

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления

Кафедра «Экономическая теория и
международные отношения»

Направление подготовки

41.03.05 «Международные отношения»

Профиль

Мировая политика и международный
бизнес

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

«Мягкая сила» во внешней политике Китая, Японии, Южной Кореи

Студент

Зайцева
Виктория
Викторовна

подпись, дата

Руководитель

Рожкова Л. В.

подпись, дата

Нормоконтролер

Влазнева С. А.

подпись, дата

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой

Рожкова Л. В.

подпись, дата

Работа защищена с отметкой _____ (протокол ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

Рассказова Н. В.

подпись, дата

Пенза 2022

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
Институт экономики и управления
Кафедра «Экономическая теория и международные отношения»
Направление подготовки 41.03.05 «Международные отношения», профиль
Мировая политика и международный бизнес

«УТВЕРЖДАЮ»:
Зав. кафедрой
д.с.н., доцент Рожкова Л.В.

« ____ » _____ 20 ____ г.

ЗАДАНИЕ
НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

студенту Зайцевой В. В., группа 18ЭА1, обучение очное

1 Тема бакалаврской работы: «Мягкая сила» во внешней политике Китая, Японии, Южной Кореи

утверждена приказом по университету

от « ____ » _____ 20 ____ г . № _____

2 Срок сдачи студентом законченной бакалаврской работы: 14.06.2022.

3 Исходные данные к бакалаврской работе: нормативно-правовая база, научная и справочная литература, данные сети Интернет.

4 Перечень подлежащих разработке вопросов: теоретические основы исследования концепции «мягкой силы»; особенности «мягкой силы» во внешнеполитической стратегии Китая, Японии, Южной Кореи.

5 Перечень графического материала: таблицы, рисунки.

6 Дата выдачи задания: 30.12.2021.

График подготовки бакалаврской работы

№ п/п	Содержание работы	Срок выполнения	Дата выполнения, подпись руководителя
1	Составление плана ВКР	30.12.2021 – 10.01.2022	
2	Изучение исходных данных к бакалаврской работе	11.01.2022 – 23.01.2022	
3	Написание Главы 1	24.01.2022 – 13.03.2022	
4	Написание Главы 2	14.03.2022 – 01.05.2022	
5	Написание введения и заключения	02.05.2022 – 15.05.2022	
6	Оформление ВКР	16.05.2022 – 29.05.2022	
7	Сдача ВКР нормоконтролю, проверка в системе «антиплагиат.вуз»	30.05.2022 – 12.06.2022	
8	Ознакомление с отзывом руководителя	13.06.2022	
9	Представление законченной бакалаврской работы, передача в ГЭК	14.06.2022	

Руководитель _____ / Л. В. Рожкова /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению студент _____ / В. В. Зайцева /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Реферат

Бакалаврская работа 69 с., 2 ч., 17 рис., 5 табл., 51 источника, 2 прил.

МЯГКАЯ СИЛА, ВНЕШНЯЯ ПОЛИТИКА, КУЛЬТУРА, ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ, КИТАЙ, ЮЖНАЯ КОРЕЯ, ЯПОНИЯ, ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ, ГЛОБАЛИЗАЦИЯ, ВЛАСТЬ

Объект исследования – концепция «мягкая сила».

Цель работы состоит в исследовании «мягкой силы» государств Восточной Азии: Китая, Японии и Южной Кореи.

Методологическую основу работы составили структурно-функциональный, правовой подходы, историко-описательный, сравнительно-политологический методы.

Результаты работы: рассмотрена история формирования концепции «мягкой силы»; охарактеризованы механизмы, ресурсы и способы реализации «мягкой силы»; раскрыта «мягкая сила» как основа внешнеполитической стратегии и элемент имиджа стран; изучена «мягкая сила» во внешнеполитической стратегии Китая; описан опыт реализации «мягкой силы» Японии; определен фактор «мягкой силы» в политике Южной Кореи.

Рекомендации по внедрению. Анализ факторов, влияющих на «мягкую силу» во внешней политике государства, может быть использован органами государственной власти, научным сообществом для расширения теоретических знаний в области международных отношений.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в комплексном анализе теоретических основ концепции «мягкой силы» и выявлении внешнеполитических стратегий «мягкой силы» Китая, Японии и Южной Кореи.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования. Перспективами дальнейшей разработки темы являются детальное исследование распространения «мягкой силы» в рамках конструктивистской парадигмы, а также поиск отечественной стратегической модели «мягкой силы» или разработка аналогичной по задаче теории, учитывающей российскую культурно-историческую и политическую специфику.

Summary

Bachelor's thesis 69 p., 2 ch., 17 fig., 5 tables, 51 sources, 2 app.

SOFT POWER, FOREIGN POLICY, CULTURE, ATTRACTIVENESS, CHINA, SOUTH KOREA, JAPAN, FOREIGN POLICY INSTRUMENT, GLOBALIZATION, POWER

The object of research is the concept of «soft power».

The purpose of the work is to study the «soft power» of the East Asian states: China, Japan and South Korea.

The methodological basis of the work consisted of structural-functional, legal approaches, historical-descriptive, comparative-political methods.

Results of the work: the history of the formation of the concept of «soft power» is considered; the mechanisms, resources and ways of implementing «soft power» are characterized; «soft power» is revealed as the basis of foreign policy strategy and an element of the image of countries; «soft power» in China's foreign policy strategy is studied; the experience of implementing «soft power» of Japan is described; the factor of «soft power» is determined in South Korean politics.

Recommendations for implementation. The analysis of the factors influencing the «soft power» in the foreign policy of the state can be used by public authorities, the scientific community to expand theoretical knowledge in the field of international relations.

The theoretical and practical significance of the work consists in a comprehensive analysis of the theoretical foundations of the concept of «soft power» and the identification of foreign policy strategies of «soft power» of China, Japan and South Korea.

Forward-looking assumptions about the development of the object of study. The prospects for further development of the topic are a detailed study of the spread of «soft power» within the constructivist paradigm, as well as the search for a domestic strategic model of «soft power» or the development of a theory similar in task, taking into account Russian cultural, historical and political specifics.

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Теоретические основы исследования «мягкой силы».....	5
1.1 История формирования концепции «мягкой силы».....	5
1.2 Механизмы, ресурсы и способы реализации «мягкой силы».....	11
1.3 «Мягкая сила» как основа внешнеполитической стратегии и элемент имиджа стран.....	20
Глава 2 «Мягкая сила» как инструмент реализации внешней политики стран Восточной Азии.....	28
2.1 «Мягкая сила» во внешнеполитической стратегии Китая.....	28
2.2 Опыт реализации «мягкой силы» Японии.....	41
2.3 Фактор «мягкой силы» в политике Южной Кореи.....	53
Заключение.....	63
Список использованных источников.....	65
Приложение А	70
Приложение Б	71

Введение

Изменения, произошедшие в мире в конце XX – начале XXI вв., стимулировали поиск новых теорий, способных объяснить действительность, привели к необходимости переосмысления понятия власти, властных ресурсов, применение которых позволяет акторам занимать лидирующие позиции на международной арене. Ответом на эти изменения стала концепция «мягкой силы», возникшая в 1990 г. в США в рамках неолиберальной теории международных отношений. В настоящее время можно говорить о том, что концепт «мягкой силы» прочно вошел в политический и политологический дискурсы.

Сегодня использование категории «мягкой силы» достаточно популярно в научных кругах, однако еще не сложилось единство, как в определении термина, так и в выделении его основных характеристик. Представляет значительный интерес анализ использования «мягкой силы» во внешнеполитических стратегиях разных стран, в том числе государств, относящихся к Восточноазиатскому региону: Китай, Япония и Южная Корея. Актуальность исследования обусловлена повышением влияния «мягкой силы» на современную систему международных отношений, а также усилением экономик стран Восточноазиатского региона и их возрастающей ролью в мировой политике.

При анализе концепции «мягкой силы» использовались работы зарубежных ученых: И. М. Юн [23], М. Акхтар [24], Дж. Най [42], Ю. Б. Рока [47], М. Сирегар [48], Ж. Инь [8] и др.

В настоящее время «мягкая сила» также становится предметом исследования отечественных авторов: И. Е. Бражникова [2], А. А. Габриелян [4], О. В. Барнашов [6], О. В. Красина [10], П. Б. Паршин [17] и др.

Цель работы состоит в исследовании «мягкой силы» государств Восточной Азии: Китая, Японии и Южной Кореи.

Для достижения поставленных целей предполагается решение следующих задач:

- раскрыть историю формирования концепции «мягкой силы»;

– охарактеризовать механизмы, ресурсы и способы реализации «мягкой силы»;

– рассмотреть «мягкую силу» как основу внешнеполитической стратегии и элемента имиджа стран;

– изучить «мягкую силу» во внешнеполитической стратегии Китая;

– анализировать опыт использования «мягкой силы» Японии;

– определить направления политики «мягкой силы» Южной Кореи.

Объект исследования – концепция «мягкой силы». Предмет исследования – реализация концепции «мягкой силы» во внешней политике Китая, Японии и Южной Кореи.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в комплексном анализе теоретических основ концепции «мягкой силы» и выявлении направлений ее применения во внешней политике Китая, Японии и Южной Кореи.

Работа состоит из введения, двух глав, разделённых на параграфы, заключения, списка используемых источников и приложений.

Глава 1 Теоретические основы исследования «мягкой силы»

1.1 История формирования концепции «мягкой силы»

Значение категории «силы» в теории и практике международных отношениях всегда занимало центральное место в исследованиях философов и политиков. Новые реалии глобализации исключили редуцирование понятия «силы» исключительно как военную мощь государства и его силовое воздействие на других акторов.

В этой связи, ряд исследователей предприняли попытки осмысления трансформации категории «силы» в международных отношениях. Фактически, произошло выделение различных уровней, аспектов, форм, видов силы.

Концепция «мягкая сила», появившаяся в 1990 г., явилась ответом на поиски новых эффективных форм влияния на общество. «Сила» в виде внушения симпатии, «мягкое» и не прямое побуждение к действию впервые в XX в. стала предметом детального анализа политологов, дипломатов и ученых.

Термин «мягкая сила» (*soft power*) впервые был использован американским политологом Дж. Наём в его книге под названием «Призвание к лидерству: меняющаяся природа Американской мощи» [42, с. 59].

Впоследствии, посредством публикации целого ряда монографий, статей как самого теоретика Дж. Ная, так и его критиков «мягкая сила» из политического термина превратилась в настоящую концепцию, которую широко используют и в академических кругах для анализа текущих мировых процессов, и в политических для проведения конструктивной внешней политики.

Ключевым моментом для формирования концепции Дж. Ная стала его работа как практикующего политика, он занимал важные посты в разведывательном, военном и дипломатическом секторах американского правительства. Основываясь на этом опыте, он смог детально проанализировать современную внешнюю политику США. В своей книге Дж. Най критикует внешнеполитический курс Дж. У. Буша, основанный на военном превосходстве. Исследователь утверждает,

что США могут влиять на международные отношения не только военно-экономическими средствами, но и несиловыми методами – «мягкой силой».

События XX в. – ослабление биполярной конфронтации, сдерживающая роль ядерных держав, гуманизация международных отношений, усиливающаяся экономическая взаимосвязь государств, наступление эпохи глобальных коммуникаций – привели к тому, что необходимость использования «силы» в классическом ее понимании сходит на нет. Таким образом, Дж. Най предлагает отказаться от гегемонии военного и экономического превосходства в сторону применения концепции «мягкой силы».

Мощь государства, как утверждает Дж. Най, разделяется на две составляющих: «жесткую силу» (*hard power*) и «мягкую силу» (*soft power*). Под «жесткой силой» подразумевается совокупная военная, экономическая и финансовая мощь, а «мягкая сила» характеризуется в основном политической идеологией, ценностями и культурой. Суммарная характеристика «жесткой и мягкой сил» представлена в Приложении А, таблице А.1.

Военная сила предполагает использование принудительной дипломатии, войны или угрозы с целью принуждения, устрашения и защиты. Экономическая сила предполагает оказание помощи, взятки и экономические санкции. Кроме того, «жесткая сила» может выступать как способ переговорного процесса, который протекает под давлением и угрозами в качестве рычага.

Существует несколько трактовок понятия «мягкая сила»:

«Мягкая сила» – это способность достигать желаемого путем убеждения и привлечения других к усвоению ваших целей.

«Мягкая сила» – это способность добиваться желаемого на основе добровольного участия союзников, а не с помощью принуждения или подачек.

«Мягкая сила» – это ресурс, которым можно обладать, лишь когда его наличие признаётся другими акторами и обеспечивает его обладателю привлекательность.

«Мягкая сила» – это некоторая технология используемая государством, которая представляет собой совокупность сформировавшихся инструментов. Данные инструменты рассматриваются как «мягкие», в том смысле, что при их

использовании можно ожидать нанесения относительно меньшего ущерба (материального или нематериального) или же отсутствия ущерба по сравнению с использованием других инструментов [44, с. 98].

Реализация концепции «мягкая силы» основана на принципах симпатии, привлекательности, притягательности, добровольного участия. Одной из важнейших тактических задач «мягкой силы» является создание аттракции. В отличие от «жесткой силы», опирающейся на «кнут и пряник» военных и экономических рычагов влияния, «мягкая сила» опирается на привлечение оппонентов к идеалам, ценностям, культурным образцам. «Мягкую силу» можно также определить как воздействие влиянием.

Однако, как с точки зрения самого Дж. Ная, так и мировых аналитиков, наиболее успешным и выигрышным вариантом считается применение «умной силы». «Мягкая сила» и «жесткая» демонстрация мощи комбинируются, создают стратегию «умной силы» [11]. Исследователь «мягкой» и «умной» силы, Т. Парсонс выделяет пять ключевых аспектов, на которых должна фокусироваться внешняя политика, ориентированная на указанную «умную силу»: партнерство и союзничество; глобальное развитие, начиная со здравоохранения; общественная дипломатия; экономическая интеграция; технологии и инновации. Важным аспектом такой политики является баланс обеих сил [4; 6].

Отечественные исследователи, такие как Е. П. Панова, А. С. Песцов, А. М. Бобыло, считают важным рассматривать истоки теории «мягкой силы» с более ранних философов. Они сходятся во мнении, что концепция «мягкой силы» является результатом продолжительных предшествующих рассуждений о сущности власти и силы, которые различны в формах и проявлениях в мировой политике [15].

Идеи заложенные в концепцию «мягкой силы» обнаруживаются задолго до того, как она стала предметом обсуждения в мировой политике. О. Красина проводит детальное историческое исследование присутствия идеи «мягкой силы» в философии начиная с древнекитайской мысли заканчивая М. Лютер-Кингом и М. Ганди. Конечной целью теоретизирования этих мыслителей было снизить конфликтогенный потенциал современных международных процессов [10, с. 60].

Древнекитайский философ Лао-цзы говорил о том, что: «Хотя в мире нет предмета, который был бы слабее и нежнее воды, но она может разрушить самый твердый предмет» [4]. Особенно примечательно, то что, учение даосизм (*daoism*), основоположником которого является Лао-цзы, решительно осуждает войны и видит в них в них противоречие жизненному пути и закону. Также истоки «мягкой силы» обнаруживаются в конфуцианских ценностях, в идеях подчинения врага без борьбы (*bu zham er qu ren zhi bing*) легендарного полководца Сунь-цзы или понятии совершенного правителя (*wang dao*) в отличии от «пути деспота» (*ba dao*) древнего философа Мэн-цзы. Опираясь на данные позиции, современные китайские политологи совершенствуют теорию «мягкой силы», а китайское правительство на практике показывает, что ее технологии органичны для Китая.

Также, существуют и исторические примеры реализации «мягкой силы» – политика эллинизма. Эллинизм зародился как феномен во второй половине 4 в. до н. э. и связан с именем великого полководца античности А. Македонского. Блестящие военные победы и завоевания А. Македонского сопровождались мощным культурным влиянием, которое распространялось им и осталось после него. А. А. Габриелян, российский политолог, дает сжатое определение данному явлению: «Эллинизм – это политика или, если быть более точным, политическая культура, продолжительностью в несколько веков, представляющая из себя синергию древнегреческой (западной) культуры и восточного мировоззрения, встретившихся друг с другом благодаря походам А. Македонского, которые в прямом смысле слова вжили огромное древневосточное культурное наследие в парадигму древнегреческой цивилизаций, родив нечто новое, но сохранив в этом новом доминантное положение древнегреческой культуры (как в количественном, так и в качественном смыслах)» [4]. Неравновесное слияние культур является главной характеристикой политической культуры эллинизма и позволяет идентифицировать её в качестве проявления «мягкой силы», которой также характерна неравновесность сливаемых друг с другом культур.

В отличие от отечественных исследователей, зарубежное исследовательское сообщество определяет истоками теории «мягкой силы» работы теоретиков XX в.,

изучавших роль силы и власти в теории международных отношений. А. Вавинг считает, что огромное влияние на Дж. Ная оказали представления о силе М. Вебера, М. Баратца, П. Бахраха, С. Льюкса и К. Боулдинга [2, с. 167]. Вместе с тем, концепция «мягкой силы» является «всеобъемлющей» (*comprehensive*), поскольку с введением в научную практику континуума «жесткая – мягкая сила» произошел значительный шаг в теоретическом развитии международных отношений.

Рассмотрим концепцию «культурно-идеологическая гегемония», которая считается одной из предшественниц концепции «мягкая сила». Учение о культурно-идеологической гегемонии, разработанное итальянским философом А. Грамши, предполагает что государство основано на двух китах: силе и согласии. В то время как гегемония – это положение, при котором достигнут достаточный уровень согласия. Согласие, по мнению А. Грамши, должно быть благожелательным или активным, при котором граждане желают того, что требуется господствующему классу. Это достигается через «культурное ядро» общества, то есть его представления о мире и человеке, добре и зле, традициях, символах, предрассудках, знаниях и опыте предыдущих поколений. Тогда как все изменения происходят посредством «молекулярной агрессии» в «культурном ядре», например, выпуск огромного количества книг, газет, статей, использование кинофильмов и других средств ежедневной массовой агитации. Эти суждения схожи с теорией «мягкой силы», в том и другом концептах выделены два вида влияния на объекты: насилие и согласие у А. Грамши, «жесткая» и «мягкая» силы у Дж. Ная [45; 51]. Также к ряду сходств можно добавить то, что оба автора придают большое значение традициям, культуре и ценностям для успешного установления гегемонии и подчеркивают большую роль гражданского общества в процессе формирования и поддержания влияния государства. Однако, есть огромная разница между данными концепциями: А. Грамши считает, что гегемония главным образом помогает решать цели внутренней политики – поддерживает власть господствующего класса, тогда как Дж. Най видел «мягкую силу» как средство внешней политики – создание притягательного образа государства и поиск новых союзников [45].

Зарубежные теоретики «мягкой силы», Дж. Галлароти, Д. Маттерн, А. Вавинг, выделяют концепцию «трех измерений власти», а именно «третье лицо силы», которое хотя и не является академическим эквивалентом теории Дж. Ная, но выражает схожие с ней идеи. А. Вавин в своих работах подробно разбирает историю теоретизирования силы в мировой политике, реконструированную С. Льюксом (рисунок 1).

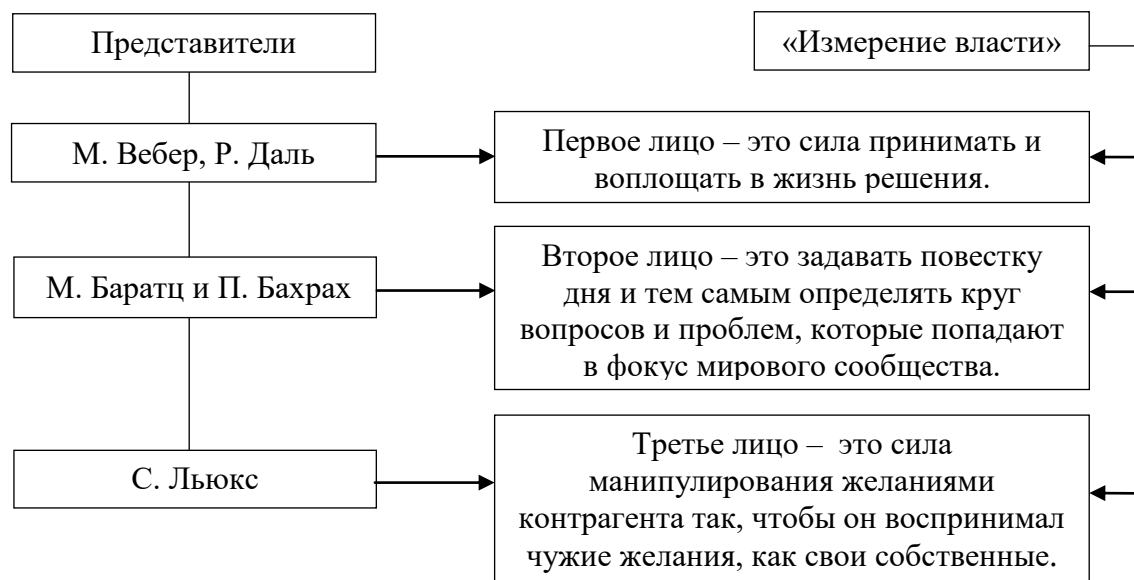


Рисунок 1 – «Три измерения власти» [составлено по: 1]

Дж. Галларотти и А. Вавинг соглашаются, что «третье лицо» силы во многом схоже с идеей «мягкой силы», и говорят о том, что «второе лицо» силы является неотъемлемой частью «мягкой силы». Вместе с тем, проблема теории «трех измерения власти» состоит в сложности определения «реальных интересов» индивидов и невозможности применения данной концепции на практике. Дж. Галларотти пришел к выводу, что при использовании «второго и третьего лица» силы происходит скрытый конфликт интересов – государство которое может навязать свою повестку дня в процессе международного взаимодействия является единственным победителем. Тогда как, «мягкая сила» является инструментом сглаживания конфликта интересов [4].

Таким образом, можно заключить, что в научном сообществе, как отечественном, так и зарубежном, исследователи сходятся во мнении о том, что

концепция «мягкой силы» сформировалась как результат различных теоретических наработок. Идея «власти над сердцами и умами» и несилового влияния развивалась в древнекитайской и древнегреческой философии, затем нашла отклик в работах мыслителей Средневековья и Нового времени. С наступлением XX в., который привнес в мир новые технологии, коренным образом изменившим характер власти как во внутригосударственных, так и в международных отношениях, о ней стали писать больше и чаще. Многие исследователи считают идеи итальянского коммуниста А. Грамши об идеологической гегемонии и «молекулярной агрессии» прямыми предшественниками концепции «мягкой силы». В середине XX в. идеи ненасилия в политике отстаивались такими выдающимися историческими личностями, как М. Ганди и М. Лютер-Кинг. Одними из первых начали теоретически осмысливать трансформации, происходящие с такой категорией, как «сила» в международных отношениях, М. Баратц и П. Бахрах, С. Льюкс, К. Боулдинг. Именно в их работах еще в 1960–1980 гг. были высказаны первые идеи о разных «лицах» силы, которые могут использоваться международными акторами. В зарубежных исследованиях стало классическим сравнение концепции Дж. Наю с идеями вышеуказанных ученых. Однако авторство концепции «мягкой силы» в научном сообществе неоспоримо: термин и теория появились на свет благодаря американскому ученому Дж. Наю. Концепция «мягкой силы» Дж. Наю получила широкую известность в мире; ее взяли на вооружение национальные правительства, она стала предметом детального анализа ученых-политологов, на ее основе появились новые теории в международных отношениях, а также государственные внешнеполитические стратегии.

1.2 Механизм, ресурсы и способы реализации «мягкой силы»

В современном мире «мягкая сила» это не просто практический политический инструмент, это – теоретическая конструкция, которая позволяет государству создавать свою единую стратегию политико-идеологического воздействия. Текущее состояние международных отношений показывает, что опора только на «мягкую

силу» делает государство уязвимым, поэтому правительству страны необходимо применять её в совокупности с ресурсами «жесткой силы», тем самым помогая сглаживать возможные негативные последствия своих действий во внешней политике.

Эвристическая ценность теоретической конструкции «мягкой силы» описана Дж. Наем через механизм действия «мягкой силы». Для описания этого механизма исследователь вводит понятие «поведенческий аспект мягкой силы» – это превращение ресурсов «мягкой силы» в силу через соответствующее поведение. То есть, выбор определённой стратегии применения ресурсов влияет на конкретный результат, позитивный или негативный. Процесс превращения был представлен Дж. Наем в виде схемы (рисунок 2).

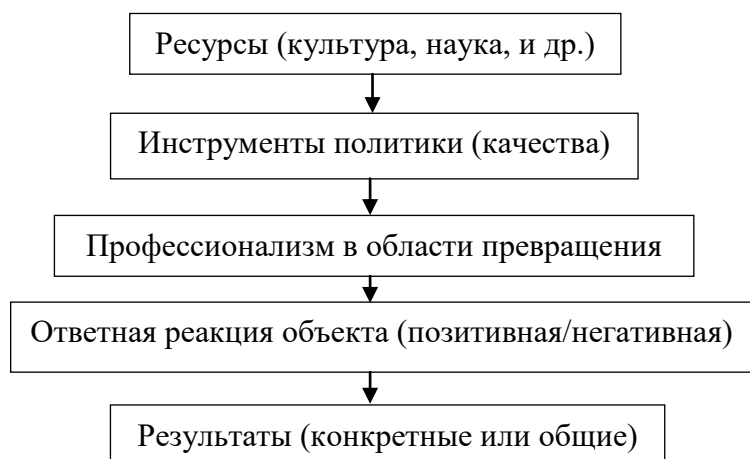


Рисунок 2 – Механизм реализации «мягкой силы» [20]

Для государства важно отдавать предпочтение ресурсам которые будут наиболее успешны в той или иной сфере, тогда «мягкая сила» становится действенным инструментом реализации политических целей. В этом случае, институты «мягкой силы» смогут начать поэтапно внедрять в жизнь свою программу действий, не вызывая отторжения. Поэтому «поведенческие характеристики мягкой силы», как утверждал Дж. Най, должны включать в себя такие действия как заигрывание, убеждение и привлечение.

В своих работах этап «профессионализм в области превращений» Дж. Най не обозначает в виде определенных шагов, которым институты «мягкой силы» должны

следовать при реализации государственной стратегии. Однако, политолог делает важное уточнение – именно «мягкая сила» должна быть задействована как ресурс «профессионализма в области превращения», а не пропаганда [42, с. 271]. Главным отличием «мягкой силы» от пропаганды в данном случае является то, что цель реализации «мягкой силы» одинакова как во внешнеполитических, так и внутривнутриполитических установках. Такое положение помогает создать доверие к внешнеполитическим акциям государства. В частности, государство, выступающее за защиту права человека на глобальной арене, должно и само быть образцом по их соблюдению. Только так, государство может рассчитывать на успешное продвижение интересов среди своих партнеров и ожидать от них позитивного отклика [44, с. 40].

Исследователи концепции «мягкой силы» в свою очередь считают необходимым следовать определенным критериям при воплощении теории на практике (рисунок 3).



Рисунок 3 – Критерии применения «мягкой силы» [составлено по: 45]

Критерий «уточнение момента времени» тесно связан с «уточнением конкретных результатов», так как результат всегда зависит от выбранного времени.

Для анализа успеха политики «мягкой силы» важно оценить достигнуты ли результаты в прошлом, в настоящий момент или есть возможность достичь их в будущем. Также это позволяет определить насколько изменился (уменьшился или увеличился) потенциал «мягкой силы».

Критерий «уточнение целевой аудитории» отражает национальные, культурные особенности и настроение аудитории воздействия «мягкой силы». В то время как «потенциальная возможность повтора результата» позволяет определить, вызван ли результат воздействием «мягкой силы» или других случайных факторов.

Выбранная стратегия применения ресурсов «мягкой силы» напрямую влияет на успех или неудачу проводимой политики.

Ресурсы мягкой силы, как их определяет Дж. Най, – это активы, «производящие привлекательность», накопление которых происходило в течение всего периода существования государства [44, с. 98]. Так, к основным ресурсам «мягкой силы» Дж. Най относит культурно-ценностную привлекательность, привлекательность национально-государственной экономической модели развития, привлекательность политической модели [19, с. 23].

1 Ресурс культурно-ценностной привлекательности «мягкой силы» формируется на основе двух сфер – культура и образование.

Культурная сфера опирается на синтез достижений высокой культуры и продуктов массовой культуры. Элементами ресурса культурно-ценностной привлекательности в высокой культуре являются отечественные шедевры литературы и искусства, достижения в науке, техники, продвижение национального языка. Памятники истории, культуры и другие достопримечательные места служат имиджу современных стран.

Продвижение собственной поп-культуры, кино- и музыкальной продукции, создание национальных торговых сетей и брендов, участие и организация крупных международных спортивных мероприятий – элементы культурно-ценностной привлекательности в массовой культуре.

Способы реализации культурно-ценностной привлекательности в культурной сфере представлены на рисунке 4.

Необходимо отметить, что культурные отношения развиваются естественно и органично без вмешательства правительства. Однако эти способы реализации могут использоваться государствами для того, чтобы сформировать и направить

естественный поток культурного взаимодействия, тем самым продвигая свои национальные интересы в своей внешней политике.



Рисунок 4 – Способы реализации культурно-ценностной привлекательности; культурная сфера [15]

Образовательная сфера имеет важное значение в формировании ресурса культурно-ценностной привлекательности. Основным элементом ресурса культурно-ценностной привлекательности в образовательной сфере являются высшие учебные заведения. Университеты становятся активными игроками не только в производстве новых знаний, но и в их распространении и использовании через инновационную деятельность. В последние пятнадцать лет возникли новые способы интернационализации образования, характеризующиеся трансграничной мобильностью вузов или их программ (рисунок 5).

Через обучение в высших учебных заведениях иностранные студенты могут узнать язык, культуру, историю принимающей страны. В дальнейшем, эти студенты смогут распространить свои знания, эмоции с другими. Более того, отдельные лица, проходившие обучение за границей и впоследствии занимающие стратегически

важные позиции на родине, склонны принимать лояльные решения по отношению к стране, в которой проходили обучение и провели там годы своей жизни.



Рисунок 5 – Способы реализации культурно-ценностной привлекательности; сфера образования [15]

Профессиональные кадры улучшают престиж государства и способствуют развитию международных научных, практических исследований. Также, квалифицированные работники – эксперты в той или иной сфере – являются залогом улучшения экономической и социальной ситуации в стране.

2 Другим ключевым ресурсом «мягкой силы», выделяемым Дж. Наем, является привлекательность политической модели. Этот ресурс характеризуется качеством отношений с другими странами, участием в институтах глобального управления и международных организаций. Содействие международному развитию является одним из способов реализации привлекательности политической модели (рисунок 6).

В рамках международного развития могут создаваться международные организации, в том числе экономические и военно-политические, многосторонние

межгосударственные переговорные площадки, различного рода международные форумы и клубы.



Рисунок 6 – Способ реализации политической привлекательности; содействие международному развитию [15]

Другим способом реализации политической привлекательности можно считать общественную (публичную) дипломатию. Она отличается от содействия международному развитию тем, что реализуется посредством некоммерческих организаций и в основном нацелена на широкую аудиторию, преимущественно молодежную (рисунок 7). Так, исследователь Ф. Эмери утверждал, что «молодежью можно эффективно управлять, как роем насекомых, чтобы за короткий способ разрушить государство» [6, с. 45].

Примерами способов реализации политической привлекательности через общественную дипломатию являются символические акции, передающие определенный ценности государства; разработка долгосрочных взаимоотношений с индивидами других стран через систему различных конференций, семинаров, обменов; информационно-просветительская деятельность в СМИ. Можно сказать, что общественная дипломатия выражается формулой – от народа к народу. То есть имидж государства эффективнее всего продвигает его гражданское общество.

Однако, государству необходимо работать над конкретными ценностями для их продвижения и улучшать каналы коммуникации с другими странами.



Рисунок 7 – Способы реализации политической привлекательности; общественная дипломатия [16]

3 Немаловажное значение для реализации концепции «мягкой силы» имеет ресурс привлекательности национально-государственной экономической модели. Необходимо отметить, что само экономическое влияние, как писал Дж. Най, может быть ресурсом как «жесткой», так и «мягкой силы» [42, с. 190]. Например, привлекательность национально-государственной экономической модели будет относиться к ресурсам «мягкой силы» тогда, как применение экономических рычагов (санкции, эмбарго и др.) является проявлением «жесткой силы».

Привлекательность экономической модели основывается на успешной экономической модели, инвестиционной привлекательности, программах экономической помощи нуждающимся государствам и участии в работе международных финансовых институтов. Способы реализации ресурса привлекательности национально-государственной экономической модели представлены на рисунке 8.



Рисунок 8 – Способы реализации привлекательности национально-государственной экономической модели [10]

Как следует из рисунка 8, способы реализации ресурса привлекательности экономической модели многогранны и включают в себя ряд отраслевых составляющих, различающихся специализированными сферами, характером и содержанием решаемых задач.

В частности, эти способы должны помочь установлению прочных партнерских отношений, решению продовольственной проблемы, выработке взаимопонимания в области производства и распределения энергетических ресурсов, в защите экономических интересов страны.

Подчеркнем что ресурсы «жесткой» и «мягкой» силы существуют во взаимодействии и должны использоваться комплексно для реализации эффективного внешнеполитического курса.

Таким образом, стратегия «мягкой силы» будет максимально эффективной в случае, если каждый из ресурсов находит свое выражение в комплексной стратегии. В свою очередь, государство может усиливать ресурсы «мягкой силы» – улучшать качество жизни граждан страны, создавать перспективную экономическую модель,

разработать понятный и интересный политический посыл для глобального общества. Результатом реализации стратегии «мягкой силы» должно стать формирование благоприятного внешнеполитического окружения. При этом каких-то четких акцентов в плане определения внешнеполитических союзников стратегия «мягкой силы» не делает. Выделяется общая установка – воздействовать на внешнеполитическое поведение всех государств, на которых возможно оказывать воздействие, склоняя их к тем или иным международно-политическим шагам.

1.3 «Мягкая сила» как основа внешнеполитической стратегии и элемент имиджа стран

Особенности современного миропорядка усиливают значение «мягкой силы» в общем силовом балансе каждого государства. Новыми характеристиками миропорядка являются: экономическая взаимозависимость, обусловленная глобализацией; рост демократии; информационная революция; рост транснациональных акторов; возрождение национализма в государствах; распространение военных технологий; изменение характера международных политических проблем [12, с. 2650].

На данный момент, трудно найти успешную внешнюю политику, основанную исключительно на ресурсах «жесткой силы». Государства исчерпали потенциал глобального военного доминирования, поэтому правительства поддерживают формирования новых высокоинтеллектуальных стандартов управления во внешней политике.

«Мягкая сила» является эффективным способом внешнеполитического управления и служит инструментом для скрытого контролирования международных процессов. «Мягкая сила» является универсальным внешнеполитическим инструментом, который доступен практически всем акторам международных отношений, но в то же время существуют различные барьеры и ограничения в эффективности его применения.

Информатизация – процесс усиливающий значимость применения «мягкой силы» во внешней политике. Поскольку происходит расширение «зоны приема» и увеличение самой распространяемой информации. С развитием информационных технологий наличие у страны «мягкой силы» становится все более важным фактором влияния. Дж. Най видел мировую политику как «шахматную игру на трехмерной доске» [43]. Победу можно одержать, преуспевая как в горизонтальной, так и в вертикальной плоскости; сама же «доска» состоит из трех составных частей (таблица 1).

Таблица 1 – Уровни взаимодействия акторов на международной арене [43]

Уровень	Взаимодействие акторов	Характеристика
Верхний уровень	Однополярная область (США доминируют)	«Классические» межгосударственные отношения на основе баланса силовых возможностей. В этой проекции мир видится автору однополярным.
Средний уровень	Многополярная область (Власть делят между собой США, Европа, Япония, Китай)	Характеризуется многополярностью – это экономические отношения между государствами.
Нижний уровень	Многополярная область, выходящая за рамки правительств (ТНК, НПО, банки, террористические организации, хакеры)	Здесь действуют транснациональные элементы мировой политики: терроризм, международная преступность, экологические угрозы.

Мир в контексте возможного применения военной силы представлен как однополярный; в экономическом плане распределение силы многополярно; в транснациональных вопросах сила распределена хаотически. Это означает, что проигрывает та страна, которая играет лишь в плоскости традиционных межгосударственных отношений. Не преуспеет и государство, которое использует только «неадекватные» ресурсы и инструменты, то есть стремится лишь к экономическому преуспеванию, умный игрок будет развиваться в трех плоскостях. Для победы на нижнем уровне, который в современном мире играет все более важную роль, как раз и требуется применение «мягкой силы».

В условиях многополярной системы глобального мира любая страна, независимо от своего места в глобальной иерархии, может грамотно использовать инструменты «мягкой силы» и, следовательно, осуществлять воздействие на гуманитарные процессы, протекающие в рамках данного макрорегиона или даже

международном масштабе. Наиболее важные инструменты «мягкой силы», которые доступны любому государству при выстраивании внешней политики, выделены на рисунке 9.

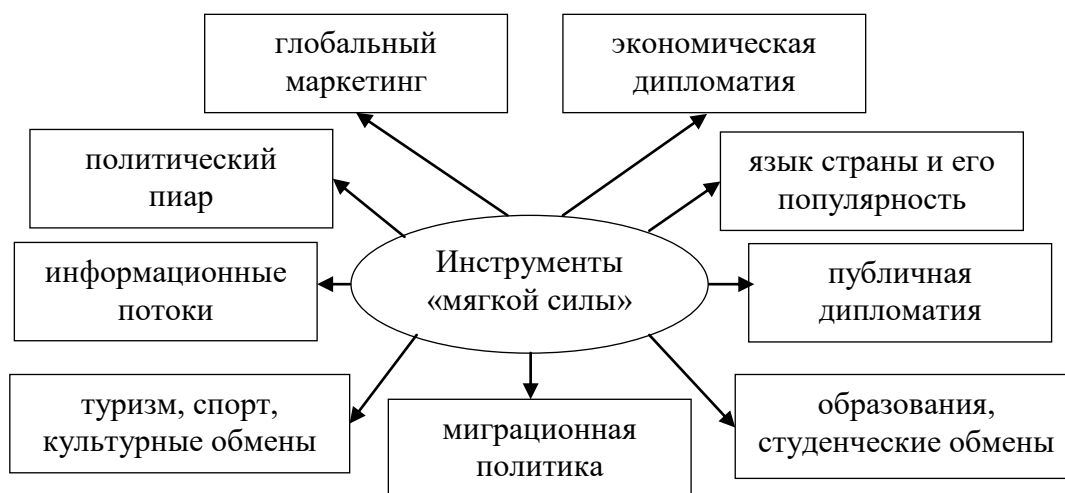


Рисунок 9 – Инструменты «мягкой силы», использующиеся во внешней политике [18]

В современном мире недостаточно просто использовать имеющиеся у страны инструменты и ресурсы «мягкой силы», важно понимать, каким образом их необходимо выстраивать в наиболее успешную стратегию. Условия для построения эффективного действия «мягкой силы» страны на объект влияния представлены на рисунке 10.

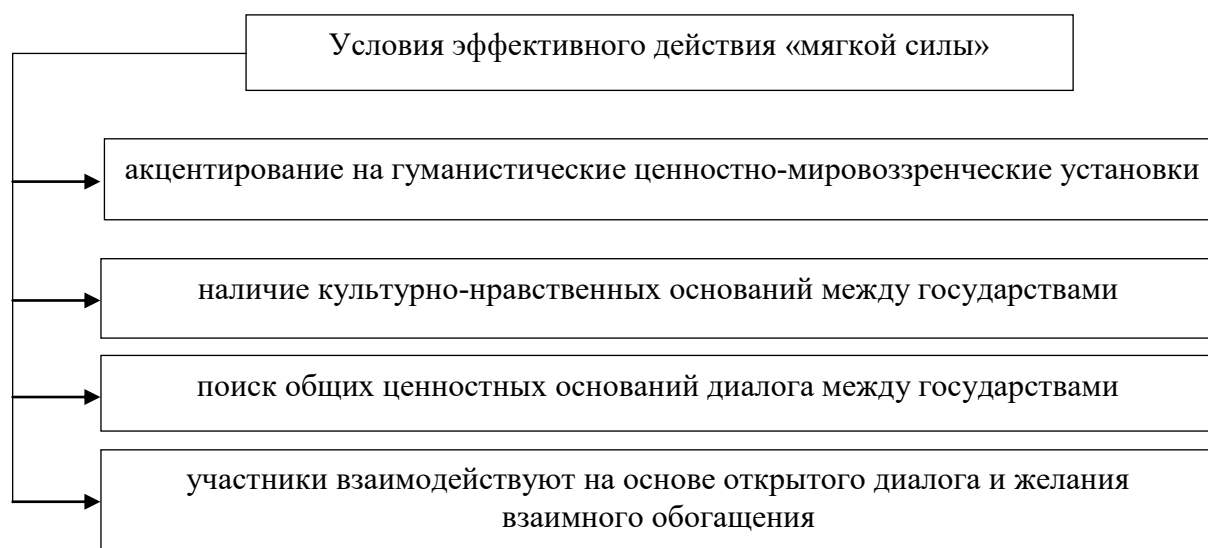


Рисунок 10 – Условия эффективного действия «мягкой силы» государства во внешней политике [20]

Условия эффективного действия «мягкой силы» помогают осуществлять задачи внешней политики, к примеру, показать привлекательность культуры страны и её идеологии, найти общие точки соприкосновения.

Стоит отметить, что каким бы привлекательным государство не было для других акторов международных отношений, одно неправомерное и нелегитимное решение во внешней политики приводят к изменению образа на диаметрально противоположный.

Поэтому использование «мягкой силы» во внешней политики имеет свои пределы. Естественными ограничителями действия «мягкой силы» являются цивилизационные барьеры и цивилизационные фильтры.

Так например, не все политические ценности либеральной демократии находят поддержку в странах Восточного мира. Особенности политической культуры этих стран не принимают демократию, права и свободы человека (в их западной трактовке), тогда как благотворительность и поддержка уязвимых слоев населения поддерживаются. Из-за этого государства активно развивающиеся и широко использующие концепцию «мягкой силы» во внешней политики, такие как США или Европейские страны, часто не добиваются отклика от стран восточного направления.

Культурные и исторические традиции часто являются преградой для воздействия. Либеральная составляющая концепции «мягкой силы» имеет свои ограничения в незападном мире. Также степень влияния «мягкой силы» может отличаться в зависимости от уровня социально-экономического развития общества того или иного государства.

Отбор неорганичных для страны экономических, политических и социально-культурных феноменов происходит через цивилизационные барьеры. Они действуют на уровне архетипов национального сознания и отвергают те или иные явления экономической, политической или культурной жизни, которые осуществляют экспансию извне.

В частности, в России примером действия цивилизационных барьеров является неприятие нашим обществом навязываемого ему культа «сильной

личности» и «героя-одиночки». В мусульманских странах – «сексуальной революции», насаждаемых ориентиров – «карьера, деньги, успех», широко распространённых в США. На Востоке негативную реакцию вызывают доктрины «свободного рынка», «монетаристские походы», позиционирование сфер образования и здравоохранения как сфер услуг.

Цивилизационные фильтры – это механизмы интерпретации и адаптации экспортируемых экономических, политических и социокультурных феноменов, которые, хотя и являются неаутентичными для данной нации, однако их отдельные элементы могут быть успешно адаптированы [15; 20].

Примерами действия таких цивилизационных фильтров является специфическая российская интерпретация теории и практики западного парламентаризма, демократии, института президентства, системы выборов, партийной системы, банковской системы и др.

Государствам необходимо разрабатывать различные методы применения концепции «мягкой силы», учитывающие специфику национального фактора. У каждой страны есть свои сильные стороны, которые она использует как для влияния и воздействия, так и для защиты собственной территории, народа и слабые стороны, которые сами могут стать объектом для воздействия извне. «Мягкая сила» каждой страны – совершенно особенное явление, помогающее создавать неповторимый международный имидж.

Национальные разновидности «мягкой силы» были выделены О. Леоновой на рисунке 11.

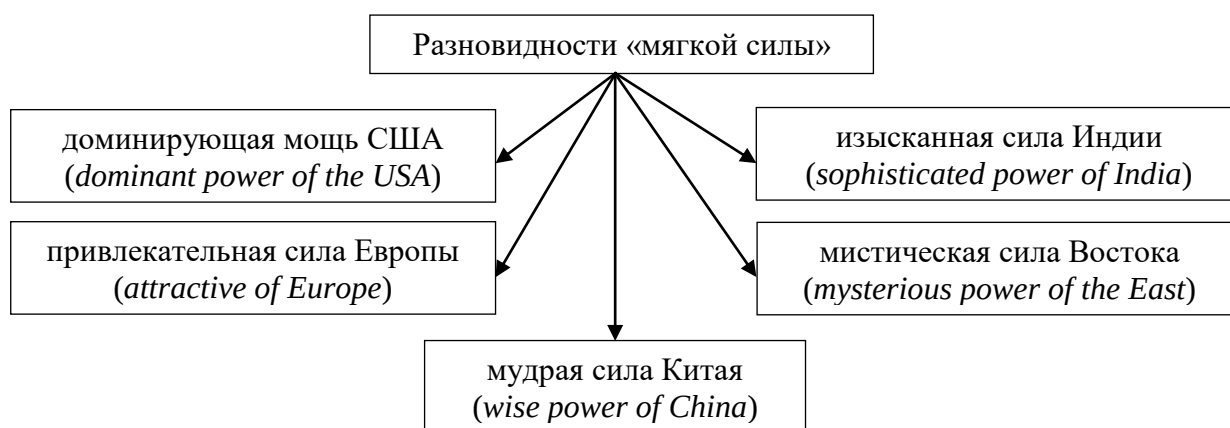


Рисунок 11 – Национальные разновидности «мягкой силы» по О. Леоновой [39]

Неопределенность обозначения «мягкой силы» России в работе О. Леоновой объяснена тем, что правительство лишь в последние годы заинтересовалось развитием стратегии. Пока можно предположить такие варианты как сдержанная сила России (*reserved power of Russia*), умеренная (*mild*), спокойная (*calm*), негибаемая (*unbending*) [39].

В условиях глобализации страны становятся все больше похожими друг на друга, что объективно влечет растущий спрос на национальную идентичность. Страны, не уделяющие должного внимания имиджу, переживают не лучшие времена. Конструирование международного имиджа страны осуществляется посредством процедуры позиционирования. По отношению к государству позиционирование можно охарактеризовать как определение его места и роли в политическом и общественном пространстве, демонстрация уникальности, особых свойств государства как психологически воспринимаемого объекта при одновременной его привлекательности в целях повышения репутации. Правительства развитых стран с устойчивым международным имиджем, сформированным за десятилетия мирового лидерства, активно работают по улучшению или трансформации образа своей страны в мировом сообществе. При этом государство может решать несколько задач: повышать узнаваемость – иногда лучше негативная известность, чем нейтральное отношение из-за незнания; улучшать имидж; трансформировать имидж; поддерживать устоявшийся имидж.

Ежегодное исследование *Global Soft Power Index*, проводимое независимой консалтинговой компанией *Brand Finance*, посвящено измерению степени влияния государств в мире в плане способности использовать «мягкую силу» при формировании внешней политики и своего международного имиджа (таблица 2).

Рейтинг составляется на основе опроса не менее 100 тыс. респондентов 120 стран мира. При составлении рейтинга учитываются следующие направления: бизнес и торговля; управление и дружелюбие; международные связи; культура и наследие; СМИ и коммуникация; люди и ценности; образование и наука; динамика ситуации с *COVID-19*.

Таблица 2 – Рейтинг стран, использующих «мягкую силу» и их характеристика [20; 35]

№	Страна	Характеристика
1	США	Во многих областях продолжают оставаться лидером глобального мира (международные связи – 6-е место, управление – 8-е место, люди и ценности – 16-е место) уделяя большое внимание развитию массовой культуры и культурной интервенции. Проводят грамотную политику реагирования на COVID-19 (26-е место по странам).
2	Великобритания	Политические и экономические потрясения, вызванные <i>Brexit</i> , не оказали негативного влияния на активы «мягкой силы» страны, которые опираются на университеты мирового класса, глобальный охват британской культуры (4-е место) и процветающий технологический сектор (бизнес и торговля – 6-е место). Улучшение показателей по пункту «Реагирование на COVID-19» благодаря разработке вакцины «Оксфорд-АстраЗенека» и эффективной программе иммунизации.
3	Германия	Экономическое лидерство в Евросоюзе, деятельность и авторитет всемирного известного института Гёте, успехи немецких спортивных сборных.
4	Китай	Занимает 4-е место по глобальному взаимодействию, 2-е место по влиянию, и в этом году его показатель репутации поднялся до уровня 2020 г. после прошлогоднего падения. Также хорошо показал себя в категории «Бизнес и торговля» – сегодня он занимает 1-е место, опережая США, Германию и Японию. Китай справился с пандемией, внедрив политику нулевого COVID, а также применялась надежная программа массового тестирования и вакцинации.
5	Япония	С каждым годом становится «все менее островной страной и более открытой миру», в том числе в области практичной и недорогой моды. А японская поп-музыка успешно идет на экспорт. Значительная роль японских компаний. Центральная роль МИД. Безусловно, важным ресурсом «мягкой силы» в Японии считается культурная политика как неотъемлемая часть государственной политики.
6	Франция	Туристический потенциал страны только увеличивается. Имеет обширную дипломатическую сеть. Продвижение французского языка и культуры. Использование Международной организации Франкофонии в политических интересах Франции. Децентрализация и возможность принятия самостоятельных решений на местах при наличии четких инструкций;
7	Канада	Международная репутация страны-«миротворца», «посредника», борца за права человека. Использование университетов (2,4 тыс. проектов в разных странах и 140 тыс. иностранных студентов в Канаде)
8	Швейцария	Банковское дело (швейцарские банки как бренды и залог надежности). Туристический сервис (экскурсионные, горнолыжные, панорамные, лечебные, комбинированные туры). Известные бренды авиалиний (<i>Baboo, Belair, Darwinairline, Hello, Edelweiss Air</i>). Миротворческая деятельность в горячих точках. Образовательная сфера (80 тыс. иностранцев обучается ежегодно в вузах страны). Часовое производство и производство сыров.
9	Россия*	Россия занимает высокое положение в дипломатических кругах – третье место, а также четвертое место в спорте. Экономика страны считается одной из крупнейших в мире за счет огромного запаса природных ресурсов
10	Италия	Культурно-исторический и туристический потенциал: закон о продвижении итальянского языка и культуры; децентрализация политики «мягкой силы» – автономия посольств и активное участие НПО. Широкая сеть представительств Итальянского института культуры за рубежом. Взаимодействие с Итальянским институтом международной торговли и партнерство с бизнесом. Использование потенциала университетов.

Примечание – * – после событий 24.02.2022 г., Россия была исключена из рейтинга

Комментируя данный рейтинг, отметим, что каждая из стран этого списка обладает набором тех или иных специфических характеристик или одной уникальной чертой, которые позволяют ей оказывать разной степени влияние на глобальный мир.

Такие факторы влияния, как успехи политики, дипломатии, бизнеса, культуры, спорта и образования, оказываются в XXI в. гораздо эффективнее, чем финансовая мощь или грубая сила.

Таким образом, в условиях многополярного мира одним из ключевых факторов необходимых для сохранения государственного суверенитета, территориальной целостности страны, консолидации общества, создания условий для успешного решения внутренних проблем, и соответственно, возникновения возможности для ведения государством активной внешней политики является необходимость формирования потенциалов «мягкой силы» как основного средства обеспечения национальной и международной безопасности. Неизбежная глобализация, затягивающая все большее число стран, сталкивается с новыми вызовами и угрозами, которые невозможно, а главное – несправедливо решать с позиции выгоды какого-то одного политического игрока. Все проблемы необходимо решать мирным путём, сообща и на взаимовыгодных условиях. Происходит создание новой архитектуры международных отношений и инструментов их регулирования, справедливо учитывающих национальные особенности и исторически сложившиеся традиции каждого государства и всех граждан земли.

Глава 2 «Мягкая сила» как инструмент реализации внешней политики стран Восточной Азии

2.1 «Мягкая сила» во внешнеполитической стратегии Китая

«Мягкая сила» во внешнеполитической стратегии государства должна основываться на национальной специфике и адаптироваться под имеющиеся ресурсы и возможности. Примером успешной адаптации является стратегия «мягкой силы» Китая.

Китайские мыслители, ученые и лидеры провозглашают, что сила Китая в добрых ценностях, традициях и синтезе науки и практики. Специфичность китайской концепции «мягкой силы» проявляется через три компонента привлекательности: доброжелательность, блеск и красота.

Компонент доброжелательности берется из трудов и учений Конфуция. Он говорил, что «восхищение достоин правитель, который опирается на моральный авторитет и моральную силу, а не на принуждение и применение силы» [14, с. 4]. Для китайцев *wang dao* (совершенный правитель) предпочтительнее и в конечном счете восторжествует над *ba dao* (путь гегемонии). Таким образом, китайская концепция «мягкой силы» по своей сути имеет мирный и сотруднический характер, в отличие от американского самоопределения, которое считается гегемонистским по своей природе.

Китайская «мягкая сила» основана на понятии блеска. Блеск Китая проявляется в его экономической модели и росте, которые помогли ему пережить мировой финансовый кризис, в то же время оказывая помощь в восстановлении мировой экономики в посткризисной фазе. Гениальность Китая проявляется в его стремлении помочь выбраться миллионам людей из состояния крайней нищеты. Более того, будучи восходящей державой, Китай избегает вмешательства во внутренние дела других государств и строго придерживается пяти принципов мирного сосуществования и невмешательства: уважение территориальной

целостности и суверенитета друг друга; взаимное ненападение; невмешательство во внутренние дела друг друга; равенство и сотрудничество для взаимной выгоды; мирное сосуществование.

Красота китайской «мягкой силы» воплощена в проявлении уникальной модели развития страны. Эта модель привлекает мир независимо от различия в устройстве культурных, политических и экономических систем. Китайская «мягкая сила» базируется на культурно-цивилизационных координатах. Ван Хуннин и Лу Ечжун, ведущие китайские политические теоретики, четко разграничили китайскую «мягкую силу» от западных и особенно американских концепций. Они отмечают, что там, где американская «мягкая сила» основана на современных культурных особенностях, китайские представления вытекают из традиционных культурных ценностей [38, с. 155]. Американская «мягкая сила» продвигает либеральные политические и гражданские ценности, в то время как китайская основана в основном на привлекательности экономических моделей и моделей развития. Китайская концепция «мягкой силы» более разнообразна по своим ресурсам, природе, подходу и полезности [14, с. 6].

Красота китайской «мягкой силы» также проявляется в традиционных культурных и конфуцианских ценностях – доброте и достоинстве. Ван Хуннин пишет, что основной смысл «мягкой силы» заключается в том, что если страна обладает превосходными культурными чертами, традициями и идеологической системой, она привлечет последователей других стран. Китайское правительство считает, что именно моральный авторитет и моральные принципы являются истинным ресурсом притяжения, усиливающим базу влияния по сравнению с влиянием американской «мягкой силой».

Реализация «мягкой силы» Китая официально закреплена на съездах Центрального комитета Коммунистической партии Китая (ЦК КПК):

1 XV съезд ЦК КПК в 1997 г. – стратегия «идти вовне». Политика «идти вовне» направлена на развитие внешней открытости Китая, а также был провозглашен курс на активную интеграцию в мировую экономику, политику и

культуру. Главная цель концепции – к 2020 г. стать самой мощной мировой державой.

2 IV пленум ЦК КПК 16-го созыва в 2004 г. Развитие культуры провозглашается ядром китайской «мягкой силы». Принимается решение «укреплять культурную силу Китая, пропагандировать и продвигать китайскую культуру за рубежом, усиливая ее международное влияние».

3 XVII съезд КПК в 2007 г.: доклад Ху Цзиньтао. Концепция «мягкой силы» окончательно закрепляется в официальных документах КПК как инструмент достижения внешнеполитических и внешнеэкономических целей. Выдвигаются конкретные задачи строительства «мягкой силы»: создавать систему стержневых социалистических ценностей, увеличивать притягательные и цементирующие силы социалистической идеологии; формировать гармоничную культуру, воспитывать цивилизованные нравы; широко распространять национальную культуру, строить общий духовный очаг китайской нации; продвигать новаторство в культуре, усиливать жизненную силу развития культуры.

4 XIX съезд ЦК КПК в 2017 г. Председатель Си Цзиньпин выдвинул новую концепцию «*guojia wenhua ruan shili*», которую можно перевести как «государственная культурная мягкая сила» или «культурная мягкая сила под контролем государства». Политика и культура образуют совокупную мощь китайской «мягкой силы» и взаимодополняют друг друга. Культура является внутренним ядром, а политика – инструментом экстернализации культурного содержания. КПК полностью контролирует содержание «мягкой силы» и способы ее продвижения [7].

Китай включил «мягкую силу» в механизмы внешней политики и государственного управления экономикой. Система учреждений, развивающих и распространяющих китайскую «мягкую силу» представлена в приложении Б, таблица Б.1.

Для китайского правительства внешнеполитические инициативы, такие как отношения, основанные на равенстве и партнерстве, и экономические дипломатические инициативы, такие как торговля, помощь, инвестиции и

интеграционная модель инициативы «Один пояс и один путь» (*The Belt and Road Initiative*), являются компонентами красоты Китая, то есть проявлением «мягкой силы».

Таким образом, представления Китая о «мягкой силе» основаны на культурной и экономической дипломатии, а также на «мягкой» внешней политике сотрудничества и интеграции. Можно сказать, что реализация всех выше упомянутых компонентов помогает усиливать разнообразие и увеличить эффективность применения китайской «мягкой силы» во внешней политике.

Внешняя политика Китая характеризуется использованием определенных инструментов «мягкой силы», которые реализуются через правительственные проекты (рисунок 12).

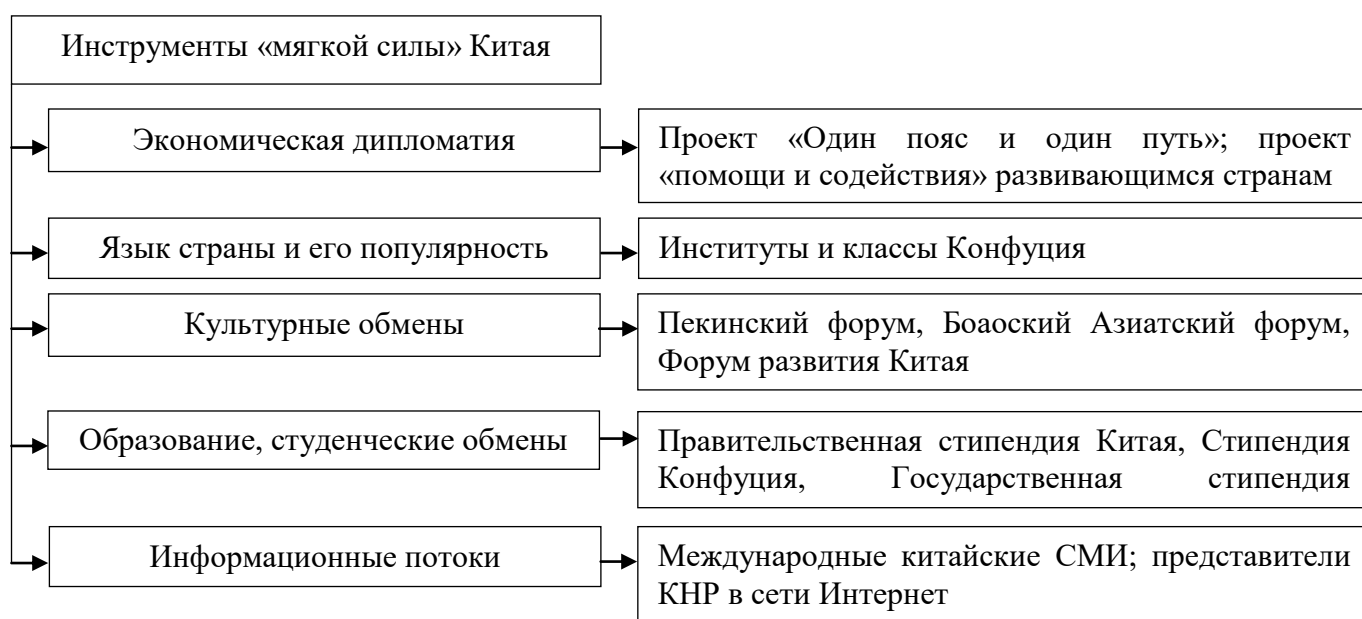


Рисунок 12 – Инструменты китайской «мягкой силы» и способы их реализации [14; 25]

В настоящее время ко всем этим сформировавшимся инструментам добавляют борьбу с пандемией *COVID-19*, как новый способ «мягко-силового» воздействия во внешней политике.

Китайское правительство реализует различные стратегии по продвижению культурных и социально-экономических ресурсов для увеличения эффективности

«мягкой силы». В основу этих стратегий заложено не только продвижение культуры, но и экономических и торговых инициатив, включая стратегии регионального сотрудничества и развития. По оценкам экспертов журнала *The Economist*, Китай ежегодно тратит более 10 млрд долл. на проекты по продвижению мягкой силы [25].

Древнекитайские исторические и культурные образы, традиции и ценности являются основополагающими источниками притяжения для регионального и международного сообщества. Китайский исследователь Юй Синьтянь утверждает, что для нации важно улучшать свои культурные и социальные достопримечательности [14, с. 4]. Чем привлекательнее ее культурные черты и модель, тем более приемлемой она становится для других и, как следствие, тем больше шансов создать благоприятный имидж страны. Акцент Китая на мирном развитии, дружном сосуществовании и гармонии обеспечивает фундаментальную основу, универсальную по своей привлекательности, и может создать новый набор принципов, которые могут облегчить принятие морали в международной политике.

Как и его предшественник, Си Цзиньпин, председатель Китайской Народной Республики, активно занимается продвижением китайских культурных ценностей в мире. В своих выступлениях он часто подчеркивает, что Китаю необходимо увеличивать потенциал «мягкой силы», посредством продвижения китайского социального, экономического и культурного развития во всем мире [28].

Заметным проявлением китайской культурной дипломатии можно считать создание Институтов Конфуция (*Confucius Institute*) в различных частях мира (таблица 3).

Таблица 3 – Количество Институтов Конфуция в мире, 2021 г. [33]

	Азия	Африка	Европа	Америка	Океания
Институты Конфуция	122	56	174	163	19
Классы Конфуция	101	40	327	574	130
Общее число	223	96	501	737	149

В «Ежегодном отчете о развитии Конфуцианского института» говорится, что на конец 2021 г. работают 535 Института Конфуция и более 1172 класса Конфуция. На сегодняшний день эти учреждения провели около 42 тыс. различных культурных мероприятий с аудиторией 12,72 млн чел. по всему миру [5, с. 29]. Целью Института Конфуция является содействие преподаванию китайского языка и культуры, а также поддержание гармонии между людьми и помощь в разработке образовательных программ.

Большинство Институтов сотрудничают с местными высшими учебными заведениями и школами, поэтому основной аудиторией является молодежь и студенты. Институты Конфуция помогают создать платформу, которая будет центром притяжения к китайской культуре посредством различных мероприятий и поощрения студентов к участию в программах культурного и образовательного обмена. Такой способ продвижения китайской культуры раскрывает ее самобытность, миролюбивость и ценность. Также Институты позволяют показать мировой общественности современный Китаю и его особенности исторической культуры и цивилизации.

Кроме продвижения образования в других странах, Китай также проводит политику по привлечению студентов в китайские вузы. Основными способами привлечения выступают грантовая поддержка от китайского правительства, различные стипендиальные программы – правительственная стипендия Китая, Стипендия Конфуция, Государственная стипендия провинций Китая. Ежегодно Китайский стипендиальный совет предоставляет около 20 тыс. стипендий иностранным студентам. Гранты продолжают выдаваться и после начала пандемии *COVID-19*, однако обучение во всех китайских вузах происходит дистанционно. Согласно данным Министерства образования Китая, общее количество иностранных студентов приезжавших в Китай на учебу достигало около 500 тыс. чел. в до-пандемийные времена [25].

Средства массовой информации и Интернет также играют жизненно важную роль в формировании, распространении и привлечении общественного мнения для позитивной оценки Китая, его правительства, общества и состояния развития. По

мнению китайских ученых, механизм «мягкой силы» во внешней политики должен проектировать и информировать о своих внешнеполитических позициях по мировым вопросам. Использование «мягкой силы» в СМИ должно создать хороший международный имидж Китая и смягчить внешнюю среду.

В рамках китайской стратегии «выхода на глобальный уровень» правительство КНР призвало основные СМИ усилить освещение событий и оказать потенциально благоприятное влияние на мировое общественное мнение. Таким образом Китай стремится создать потенциальную систему механизмов общественного влияния.

При Си Цзиньпине началась активная кампания по расширению охвата китайскими СМИ. Посредством этого расширения КНР стремится достигнуть две основные цели: охват широкой аудитории за рубежом позволит противостоять заявлениям о «китайской угрозе» в западных странах и создаст позитивный имидж Китая; обеспечение конкурентной среды для западных СМИ [8, с. 20]. Наиболее важным событием в этом отношении является расширение представительств информационного агентства «Синьхуа» (*Xinhua News Agency*) и Китайского Центрального Телевидения (CCTV) в разных частях мира. В настоящее время в «Синьхуа» работают 170 бюро и тысячи сотрудников. Помимо бюро, он работает в режиме онлайн с аудио- и видеоконтентом. Китайское Центральное Телевидение вещает более чем на шести языках, а производственные подразделения канала находятся в различных частях Азии, Америки и Африки. Интересным фактом в отношении китайских СМИ является то, что они монополизированы КПК и китайским государством. Государственная поддержка китайских СМИ дает им преимущество перед другими международными СМИ, поскольку они не зависят от бюджетного и рыночного давления. Благодаря глобальному охвату китайских международных СМИ китайское государство обладает мощными медиа-инструментами и методами для распространения своих нарративов и имиджа среди мировой общественности.

Государственные СМИ являются полномочными представителями КНР в *Twitter* и распространяют информацию среди пользователей сети, в то время как

дипломатическим аккаунтам остается информирующая и дополняющая функции (таблица 4). Взаимодействие КНР с общественной элитой других стран в *Twitter* крайне централизовано.

Китайские дипломаты сочетают публичную дипломатию и управление знаниями для выборочного проецирования информации, которая гуманизирует их родную страну, при этом сохраняя «стратегический контроль над тем, что сообщается общественности» [8, с. 34]. Это позволяет наилучшим образом продвигать национальные интересы Пекина.

Таблица 4 – Ведущие представители КНР по активности в *Twitter* [8]

Имя представителя	Учетная запись	Тип	Характеристика
Лицзянь Чжао	@zlj517	Частное лицо, дипломат	Пресс-секретарь и заместитель директора Департамента информации МИД КНР, в прошлом дипломат посольства КНР в Пакистане.
<i>People's Daily</i> , Китай	@pdchina	Организация, государственные СМИ	Крупнейшая государственная группа печатных СМИ в Китае
<i>China Daily</i>	@chinadaily	Организация, государственные СМИ	Государственная китайская ежедневная газета на английском языке
<i>China Xinhua News</i>	@xhnews	Организация, государственные СМИ	Государственное информационное агентство КНР
<i>China.org.cn</i>	@chinaorgcn	Организация, государственные СМИ	Государственный интернет-информационный центр КНР

В социальных сетях китайская дипломатия преследует цель распространять нарративы, которые позволяют ей влиять на общественное мнение и поведение лидеров стран, продвигая экономические и геополитические интересы КНР, а также интересы в сфере безопасности.

В условиях цензуры коммуникационной среды государственные СМИ и дипломатические аккаунты КНР взаимно усиливают друг друга, поскольку дипломаты размещают репосты и совместно используемый утвержденный медиаконтент в своих сетях как легкий способ осуществления коммуникации.

Обмены между людьми и межличностные отношения играют заметную роль в создании «мягкого имиджа» страны. Китайское правительство прилагает большие усилия продвижения своей культуры, языка и традиций в мире через программы культурного обмена, спорта, искусства и перформенса, музыку, кино и литературу.

КНР также является площадкой для бесконечного числа правительственных и неправительственных семинаров, конференций и диалоговых центров для взаимодействия, сотрудничества и диалога китайского народа с внешним миром. Такими интерактивными площадками диалога можно назвать Пекинский форум, Боаоский Азиатский форум, Форум развития Китая и др.

Благосклонность к Китаю как к позитивной нации возросла в различных регионах мира, хотя и неодинаково (рисунок 13). Положительная динамика наблюдается в Африке, Латинской Америке и Европе.

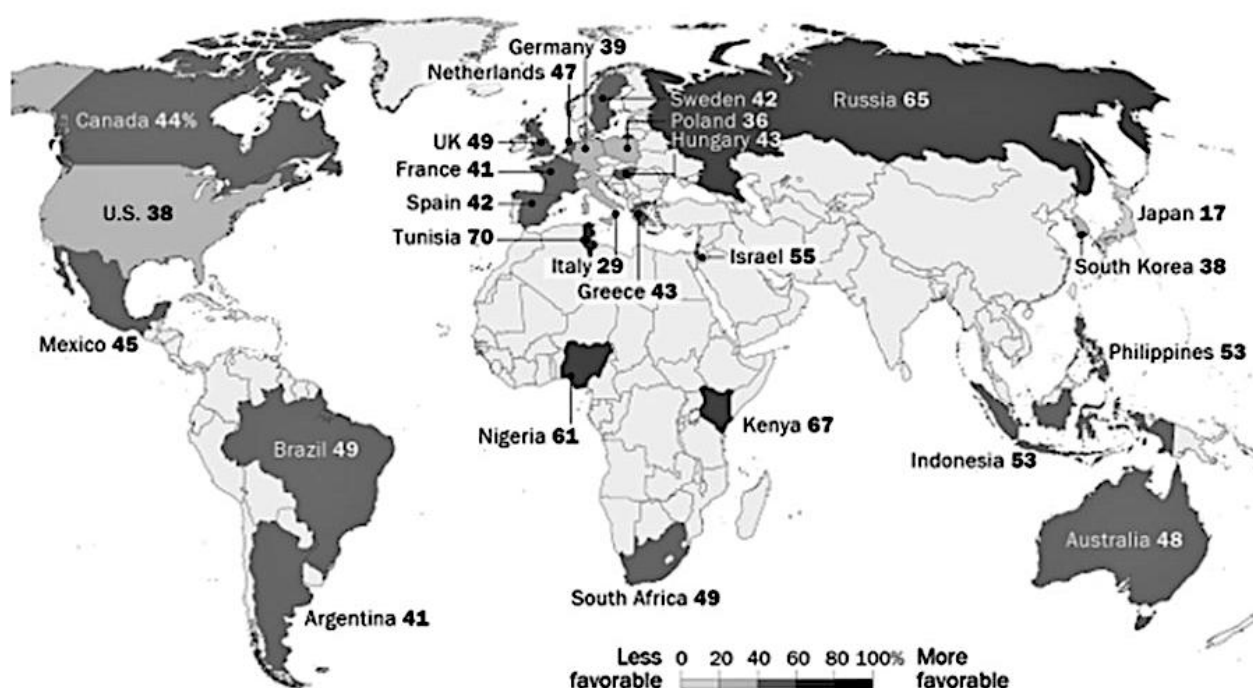


Рисунок 13 – Отношения стран мира к Китаю, в % от числа опрошенных по стране [30]

Эффективная борьба Китая с пандемией *COVID-19* с использованием «динамичного подхода нулевой терпимости» задала высокие стандарты для всего мира. Одобрение странами действий китайского правительства по борьбе с пандемией в сравнении с работой США представлены на рисунке 14.

Понимая, что многие государства в борьбе с пандемией *COVID-19* используют китайский опыт, правительство Китая на постоянной основе проводит консультации и делится накопленным опытом.

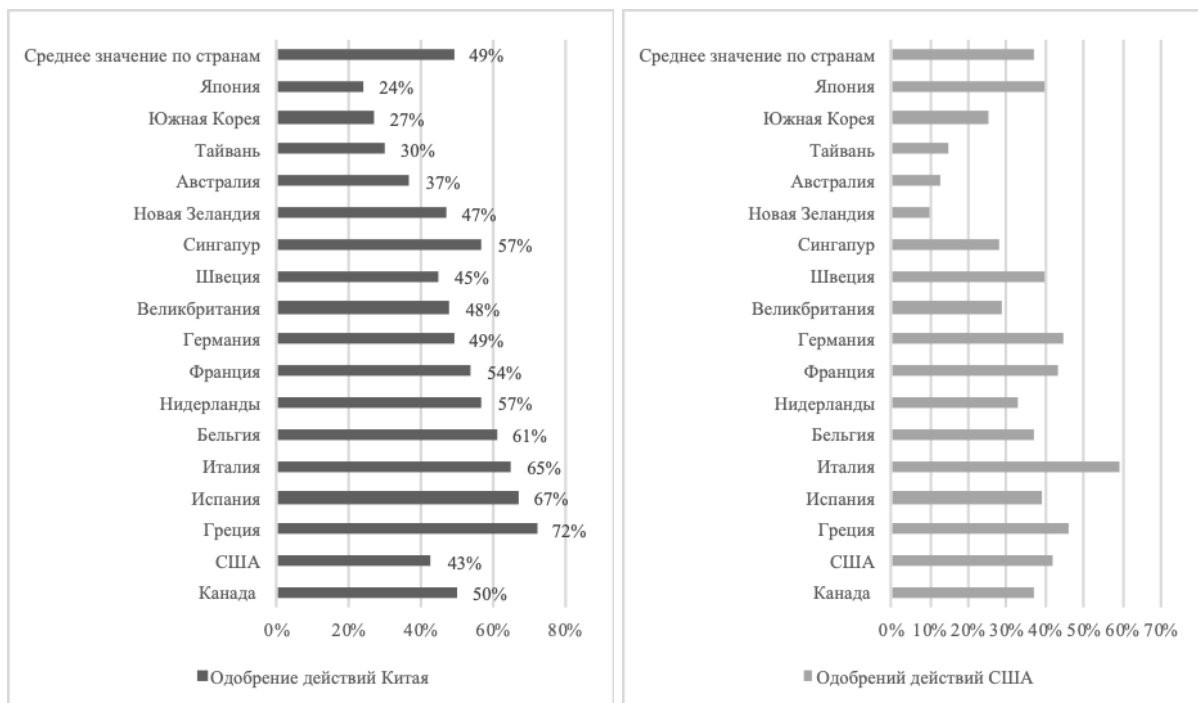


Рисунок 14 – Одобрение странами мира действий по борьбе с *COVID-19*, в % от числа опрошенных по стране [29]

Несмотря на то, что культурная дипломатия занимает огромное место в китайской внешней политики, однако его главный ресурс «мягкой силы» сосредоточен в экономической дипломатии. Стремительное экономическое развитие Китая, борьба с бедностью, расширение торгово-экономического сотрудничества через региональную и трансрегиональную интеграцию привлекают мировую общественность. Множество стран начали рассматривать Китай как формирующуюся великую державу, способную противостоять давлению США и Запада, посредством успешной политики обеспечения безопасности, стабильности нации и процветания общества.

Наиболее продвигаемой руководством Си Цзиньпина инициативой является проект «Один пояс и один путь» (*The Belt and Road – BRI*) (рисунок 15).

BRI содержит в себе концепции по развитию и проекты по дипломатическому сотрудничеству, помогающие реализовать «Китайскую мечту». *BRI* преподносит новое дискурсивное мышление об «открытом развитии и выходе за рубеж». Считается, что этот проект основан на концепции «инклюзивного развития». Китайское правительство верит, что этот проект поможет максимизировать влияние Китая и в результате повысит его позиции в международном сообществе за счет улучшения совместных социально-экономических программ, торговых сделок, инфраструктурных проектов и проектов развития.

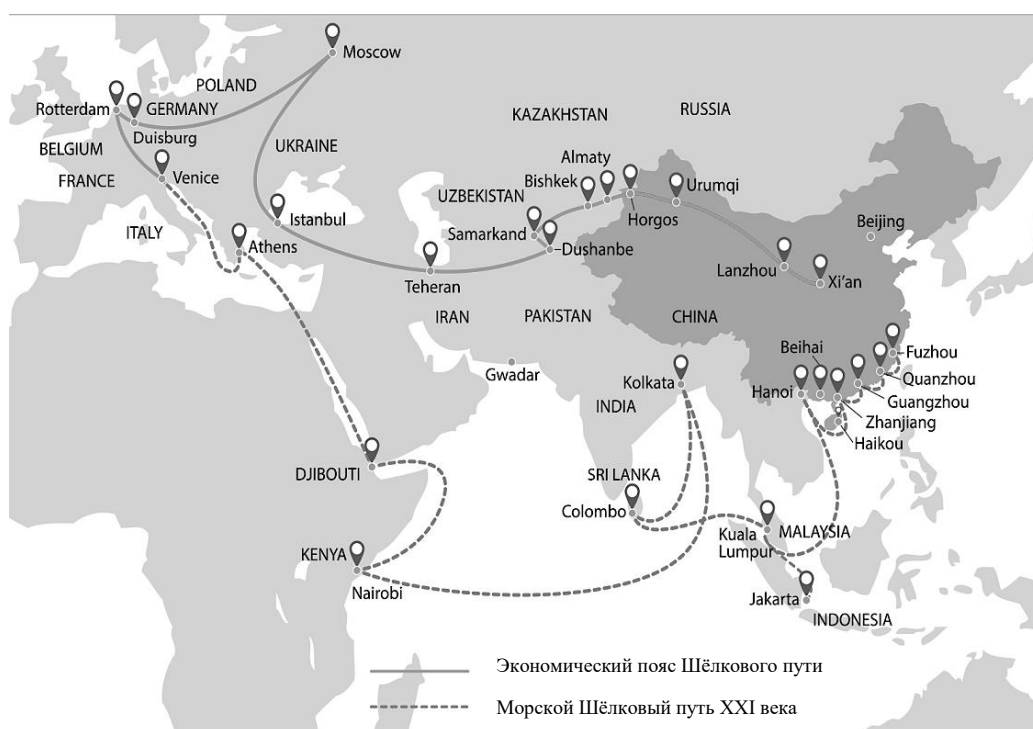


Рисунок 15 – Проект «Один пояс и один путь» на карте мира [33]

Как видно из рисунка 14, *BRI* состоит из двух мега-проектов: «Экономического пояса Шёлкового пути» и «Морского Шёлкового пути XXI века». Эти два проекта были представлены Председателем КНР Си Цзиньпином в сентябре 2013 г. в Казахстане и октябре 2013 г. в Индонезии. Эти концепции продвигают создание инклюзивных, взаимовыгодных, совместных предприятий сухопутных и морских торгово-экономических коридоров, которые соединят азиатские рынки с евразийскими и европейскими. В качестве путей реализации проекта *BRI*, Китай предлагает построить сеть автомобильных и железнодорожных сетей наряду с

трубопроводами, волоконной оптикой и коммуникационными сетями протяженностью 11 тыс. км на Евразийском континенте. Проект «Морской Шёлковый путь XXI в.» ставит перед собой задачу соединить Китай с морскими побережьями крупных регионов, таких как Юго-Восточная Азия, Южная Азия, Северная Африка, Ближний Восток и Европа, через морские проходы Южного Китая, Индийского океана, Аравийского моря и Средиземного моря [33].

Китайское правительство считает, что существующая глобальная система управления имеет явное неравенство и существенный разрыв между развитыми и развивающимися странами, не имеющими выхода к морю. Поэтому КНР продвигает инициативу *BRI* как способ исправить аномалию, перебалансировать и переупорядочить ее. В основе проекта – инновационная платформа для всех стран без какой-либо дискриминации, с помощью которой они могут капитализировать свою энергию и достичь своих социально-экономических целей и целей развития.

В рамках своей внешней политики Китай продвигает инициативу «помощи и содействия», которая также как и другие инициативы направлена на создание реальных и благоприятных международных условий для мирного развития страны. «Помощь и содействие», как правило, ориентированы на слаборазвитые и развивающиеся страны мира. Программы «помощи и содействия» Китая основаны на двусторонних связях и финансовых грантах, низкопроцентных и беспроцентных кредитах и других вариантах государственного финансирования. Такая инициатива китайского правительства помогает развивающимся странам сокращать бедность, улучшать здоровье и уровень жизни населения.

Aid Data, организация, занимающаяся анализом программ помощи, в своем последнем отчете сообщила о том, что «сумма китайской помощи увеличилась с 3,6 млрд долл. в 2003 г. до 77 млрд долл. в 2020 г.» [28]. В данных, собранных организацией *Aid Data*, видно, что Китай увеличил как поток официальной помощи (ОП), так и другие официальные потоки (ДОП), а также расплывчатую финансовую поддержку, которая не может быть классифицирована в определениях «помощи и содействия». Ресурс «прочие официальные потоки (ПОП) – это те официальные операции, которые не подпадают под действие процедур и критериев развития

официальной помощи. Данные официальные финансовые потоки предназначены для коммерческих целей. Распределение китайских потоков финансирования развития представлено на рисунке 16.

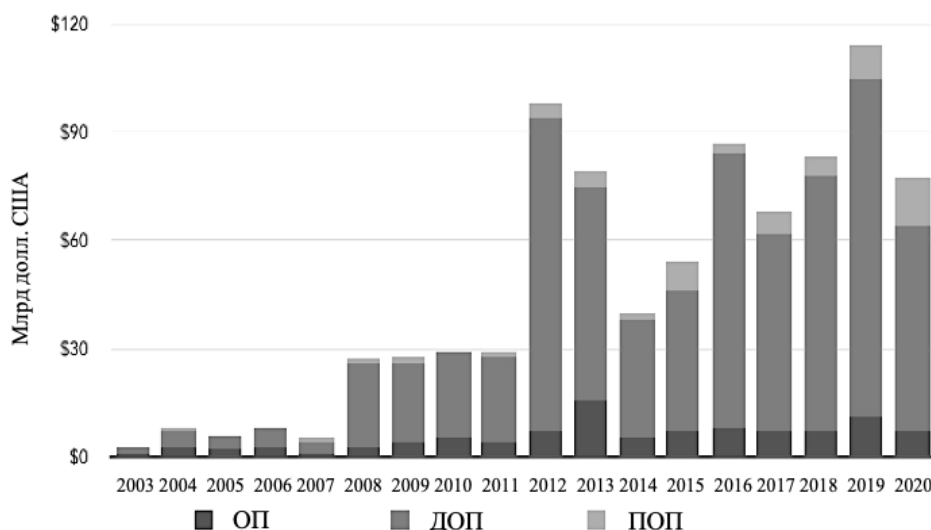


Рисунок 16 – Официальные потоки финансирования развития от Китая [30]

Снижение потоков в 2020 г. связано в первую очередь с непростой ситуацией, вызванной *COVID-19*. Произошло перераспределение средств на помощь развивающимся странам в борьбе с пандемией и на восстановления социо-культурного сектора от её последствий [30].

Таким образом, стратегия создания национального имиджа Китая направлена на усиление его «мягкой силы» посредством государственной и внешней политики по продвижению культуры и экономической дипломатии, а в реалиях пандемии еще и сотрудничества в сфере здравоохранения. Китай использует свою «мягкую силу» для достижения конечной цели «омоложения нации» – превратить нацию в поистине глобальную державу, пользующуюся уважением со стороны остального мира. Наряду с традиционными целями Китай также стремится к внутренней привлекательности, умиротворению народного национализма и легитимности режима КПК. С одной стороны, Китаю удалось установить дружественные отношения со многими развивающимися странами мира, но благосклонность развитых и крупных держав мира еще предстоит завоевать. Л. Эконом, американский политолог, считает, что китайская экономическая политика, особенно

ее план борьбы с нищетой, помогла завоевать определённый уровень привлекательности в таких регионах мира как Африка, Латинская Америка и некоторых частях Южной Азии и арабского мира [41, с. 41]. В европейском обществе Китай пользуется уважением благодаря проекту «Один пояс и один путь». Различные государства воспринимают Китай как мощную державу, способную противостоять глобальным вызовам, угрозам и давлению, исходящим от таких могущественных государств, как США.

2.2 Опыт реализации «мягкой силы» Японии

Японскую политику «мягкой силы» целесообразно рассматривать как совокупность нескольких взаимосвязанных, но формально обособленных направлений деятельности.

Внешняя политика Японии характеризуется использованием определенных инструментов «мягкой силы», которые реализуются через правительственные проекты (рисунок 17).

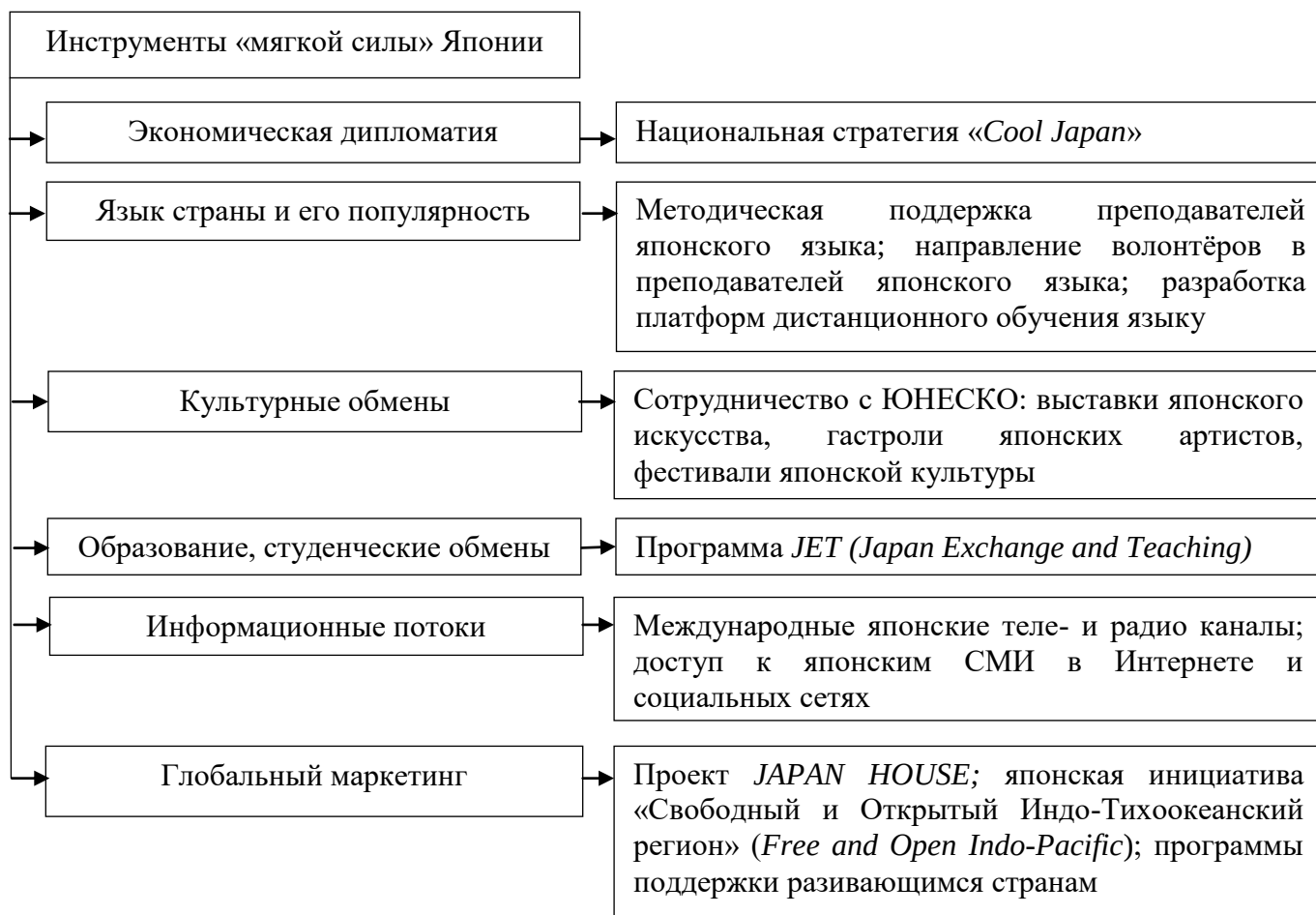


Рисунок 17 – Инструменты японской «мягкой силы» и способы их реализации [24; 26; 47]

В Токио первыми на Азиатском континенте пришли к пониманию и активному использованию «мягкой силы» в качестве мощного инструмента внешнеполитического влияния. Здесь его трактуют как воздействие на мир с помощью цивилизационной и гуманитарно-культурной деятельности» и рассматривают в тесном взаимодействии с культурной дипломатией. Концептуальная основа японской стратегии «мягкой силы» во внешней политике официально закреплена в основе правительственных организациях и выступлениях политиков:

1 Консультативный совет, созданный в 2004 г. Работа совета заключалась в выработке возможных стратегий по улучшению имиджа Японии в мире.

2 Публичное выступление министра иностранных дел Асо Т. в 2006 г. МИД делает упор на пропаганду массовой культуры как стартовой позиции для понимания Японии.

3 Проект «Новая стратегия Японии в условиях современной эпохи» премьер-министра Японии Асо Т. Ставится задача дальнейшего продвижения «мягкой силы» как одного из наиболее перспективных направлений развития страны на ближайшие годы и уделяя при этом особое внимание пропаганде японской поп-культуры.

4 Создание и развитие проекта «*Cool Japan*», разработанного под руководством премьер-министра Абэ Синдзо. Фокус усилий на всесторонней корректировке популярного проекта «*Cool Japan*» с целью дальнейшего развития основных отраслей японской культурной индустрии [47, с. 117].

Система учреждений, развивающих и распространяющих японскую «мягкую силу» представлена в приложении Б, таблица Б.2.

Практические основы существующей сегодня стратегии «*Cool Japan*» («Клёвая Япония») были заложены ещё в 1980-х гг. После окончания Второй мировой войны важной задачей для Японии стало продвижения позитивного образа

страны. С этой целью стала спонсироваться трансляция лучших японских медиа-продуктов (кино, телевидение, радио, публицистика и т.п.) за рубеж. Такие действия привели к некоторому смягчению негативного отношения к Японии, а в отдельных случаях у аудитории складывалось устойчивое влечение ко всему «японскому».

Внушительный успех японской поп-культуры за рубежом был оценен и переосмыслен Д. МакГреем в его статье «*Japan's Gross National Cool*» [26]. Автор говорит о том, что чрезвычайная популярность достижений современной японской культуры во всем мире, и прежде всего в Азии, может служить отличным инструментом распространения собственного влияния. В то же время он отмечает, что, в отличие от американской культуры, японская поп-культура не несёт в себе традиционно японских черт, ценностей и идеалов, а является характерным продуктом эпохи глобализации. Д. МакГрей говорит о том, что если Япония сможет правильно использовать свой потенциал всемирной популярности для передачи необходимых посланий и сообщений, то получит возможность с лёгкостью достигать своих внешнеполитических целей [26].

Профессор культурной антропологии Университета Дьюка, доктор Э. Эллисон, рассматривая феномен популярности японской поп-культуры среди американской молодёжи, приходит к выводу о том, что залогом подобного интереса становится именно отсутствие связи содержания этих продуктов с определённой культурой или страной, поскольку в них, как правило, представляются фэнтезийные, нереальные миры и образы. Она проводит связь с коммерческим успехом японских товаров за рубежом в середине XX в., когда Япония воспринималась, прежде всего, как милитаристская держава. Японские компании в то время руководствовались принципом «мукокусэки», или «стирания национальности», чтобы товары можно было успешно продавать на внешних рынках. Современная поп-культура хотя и не скрывает своей принадлежности к Японии, тем не менее, показывает не традиционные японские образы, а некий постмодернистский конструкт, который в процессе распространения по миру и стал прочно ассоциироваться с Японией. Можно заключить, что здесь наблюдается эффект подобный феномену «ориентализма», описанному Э. В. Саидом, когда ключом к распространению поп-

культуры Японии становится интерес не к объективно существующей реальности, а к нашим собственным представлениям о том, что из себя представляет эта страна [26; 47].

На основе идей, высказанных Д. МакГреем и рядом других авторов, в 2010–2011 г. правительство Японии занялось выработкой реальной государственной стратегии «*Cool Japan*». Однако главная проблема, о которой писали исследователи – отсутствие в поп-культуре содержательного послания, которое отражало бы японское видение определённых проблем, не была однозначно решена. Вместо этого, акцент сместился на дальнейшую поддержку японских креативных индустрий и использование имеющейся всемирной популярности для получения прибыли, таким образом развивая новые сектора экономики для преодоления кризисных явлений. Вследствие прихода к подобному пониманию целей стратегии «*Cool Japan*», её реализацией занялся Отдел креативных индустрий в составе Министерства экономики, торговли и промышленности (METI) [46].

В 2012 г. приоритетными областями продвижения японских креативных индустрий были названы:

- а) медиа-контент: аниме (японская анимация), манга (японские комиксы), музыка;
- б) косметическая и модная индустрия;
- в) японская кухня;
- г) товары для дома (посуда, мебель, канцелярия, а также предметы народных ремёсел и прикладное искусство);
- д) туризм [24; 46].

Основной задачей стратегии «*Cool Japan*» является поддержка местного производства, особое внимание уделяется развитию традиционных региональных отраслей. Стратегия нацелена на создание нового сектора экономики, для продвижения которого используется популярность Японии за рубежом. Важным является не только экспорт товаров креативных индустрий, но и стимулирование входящего туристического потока, особенно на территориях за пределами столичного региона. Последнее время, для продвижения аутентичной японской

культуры, в фокусе стратегии находятся традиционные народные ремёсла и прикладное искусство, что также связано с поддержкой регионов, поскольку каждый из них производит уникальные товары – различные ткани, множество видов керамики, предметы искусства, буддистские религиозные атрибуты [46].

Можно сделать вывод о том, что стратегия «*Cool Japan*» пользуется ресурсами «мягкой силы» Японии, однако реализация этой стратегии не связана с «мягкой силой» напрямую, поскольку её целью не является достижение политических результатов. В этом конкретном случае явно просматривается различие между популярностью и «привлекательностью» в контексте концепции «мягкой силы», а также то, как имеющийся у страны потенциал не всегда производит политическое действие и рост влияния. Япония обладает широкой известностью, но при этом её положение в качестве актора международных отношений в результате реализации стратегии «*Cool Japan*» не становится существенно более благоприятным. Тем не менее, учитывая экономическую природу самой стратегии, справедливым будет рассматривать её в качестве удачной маркетинговой кампании по привлечению внимания к Японии и созданию позитивной ауры, которая способствует работе других внешнеполитических направлений [26].

Более явно действие японской «мягкой силы» проявляется в сфере осуществления внешней культурной политики. Это обширная область внешнеполитической деятельности, которая включает в себя множество направлений: культурную дипломатию, образовательные и академические обмены, распространение собственного языка за рубежом. Сюда же можно включить и спортивную дипломатию, однако, в случае Японии её целесообразнее рассматривать в контексте предоставления официальной помощи в целях развития (ОПР). Внешняя культурная политика в послевоенной Японии начала развиваться в 1970-х гг., получив современное оформление уже в начале XXI в. В общих чертах эта сфера внешнеполитической деятельности направлена на повышение взаимопонимания между народом Японии и другими странами, распространение японского взгляда на мир и передачу основных ценностей, заложенных в японской культуре.

Культурная дипломатия Японии выделяется своим разносторонним подходом, когда в качестве медиума используется не только традиционная культура, но и современные достижения, такие как аниме и манга. В рамках этого направления за рубежом проводятся выставки японского искусства, гастроли японских артистов, фестивали японской культуры. Нередко встречается и практика проведения перекрёстных годов культуры. Важным является взаимодействие по линии ЮНЕСКО и других международных организаций, занимающихся вопросами культуры. Один из главных акцентов при осуществлении Японией культурной дипломатии ставится на интерактивность проектов, возможность широкой аудитории лично взаимодействовать с японской культурой. В связи с этим культурные проекты часто сопровождаются сериями мастер-классов и воркшопов, очень популярно проведения мероприятий в форме фестиваля, когда участников призывают участвовать в различных конкурсах. Совместный творческий процесс облегчает взаимопонимание, особенно в условиях наличия языкового барьера. Поп-культура также активно используется в культурной дипломатии. *MOFA* выделяет отдельное субнаправление, называемое «поп-культурной дипломатией», которое использует популярность персонажей аниме и манга, а также техники и эстетики их создания для донесения определённых посланий до широкой аудитории. В 2008 г. была даже создана должность «Аниме Посла», которую занял мультипликационный кот-робот Дораэмон из одноимённых аниме и манги. «Я надеюсь, что через свои мультфильмы смогу показать людям за рубежом, как рядовые японцы думают, какой образ жизни мы ведём и какое будущее мы стремимся создать», – сказал Дораэмон на церемонии вступления в должность [24]. Яркие и легко узнаваемые персонажи прекрасно подходят для привлечения внимания к определённой информации, а также создания прочной ассоциативной связи между материалом и страной его происхождения.

Можно заключить, что в своей культурной дипломатии Япония максимально использует собственный культурный потенциал. Привлечение достижений традиционной и современной культуры позволяет не только построить сложный, разноплановый образ страны, но и привлечь более широкую аудиторию, поскольку

каждый, вне зависимости от возраста и социального положения, может найти в японской культуре что-то для себя. Интерактивность проектов культурной дипломатии Японии иллюстрирует важность выстраивания эффективной коммуникации, использующей эффект вовлечения.

Япония активно организует образовательные и академические обмены, что позволяет решать сразу несколько задач. Во-первых, путём привлечения студентов, исследователей и специалистов со всего мира поддерживается первоклассный имидж японской сферы науки и технологий. Во-вторых, это позволяет больше открыться миру и открыть мир для самих японцев – повышается взаимопонимание между представителями разных культур. Нарастание глобального студенческого трафика подталкивает Японию к большему включению в мировые процессы, стимулирует изучение иностранных языков, прежде всего английского. Это принципиально важно, так как в Японии до сих пор наблюдается низкий уровень владения английским языком, даже по сравнению с другими странами Азии.

Наиболее известной в этой сфере является программа *JET (Japan Exchange and Teaching)*, в рамках которой выпускники иностранных вузов привлекаются в японские регионы для работы на трёх разных позициях: ассистент учителя иностранных языков (преимущественно английского) и помощник учителя физической культуры в японских школах, а также координатор международных связей в местных администрациях. С помощью этой программы Япония решает в первую очередь собственные проблемы, такие как нехватка преподавателей, низкий уровень языковой подготовки, нехватка сотрудников местных администраций, имеющих необходимые компетенции для осуществления международных связей отдельных регионов. Поскольку наиболее востребованным иностранным языком является английский, закономерно подавляющее большинство участников программы приходится на англоязычные страны, прежде всего США. Что же касается установления прочных связей участников с Японией, то в этом отношении всё не так однозначно. Как показывает исследование профессора Д. МакКоннелла, в ряде случаев отношение выпускников программы к Японии менялось в худшую сторону, поскольку реальность не соответствовала их представлениям [24; 47].

Часть же участников после окончания программы, напротив, продолжила свою профессиональную деятельность в сферах, связанных с сотрудничеством их страны и Японии.

Распространение японского языка важно для Японии, особенно в контексте отмеченного нами отставания в изучении иностранных языков самими японцами. Язык, как ключ к культуре, является неотъемлемой частью повышения взаимопонимания. Японский язык также востребован в сфере науки и техники, где Япония занимает одни из лидирующих позиций. Политические цели в распространении языка преследуются в основном в странах Азии, которые являются основными источниками туризма и миграции. Однако, востребованность японского языка в мире по-прежнему ограничена в силу нескольких факторов. Во-первых, японский язык слабо представлен в международных организациях, особенно универсального характера. Во-вторых, японский язык не имеет официального статуса на территориях за пределами Японии, что серьёзно ограничивает круг носителей. Наконец, сам язык признаётся лингвистами одним из наиболее сложных для изучения, что влияет на мотивацию обучающихся и конечное число свободно владеющих языком иностранцев [47, с. 105]. Для решения этих проблем японским правительством, прежде всего по линии Японского фонда, предпринимаются определённые меры, такие как методическая поддержка преподавателей японского языка в других странах, направление волонтёров в качестве ассистентов для преподавателей японского языка, разработка платформ дистанционного обучения языку.

Стратегические коммуникации призваны доносить до зарубежных аудиторий позицию Японии по множеству глобальных вопросов и разъяснять суть продвигаемых Японией внешнеполитических инициатив. Прочный контакт с обществами других стран устанавливается с помощью богатого представительства официальных японских ресурсов в сети Интернет и социальных сетях.

Японское правительство активно противодействует различному роду заявлениям, несоответствующим официальной позиции, дезинформации и фейковым новостям. В непрекращающемся режиме ведётся информационное

противостояние с государствами Корейского полуострова, связанное с вопросами истории, территориальными спорами, обвинениями Японии в осуществлении неправомерного китобойного промысла. Остро стоит проблема похищения японских граждан Северной Кореей. По многим из этих тем Япония занимает достаточно жёсткую позицию, информационные материалы в их отношении переводятся на множество языков, чтобы привлечь внимание международного сообщества к их решению на стороне Японии.

Среди позитивных образов, которые Япония продвигает в процессе стратегической коммуникации: достижения в сфере науки и техники, активное участие страны в глобальном климатическом движении, отстаивание принципов международного права, оказание поддержки глобальному развитию, поддержка институтов многосторонней дипломатии в рамках японской инициативы «Свободный и Открытый Индо-Тихоокеанский регион» (*Free and Open Indo-Pacific*). Отдельное и принципиально важное место занимает выстраивание образа пацифистского государства, отказ от войны в котором закреплён на конституционном уровне. Этот нарратив чрезвычайно важен для исправления образа агрессивной милитаристской державы, который складывался на протяжении всей первой половины XX в. и до сих пор осложняет отношения с рядом стран Азии.

Медиа-продукты государственной телерадиокомпании *NHK* (*Nippon Hōsō Kyōkai* – Японская вещательная корпорация) доступны во многих странах мира. Радио Японии Всемирной службы *NHK World-Japan* доступно ещё на 21 языке, помимо японского, и транслируется бесплатно в формате онлайн-вещания. Программу вещания составляют новостные блоки, передачи о культуре и истории Японии, а так же аудио-уроки японского языка. Телеканал *NHK World-Japan* имеет схожую программную сетку, однако передачи выходят только на английском языке. Телеканал, вследствие имеющейся системы финансирования (корпорация функционирует преимущественно за счёт абонентской платы телезрителей), распространяется преимущественно в составе платных пакетов спутникового или кабельного телевидения даже внутри Японии, что ограничивает охват аудитории. Тем не менее, большая часть программ доступна на официальном сайте Всемирной

службы *NHK World-Japan* или в бесплатном мобильном приложении. 15.01.2019 была запущена версия канала на китайском языке (оригинальные англоязычные программы либо дублируются, либо сопровождаются китайскими субтитрами), которая транслируется только онлайн. В апреле 2018 г. произошёл ребрендинг Всемирной службы *NHK*, которая сменила название с *NHK World* на *NHK World-Japan*. Это было сделано, так как многим зрителям было неочевидно японское происхождение канала. Поскольку аббревиатура *NHK* является производной от латинской транслитерации оригинального японского названия (*Nippon Hōsō Kyōkai*), то даже при её расшифровке международная аудитория не в состоянии сразу опознать страну происхождения. Такая мера кажется целесообразной, особенно если обратить внимание на названия других учреждённых государствами международных информационных сетей: *Russia Today*, *France 24*, *Deutsche Welle*, *BBC* (*British Broadcasting Corporation*), *CGTN* (*China Global Television Network*), *KBS* (*Korean Broadcasting System*) [24; 26].

К стратегическим коммуникациям *MOFA* можно отнести и проект *JAPAN HOUSE* (Японский дом), в рамках которого в 2017–2018 гг. было открыто три уникальных многофункциональных центра, позволяющих полностью окунуться в атмосферу Японии. Японские дома появились в Сан-Паулу, Лос-Анджелесе и Лондоне и предлагают посетителям открытое библиотечное пространство, выставки и лекции о Японии, ресторан с аутентичной японской кухней и магазин японских товаров. Главной целью проекта является предоставить жителям этих городов и туристам возможность постоянного взаимодействия с Японией и её богатой культурой, для чего регулярно обновляется программа мероприятий Японского дома, происходят пополнения в библиотеке. Наличие Японского дома также облегчает задачу по поиску пространства для проведения концертов, выставок и других мероприятий. По состоянию на начало 2019 г. совокупная посещаемость трёх Японских домов превысила 2 млн чел., что во всех трёх случаях в несколько раз превысило целевые показатели годовой посещаемости [25]. Японский дом в Сан-Паулу стал не только культурным центром, но и своего рода комьюнити-

центром для местной японской диаспоры – одной из самых многочисленных в мире, за счёт чего его посещаемость за первый год превысила целевую почти в 6 раз [26].

Можно заключить, что стратегические коммуникации в Японии на фоне роста глобальных информационных потоков продолжают развиваться. Одной из существующих проблем, как показывает практика, является недостаточность использования иностранных языков помимо английского в международном телевизионном вещании, что препятствует установлению прочных контактов с отдельными странами и регионами. Тем не менее, когда дело доходит до ключевых для Японии тем, то работа по переводу на иностранные языки успешно проводится. Для увеличения охвата необходимо расширение информации, доступной на других языках. Проект *JAPAN HOUSE*, как пример более интегрированной, разносторонней и долгосрочной коммуникации, уже превзошёл первоначальные ожидания. В то же время Японские дома пока представлены лишь в трёх странах. Необходимо и дальше расширять эту сеть, чтобы включить пока незадействованные регионы, такие как Восточная Европа, Ближний Восток, Центральная Азия, Африка.

Япония является одним из мировых лидеров по объёму оказываемой ОПР – в среднем 10 млрд долл. ежегодно выделяются правительством Японии для оказания поддержки развивающимся странам. Существует несколько основных форм предоставления ОПР: техническое сотрудничество, программы финансирования и инвестиций, гранты, оказание помощи по преодолению чрезвычайных ситуаций, государственно-частное партнёрство. Для достижения максимального результата Япония координирует свою работу в рамках Комитета содействия развитию Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). Поддержка развития признаётся японским правительством чрезвычайно важным направлением, поскольку в современном глобализованном мире бедность и неблагополучие в развивающихся странах влияют на общемировое благосостояние, в том числе в развитых странах. Низкий уровень развития становится причиной миграций, которые вызывают столкновение культур, социальные потрясения в странах-реципиентах. Суть ОПР состоит не в простом вливании денег в развивающиеся страны, а в реализации социальных изменений: построение эффективных

институтов, подготовка квалифицированных кадров, обеспечение достойной для жизни инфраструктуры, – опираясь не только на финансирование, но и на практический опыт развитых стран. Кроме того, развивающиеся страны становятся новыми источниками квалифицированной рабочей силы для таких активно стареющих обществ как японское. Основными регионами-получателями японской ОПР являются Юго-Восточная, Южная и Центральная Азия, а также малые островные государства. Помимо прочего, ОПР становится поводом для укрепления отношений со странами-получателями, поскольку при реализации соответствующих программ в этих странах активно работают японские дипломаты и волонтеры [47, с. 110].

Спортивная дипломатия в Японии рассматривается как важная составляющая ОПР. В Финальном докладе Экспертной группы по укреплению спортивной дипломатии отмечается что поддержка спорта в развивающихся странах способна улучшить жизнь таких обществ в силу сразу нескольких факторов. Во-первых, массовый спорт и здоровый образ жизни помогают улучшить состояние здоровья нации, увеличить среднюю продолжительность жизни населения. Члены Экспертной группы также предлагают проводить семинары, посвященные здоровому питанию, как основе физического развития человека. Во-вторых, универсальные спортивные ценности: целеустремленность, слаженная работа в команде, уважение к сопернику, правила «честной игры» – всё это способно воспитать законопослушного и активного гражданина, что является залогом формирования процветающего общества. В-третьих, подготовка известных спортсменов мирового уровня улучшает имидж небольшого государства, помогает привлечь к ней внимание международной аудитории. Для достижения подобных результатов предлагается предоставлять помощь развивающимся странам в виде строительства спортивных комплексов, передачи спортивного оборудования и инвентаря, организации спортивных обменов и привлечения японских тренеров к обучению молодых атлетов. Таким образом, позитивный образ в данном случае выстраивается не за счёт достижений японского спорта, поскольку они относятся скорее к победам конкретных атлетов, а посредством продвижения результатов

реализованных государством мер по улучшению благосостояния развивающихся обществ через спорт [24; 26].

Предоставление ОПР помогает не только улучшать общемировое благосостояние, но и продвигать позитивный образ Японии. «Мягкая сила» в данном контексте проявляется как благодарность за оказанную поддержку. ОПР неправильно воспринимать в качестве «жёсткой силы», поскольку экономические меры направлены в этом случае не на подкуп, а на повышение уровня благосостояния стран-получателей, за счёт чего выигрывают обе стороны. Концептуально спортивная дипломатия в японском контексте рассматривается, прежде всего, как часть японской ОПР и направлена на укрепление контактов с развивающимися странами. Можно предположить, что такой подход обусловлен тем, что такой инструмент внешней политики как спортивная дипломатия отвечает потребностям поддержания контактов с теми странами, в отношении которых у Японии нет чётких политических или экономических интересов. В то же время соучастие в осуществлении социальных изменений в развивающихся обществах, безусловно, повышает привлекательность Японии [26].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Япония обладает серьёзным потенциалом «мягкой силы». В то же время его применение не всегда преследует политические цели. Гораздо успешнее Япония капитализирует собственную привлекательность для получения экономической выгоды. В связи с этим суждения об эффективности «мягкой силы» будет зависеть от того, что воспринимается как позитивный исход её применения. Если ограничиваться исключительно политическими результатами, то в таком случае «мягкая сила» Япония проявляет себя недостаточно ярко. В экономических же терминах, Япония весьма успешно извлекает прибыль из собственной привлекательности в мире.

2.3 Фактор «мягкой силы» в политике Южной Кореи

Стратегия «мягкой силы» Южной Кореи начала развиваться правительством страны относительно недавно. Несмотря на трагичную судьбу, с середины XX в.

Республика Корея стала возрождаться, наращивая не только экономический потенциал, но и культурный. Существенный прорыв Южная Корея смогла сделать в применении «мягкой силы», экспортируя не только свое традиционное искусство, ремесла, кухню, но и поп-культуру. Положительно отметил «растущую мягкую силу Южной Кореи» и Дж. Най.

В таблице 5 представлены данные о рейтинге «мягкой силы» Южной Кореи, опубликованные в различных исследовательских отчетах. «Мягкая сила» Южной Кореи стабильно находится в 20 лучших стран мира. Южнокорейские традиции, характерные культурные особенности, научно-технические достижения и демократические ценности привлекают другие общества и государства к установлению более тесных связей.

Таблица 5 – Рейтинги «мягкой силы» и место в них Южной Кореи [27; 49; 50]

Название рейтинга	<i>The New Persuaders III A Global Ranking of Soft Power</i>	<i>THE SOFT POWER 30 Portland Agency</i>		<i>Global Soft Power Index Brand Finance</i>
Год публикации	2012 г.	2015 г.	2019 г.	2022 г.
Количество стран	40	30	30	120
Страны лидеры	Великобритания, США, Германия	Великобритания, США, Германия	Франция, Германия, Великобритания	Великобритания, США, Германия
Место Южной Кореи	11	20	19	12

Сочетание многих факторов главным образом успешной индустриализации, последующего экономического развития и демократического перехода в начале 1990-х гг. послужило основой для формирования стратегии «мягкой силы», которая в середине 2000-х гг. стала основным инструментом внешней политики Южной Кореи. Система учреждений, развивающих и распространяющих «мягкую силу» Южной Кореи представлена в приложении Б, таблица Б.3.

Документ «*Cultural Diplomacy Manual*», опубликованный министерством иностранных дел и торговли Южной Кореи, официально закрепил «мягкую силу»

как основу внешней политики в XXI в. Согласно этому документу использование «мягкой силы» во внешней политике Кореи направлено на:

- 1 Обеспечение мира и стабильности на Корейском полуострове.
- 2 Расширение глобального сотрудничества.
- 3 Укрепление потенциала экономического сотрудничества.
- 4 Усиление корейской роли и престижа в национальном сообществе.
- 5 Усиление работы департамента консульской службы.
- 6 Создание эффективной системы дипломатии, построенной на доверии [37].

Внешняя политика Южной Кореи характеризуется использованием определенных инструментов «мягкой силы», которые реализуются через правительственные проекты (рисунок 18).

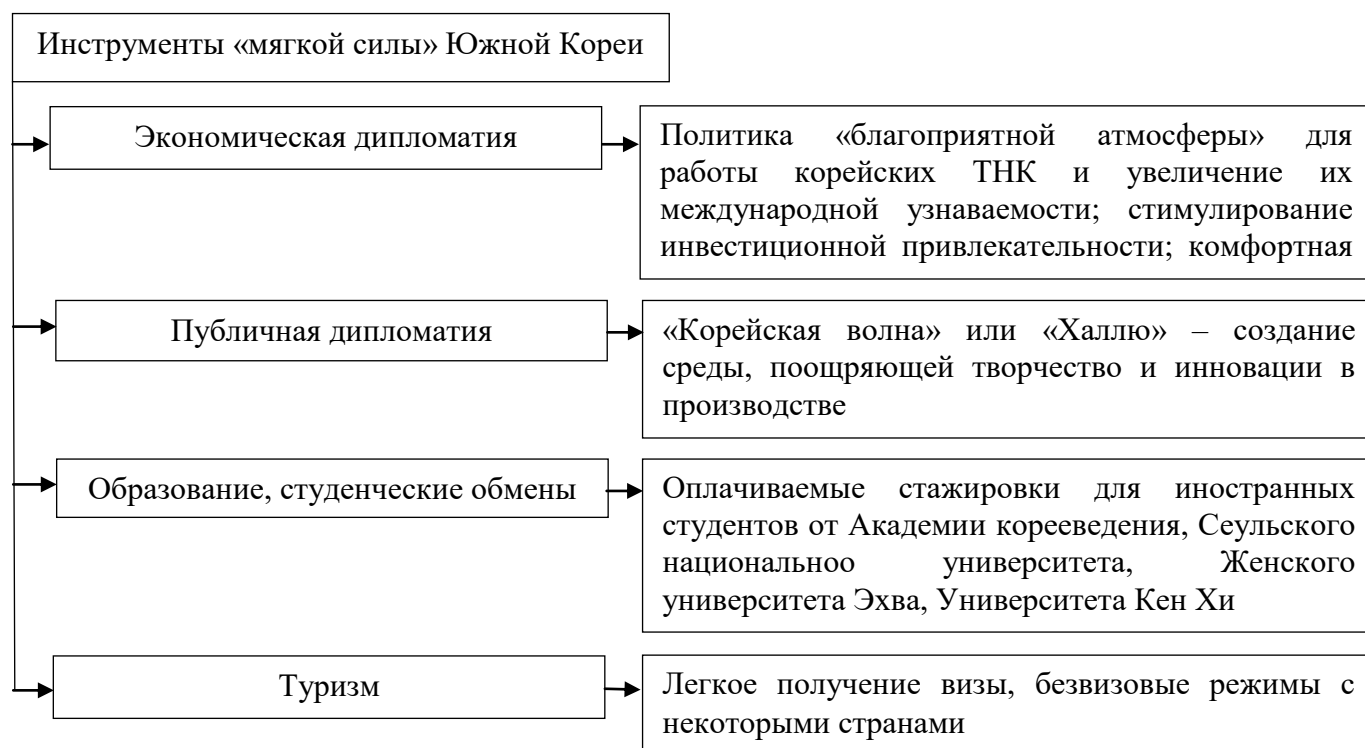


Рисунок 18 – Инструменты южно-корейской «мягкой силы» и способы их реализации [40; 48]

В настоящее время Южная Корея – это страна с развитой экономикой с высокими макроэкономическими показателями. Особенностью дискурса «мягкой силы» в Южной Корее является включение в «мягкие» ресурсы коммерческих

брендов: успешный международный экспорт корейской продукции превратил коммерческие бренды в аспект «мягкой силы» дипломатии Южной Кореи. Крупнейшие южнокорейские компании, такие как *Samsung*, *LG*, *Daewoo*, *Kia*, *Hyundai* производят широчайший ассортимент продукции: от моторов и турбин до смартфонов и других высокотехнологичных продуктов. Южнокорейские бренды – одни из самых узнаваемых в мире – ассоциируются с надёжностью, высоким качеством продукта и его относительной ценовой доступностью. В этом, определённо, есть заслуга государственной администрации, целенаправленно проводившей политику создания благоприятной атмосферы для работы чеболей (финансово-промышленные группы) и конкурентной среды [22, с. 60].

Один из наиболее важных факторов огромного успеха южнокорейских компаний также состоит в том, что транснациональные корпорации в своей деятельности придерживаются следующих основных принципов:

1 Как можно чаще обновлять номенклатуру выпускаемых изделий.

2 Выпускать на рынок товар, пользующийся наибольшим спросом покупателей в данный момент времени.

3 Инвестировать в НИОКР [3, с. 60].

В настоящее время 15 компаний, которые входят в список 500 крупнейших ТНК, осуществляющих около 90 % всех прямых иностранных инвестиций и около половины мировой торговли, базируются в Южной Корее. Компании *Samsung Electronics*, *LG*, *Hyundai Motor*, *SK*, *Korea Electric Power* и *Samsung Trading Co* входят в число 50-ти крупнейших корпораций Азии. ТНК Южной Кореи являются важным элементом региональной экономики АТР, за счет осуществления прямых иностранных инвестиций способствуют развитию экономики развивающихся стран региона и их модернизации, а также повышают внутрорегиональную конкуренцию, тем самым подталкивая другие страны АТР выпускать более качественную и высокотехнологичную продукцию, а также повышая инвестиционную привлекательность Южной Кореи [21, с. 126].

Комфортная бизнес-среда и инвестиционная привлекательность – один из основных ресурсов «мягкой силы», которым на данный момент пользуется

Республика при выстраивании внешнеэкономических отношений. Основу для создания необходимого экономического климата и привлекательного имиджа по-прежнему составляют крупнейшие ТНК Южной Кореи.

Публичная дипломатия является одним из трех дипломатических столпов «мягкой силы» Южной Кореи, наряду с политической и экономической мощью. Министерство иностранных дел официально определяет публичную дипломатию следующим образом – «дипломатическая деятельность посредством которой государство улучшает восприятие и доверие иностранных граждан к Республике Корея, местным органам власти и частному сектору» [32, с. 197]. Публичная дипломатия признает и преследует пять конкретных целей: распространение корейской культуры; углубление понимания Республики Корея; получение глобальной поддержки южнокорейской политики; укрепление потенциала публичной дипломатии; содействие государственно-частному партнерству [34, с. 47].

Построение и реализация публичной дипломатии позволяет эффективно капитализировать культурные ресурсы страны. За последние несколько лет Республика Корея приложила огромные усилия по налаживанию партнерских отношений и расширению сотрудничества во всех областях, так как публичная дипломатия воспринимается в качестве важного актива для укрепления национального имиджа Кореи и поднятия ее на лидирующие позиции в мире. Эти меры носят политический характер и стали своего рода «саморекламой». На уровне широкой общественности Корея все больше ориентируется на завоевание сердец своих граждан и международного сообщества путем активной презентации своих культурных продуктов. Растущая популярность корейской культуры кухни языка и образования стало известно по всему миру как «Халлю» (*Hallyu*) или «корейская волна» (*K-wave*).

Корейская волна – национальный бренд, связанный с распространением современной южнокорейской культуры по всему миру, которая сочетает в себе как восточную, так и западную культуры. Президент Ким Дэ Чжун в своей инаугурационной речи еще в 1998 г. подчеркнул, что все усилия должны быть

направлены на глобализацию корейской культуры в целом [48]. Это выступление стало директивным и можно предположить, что явление корейской волны – это реализация курса на «глобализацию корейской культуры».

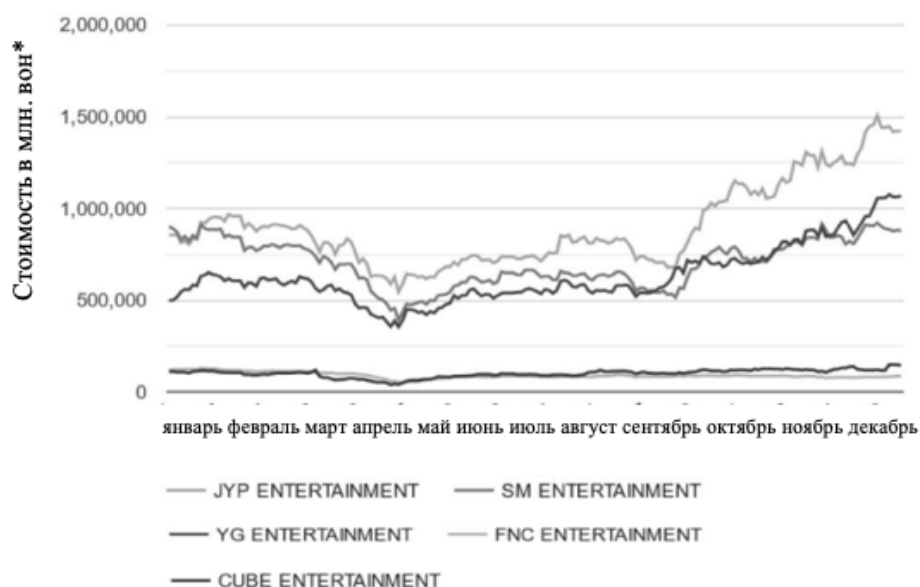
Существует несколько «корейских волн», которые отражают постепенное развитие и продвижение корейской культуры на мировую арену. «Халлю 2.0» заключалась в том, чтобы объединить современную и традиционную корейскую культуру для глобального продвижения этого вида культуры через музыкальную индустрию. «Халлю 3.0» был нацелен на распространение корейской традиционной культуры по всему миру и перестал ограничиваться только киноиндустрией и музыкой, а стал включать в себя все жанры корейской культуры. «Халлю 4.0» продвигает «К-стиль», характеризующийся массовой привлекательностью корейской культуры за рубежом.

Развитие «Халлю» напрямую связано с деятельностью правительства. Его поддержка оказывалась различными способами, в том числе с использованием дипломатических ресурсов и сетей, укреплением социальной солидарности с концепцией продвижения корейской культуры на международном уровне, созданием среды, поощряющей творчество и инновации в производстве, и оказанием помощи компаниям, желающим работать в этой области. Формально это началось с заседания кабинета министров в 2005 г., на котором правительство признало важность индустрии творческого контента и разработало план их систематической поддержки для поддержки всех секторов. С тех пор координация между агентствами и политиками расширилась и создала стимулы для сотрудничества с частным сектором.

Движущей силой корейской волны является музыкальная индустрия, представленная самыми разными корейскими компаниями. Правительство использует эту процветающую отрасль в качестве инструмента «мягкой силы», чтобы сделать ее политической фигурой на международной арене. Корейская музыка превратилась в популярную субкультуру среди людей во всем мире благодаря интересу к современным южнокорейским стилям. Статистика рыночной

стоимости корейских развлекательных компаний за 2021 г. представлена на рисунке 16.

Например, корейская группа «*Bangtan Sonyeondan*» (*BTS*), официально признана правительством в качестве послов культуры. В знак признания их статуса влиятельных людей, в 2018 г. *BTS* были приглашены в штаб-квартиру ООН в Нью Йорке для выступления в рамках глобальной партнерской программы ЮНИСЕФ. Участники группы изложили критические проблемы расизма гендерного и социального неравенства в своей речи. Помимо политического имиджа, это также важный двигатель роста национальной экономики с бесконечным потенциалом. Корейский контент – это не просто культурная сфера, это скорее мягкая, но сильная сила, которая повышает ценность и конкурентоспособность бренда Южной Кореи.



Примечание – * – 500 млн вон = 25 млн руб.

Рисунок 16 – Рыночная стоимость корейских развлекательных компаний в 2021 г. [34]

Широкому распространению корейской культуры на региональном, а затем и на международном уровне способствовали корейские телесериалы известные как К-драмы или дорамы. Они показывают исторический и современный образ жизни корейцев, а также такие элементы повседневной жизни, как еда, архитектура, корейский язык, этикет, социальные отношения в семье, между друзьями, на работе

и даже на политическом уровне, традиционные и религиозные обычаи, различные формы местных развлечений. Благодаря своей широкой популярности корейские телесериалы позволили больше узнать о культурных элементах страны [23, с. 189].

Популярность корейских сериалов и музыки привлекает к другим социокультурным составляющим. Многие корейские телешоу или дорамы показывают как происходят образовательные процессы в школах и университетах Республики Корея. Это привлекает многих иностранцев посетить корейские высшие учебные заведения, а иногда и начать учить корейский язык. Академия корееведения предлагает студентам со всего мира возможность пройти полностью оплачиваемую стажировку. Такие же программы предоставляют Сеульский национальный университет, Женский университет Эхва, Университет Кен Хи и др. Динамика количества иностранных студентов, обучающихся в Южной Корее представлена на рисунке 17.

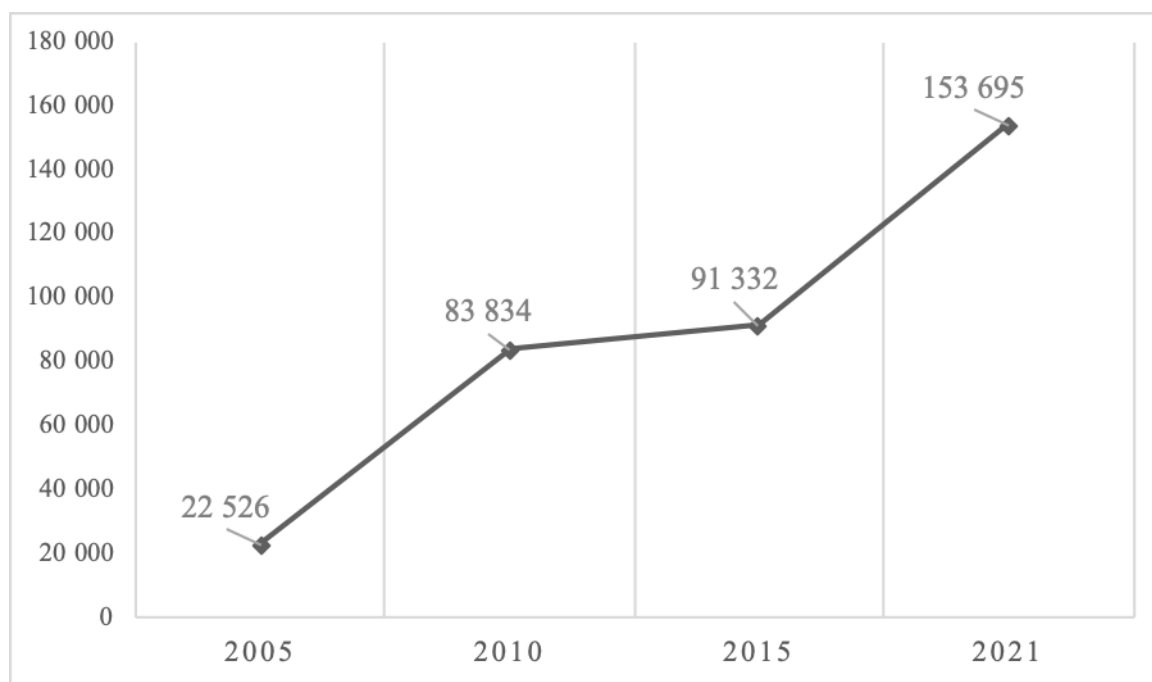


Рисунок 17 – Количество иностранных студентов, 2005–2021 гг. [36]

Как видно из рисунка 17, количество иностранных студентов продолжает расти с каждым годом. Причиной этого являются уже упомянутые гранты, высокий уровень безопасности в стране, помощь в трудоустройстве после университета, а

также само качество образования. В долгосрочной перспективе есть все основания полагать, что интеллектуальные ресурсы, накопленные корейскими образовательными программами, будут способствовать развитию творческой и перспективной молодежи. Это, в свою очередь, оказывает непосредственное влияние на дальнейшее укрепление экономики и развитие новых технологий.

В настоящее время наряду с обучением в университетах Республики Корея изучение корейского языка становится все более престижным и востребованным. Во многих странах существуют корейские культурные центры, где можно бесплатно изучать корейский язык. Более того, несколько университетов, например в России, предлагают возможность изучать корейский язык как иностранный. Эти меры привлекают все больше людей к изучению корейского языка, а затем и к знакомству с корейской культурой в целом.

Следующим заметным аспектом культурной экспансии Республики Корея является туризм. Туристический сектор Республики Корея процветает благодаря относительно легкой визовой поддержке и даже безвизовым режимам с некоторыми странами, мягкому климату, но самое главное привлекательному образу загадочной и высокоразвитой страны Востока, где технологии и традиции действуют сообща. Министерство иностранных дел и торговли занимается туризмом и визами в Республике Корея. Продвижению в телевизионном пространстве способствуют аккредитованные государством СМИ, такие как *Your Korea* и *Korea.net*. Нет никаких сомнений в том, что музыкальная индустрия и дорамы также играют важную роль, привлекая большое количество поклонников корейской культуры, посетить Южную Корею. Таким образом, можно предположить что практически все составляющие корейской «мягкой силы» взаимосвязаны.

Наконец, успешный опыт Южной Кореи в борьбе с *COVID-19* стал в наши дни своеобразным инструментом «мягкого» влияния. Находясь в непосредственной близости от вспышки вируса, Республика Корея эффективно контролирует его распространение по всей стране. По последним данным на 2022 г., число переболевших *COVID-19* составило 17 млн чел., тогда как количество прошедших вакцинацию – 45 из 52 млн чел. проживающих в стране [40, с. 280]. Это стало

возможным благодаря мерам правительства, а также ответственному подходу граждан. В процессе рассмотрения стратегий борьбы с распространением *COVID-19*, многие страны обращают свое внимание на методы Республики Корея. Всевозможная помощь в период самоизоляции иностранным гостям заслужила похвалу мирового сообщества, что в свою очередь стало одним из аспектов положительного имиджа Южной Кореи за рубежом в такое сложное для мира время. Более того, как отмечают некоторые наблюдатели, «мягкая сила» Южной Кореи может помочь ей создать такие дипломатические и многосторонние пространства, которые, вероятно, станут все более заметными в постпандемийном мире.

Таким образом, Южная Корея сумела создать национальную модель «мягкой силы», способную конкурировать с «мягкой силой» таких держав, как Япония, США, Великобритания. Наличие в стране корпораций, создающих высокотехнологичную продукцию, от смартфонов до машин, подняло южнокорейский бренд до небывалых высот. Внедряя современные технологии и инновации, Корея сумела сохранить традиционный колорит, культуру и обычаи. Усиление влияния корейской народной культуры и «мягкой силы», в частности, произошло благодаря феномену «корейская волна». Кроме того, данное явление оказало значительное влияние на экономику, положительно сказавшись на спросе на косметические и электронные товары, а также на увеличение доходов индустрии развлечений и туризма. Используя популярную культуру для усиления своей «мягкой силы» Южная Корея приобретает все больший международный вес без больших финансовых затрат на проекты «жесткой силы».

Заключение

Термин «мягкая сила» (*soft power*) впервые был использован американским политологом Дж. Наём в его книге под названием «Призвание к лидерству: меняющаяся природа Американской мощи». Мощь государства, как утверждает исследователь, разделяется на две составляющих: «жесткую силу» (*hard power*) и «мягкую силу» (*soft power*). Под «жесткой силой» подразумевается совокупная военная, экономическая и финансовая мощь, а «мягкая сила» характеризуется в основном политической идеологией, ценностями и культурой. В отличие от «жесткой силы», опирающейся на «кнут и пряник» военных и экономических рычагов влияния, «мягкая сила» опирается на привлечение оппонентов к идеалам, ценностям, культурным образцам. «Мягкую силу» можно также определить как воздействие влиянием.

Эвристическая ценность теоретической конструкции «мягкой силы» описана Дж. Наём через механизм действия «мягкой силы», который представляет собой выбор наиболее успешных ресурсов и их внедрение соответствующие политические инструменты. Выбранная стратегия применения ресурсов «мягкой силы» напрямую влияет на успех или неудачу проводимой политики. Ресурсы «мягкой силы» – это активы, «производящие привлекательность», накопление которых происходило в течение всего периода существования государства. Так, к основным ресурсам «мягкой силы» Дж. Най относит культурно-ценностную привлекательность, привлекательность национально-государственной экономической модели развития, привлекательность политической модели. Ресурсы «мягкой силы» реализуются через инструменты внешней политики, к которым можно отнести: глобальный маркетинг, экономическая дипломатия, политический пиар, информационные потоки, язык страны, публичная дипломатия, миграционная политика, образование, студенческие обмены, туризм, спорт, культурные обмены. Используя различные методы «мягкой силы» во внешней политике, государства создают неповторимый международный имидж.

Анализ «мягкой силы» стран Китая, Японии и Южной Кореи показал, что институциональные структуры, практическая реализация политики «мягкой силы» в этих странах имеют сходные черты, однако отличаются подходы к ее применению. Китайская «мягкая сила» характеризуется продвижением традиционной культуры и торгово-экономического сотрудничества. Китай использует свою «мягкую силу» для достижения конечной цели «омоложения нации» – превратить нацию в поистине глобальную державу, пользующуюся уважением со стороны остального мира. Тогда как, японская «мягкая сила» характеризуется использованием и традиционной культуры и достижениями современной поп-культуры, которые успешно капитализируются и помогают продвигать позитивный образ Японии. В свою очередь, Южная Корея сумела создать «мягкую силу» характеризующуюся высокотехнологичной направленностью и преобладанием поп-культуры во всех сферах.

Список использованных источников

- 1 Балацкий Е. В. Измерения власти по С. Льюксу // Мир России. Социология. Этнология. 2019. № 2. С. 172–187.
- 2 Бражникова И. Е. Политика «мягкой силы». Соотношение понятий «жёсткая и мягкая сила» // Актуальные научные исследования в современном мире. 2021. № 3. С. 167–170.
- 3 Ваулина М. В., Гайнуллина Е. Ю. «Корейская волна» как инструмент «мягкой силы» Южной Кореи // Вестник Забайкальского государственного университета. 2021. № 27. С. 55–64.
- 4 Габриелян А. История возникновения и развития концепции «мягкой силы»: применимость на евразийском пространстве. URL: <http://csef.ru/ru/politica-i-geopolitica/491/istoriya-vozniknoveniya-i-razvitiya-konczepczii-myagkoj-sily-primenimo-st-na-evrazijskom-prostranstve-6436> (дата обращения: 29.01.2022).
- 5 Герасимова А. Е. Образование как активный ресурс «мягкой силы» Китая в борьбе за мировое лидерство // Студенческий. 2021. № 20. С. 29–31.
- 6 Де Мартино М., Барнашов О. В. Историографический обзор некоторых критических подходов к концепции «мягкой силы» Дж. Ная // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2020. № 4. С. 41–50.
- 7 Доклад Ху Цзиньтао на 17-м Съезде КПК: «Стимулировать широкое развитие и процветание социалистической культуры». URL: http://russian.china.org.cn/china/archive/shiqida/200710/25/content_9120930_16.htm (дата обращения: 13.03.22).
- 8 Инь Ж., Бобыло А. М. СМИ как инструмент политики «мягкой силы» Китая и России в начале XXI в. М. : ООО «МАКС Пресс», 2021. 196 с.
- 9 Ищенко Р. Китай и США вышли на очередной виток торговой войны. 2019. URL: <https://newsua.ru/blogs/18261-kitaj-i-ssha-vyshli-na-ocherednoj-vitok-torgovoj-vojny> (дата обращения 13.03.2022).

- 10 Красина О. В. «Мягкая сила» как теоретическая конструкция и властная технология современной мировой политики: монография. М. : Издательство Современного гуманитарного университета, 2011. 139 с.
- 11 Леонова О. Г. Политика «умной силы» – продукт эволюции «мягкой силы» // Социально-гуманитарные знания. 2019. № 5. С. 25–31.
- 12 Мансур Д. Н. Отдельные механизмы «мягкой силы» в дипломатии России в последнее десятилетие // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2021. № 9 (78). С. 2649–2653.
- 13 Миронова В. Н. Экономический фактор «мягкой силы» государства: проблемы идентификации // Экономика. Налоги. Право. 2020. № 13 (6). С. 15–22.
- 14 Носирова С. А. Семасиология китайского термина 软实力 и дискурсивный анализ «мягкой силы» Китая // Modern oriental studies. № 2. 2019. С. 4–10.
- 15 Панова Е. П. «Мягкая власть» как способ воздействия в мировой политике. URL: https://mgimo.ru/files2/y01_2012/218299/autoref_panova.doc (дата обращения: 26.01.2022).
- 16 Парубочая Е. Ф., Пискунов Н. В. Общественная дипломатия как инструмент реализации российской «мягкой силы» // Вестник Волгоградского государственного университета. 2018. № 23 (6). С. 197–207.
- 17 Паршин П. Б. Проблематика «мягкой силы» во внешней политике России. М. : МГИМО МИД РФ, 2013. 38 с.
- 18 Песцов С. К., Бобыло А. М. «Мягкая сила» в мировой политике: проблема операционализации теоретического концепта // Вестник Томского государственного университета. История. 2015. № 2 (34). С. 108–114.
- 19 Попцов Д. А. «Мягкая сила» публичной дипломатии в контексте современных информационных коммуникаций // Вопросы управления. 2020. № 3. С. 20–30.

- 20 Рустамова Л. Р. Механизм действия и пределы использования концепции «мягкая сила» // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2018. № 1 (44). С. 145–154.
- 21 Ситалиева К. А. Влияние «Корейской волны» на экономику Южной Кореи // Казанский вестник молодых учёных. 2020. № 2. С. 124–129.
- 22 Степанова Л. Л. Влияние «корейской волны» на экономику и туризм Южной Кореи // Казанский вестник молодых учёных. 2020. № 2. С. 60–64.
- 23 Юн И. М. Противостояние на Корейском полуострове: специфика использования «мягкой силы» // Дневник Алтайской школы политических исследований. 2018. № 34. С. 189–192.
- 24 Akhtar M. New Dimension of Japan's Public Diplomacy 2019. South Asia Journal. URL: <http://southasiajournal.net/new-dimension-of-japans-public-diplomacy/> (дата обращения: 24.04.2022).
- 25 Albert E. China's big bet on soft power. Council on Foreign Relations. URL: <https://www.cfr.org/backgrounder/chinas-big-bet-soft-power> (дата обращения: 5.03.2022).
- 26 Bhuiyan M. Z. The image of Japanese Soft Power. 2020 // University of Creative Technology. 2020. № 10. P. 1–8.
- 27 Brand Finance. Global Soft Power Index 2022. URL: https://brandirectory-live-public.s3.eu-west-2.amazonaws.com/reports_free/brand-finance-soft-power-in-dex-2022.pdf (дата обращения: 16.02.2022).
- 28 Carminati D. The state of China's soft power in 2020. URL: <https://www.e-ir.info/2020/07/03/the-state-of-chinas-soft-power-in-2020/> (дата обращения: 11.03.2022).
- 29 China's international image remains broadly negative as views of the U.S. rebound. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2021/06/30/chinas-international-image-remains-broadly-negative-as-views-of-the-u-s-rebound/> (дата обращения: 13.03.2022).
- 30 Devlin K. 5 charts on global views of China. Pew Research. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/10/19/5-charts-on-global-views-of-china/> (дата обращения: 12.03.2022).

- 31 Fadeeva A. Means of mass communication as a tool for cultural media product export: a case of South Korea // *Information Age*. 2020. № 4. P. 31–50.
- 32 Fitria V., Razin, M. Z. Analyzing the practice of South Korea's public diplomacy in Indonesia: An approach with communication pyramid of public diplomacy // *Journal of Social Studies (JSS)*. 2021. № 2. P. 197–220.
- 33 Fuchs A. The motives of China's foreign aid. Arkansas: Edward Elgar Publishing. Handbook on the international political economy of China, 2019. 480 p.
- 34 Gnedash I. A., Khaimina A. D., Ivanov N. S. The Korean wave as a tool of South Korea's soft power in 1990–2020 // *Theories and problems of political science*. 2021. № 2. P. 44–55.
- 35 Gomelauri A. S. Methods for measuring «soft power»: comparative analysis of ratings // Saint-Petersburg State University. 2020. № 4(32). P. 154–161.
- 36 Korea. National Institute for International Education (NIIED). URL: <http://www.niied.go.kr/eng/main.do> (дата обращения 19.03.2022).
- 37 Korean wave as tool for Korea's new cultural diplomacy. URL: https://www.scirp.org/pdf/aasoci20120300004_59668127.pdf (дата обращения 01.04.2022).
- 38 Kussainova A. M. Effective tools of «soft power» in the implementation of China's foreign policy // L. N. Gumilyov Eurasian National University. 2020. № 1. P. 154–161.
- 39 Leonova O. G. Soft power as a state's foreign policy resource. URL: https://www.sociostudies.org/almanac/articles/soft_power_as_a_states_foreign_policy_resource_/ (дата обращения: 21.02.2022).
- 40 Matosian A. E. The key components of South Korea's soft power: challenges and trends // *RUDN Journal of Political Science*. 2021. № 2. P. 279–286.
- 41 Mirza M. N., Abbas H., Nizamani M. Q. Evaluating China's soft power discourse: assumptions, strategies, and objectives // *Global strategic and security studies review*. 2020. № 5 (4). P. 40–50.
- 42 Nye J. Bound to lead: the changing nature of American power. Basic Books, 1990. 336 p.

- 43 Nye J. Soft power: the means to success in world politics. New York : Public Affairs, 2004. 191 p.
- 44 Nye J. The Future of power. New York : Public Affairs, 2010. 320 p.
- 45 Nye J. The war on soft power. URL: <http://foreignpolicy.com/2011/04/12/the-war-on-soft-power/> (дата обращения: 25.01.2022).
- 46 Project «Cool Japan». URL: <https://www.cj-fund.co.jp/en/about/scheme.html> дата обращения: 22.04.2022).
- 47 Roca Y. B. Origin of the sun: Japanese soft power and public diplomacy evaluated // Ritsumeikan University. 2021. № 21. P. 96–120.
- 48 Siregar M. Instrument of soft power that are used by South Korea // Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. 2021. № 4.
- 49 Soft Power Today: measuring the influences and effects. British Council. The University of Edinburgh. URL: https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/3418_bc_edinburgh_university_soft_power_report_03b.pdf (дата обращения: 20.02.2022).
- 50 The Soft Power 30. Portland, 2022. URL: https://portland-communications.com/pdf/The-Soft-Power_30.pdf (дата обращения: 28.02.2022).
- 51 Wagner N. E. J. P. The effectiveness of soft and hard power in contemporary international relations. URL: <https://www.e-ir.info/2014/05/14/the-effectiveness-of-soft-hard-power-in-contemporary-international-relations/> (дата обращения: 11.02.2022).

Приложение А

Характеристика понятий «жесткой» и «мягкой силы»

Таблица А. 1 – Сравнительная характеристика «жесткой» и «мягкой» сил в международных отношениях [17, с. 14]

«Жесткая сила»	«Мягкая сила»
Способность изменять позицию других людей силой или побуждением.	Способность изменять предпочтения других людей, привлекая их
Военная и экономическая сила.	Культурная сила.
Принуждение, (физическая) сила.	Привлечение, влияние.
Абсолютна.	Относительна, зависима от контекста.
Ощутима, легко измеряется, предсказуема до определенной степени.	Неощутима, трудно поддается измерению, непредсказуема.
Специфицированный источник.	Неспецифицированные, множественные источники.
Контролируется государством или какими-либо организациями.	В основном реализуется негосударственными акторами, трудно поддается контролю.
Внешняя, действие, толчок.	Внутренняя, реакция/ответ, притяжение.
Воздействие прямое, кратковременное, эффект немедленный.	Воздействие не прямое, долговременное, эффект отложенный.
Выражается во внешней политике.	Коммуницируется посредством странового брендинга

Приложение Б

Системы учреждений «мягкой силы» государств Восточной Азии

Таблица Б. 1 – Характеристика китайской системы учреждений «мягкой силы» [25]

Учреждение	Характеристика
Департамент публичности (<i>The Publicity Department of the Communist Party of China</i>) Ранее назывался Отделом пропаганды ЦК КПК.	«Прямое руководство» в системе контроля СМИ, работает с такими организациями как Государственное управление радио, кино и телевидения и Главное управление печати и публикаций. Основная задача – контролировать лицензирование средств массовой информации и давать им инструкции.
Информационное бюро Госсвета КНР (SCIO)	Отвечает за разработку планов государственной дипломатии и руководящих принципов, а также мониторинг зарубежных СМИ.
Министерство иностранных дел Китая (MFA)	Реализовывает стратегии созданные Департаментом публичности и Информационным бюро Госсвета КНР. В его ведомстве находится Международный пресс- центр.
Министерство образования КНР	Занимается развитием Институтов Конфуция, а также PLA (народно-освободительная армия Китая).
Лидеры Китая	Генеральный секретарь, премьер-министр практикуют контакты с «обычными людьми» во время зарубежных визитов.
Китайская народная ассоциация дружбы с зарубежными странами (CPAFFC) и Институт Иностранных дел (IFA)	Занимаются межличностными отношениями (<i>people-to-people diplomacy</i>) и организацией студентов, блогеров, иностранцев. Они принимают участие в неофициальных международных диалогах, укрепляя взаимопонимание между народами. Организации не являются полностью независимыми.

Таблица Б. 2 – Характеристика японской системы учреждений «мягкой силы» [47]

Учреждение	Характеристика
МИД Японии (включает в себя Департамент общественной дипломатии, созданный в августе 2004 г.)	Определяет политику и направление «мягкой силы» Японии. Служащие посольств и консульств Японии берут на себя ответственность в вопросах прессы и культуры. В некоторых крупных посольствах и консульствах существуют японские образовательные и культурные центры.
Японский фонд (<i>Japan Foundation</i>)	Реализует стратегию «мягкой силы», созданную МИДом Японии, и собственные проекты, несогласованные с МИДом, в различных странах.
Министерство науки и образования и Агентство по делам культуры	Принимают активное участие в проведении программ международного и культурного обмена.
Частные корпорации, коммерческие компании	Цель корпораций – извлечение прибыли, однако они неосознанно увеличивают «мягкую силу» Японии.
Университеты, научные центры, НКО	Занимаются привлечением студентов, исследователей и специалистов со всего мира и поддерживают первоклассный имидж японской сферы науки и технологий.
Лидеры Японии	Укрепление международных контактов и имиджа страны.

Таблица Б.3 – Характеристика системы учреждений «мягкой силы» Южной Кореи [31; 36]

Учреждение	Характеристика
Министерство иностранных дел и торговли Кореи (<i>MOFAT</i>)	Разрабатывает стратегию внешней политики Южной Кореи. Занимается решением вопросов внешней торговли и вопросов, связанных гражданами Кореи за рубежом.
Министерство культуры, спорта и туризма	Занимается культурными обменами, организацией и проведением международных спортивных мероприятий.
Корейский фонд (<i>Korean Foundation</i>)	Реализует программы общественного диалога с выдающимися зарубежными деятелями, специалистами, чья деятельность связана с Кореей. Фонд стремится создавать сети человеческих ресурсов (<i>human resource networks</i>), укреплять международную дружбу. Фонд организует многочисленные международные форумы, поддерживает мозговые центры (<i>think-tanks</i>) за рубежом, а также научно-исследовательские проекты, конференции и публикации международных организаций.
Форум публичной дипломатии Кореи (<i>KPDF</i>)	Форум периодически организует круглые столы и семинары, проводит опросы, запускает исследовательские проекты, вырабатывает рекомендации, направленные на повышение эффективности публичной дипломатии.
Корейское агентство по международному сотрудничеству (<i>KOICA</i>).	Работает над повышением эффективности программ <i>ODA</i> (официальной помощи в целях развития) по предоставлению помощи развивающимся странам (безвозмездная помощь и технологическое сотрудничество).
Фонд зарубежных корейцев	Программа по работе с соотечественниками (с 7,5 млн корейцев, проживающих за рубежом).
<i>The Korea Culture & Contents Agency</i> (<i>Косса</i>)	Агентство предоставляет ссуды небольшим компаниям, производящим культурные продукты, такие как телешоу, фильмы, игры и мультсериалы.
Президентский комитет по национальному брендингу	Продвижение глобального имиджа Кореи и корректировка представлений о Корее, ее культуре, ее продуктах и ее людях. Поддержка корейских предприятий и граждан за рубежом через правительственные стратегии и политику.