической инфраструктуры внутри страны. Руководство страны признает, что «по сравнению с другими странами, туристическая инфраструктура в стране до сих пор развивается неправильно и не отвечает современным требованиям» [43]. В последние годы, однако, предпринят ряд шагов, что в итоге может оказать положительное влияние на туристическую привлекательность Таджикистана. Например, в 2016 г. страна ввела электронные визы. Этот шаг, значительно упрощая процесс подачи заявки, делает Таджикистан одной из пяти стран в мире, в которых проще всего получить туристическую визу [44]. Важной также кажется структурное преобразование в виде созданного в 2017 г. отдельного Комитета по развитию туризма. Раньше он был частью Комитета по делам молодежи, спорта и туризма. Последний в 2016 г. провел 613 мероприятий различного уровня – от конференции и туристических ярмарок до участия таджикских туристических компаний в аналогичных мероприятиях за пределами страны. На 5-м Форуме туристических компаний комитет провел акцию «Таджикистан – страна туризма»; было распространено более 2 500 буклетов, брошюр, кассет и дисков о туристических местах страны [45].

Может показаться, что автор, вдаваясь в анализ туристической отрасли, уходит от темы статьи, однако рассмотрение туризма как потенциала «мягкой силы» страны и публичной дипломатии как инструмента конвертации такого потенциала в ресурс реальной политики, требует подобного отступления. Туристическая дипломатия, хотя и по сути является экономической, но сегодня в большей степени осуществляется методами публичной дипломатии [46. С. 95].

К тому же, если распространение информации о стране, о ее достижениях на площадках различных форумов (пусть и туристических) за пределами страны для одних является мероприятием экономического характера, то с точки зрения «мягкой силы» и публичной дипломатии – это деятельность долгосрочной перспективы, направленная на формирование положительного имиджа государства.

Формирование такого имиджа для Таджикистана становится проблематичным, учитывая возрастающую роль инфокоммуникационных технологий и отставание страны в этой сфере. Серьезным вызовом является применение СМИ как инструмента конкурентной публичной дипломатии. Как отмечают таджикские эксперты З. Сайидзода и Ф. Саидов, «содержание значительного массива СМИ показывает, что отображение реальной ситуации в Таджикистане в мировом (в том числе российском) информационном пространстве яв-

но недостаточно и неадекватно. Большинство публикуемых материалов... носит негативную по отношению к республике окраску» [47. С. 4]. Подобный негативный образ страны складывается не всегда стихийно, иногда за ним стоят сознательные и эффективные пиар-действия заинтересованных сторон или лиц. Существующие государственные информационные инструменты Таджикистана (например, НИАТ «Ховар», пресс-служба таджикского МИД, таджикское телевидение) пока не могут на равных конкурировать с большим потоком негативной информации о стране.

В российском информационном пространстве образ Таджикистана и его народа тоже нуждается в коррекции. Для разрушения существующих негативных стереотипов в отношении представителей таджикского народа необходима комплексная работа не только информационного характера, но и воспитательного – как в России с подключением таджикской диаспоры, так в самом Таджикистане [48]. С учетом того, что в России находится большое число граждан Таджикистана, их поведение зачастую становится основой для формирования образа страны и народа. Можно сказать, что почти каждый гражданин Таджикистана за его пределами становится ресурсом публичной дипломатии своего государства, т.е. может оказать влияние на формирование того или иного образа своей страны в российском обществе. Чтобы на информационном поле заинтересованные акторы не делали акцент исключительно на негативные события, необходимо широкое освещение достижения таджикской диаспоры, культурных мероприятий этой страны в России. По словам И. Сатторова, Посла Республики Таджикистана в России, между обществом Таджикистана и России, несмотря на их принадлежность к общему пространству СНГ, чувствуется недостаток знания друг о друге. Очень важно, чтобы СМИ писали не только о терроризме и преступлениях, но и освещали достижения Таджикистана и людей, его населяющих [49].

На фоне вышесказанного, создание Таджикистаном своих конкурентоспособных, мультиязычных информационных и аналитических агентств кажется крайне важной задачей. Задача по широкому использованию возможностей современных информационно-коммуникационных технологий для презентации и пропаганды достижений и перспектив социально-

экономического развития страны, ее культурных и научных завоеваний ставится в Концепции внешней политики Таджикистана [39]. Президент Э. Рахмон, подчеркивая важность создания международного положительного образа Таджикистана, призывает МИД страны «коренным образом улучшить свое взаимодействие с представителями средств массовой информации и расширить свое присутствие в Интернета и в его социальных сетях» [49].

Очевидно, что такое взаимодействие должно нести планомерный, постоянный, а не спорадический характер. И социальные сети, которые для многих государств стали ареной продвижения внешнеполитических интересов, пока не входят в арсенал таджикской публичной дипломатии. Таджикский ученый Р. Ульмасов, называя публичную дипломатию мягким оружием широкого спектра, отмечает, что «внедрение публичной дипломатии требует коренного изменения нашей системы. Система может не верить в нее, как когда-то не верила в тот же Twitter, но Фейсбук безжалостен и изменения неизбежны. Сегодня мы не выдумываем велосипед. Мы просто должны быстро крутить его педали» [50]. Интересным и в то время целесообразным кажется предложение Р. Ульмасова о «созревании» МИД Таджикистана для создания отдельного структурного подразделения – Управления публичной дипломатии. Действительно, учреждение такой профильной структуры, которая координировала бы политику республики в области взаимодействия с зарубежной общественностью, информирования о положении дел в стране, о ее политике, достижениях и создания международного бренда Таджикистана, могло бы стать важным шагом в институционализации таджикской публичной дипломатии. Однако может показаться, что время для такой новации еще не пришло, но в сегодняшнем глобализирующемся мире, где ожесточенная борьба за умы и сердца людей разворачивается не только в физическом мире, но и виртуальном пространстве, время только уходит. Успешная конвертация потенциала «мягкой силы» Таджикистана в реальный ресурс практической политики может помочь не только в конструировании положительного международного имиджа таджикского государства, но и способствовать достижению других целей, которые стоят перед внешней политикой Республики Таджикистан в двадцать первом веке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рустамова Л.Р. Фактор «мягкой силы» в глобальном управлении на примере Германии. Межсекционный сборник № 2 «Глобальное управление» (Материалы VIII Конвента РАМИ, апрель 2014 г.) / под ред. М.М. Лебедевой, М.В. Стржежневой, В.В. Пановой, А.И. Никитина. М. : Изд-во «МГИМО–Университет», 2015. С. 81–90.
2. Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. N.Y. : Public Affairs Group, 2004. 191 p.
3. Ferguson N. Colossus: The Price of America's Empire. N.Y. : Penguin Press, 2004. 24 p.
4. McClory J. The Soft Power 30. Portland, 2017. URL: <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2017/07/The-Soft-Power-30-Report-2017-Web-1.pdf> (дата обращения: 09.12.2017).
5. Лебедева М.М. «Мягкая сила»: понятие и подходы // Вестник МГИМО-Университета. 2017. № 3 (54). С. 212–223.
6. Лебедева М.М. Ресурсы влияния в мировой политике // Полис. 2014. № 1. С. 99–108.
7. Fletcher T. How to become a soft power superpower. The SP30 blog. 15 September 2017. URL: <https://softpower30.com/become-soft-power-superpower/> (дата обращения: 10.12.2017).
8. Gregory F. Treverton, Seth G. Jones. Measuring National Power. Santa Monica, CA. : RAND National Security Research Division, 2005. URL: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/conf_proceedings/2005/RAND_CF215.pdf (дата обращения: 10.12.2017).
9. Human Rights Watch World Report 2016: Tajikistan. URL: <https://www.hrw.org/world-report/2017/country-chapters/Tajikistan> (дата обращения: 08.12.2017).
10. Бушков В.И., Поляков С.П., Селиванец А.А., Собянин А.Д. Таджикистан: образ российского стратегического союзника в СМИ // Профи. 2001. № 1–2. С. 67–72.

11. Тиллоев С.С. Место памятников культурного наследия в Республике Таджикистан // Вестник КГУСТА. 2013. № 4. С. 179–183.
12. UNESCO Intangible Heritage. Oshi Palav, a traditional meal and its social and cultural contexts in Tajikistan. URL: <https://ich.unesco.org/en/RL/oshi-palav-a-traditional-meal-and-its-social-and-cultural-contexts-in-tajikistan-01191?RL=01191> (дата обращения: 08.12.2017).
13. Resolution adopted by the General Assembly on 23 February 2010 (A/RES/64/253) on International Day of Nowruz. URL: http://repositorio.un.org/bitstream/handle/11176/147580/A_RES_64_253-EN.pdf?sequence=3&isAllowed=y (дата обращения: 08.03.2018).
14. Цыганков П. Мировая политика и ее содержание // Международные процессы. 2005. Т. 3, № 1 (7). С. 53–65. UNWTO Tourism Highlights. 2016 Edition. URL: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/estatisticas_indicadores/UNTWO_Tourism_Highlights_2016_Edition.pdf (дата обращения: 13.12.2017).
15. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Geneva: World Economic Forum, 2017. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf (дата обращения: 11.12.2017).
16. Концепция развития туризма в Республике Таджикистан на 2009–2019 гг. от 02.04. 2009.
17. Примкулов А., Христолюбова Д. Туризм в Таджикистане: достижения и барьеры. Специально для Asia-Plus. Душанбе. Ноябрь, 2016 г. URL: http://project75783.tilda.ws/tj_travel (дата обращения: 08.12.2017).
18. Песцов С.К., Бобыло А.М. Мягкая сила в мировой политике: типология подходов к измерению и оценке // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2015. № 3 (31). С. 42–53.
19. Харитонов Е.М. Эффективность «мягкой силы»: проблема оценки // Мировая экономика и международные отношения. 2015. № 6. С. 48–58.
20. Крыстев В.К. Туризм как инструмент «мягкой силы»: геополитическая интерпретация на примере Болгарии // Вестник АРГО. 2017 (6). С. 92–102.
21. Bloom Consulting Country Brand Ranking 2014/2015. Tourism Edition. 40 p. URL: http://www.bloomconsulting.com/pdf/rankings/Bloom_Consulting_Country_Brand_Ranking_Tourism.pdf (дата обращения: 08.12.2017).
22. Выступление Э. Рахмона на пленарном заседании 72-й сессии Генассамблеи ООН, 19.09.2017. URL: <http://www.prezident.tj/ru/node/16226> (дата обращения: 08.12.2017).
23. Глобальные водные инициативы Республики Таджикистан. Asia-Plus, Апрель, 2015. URL: <http://www.asiaplus.tj/ru/news/globalnye-vodnye-initsiativy-respubliki-tadzhikistan> (дата обращения: 08.12.2017).
24. Резолюция ООН о Международном десятилетии действий «Вода для устойчивого развития», 2018–2028 гг. URL: <http://www.president.tj/ru/node/14109> (дата обращения: 08.12.2017).
25. Menga F., Mirumachi N. Fostering Tajik hydraulic development: Examining the role of soft power in the case of the Rogun Dam // Water Alternatives. 2016. № 9 (2). P. 373–388.
26. Боришполец К.П. Механизмы взаимодействия государства с национальными диаспорами // Ежегодник ИМИ – 2012. М. : МГИМО–Университет, 2012. С. 79–86.
27. Емельянова Н. Мягкое обаяние Индии: преимущества и пределы. Портал «Перспективы». Март, 2016. URL: http://www.perspektivy.info/rus/gos/_magkoje_obajanije_indii_preimushhestva_i_predely_2016-03-21.htm (дата обращения: 08.12.2017).
28. Выступление Э. Рахмона на открытии второго форума таджиков мира. Душанбе, 08.09.1993. URL: <http://www.president.tj/ru/node/1090> (дата обращения: 28.12.2017).
29. Связь с зарубежными соотечественниками. Министерства труда и занятости населения РТ. Октябрь, 2016. URL: www.mehnat.tj/mehnat/2016/10/23/робита-бо-хамватанони-бурунмарзӣ/ (дата обращения: 22.01.2018).
30. Dovelyn Rannveig Agunias and Kathleen Newland. Developing a Road Map for Engaging Diasporas in Development: A Handbook for Policy-makers and Practitioners in Home and Host Countries. IOM - MPI, 2012. P. 9–10.
31. UN Department of Economic and Social Affairs, Population Division. Trends in International Migrant Stock: Migrants by Destination and Origin (UN database, POP/DB/MIG/Stock/Rev.2013).
32. Икромов Д.З. Оценка потенциала диаспор в развитии Таджикистана // Фундаментальные исследования. 2016. № 11. С. 797–802.
33. Бахриев Б.Х. Публичная дипломатия государств Центральной Азии // Публичная дипломатия: Теория и практика / под ред. М.М. Лебедевой. М. : Аспект Пресс, 2017. С. 177–193.
34. Мукомель В. Диаспора – партнер по развитию Таджикистана. Миссия MOM в Республике Таджикистан. Душанбе, 2014. С. 147.
35. Долинский А. Дискурс о публичной дипломатии // Международные процессы. 2011. Т. 9, № 1 (25). С. 63–73.
36. Бахриев Б.Х. Публичная дипломатия в современном исследовательском дискурсе // Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия общественных наук. 2017. № 1 (70). С. 131–147.
37. Лебедева О.В. Культурная дипломатия как инструмент внешней политики России на современном этапе // Международная жизнь. 2016. № 9. С. 76–97.
38. Концепция внешней политики Республики Таджикистан от 27 января 2015 года.
39. URL: <https://www.tajembassy.ru/ru/> (дата обращения: 08.12.2017).
40. URL: <http://www.friendship.tj/index.php> (дата обращения: 10.12.2017).
41. Информация с официальной страницы Президента Республики Таджикистан: URL: [http://www.president.tj/ru/taxonomy/term/5162? Device=desktop](http://www.president.tj/ru/taxonomy/term/5162?Device=desktop)
42. The 2014 Traveler’s Road to Decision. Google Travel Study, June 2014. URL: https://storage.googleapis.com/think/docs/2014-travelers-road-to-decision_research_studies.pdf (дата обращения: 08.12.2017).
43. Выступление на Национальном совете по делам молодежи при Президенте Республики Таджикистан. Душанбе, 27.05.2016. URL: <http://www.president.tj/ru/node/11860>
44. You’re welcome! The 5 easiest visas to get in the world. URL: https://www.wanderlust.co.uk/content/easiest-visasworldwide?utm_source=Microsoft&utm_medium=MSN_collaboration (дата обращения: 11.12.2017).
45. Туризм в Таджикистане развивают. Азия Плюс. URL: <https://www.news.tj/ru/node/239473> (дата обращения: 08.12.2017).
46. Черевичко Т.В. Туризм как инструмент публичной дипломатии // Известия Саратовского университета. Серия История. Международные отношения. 2014. Т. 14, № 4. С. 93–95.
47. Сайидзода З.Ш., Саидов Ф.З. Таджикистан: информационный ресурс, внешняя политика, имидж государства. Душанбе : Изд-во «Иттилоот ва муошират», 2008. 37 с.
48. Тайны «девочек-калькуляторов»: Манижа и Ёсуман раскрыли свои секреты. Sputnik, 08.11.2017. URL: <http://ru.sputnik-tj.com/style/20171108/1023830228/devochki-kalkulyatory-manizha-yosuman-tadzhikskie.html> (дата обращения: 08.12.2017).
49. Выступление Президента Республики Таджикистан Эмомали Рахмона на встрече с дипломатическими работниками страны по случаю открытия нового здания МИД РТ. Душанбе, 15.03.2013. URL: <http://www.prezident.tj/ru/node/4114> (дата обращения: 28.02.2017).
50. Ульмасов Р. Миграционная ситуация в Таджикистане: проблемы и пути решения // Портал «Культурная дипломатия». Апрель, 2016. URL: <http://culturedip.interaffairs.ru/index.php/analitika/itemlist/user/1030> (дата обращения: 08.12.2017).

Статья представлена научной редакцией «Социология и политология» 28 августа 2018 г.

SOFT POWER AND PUBLIC DIPLOMACY: OPPORTUNITIES FOR INDEPENDENT TAJIKISTAN

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal, 2018, 436, 97–105.

DOI: 10.17223/15617793/436/11

Bahri Kh. Bahriev, MGIMO University (Moscow, Russian Federation). E-mail: mr.bahriev29@gmail.com

Keywords: soft power of Tajikistan; public diplomacy; culture; tourism; Central Asia.

This paper analyzes Tajikistan's soft power potential and the possibilities of its conversion into an applied foreign policy resource through public diplomacy mechanisms. The reason behind the selection of this Central Asian nation is the fact that contemporary research discourse on soft power and public diplomacy mainly focuses on the experience and practice of leading global nations. The similar potential of small, less ambitious states often appears out of regular scientific analysis. The capacity of Tajikistan's soft power is determined based on certain international specialized ranking methodology, Tajikistan's domestic field-oriented statistics, its goal-setting document objectives and the practical steps of the country. Thus, the paper defines four most promising factors/drivers that seem to constitute Tajikistan's soft power potential at the modern stage – the country's authentic culture heritage, its tourist sights and their growing appeal for foreigners, successful global initiatives in the sphere of water cooperation and presence of a big Tajik diaspora abroad. If the first two factors are related to the internal situation in the republic and require demonstration of openness and specific domestic reforms, the other two increase the international recognition of the country and can contribute to the enhancement of Tajik nation's image. The conducted analysis suggests that, despite having solid soft power capabilities, Tajikistan has not been quite successful in turning it into an applied foreign policy resource. The republic has a controversial international image that seems to be constructed under the influence of many factors some of which are politically charged or based on the established stereotypes about the country. Such an image of Tajikistan is observed not only in countries far from Central Asia but also in those within the CIS space, in particular, in Russia. It is supposed that such an image is formed largely because of Tajikistan's weak representation on the Internet; negative information about this nation appears to prevail in major search engines. The country's lack of competitive international information and media tools is also its significant trouble spot in this context. Based on the above-mentioned facts, the author concludes that such state of affairs, *firstly*, demands stepping up public diplomacy efforts, especially in its info-communication dimension, *secondly*, increases the importance of institutionalization of Tajikistan's public-diplomacy activity. Those steps would provide the young republic with an additional tool, compatible with modern requirements, for pursuing its foreign policy objectives in the 21st century.

REFERENCES

1. Rustamova, L.R. (2015) Faktor "myagkoy sily" v global'nom upravlenii na primere Germanii [The factor of "soft power" in global governance on the example of Germany]. In: Lebedeva, M.M., Strezhneva, M.V., Panova, V.V. & Nikitin, A.I. (eds) *Mezhseksionnyy sbornik № 2 "Global'noe upravlenie" (Materialy VIII Konventa RAMI, aprel' 2014 g.)* [Intersection collection number 2 "Global Governance" (Proceedings of the VIII Convention RAMI, April 2014)]. Moscow: MGIMO-University. pp. 81–90.
2. Nye, J. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. N.Y.: Public Affairs Group.
3. Ferguson, N. (2004) *Colossus: The Price of America's Empire*. N.Y.: Penguin Press.
4. McClory, J. (2017) *The Soft Power 30*. Portland. [Online] Available from: <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2017/07/The-Soft-Power-30-Report-2017-Web-1.pdf>. (Accessed: 09.12.2017).
5. Lebedeva, M.M. (2017) Soft Power: The Concept and Approaches. *Vestnik MGIMO-Universiteta – Vestnik MGIMO-University*. № 3 (54). pp. 212–223. (In Russian). DOI: 10.24833/2071-8160-2017-3-54-212-223
6. Lebedeva, M.M. (2014) Resources of influence in world politics. *Polis – Polis. Political Studies*. 1. pp. 99–108. (In Russian). DOI: 10.17976/jpps/2014.01.07
7. Fletcher, T. (2017) *How to become a soft power superpower*. The SP30 blog. 15 September [Online] Available from: <https://softpower30.com/become-soft-power-superpower/>. (Accessed: 10.12.2017).
8. Treverton, G.F. & Jones, S.G. (2005) *Measuring National Power*. Santa Monica, CA: RAND National Security Research Division. [Online] Available from: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/conf_proceedings/2005/RAND_CF215.pdf. (Accessed: 10.12.2017).
9. Human Rights Watch. (2016) *Human Rights Watch World Report 2016: Tajikistan*. [Online] Available from: <https://www.hrw.org/world-report/2017/country-chapters/Tajikistan>. (Accessed: 08.12.2017).
10. Bushkov, V.I., Polyakov, S.P., Selivanets, A.A. & Sobyenin, A.D. (2001) Tadjikistan: obraz rossiyskogo strategicheskogo soyuznika v SMI [Tajikistan: The Image of a Russian Strategic Ally in the Media]. *Prof. 1–2*. pp. 67–72.
11. Tilloev, S.S. (2013) Mesto pamyatnikov kul'turnogo naslediya v Respublike Tadjikistan [Place of monuments of cultural heritage in the Republic of Tajikistan]. *Vestnik KGUSTA*. 4. pp. 179–183.
12. UNESCO Intangible Heritage. (n.d.) *Oshi Palav, a traditional meal and its social and cultural contexts in Tajikistan*. [Online] Available from: <https://ich.unesco.org/en/RL/oshi-palav-a-traditional-meal-and-its-social-and-cultural-contexts-in-tajikistan-01191?RL=01191>. (Accessed: 08.12.2017).
13. UN. (2010) *Resolution adopted by the General Assembly on 23 February 2010 (A/RES/64/253) on International Day of Nowruz*. [Online] Available from: http://repository.un.org/bitstream/handle/11176/147580/A_RES_64_253-EN.pdf?sequence=3&isAllowed=y. (Accessed: 08.03.2018).
14. Tsygankov, P. (2016) Mirovaya politika i ee sodержanie [World politics and its content]. *Mezhdunarodnye protsessy*. 3:1(7). pp. 53–65.
15. World Economic Forum. (2017) *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Geneva: World Economic Forum. [Online] Available from: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf. (Accessed: 11.12.2017).
16. Tajikistan. (2009) *Kontseptsiya razvitiya turizma v Respublike Tadjikistan na 2009–2019 gg.* [The concept of tourism development in the Republic of Tajikistan for 2009–2019].
17. Primkulov, A. & Khristolyubova, D. (2016) *Turizm v Tadjikistane: dostizheniya i bar'ery* [Tourism in Tajikistan: Achievements and barriers]. [Online] Available from: http://project75783.tilda.ws/tj_travel. (Accessed: 08.12.2017).
18. Pestsov, S.K. & Bobylo, A.M. (2015) Soft power in world politics: The typology of approaches to measurement and evaluation. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 3 (31). pp. 42–53. (In Russian). DOI: 10.17223/1998863X/31/5
19. Kharitonova, E.M. (2015) Soft Power Effectiveness: Problem of Evaluation. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya – World Economy and International Relations*. 6. pp. 48–58. (In Russian).
20. Krystev, V.K. (2017) The tourism as an instrument of "soft power" of the space: Geopolitical interpretation on the example of Bulgaria. *Vestnik ARGO*. (6). pp. 92–102. (In Russian).
21. Bloom Consulting. (2015) *Bloom Consulting Country Brand Ranking 2014/2015. Tourism Edition*. [Online] Available from: http://www.bloomconsulting.com/pdf/rankings/Bloom_Consulting_Country_Brand_Ranking_Tourism.pdf. (Accessed: 08.12.2017).

22. UN. (2017) *Vystuplenie E. Rakhmona na plenarnom zasedanii 72-y sessii Genassamblei OON* [Speech by E. Rahmon at the plenary meeting of the 72nd session of the UN General Assembly]. 19.09.2017. [Online] Available from: <http://www.prezident.tj/ru/node/16226>. (Accessed: 08.12.2017).
23. Asia-Plus. (2015) *Global'nye vodnye initsiativy Respubliki Tadjikistan* [Global Water Initiatives of the Republic of Tajikistan]. [Online] Available from: <http://www.asiaplus.tj/ru/news/globalnye-vodnye-initsiativy-respubliki-tadjikistan>. (Accessed: 08.12.2017).
24. UN. (2018) *Rezolyutsiya OON o Mezhdunarodnom desyatiletii deystviy "Voda dlya ustoychivogo razvitiya", 2018–2028 gg.* [UN Resolution on the International Decade for Action "Water for Sustainable Development", 2018–2028]. [Online] Available from: <http://www.prezident.tj/ru/node/14109>. (Accessed: 08.12.2017).
25. Menga, F. & Mirumachi, N. (2016) Fostering Tajik hydraulic development: Examining the role of soft power in the case of the Rogun Dam. *Water Alternatives*. 9 (2). pp. 373–388.
26. Borishpolets, K.P. (2012) Mekhanizmy vzaimodeystviya gosudarstva s natsional'nymi diasporami [Mechanisms of interaction of the state with national diasporas]. In: *Ezhegodnik IMI – 2012* [Yearbook of the Institute of International Research – 2012]. Moscow: MGIMO–University. pp. 79–86.
27. Emel'yanova, N. (2016) *Myagkoe obayanie Indii: preimushchestva i predely* [The soft charm of India: Advantages and limits]. [Online] Available from: http://www.perspektivy.info/rus/gos/_magkoje_obajaniye_indii_preimushchestva_i_predely_2016-03-21.htm. (Accessed: 08.12.2017).
28. Tajikistan. (1993) *Vystuplenie E. Rakhmona na otkrytii vtorogo foruma tadjikov mira* [Speech by E. Rahmon at the opening of the second forum of Tajik world]. [Online] Available from: <http://www.prezident.tj/ru/node/1090>. (Accessed: 28.12.2017).
29. Ministry of Labor and Employment of the Population of the Republic of Tajikistan. (2016) *Svyaz' s zarubezhnymi sootchestvennikami* [Communication with compatriots abroad]. [Online] Available from: www.mehnat.tj/mehnat/2016/10/23/robota-bo-xamvatanoni-burunmarzai/. (Accessed: 22.01.2018).
30. Agunias, D.R. & Newland, K. (2012) *Developing a Road Map for Engaging Diasporas in Development: A Handbook for Policymakers and Practitioners in Home and Host Countries*. IOM – MPI.
31. UN Department of Economic and Social Affairs. (2013) *Population Division. Trends in International Migrant Stock: Migrants by Destination and Origin*. UN database, POP/DB/MIG/Stock/Rev.2013.
32. Ikromov, D.Z. (2016) Assessing the potential of diaspora on development of Tajikistan. *Fundamental'nye issledovaniya – Fundamental Research*. 11. pp. 797–802. (In Russian).
33. Bakhriev, B.Kh. (2017) Publichnaya diplomatiya gosudarstv tsentral'noy Azii [Public Diplomacy of Central Asian States]. In: Lebedeva, M.M. (ed.) *Publichnaya diplomatiya: Teoriya i praktika* [Public Diplomacy: Theory and Practice]. Moscow: Aspekt Press.
34. Mukomel', V. (2014) *Diaspora – partner po razvitiyu Tadjikistana. Missiya MOM v Respublike Tadjikistan* [Diaspora – development partner of Tajikistan. IOM mission in the Republic of Tajikistan]. Dushanbe: MOM.
35. Dolinskiy, A. (2011) Diskurs o publichnoy diplomatii [Discourse on public diplomacy]. *Mezhdunarodnye protsessy*. 9:1(25). pp. 63–73.
36. Bakhriev, B.Kh. (2017) Public diplomacy in contemporary research discourse. *Vestnik Tadjikskogo gosudarstvennogo universiteta prava, biznesa i politiki. Seriya obshchestvennykh nauk – Bulletin of TSULBP*. 1 (70). pp. 131–147. (In Russian).
37. Lebedeva, O.V. (2016) Kul'turnaya diplomatiya kak instrument vneshney politiki Rossii na sovremennom etape [Cultural Diplomacy as an Instrument of Russia's Foreign Policy at the Present Stage]. *Mezhdunarodnaya zhizn'*. 9. pp. 76–97.
38. Tajikistan. (2015) *Kontseptsiya vneshney politiki Respubliki Tadjikistan ot 27 yanvarya 2015 goda* [The concept of foreign policy of the Republic of Tajikistan on January 27, 2015].
39. [Online] Available from: <https://www.tajembassy.ru/ru/>. (Accessed: 08.12.2017).
40. [Online] Available from: <http://www.friendship.tj/index.php>. (Accessed: 10.12.2017).
41. Tajikistan. (n.d.) *Informatsiya s ofitsial'noy stranitsy Prezidenta Respubliki Tadjikistan* [Information from the official page of the President of the Republic of Tajikistan]. [Online] Available from: <http://www.prezident.tj/ru/taxonomy/term/5/162?Device=desktop>.
42. Google Travel Study. (2014) *The 2014 Traveler's Road to Decision. Google Travel Study*. [Online] Available from: https://storage.googleapis.com/think/docs/2014-travelers-road-to-decision_research_studies.pdf. (Accessed: 08.12.2017).
43. Tajikistan. (2016) *Vystuplenie na Natsional'nom sovete po delam molodezhi pri Prezidente Respubliki Tadjikistan* [Speech at the National Council on Youth Affairs under the President of the Republic of Tajikistan]. [Online] Available from: <http://www.prezident.tj/ru/node/11860>.
44. Wanderlust.co.uk. (n.d.) *You're welcome! The 5 easiest visas to get in the world*. [Online] Available from: https://www.wanderlust.co.uk/content/easiest-visasworldwide?utm_source=Microsoft&utm_medium=MSN_collaboration. (Accessed: 11.12.2017).
45. Aziya Plyus. (2017) *Turizm v Tadjikistane razvivayut. Aziya Plyus* [Tourism in Tajikistan is developing]. [Online] Available from: <https://www.news.tj/ru/node/239473>. (Accessed: 08.12.2017).
46. Cherevichko, T.V. (2014) Tourism as an instrument of public diplomacy. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Seriya Istoriya. Mezhdunarodnye otnosheniya – Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: History. International Relations*. 14(4). pp. 93–95. (In Russian).
47. Sayidzoda, Z.Sh. & Saidov, F.Z. (2008) *Tadjikistan: informatsionnyy resurs, vneshnyaya politika, imidzh gosudarstva* [Tajikistan: information resource, foreign policy, state image]. Dushanbe: Izd-vo "Ittilot va muoshirat".
48. Sputnik. (2017) *Tayny "devochek-kalkulyatorov": Manizha i Esuman raskryli svoi sekrety* [Secrets of the "calculator girls": Manizha and Yosuman revealed their secrets]. [Online] Available from: <http://ru.sputnik-tj.com/style/20171108/1023830228/devochki-kalkulyatory-manizha-yosuman-tadjikskie.html>. (Accessed: 08.12.2017).
49. Tajikistan. (2013) *Vystuplenie Prezidenta Respubliki Tadjikistan Emomali Rakhmona na vstreche s diplomaticheskimi rabotnikami strany po sluchayu otkrytiya novogo zdaniya MID RT* [Speech by President of the Republic of Tajikistan Emomali Rahmon at the meeting with the country's diplomatic staff on the occasion of the opening of the new building of the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Tajikistan]. [Online] Available from: <http://www.prezident.tj/ru/node/4114>. (Accessed: 28.02.2017).
50. Ul'masov, R. (2016) *Migratsionnaya situatsiya v Tadjikistane: problemy i puti resheniya* [The migration situation in Tajikistan: Problems and solutions]. [Online] Available from: <http://culturedip.interaffairs.ru/index.php/analitika/itemlist/user/1030>. (Accessed: 08.12.2017).

Received: 28 August 2018