

indicates the importance of the PR-discourse' expansion in various fields of foreign policy.

Литература:

1. Най Дж. «Мягкая» сила и американско-европейские отношения // Свободная мысль – XXI. 2004. № 10; Его же: Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике. – М.: ФСПИ «Тренды», 2006 и др.
2. Бордюгов Г.А. «Войны памяти» на постсоветском пространстве / Предисловие Алана Касаева. – М.: АИРО-XXI, 2011.
3. Най Дж. «Мягкая» сила и американско-европейские отношения // Свободная мысль – XXI. 2004. № 10. С. 34, 35.
4. Там же. С. 36.
5. Там же.
6. Там же. С. 38–39.
7. Chong Alan. Foreign Policy in Global Information Space: Actualizing Soft Power. New York: Palgrave Macmillan, 2007.; Melissen Jan, ed., The New Public Diplomacy: Soft power in International Relations. New York: Palgrave Macmillan, 2007.
8. Русакова О.Ф. Специфика дискурса межгосударственной коммуникации в рамках ШОС: Россия-Китай // Проблемы международного сотрудничества в рамках ШОС. Доклады II Международной конференции 28–30 сентября 2011 г. Екатеринбург, Россия: УрО РАН, 2011.
9. Yasuhi Watanabe and David L. McConnell, eds., Soft Power Superpowers: Cultural and National Assets of Japan and United States (Armonk, NY: M.E. Sharpe, 2008).
10. Holik Gregory G. Paper Tiger? Chinese Soft power in East Asia // Political Science Quarterly. Volume 126. Number 2. Summer 2011. Pp. 223–254; Holl Todd. An Unclear Attraction: A Critical Examination of Soft Power as an Analytical Category // The Chinese Journal of International Politics, Vol. 3, 2010, 189–211; Soft Power and Diplomacy in East Asia / eds. Melissen Jan and Sook-Jong Lee. New York: Palgrave Macmillan, 2011; Ding Sheng, The Dragon's Hidden Wings: How China Rises with Its Soft Power, Challenges Facing Chinese Political Development. – Lanham: Lexington Books, 2008; Kurlantzick Joshua. Charm Offensive: How China's Soft Power is Transforming the World. New, CT: Yale University Press, 2007.
11. Цзайци Лю. «Мягкая сила» в стратегии развития Китая // Полис. 2009. № 4. С. 150.
12. Там же. С. 151.
13. Там же. С. 154.
14. Holik Gregory G. Paper Tiger? Chinese Soft power in East Asia // Political Science Quarterly. Volume 126. Number 2. Summer 2011. P. 232–241.
15. Holl Todd. An Unclear Attraction: A Critical Examination of Soft Power as an Analytical Category // The Chinese Journal of International Politics, Vol. 3, 2010, Pp. 208–211.
16. Lee Geun. A theory of soft power and Korea's soft power strategy // Korean Journal of Defence Analysis. Vol. 21, № 2, June, 2009. P. 207–208.
17. Ibid. Pp. 209–210.
18. Ibid. P. 213.
19. Whitney Christopher and Shambaugh M. David. Soft Power in Asia: Results of a 2008 Multinational Survey of Public Opinion (The Chicago Council on Global Affairs, 2008).
20. Holik Gregory G. Paper Tiger? Chinese Soft power in East Asia // Political Science Quarterly. Volume 126. Number 2. Summer 2011. P. 231.
21. Holik Gregory G. Paper Tiger? Chinese Soft power in East Asia // Political Science Quarterly. Volume 126. Number 2. Summer 2011. P. 228.
22. Габуев Александр, Тарасенко Павел. Пярова победа // Коммерсантъ ВЛАСТЬ. 9 апреля 2012.

Романова К.С.

SOFT POWER (МЯГКАЯ ВЛАСТЬ) ДЕНЕГ



**Романова
Кира Степановна**

кандидат философских наук, доцент, старший научный сотрудник Института философии и права УрО РАН, член-корреспондент МАДИ

«Мягенькие лапки, а в лапках –
цап-царапки»
(Загадка)

В современном мире власть вещей, техники изменяет духовный мир человека, ставит его в зависимость от безличного начала. В условиях современного экономического и политического кризиса исследовательский интерес все больше вызывают вопросы власти и денег, власти денег, и их соотношения. Вместе с тем, проблема взаимосвязи денег и власти, несмотря на свою широ-

кую дискурсивность, представляется нам недостаточно изученной, что повышает ее актуальность.

Власть – в самом широком смысле – это способность влияния на поведение людей в желаемом направлении. Твердая власть основывается на наборе соблазнов («пряников»), или угроз и принуждений («кнута»). Мягкая власть основывается не на силе и принуждении, а на способности устанавливать предпочтения соблазнов. Мягкая власть денег основывается на таких социальных человеческих отношениях как зависимость, приоритетность, привлекательность, напряженность (страстность).

Твердая власть (политическая, экономическая и правовая) и мягкая власть денег взаимосвязаны. Твердая и мягкая власть, взаимодействуя между собой, могут усиливать друг друга, а могут ослаблять (оппозиционное противостояние). Различие между ними коренится в природе поведения и использовании ресурсов. Деньги сродни магии, они сами магия, так как могут обеспечивать их обладателю власть и всеисилие. За деньги можно купить все. Ресурсом мягкой власти денег являются ценности, которые и создают подобную привлекательность.

Вся власть зависит от контекста – определенных исторических условий и обстоятельств. Однако мягкая власть денег больше, чем твердая политическая, зависит от существования интерпретаторов желаний и получателей. Для мягкой власти денег в информационную эпоху, важным ресурсом являются многочисленные каналы коммуникаций, культурные обычаи, а также новые идеи, которые становятся массовыми нормами, а также степень взаимного доверия. Примером тому могут служить непотопляемые «пирамиды МММ», участие в которых миллионов людей определяется не только жадной наживы, но и доверием репутации средств массовой информации (кстати, определяемых как четвертый вид власти), основанной на культурных обычаях прошлого времени.

Исторически деньги в человеческом обществе возникли как эквивалент труда и были буквально весомы, так как монеты имели определенную физическую массу, зависимую от их значимости. Огромное значение денег установилось в рыночной экономике. Именно при этой экономике, с одной стороны деньги капитализируются

(то есть происходит процесс их накопления), а, с другой стороны, происходит процесс отчуждения денег, который позволяют отодвинуть во времени использование результатов труда или любой коммерческой операции. Деньги в этих условиях сами становятся товаром, причем обладающим самой высокой степенью ликвидности, то есть в любой момент могут быть использованы для обмена на любой товар или услугу.

Сущность денег проявляется в их функциях: мера стоимости, средство обращения, средство накопления, средство платежа, мировые деньги. Каждая функция составляет органическое единство вместе со всеми, превращая деньги из экономического инструмента в некую демоническую силу. Этот процесс отражается и в исторических формах изменения денег.

Появление бумажных денег было первым проявлением демонетизации [1]. Денежные знаки стали заменять реальную стоимость металла. Дальнейшая диверсификация денег множит их виды: чеки, кредитные карточки, дебетные карточки, и так называемые электронные деньги. Появление электронных денег в денежном обращении – это процесс дестафации денег, то есть исчезновение вещественных средств обращения платежа (только виртуальное). Такие формы существования денег становятся недоступными для неграмотного или полуграмотного народа в отдельно взятой стране или в мировом масштабе и являются объектом манипулирования и злоупотреблений со стороны финансовых воротил. Коррупция в этих условиях это непреложная данность, которая использует взятки, откаты, распилы и т. д., как технологические приемы управления денежными потоками. Желание обогащаться подобно наркомании – втянувшиеся в него никак не могут остановиться. Делать деньги из денег становится принципом и образом жизни, неистребимой привычкой. Желание обладать деньгами начинает владеть всем человеческим естеством, его помыслами и поступками.

Убеждения, касающиеся отношения к деньгам, к способам их получения, к богатству и бедности, как правило формируются на протяжении нескольких поколений, передаются в качестве семейных посланий и сценариев и становятся неосознанными регуляторами экономического поведения [4]. Сегодня в России в связи с изме-

нением общественного строя объективно произошел разрыв между поколениями как носителями разного социального и экономического опыта.

Каждое историческое время и образ жизни вырабатывает свои определенные социально психологические черты характера личности и отношения к деньгам. Как отмечает Д. Неведимов: «В старой иерархии конкретный человек как личность и его место были единым целым, В новой иерархии свойство власти отделилось от человека и стало независимым. Иерархия личностей была заменена иерархией владельцев собственности, а в итоге – безличной иерархией собственности. Вместе с этим отделением исчезли и качества личности – смелость, преданность, просвещенность. Они стали не только не нужны, но и мешающими единственной цели накоплению денег как символа и инструмента власти» [3].

Денежная иерархия стала единой, абсолютной и универсальной, она стремится распространиться на все существующее в мире.

Власть денег это универсальная власть, которая может подменить любую другую власть. При этом власть денег – это обычно скрытая власть. Эта скрытость жестко охраняется законами о коммерческой тайне, банковской и прочих тайнах. Безграничная власть денег, собственности, религиозных и политических мифов порождает фетишистское, отчужденное сознание. Культурные ценности и идеалы, задуманные их творцами как средства преобразования природы и человеческого усовершенствования в обществе, где господствует капитал, утрачивают свою истинность, становятся орудиями насилия, уничтожения самого человека, формируя у него подчинение в виде зависимости от «власти» вещей – денег, алкоголя наркотиков и др. [5].

Как пишет О.С. Дейнека в научном мышлении и в обыденном сознании соотношения понятий «экономика» и «бизнес» различаются в зависимости от хозяйственной идеологии и экономического мировоззрения исследователя. Рыночно–либеральный подход и установки экономо-центризма (доминирование материальных ценностей над духовно-творческими ценностями и идеалами) способствуют абсолютизации роли рынка и сведение практически всей экономики к бизнесу. Тем не менее, понятия «экономика» и «бизнес» различаются по объему и содержа-

нию, они подразумевают несколько отличные смыслы и сущности. Экономика определяется как совокупность отношений по поводу производства, распределения, обмена, потребления материальных благ и услуг в условиях конкретного общественного строя и конкретного государства, а также как хозяйство региона, государства или его части. Главная цель экономики – служение жизни. Бизнес же есть любая организованная законная деятельность, регулируемая национальным законодательством и международными соглашениями, главной целью которой является получение прибыли.

В обыденном сознании синонимом бизнеса является «предпринимательство», а экономика семантически близка к понятию «экономическая политика». Субъектом бизнеса выступает часть общества – предприниматель, а субъектом экономики все общество и государство. Различны цели и основные функции бизнеса и государства. У бизнеса доминирует над другими личный интерес, где ведущий мотив – прибыль, а экономика призвана обслуживать социальный интерес, воплощая цели общества в целом, где мотивом выступает социальное благополучие. Для стран, где сильно влияние римского права, характерно признание важности государства, его позитивной и доминирующей роли. Россия здесь не исключение [2]. Легализация предпринимательской деятельности в России обоснована законом РСФСР «О предприятиях и предпринимательской деятельности» от 25 декабря 1990 года. В этом законе предпринимательство определяется как «инициативная, самостоятельная деятельность граждан и их объединений, осуществляемая на свой страх и риск, под имущественную ответственность, и направленную на получение прибыли». В реформируемой России предпринимательство (в классическом, западном понимании) приживается трудно, не служит быстрому формированию среднего класса как основы благосостояния общества, а ассоциируется, скорее, с криминалом. Это связано с тем, что бурное развитие изначального предпринимательства состоялось в торговле на основе спекуляций (которые до этого преследовались как уголовно-наказуемые деяния) и рэкета. Этот процесс способствует резкому расслоению населения по уровням дохода. По данным ряда исследователей [6], [7] предпринимательством

в любом обществе могут заниматься люди, обладающие определенным набором врожденных психологических качеств, обеспечивающих успех в данном виде деятельности и в количественном выражении они составляют примерно около 11% населения. Остальной же части населения приходится заниматься другими видами деятельности, так как в предпринимательстве они будут неуспешны. И это замечательно, что большая часть человеческого общества к деньгам относится адекватно, так как этого достоин универсальный инструмент экономики, определяющий трудовую стоимость, но при этом способный обернуться чем угодно. Большая часть любого общества все же занимается созидательным трудом, включая и духовное созидание самого человека, и деньги есть не только инструмент экономики, но и создания гармонии с окружающим миром.

Литература:

1. Войтов А.Г. Деньги: уч. пособие М., 2002. – 217 с.
2. Дейнека О.С. Противоречия и перспективы ресурсного подхода в экономической психологии с 66–96 // Проблемы экономической психологии. Том 2. / Отв. ред. А.Л. Журавлев, А.Б. Купреченко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. – 644 с.
3. Неvedимов Д. Религия денег или Лекарство от Рыночной Экономике. [Электронная книга]. С. 167. URL: http://iesoq_947server_27_backup_4-com/area_001/self0020/120207_nevedimov.rar.
4. Романова К.С. Дискурс власти и денег // Социум и власть.– 2011.– № 3 (31). – С. 48–52.
5. Романова К.С. Психологический дискурс власти и властных отношений / Власть и властные отношения в современном мире // Материалы международной научно-практической конференции Гуманитарного Университета 30–31 марта 2006 года. Екатеринбург, С. 455–460.
6. См. Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы, собственности и культуры. М., 1991.
7. См. Завьялов Е.К., Посохова С.Т. Психология предпринимательства. СПб., 1997.

Долгих Дарья, Маркелова Анна

ГЕОПОЛИТИКА И МЯГКАЯ СИЛА: ЯПОНСКАЯ КУЛЬТУРНАЯ ДИПЛОМАТИЯ В АЗИИ

(РЕФЕРАТ СТАТЬИ Н.К. ОТМАЗГИН)

Долгих Дарья,
Маркелова Анна

студенты департамента политологии
и социологии
УрФУ им. первого Президента России Б.Н. Ельцина

Nissim Kadosh Otmazgin. Geopolitics and Soft Power: Japan's Cultural Policy and Cultural Diplomacy in Asia // Asia-Pacific Review, Vol. 19, No. 1, 2012.

Культурная политика Японии и культурная дипломатия в Азии существенно менялись за последние сто лет: от активного внедрения и введения японской культуры в период создания империи к уходу от продвижения японской культуры в Азии в течение большей части послевоенного периода из-за опасений, что это будет расценено как культурный империализм, а позже к поддержке

и одобрению экспорта современной японской культуры и образа жизни для достижения мягкой силы. Глядя на колебания в культурной политике Японии в течение трех этих периодов, мы можем понять, каким образом Япония использовала культурную политику для достижения своих геополитических целей, а также, какую роль играет «культура» в контексте отношений Японии со своими азиатскими соседями. В более широком смысле, японский опыт демонстрирует, что культурная политика, даже тогда, когда направлена вовнутрь, не изолирована от геополитического положения страны и ее амбиций в мире, независимо от политической системы, при которой она существует.

В статье дается анализ политики японского правительства по продвижению своей культуры в Азии. Автор сосредотачивает внимание на трех основных периодах: до и во время войны в Азиатско-Тихоокеанском регионе, в послево-