

ЯПОНИЯ КАК МИРОВОЙ ЛИДЕР ПРОДВИЖЕНИЯ SOFT POWER

Кочнева Елена Дмитриевна,

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина,
Институт социально-политических наук,
магистрант,
г. Екатеринбург, Россия,
E-Mail: lestognij@yandex.ru

Аннотация

Япония – мировой лидер в продвижении «мягкой силы». Япония как страна, отказавшаяся от применения военной силы в решении международных споров, а также редко прибегающая к экономическим методам принуждения (санкциям), естественным образом опирается на мягкую силу. Потенциал ее мягкой силы включает в себя традиционную и современную культуру, модель ведения бизнеса, инновации и другие аспекты. Важным инструментом проецирования мягкой силы является культурная и публичная дипломатия, которые имеют особое значение для понимания политики мягкой силы Японии.

Ключевые слова:

мягкая сила, японская культура, культурная дипломатия, привлекательный образ, национальная идентичность.

«Мягкая сила» имеет в Японии давние традиции. Японское государство оказалось на мировой политической арене в середине XIX века в результате насильственного «открытия» миру со стороны Соединенных Штатов Америки. Япония, вынужденная заключить ряд неравноправных договоров с западными державами, поставила перед собой цель войти на равных в мировое сообщество. Для достижения этой цели ею был взят курс на модернизацию под идеологическим лозунгом вагон-ёсай («японский дух – западная техника»). Речь шла о заимствовании и использовании на японской почве знаний, выработанных на Западе, при сохранении традиционного для японцев образа мышления и мировосприятия. Активизируя контакты с западными державами, Япония использовала средства, которые можно с полным основанием назвать ресурсами «мягкой силы», а именно – поистине уникальные культуру, язык и традиции [14].

Так, по версии английского журнала «Монокль», оценившего «мягкую силу» государств, в 2013 году Япония занимала 5 место, а в 2012 году – 6 место. И, тем не менее, несмотря

на впечатляющие успехи Японии в области продвижения массовой культуры, Японии пока еще не удастся достичь уровня США по силе своего «мягкого» воздействия на другие государства [4].

Немногим более 20 лет назад известный американский политолог Джозеф Най выдвинул весьма популярную в наши дни концепцию «мягкой силы», опирающуюся на три основных ресурса – культуру, политические ценности и внешнюю политику. По мнению Дж. Най, высказанному им в статье «Эффект мягкой силы», в XXI в. мир может претерпеть два типа изменений. Первый – это «перемещение силы» – изменение соотношения сил между государствами, а конкретнее – «переход влияния от Запада к Востоку». Второй тип – «рассеивание силы», что означает «переход силы, будь то на Западе или на Востоке, от государств к негосударственным институтам» [13]. При этом, конкретизируя процесс перемещения силы от Запада к Востоку, американский политолог предсказывает «подъем Азии», выделяя, в первую очередь, большие потенциальные ресурсы «мягкой силы» Японии.

В частности, Дж. Най приводит следующие показатели успехов Японии с точки зрения

ваемого «мягкого» измерения: 1-е место в мире по оказанию помощи развивающимся странам и одно из лидирующих мест по количеству зарегистрированных патентов. 2-е – по продажам книг и музыки, 3-е – по затратам на научные исследования и т. д.

Economic soft power of Japan

Япония является ведущим лидером в области автомобилестроения. В этой стране этот сегмент рынка разделяется среди 11 компаний, но основная доля находится в пяти фирмах. Опросы, проведенные американской ассоциацией J.D. Power and Associates среди 37 тысяч владельцев машин различных марок показали, что самыми надежными трёхлетними автомобилями в США, как и год назад, являются Lexus [2] (см. таблицу 1).

Таблица 1 – Рейтинг самых надежных автомобилей 2013

| Место | Марка автомобиля |
|---------|------------------|
| 1 место | Lexus |
| 2 место | Toyota |
| 3 место | Honda |
| 4 место | Audi |
| 5 место | Mazda |
| 6 место | BMW, Mercedes |
| 7 место | Volvo |

Стоит отметить, приоритетные места в рейтинге занимают японские марки автомобилей – крупнейшие корпорации мирового уровня создают выигранный образ Японии в глазах мира, не говоря уже о его главной отличительной черте, особенно актуальной в развивающемся мире. Это – успешный опыт модернизации страны, достигшей высочайшего уровня экономического развития, сопоставимого с американским и европейским, без ущерба для самобытной японской культуры.

Вопросы гуманитарного реагирования на неполитические кризисы (природные бедствия, техногенные катастрофы, пандемии и пр.) являются составной частью мягкой силы. Так, Европейский союз и Япония будут способствовать обеспечению международной гуманитарной помощи для сирийского населения, в том числе

в неподконтрольных правительству районах. В опубликованном заявлении по итогам состоявшегося в Брюсселе 22-го саммита ЕС-Япония выражена «серьезная озабоченность ухудшением гуманитарной ситуации в Сирии и соседних странах, недопустимым уровнем насилия» [3]. Также Правительство Японии намерено предоставить 83,4 миллиона долларов гуманитарной помощи для стабилизации ситуации в африканском регионе Сахель [6].

Human capital soft power of Japan

Особое внимание японское правительство уделяет образовательным программам, направленным как на молодежь, так и на специалистов. Действуют англоязычные программы для студентов, стажеров-исследователей, стажировки для преподавателей, программа «молодые лидеры», предназначенная для государственных служащих, работников в сфере здравоохранения, промышленных кругов, юриспруденции и т. д., подающих надежды в качестве будущих лидеров азиатских стран, программы магистратуры в японских вузах.

Одновременно развиваются межуниверситетские связи. Например, японские университеты Хосэй, Васэда, Цукуба и другие реализуют программы студенческих обменов с ведущими учебными заведениями региона. В университете Цукуба с сентября 2006 г. действует Международный Центр Средней Азии, где занимаются совместными исследованиями и разработками в области преподавания.

Запуск диалога «Центральная Азия плюс Япония» в 2004 г. способствовал формированию единого подхода к культурному взаимодействию со странами региона. Во-первых, культурные и гуманитарные обмены выделены в самостоятельное направление. Во-вторых, Правительство Японии планирует принять в течение 3 лет 1000 стажеров из Центральной Азии. Используя образовательные программы, Токио работает с молодежью из центральноазиатских стран, формирует новое поколение политической и деловой элиты, знакомое со Страной восходящего солнца, готовое и желающее с ней сотрудничать.

Представляется, что и запуск Интеллектуального диалога в рамках инициа-

тивы «Центральная Азия плюс Япония» можно рассматривать как одно из проявлений политики мягкой силы. С помощью этого диалога Япония вовлекает в работу экспертов, то есть лиц, имеющих влияние на формирование общественного мнения. Таким образом, сочетая работу с молодежью и диалог с представителями элиты, Токио укрепляет мягкую силу в регионе [7].

Активная целенаправленная деятельность Японии по распространению и пропаганде японского языка за рубежом, ставшая долгосрочной целью ее внешней политики, началась с 1970-х годов. Это было связано с тем, что к концу 1960-х годов страна приобрела статус второй экономической державы мира, осознала свою роль и влияние на мировой арене и стала стремиться играть более активную роль в международных делах.

В 1972 г. при Министерстве иностранных дел Японии был создан Японский фонд международных культурных обменов, или Японский фонд (Japan Foundation). Это специализированная организация с бюджетом в 100 млрд. иен (приблизительно, 1 млрд. 250 тыс. долл.), основная цель которой – распространение японского языка и японской культуры за рубежом. После окончания «холодной войны» перед Фондом была поставлена задача – стать одним из «главных проводников политики». В настоящее время Японский фонд является одним из крупнейших культурных инвесторов в мире. В рамках национальной политики он целенаправленно реализует «продуманную стратегию инвестирования в позитивный имидж Японии за рубежом, включая и Россию» [9, с. 51]. В его программном документе подчеркивается: «Чем больше людей в мире изучают японский язык, тем глубже становится их понимание Японии». В целях увеличения числа изучающих японский язык Фонд финансирует проекты в более чем 190 странах мира, в том числе и в России.

По последним данным, полученным в ходе исследований, организованных при содействии Японского фонда, об изучении и распространении японского языка в мире, 3,65 млн. человек изучало японский язык в 133 странах и регионах мира (в это число не вошли те, кто изучал японский язык самостоятельно). Особый акцент при распространении японского языка делается

на молодежь. В XXI веке Япония инициировала глобальный проект «Cool Japan» («Крутая Япония») с целью пропаганды за рубежом среди молодого поколения японского образа жизни и японской молодежной субкультуры (анимэ, манга, поп-музыка, мода, кухня и пр.) [10, с. 116].

Деятельность Японского фонда по пропаганде японского языка за рубежом можно оценивать как вполне успешную. Что побуждает всех заинтересованных изучать японский язык? Прежде всего, непосредственный интерес к самому языку. Такого мнения, судя по последним опросам, придерживается 58,1%. 55,1% опрошенных высказались о желании контактов и общении на японском языке; 50,6% респондентов заявили об интересе к манга и анимэ; 47,4% – к истории и литературе Японии; 42,6% заявили о необходимости изучать японский язык, поскольку хотели бы работать в Японии; 35% – поскольку хотели бы учиться в Японии; 32,9% отметили, что язык способствует пониманию чужой культуры; 31,4% – помогает понять и объяснить действие социальных институтов в стране; 25,6% – язык необходим для изучения социально-экономической и политической ситуации в стране.

Для расширения своего влияния в АТР, прежде всего Восточной и Юго-Восточной Азии, Япония использует активное экономическое взаимодействие, тесные исторические и культурные связи. Подобные устремления не могут не найти своего отражения в политике Японского фонда, который наиболее активно распространяет японский язык именно в данном регионе.

Стремясь повысить свой авторитет в регионе, Япония заявляет о своей готовности играть роль «моста» между странами Запада и Востока, позиционирует себя в качестве «самой западной из азиатских держав».

На первом месте по числу изучающих японский язык в мире находится Южная Корея – 26,4% (964 014). Далее следуют: Китай – 827 171, Индонезия – 716 353, Австралия – 275 710, Тайвань – 247 641 и т. д. По числу институтов японского языка первое место в мире – 25,5% (3 799) – также занимает Южная Корея. А вот по количеству преподавателей японского языка первая строчка в мире – 31,3% (15 613) – принадлежит Китаю.

Несмотря на явный интерес к японскому языку, число изучающих японский язык (официально учтенных) в России находится пока на низкой отметке и составляет всего лишь 0,3% (около 10 000) от общего числа изучающих японский язык в мире [1].

Cultural soft power of Japan

В современной Японии все чаще звучат призывы к более эффективному использованию «мягкой силы» на международной арене. Ставится задача расширить сотрудничество с мировым сообществом на этой основе, отмечается необходимость увеличения инвестиций в развитие такого сотрудничества [8, с. 168]. Япония позиционирует себя, в первую очередь, как миролюбивое государство, в котором доминируют пацифистские настроения. Постоянно подчеркивается приверженность конституции (1947 г.), в статье 9 которой зафиксирован отказ государства от войны «как суверенное право нации, а также от угрозы или применения вооруженной силы как средства разрешения международных споров». Это особенно актуально во взаимоотношениях со странами Восточной и Юго-Восточной Азии, где сильны исторически сложившиеся негативные представления о Японии как о милитаристском государстве, государстве-агрессоре. Выступая за сокращение ядерного оружия в мире, Япония позиционирует себя как неядерная держава и заявляет о своей приверженности «трем неядерным принципам», принятым японским правительством в 1968 г.: не обладать, не производить, не ввозить на свою территорию ядерное оружие. Большое значение в рамках использования «мягкой силы» как инструмента национальной политики в Японии придается Официальной помощи развитию (ОПР – ODA). Это направление своей политики японцы считают одним из успешных. Отмечается, к примеру, что в период 1994–2004 гг. пятая часть общих средств, выделенных в Фонд содействия развитию во всем мире, была внесена Японией.

Безусловно, важным ресурсом «мягкой силы» в Японии считается культурная политика как неотъемлемая часть государственной политики.

Целями японской культурной политики провозглашаются:

- 1) внесение значительного вклада в развитие мировой культуры и цивилизации;
- 2) создание условий для адаптации страны к изменениям, вызванным глобализационными процессами;
- 3) сохранение и продвижение собственной национальной идентичности.

Как отмечается в правительственных кругах Японии, культура не только представляет огромный интерес внутри страны, но и способствует обеспечению национальных интересов за границей [8, с. 168]. Языковой политике как части культурной политики в Японии традиционно придается большое значение. Распространение японского языка за рубежом в рамках этой политики расценивается как важный ресурс «мягкой силы».

Сегодня можно определенно говорить о том, что путь к региональному лидерству лежит, в том числе, через развитие «мягкой силы» стран, поставивших перед собой столь амбициозные цели. Но самый главный ресурс – это глобальное влияние в мире (и прежде всего в азиатских странах) японской поп-культуры, начиная с комиксов-*манга*, анимационных фильмов – *анимэ*, кино, поп-музыки, моды, кухни и т. д. В Токио первыми на Азиатском континенте, правда, с заметным опозданием по сравнению с западными странами, пришли к пониманию и активному использованию «мягкой силы» в качестве мощного инструмента международного влияния. Здесь его трактуют как воздействие на мир с помощью цивилизационной и гуманитарно-культурной деятельности и рассматривают в тесном взаимодействии с культурной дипломатией.

Для разработки ее концептуальной основы в 2004 г. был создан Консультативный совет во главе с профессором университета «Хосэй» Аоки Тамоцу, одной из задач которого стало улучшение имиджа Японии в мире. Следует подчеркнуть, что в Японии традиционный подход к этой проблеме долгие годы базировался на иных принципах, нежели, к примеру, в США [12, с. 57]. Он был основан, главным образом, на экспорте традиционных культурных ценностей, таких как театр Кабуки,

чайная церемония или искусство *икэбана*. Их продвижение во внешний мир было призвано показать историческую значимость Японии и ее многовековой культуры для мирового наследия. Логика такого подхода ясна: понимание Японии возможно только при понимании основ ее истории и культуры, а современный культурный слой – это лишь малая часть культуры, которая в самой большой степени подверглась воздействию различных внешних факторов – как идеологических, так и коммерческих.

Но оказалось, что в нынешних условиях именно современный культурный слой открывает кратчайший путь к завоеванию популярности Японии в мире, возникновению массового интереса к глубинам японской истории и культуры. Вот почему предложенная Консультативным советом концепция делает упор на пропаганду массовой культуры как стартовой позиции для понимания Японии.

Впервые этот курс японского правительства озвучил в серии своих публичных выступлений в 2006 г. тогдашний министр иностранных дел Асо Таро Асо. Впоследствии их основные положения были обобщены в его программной речи «Новый взгляд на культурную дипломатию» (2008 г.). А в 2008 г. уже на посту премьер-министра Японии Асо презентовал «Новую стратегию Японии в условиях современной эпохи», особо выделяя задачу 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.

Члены нынешнего кабинета во главе с Абэ Синдзо, судя по всему, не настроены кардинально менять этот курс, сосредоточив усилия на всесторонней корректировке популярного проекта «Cool Japan» с целью дальнейшего развития основных отраслей японской культурной индустрии – *анимэ*, *манга*, компьютерных игр, моды, кухни и т. д. На это, в частности, указывает вышедшее в 2013 г. распоряжение премьер-министра о создании специальной консультативной группы для разработки нового крупного брендинг-проекта с тем же названием Cool Japan, с помощью которого планируется еще выше поднять уровень популярность

японской культуры в Китае, Франции, США, Индии, Южной Корее и др. странах, а также в разы увеличить приток иностранных туристов в Японию [11].

Методы «мягкой силы» во многом направлены на создание комфортных условий для развития торгово-экономических, культурных, образовательных отношений, а также туризма. Эксперты Country Brand Index 2011–2012 также высоко оценили уровень жизни и возможности для ведения бизнеса в Стране Восходящего Солнца. Япония стала лидером в сфере туризма. К такому выводу пришла компания FutureBrand в рамках своего ежегодного индекса мировых туристических брендов COUNTRY BRAND INDEX. Япония также попала в десятку лучших стран по уровню жизни, а также в категориях «Благоприятно для бизнеса» и «Историческое и культурное наследие», сообщили РИА PrimaMedia в Японской национальной туристической организации.

Составители индекса подчеркнули: «Возможно, это удивительно, но Япония вырвалась на первое место в сфере туризма и отвоевала 5 позиций в категории «Уровень жизни». Япония всегда была сильным туристическим брендом и пользуется невероятной популярностью среди деловых путешественников и отдыхающих. В период с марта по август 2011 года показатели въездного турпотока резко снизились, но по мере приближения к концу года этот спад становится не таким резким (по сравнению с показателями 2010 года)» [5].

И, тем не менее, несмотря на впечатляющие успехи Японии в области продвижения массовой культуры, Японии пока еще не удается достичь уровня США по силе своего «мягкого» воздействия на другие государства.

Прослеживая основные тенденции в развитии «мягкой силы» Японии, Дж. Най говорит о существующих пределах в развитии «мягкой силы» Японии.

Фактором первым и основным ограничителем считают «внутреннюю ориентацию ее культуры на сохранение, консервацию особенностей ее деловой этики и образа жизни. Именно такая внутренняя установка мешает Японии претендовать на более широкое распространение ее влияния в мире» [13].

Фактор второй – военное прошлое Японии, которое до сих пор сохраняет «остаточную подозрительность» в таких странах, как Китай и Корея, усилившуюся после выхода в Японии очередного учебника истории с попытками оправдать агрессивные действия японской военицины в годы войны и посещения премьер-министром Японии храма Ясукуни, где поклоняются душам воинов, погибших за Японию и императора.

Фактор третий – серьезные демографические проблемы в стране. По прогнозам, к середине века население Японии может сократиться на 30%, если она не привлечет 17 млн. иммигрантов, что остается задачей весьма сложной и практически очень трудно разрешимой для страны, исторически сопротивляющейся иммиграции.

Фактор четвертый – языковой барьер: японский язык, который, несмотря на усилия государственных и частных структур, рискует не получить широкое распространение в мире в обозримом будущем.

Хотя японская «мягкая сила» уступает американской в некоторых областях (например, в использовании Интернета), за рубежом сложился достаточно привлекательный образ Японии и японцев. Результаты исследования общественного мнения показывают, что Япония всегда занимает лидирующие позиции. Благоприятную роль в формировании подобного образа сыграла пацифистская политика, проводимая Токио после окончания войны, хотя в самой стране этот курс вызывает много вопросов. Япония, будучи побежденной страной, быстро восстановилась и приобрела мощь, достаточную даже для того, чтобы успешно конкурировать с США в торгово-экономической сфере.

Японцам удалось сформировать привлекательный образ возрожденного государства – это и есть часть японской «мягкой силы». Японский язык из-за своей сложности не может считаться элементом привлекательности страны, однако культура, искусство, кухня и, конечно, манга – это безусловные инструменты «мягкой силы».

Японские проекты доказали свою эффективность и позволили сформировать позитивный образ страны за рубежом, распространение

современной японской культуры, в том числе ее национальных элементов.

1. Survey on Japanese-Language Education Abroad. [Электронный ресурс]: Официальный сайт The Japan Foundation. Режим доступа: <http://www.jpf.go.jp/e/japanese/survey/result/index.html>.

2. Ежегодный рейтинг надежности автомобилей 2013 года. [Электронный ресурс]: Официальный сайт J.D. Power and Associates. Режим доступа: <http://autos.jdpower.com/ratings/index.htm>.

3. ЕС и Япония будут добиваться доступа гуманитарной помощи населению Сирии / [Электронный ресурс]: Официальный сайт Национальной Швейцарской теле- и радиоконпании. Режим доступа: <http://www.swissinfo.ch/rus/detail/content.html?cid=38535394>.

4. Исследование мягкой силы, 2012–2013. [Электронный ресурс]: Официальный сайт журнала «Монокль». Режим доступа: <http://monocle.com/film/Affairs/soft-power-survey-2013/>.

5. Мировое лидерство в сфере туризма стало принадлежать Японии. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Медиахолдинга PrimaMedia. Режим доступа: <http://primamedia.ru/news/asia/05.01.2012/185968/mirovoe-liderstvo-v-sfere-turizma-stalo-prinadlezhat-yaponii.html>.

6. Япония намерена выделить \$83,4 млн. гуманитарной помощи региону Сахель. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Сетевого издания «РИА Новости». Режим доступа: <http://ria.ru/world/20140111/988719643.html#ixzz31ZcDYT9B>.

7. Добринская О. «Мягкая сила Японии» в странах Центральной Азии. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Аналитического центра «Разумные решения». Режим доступа: <http://analitika.org/international-affairs/geo/2637-myagkaya-sila-yaponii-v-stranah-centralnoy-azii.html>.

8. Железняк О.Н. Культурная политика Японии на современном этапе // Япония наших дней. № 2 (8), 2011. – М.: ИДВ РАН, 2011. – 168 с. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Центра исследований Японии, Институт Дальнего Востока РАН. Режим доступа: <http://japancenter.livejournal.com/756049.html>.

9. Казаков О. По пути «мягкой силы» // Россия в АТР. 2012. № 3 (24), сентябрь 2012. С. 51. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Библиотеки Института Дальнего Востока. Режим доступа: http://www.ifes-ras.ru/online-library/book/6-papers/42-ratr_24-kazakov.

10. Катасонова Е.Л. «Япония – новый центр массовой культуры». Глобальные вызовы – японский ответ / Рук. проекта Э.В. Молодякова. – М.: АИРО–XXI. 2008. – С. 116. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Центра изучения современной Японии. Режим доступа: http://kulanov.ru/wp-content/uploads/2010/11/japanese_response.pdf.

11. Катасонова Е.Л. Чему России полезно поучиться у Японии. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Института востоковедения РАН. Режим доступа: <http://www.ivtan.ru/component/content/article/17-ios-smi/714-ios-smi-febr2014>.

12. Молодяков В.Э. Бренд «Япония»: превращения национальной идеи Глобальные вызовы – японский ответ / Рук. проекта Э.В. Молодякова. – М.: АИРО–XXI. 2008. – С. 57. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Центра изучения современной Японии. Режим доступа: http://kulanov.ru/wp-content/uploads/2010/11/japanese_response.pdf.

13. Най Дж.: «Мягкая сила» и американско-европейские отношения. [Электронный ресурс]: Официальный сайт «The

Smart Power Journal». Режим доступа: <http://smartpowerjournal.ru/soft-power/>.

14. Романова И., к. и. н., доцент каф. политологии стран Востока ИСАА МГУ, эксперт РСМД. Японский язык как инструмент «мягкой силы». [Электронный ресурс]: Официальный сайт Российского совета по международным делам. Режим доступа: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=1258#top.

1. Survey on Japanese-Language Education Abroad. [Electronic resource]: official website The Japan Foundation. Mode of access: <http://www.jpfa.go.jp/e/japanese/survey/result/index.html>.

2. Annual Car Reliability Ratings 2013. [Electronic resource]: official website JD Power and Associates. Mode of access: <http://autos.jdpower.com/ratings/index.htm>.

3. EU and Japan will seek access of humanitarian aid to Syria / [electronic resource]: Ofitsilny's Swiss National TV and radio. Mode of access: <http://www.swissinfo.ch/rus/detail/content.html?cid=38535394>.

4. Study soft power, 2012–2013. [Electronic resource]: The official website of the magazine «Monocle.» Mode of access: <http://monocle.com/film/Affairs/soft-power-survey-2013/>.

5. Global leadership in the field of tourism was owned by Japan. [Electronic resource]: official website Mediaholding PrimaMedia. Mode of access: <http://primamedia.ru/news/asia/05.01.2012/185968/mirovoe-liderstvo-v-sfere-turizma-staloprindlezhat-yaponii.html>.

6. Japan intends to allocate \$83.4 million of humanitarian assistance to the region Sahel. [Electronic resource]: official website zines «RIA Novosti». Mode of access: <http://ria.ru/world/20140111/988719643.html#ixzz31ZcDYT9B>.

7. Dobrinskaya O. «Soft Power of Japan» in the countries of Central Asia. [Electronic resource]: The official website of the Analytical Center «Reasonable solutions». Mode of access: [http://analitika.org/international-affairs/geo/2637-miyagkaya-sila-](http://analitika.org/international-affairs/geo/2637-miyagkaya-sila-yaponii-v-stranah-centralnoy-azii.html)

[yaponii-v-stranah-centralnoy-azii.html](http://analitika.org/international-affairs/geo/2637-miyagkaya-sila-yaponii-v-stranah-centralnoy-azii.html).

8. Zheleznyak ON. Cultural policy in Japan at the present stage // Japan today. Number 2 (8), 2011. – М.: IFES, 2011. – 168. [Electronic resource]: The official website of Japan Research Center, Institute for Far Eastern Studies. Mode of access: <http://japancenter.livejournal.com/756049.html>.

9. Kazakov A. The path of «soft power» // Russia in the Asia-Pacific region. 2012. № 3 (24), September 2012. С. 51. [Electronic resource]: The official website of the Institute of the Far East Library. Mode of access: http://www.ifes-ras.ru/online-library/book/6-papers/42-ratr_24-kazakov.

10. Katasonova EL. «Japan – the new center of mass culture.» Global Challenges – Japanese response / Ms. EV project Molodyakova. – Moscow: AIRO-XXI. 2008. – S. 116. [Electronic resource]: The official website of the Center study of modern Japan. Mode of access: http://kulanov.ru/wp-content/uploads/2010/11/japanese_response.pdf.

11. Katasonova EL. What Russia is useful to learn from Japan. [Electronic resource]: The official website of the Institute of Oriental Studies. Mode of access: <http://www.ivran.ru/component/content/article/17-ios-smi/714-ios-smi-febr2014>.

12. Molodyakov VE. Brand «Japan»: the transformation of the national idea Global Challenges – Japanese response / Ms. EV project Molodyakova. – Moscow: AIRO-XXI. 2008. – P. 57. [Electronic resource]: The official website of the Center study of modern Japan. Mode of access: http://kulanov.ru/wp-content/uploads/2010/11/japanese_response.pdf.

13. J. Nye, «Soft Power» and US-European relations. [Electronic resource]: official website «The Smart Power Journal». Mode of access: <http://smartpowerjournal.ru/soft-power/>.

14. I. Romanova, Ph.D., Associate Professor of Department. Politics of East IAAS MSU expert INF. Japanese language as an instrument of «soft power.» [Electronic resource]: The official website of the Russian Council on Foreign Affairs. Mode of access: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=1258#top.

JAPAN AS A WORLD LEADER PROMOTING SOFT POWER

Kochneva Elena,

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Institute of social-political sciences, undergraduate of political sciences, Ekaterinburg, Russia, E-Mail: lestognij@yandex.ru

Annotation

Japan – the world leader in the promotion of «soft power». Japan as a country, to renounce the use of military force in settling international disputes, and rarely resort to economic methods of coercion (sanctions), naturally relies on soft power. Potential of its soft power includes traditional and contemporary culture, business model, innovation and other aspects. An important tool is the projection of soft power and cultural diplomacy public that are of particular importance for understanding the politics of Japan's soft power.

Key words:

soft power, Japanese culture, cultural diplomacy, attractive image, national identity.

МЯГКАЯ СИЛА ЯПОНИИ

Шакиров Евгений Рафикович,

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Институт искусствоведения и культурологии, магистрант, г. Екатеринбург, Россия, E-mail: nunchaka66@gmail.com

Аннотация

В современном мире государству недостаточно иметь военную мощь для ведения внешней политики и влияния на международной арене. В данной статье рассматривается мягкая сила как инструмент внешней культурной политики на примере Японии.

Ключевые слова:

мягкая сила, культура, образование, культурная политика, «национальный бренд», поп-культура, языковая политика.

В XXI в. каналы воздействия государства на международные процессы и другие страны расширяются. Государства издревле стремились и стремятся использовать как можно более широкий набор средств для достижения своих внешнеполитических целей, подкрепления международных позиций своей страны, создания её позитивного образа за рубежом. Сегодня более важным фактором воздействия, чем военная мощь и обладание ядерным оружием, являются экономический успех, идеологическая убедительность и культурная привлекательность страны [9, с. 8].

Немногим более 20 лет назад известный американский политолог Джозеф Най выдвинул весьма популярную в наши дни концепцию «мягкой силы», опирающуюся на три основных ресурса – культуру, политические ценности и внешнюю политику. По мнению Дж. Най, высказанному им в статье «Эффект мягкой силы», в XXI в. мир может претерпеть два типа изменений. Первый – это «перемещение силы» – изменение соотношения сил между государствами, а конкретнее – «переход влияния от Запада к Востоку». Второй тип – «рассеивание силы», что означает «переход силы, будь то на Западе или на Востоке, от государств к негосударственным институтам». При этом, конкретизируя процесс перемещения силы от Запада к Востоку, американский политолог предсказывает «подъем Азии», выделяя, в первую очередь,

большие потенциальные ресурсы «мягкой силы» Японии.

В рамках данной статьи на примере Японии будет продемонстрирован весь инструментарий «мягкой силы» данной страны.

Япония – древнее, самобытное государство. Первые сведения о японцах содержатся в китайских источниках, относящихся к I в. до н. э. В VIII в. появляются японские хроники, представляющие собой своды мифов и исторических преданий. Согласно японской системе верований – синтоизму, японская нация ведет свое начало от богини солнца Аматэрасу, прямым потомком которой был легендарный император Японии Дзимму (Дзимму-Тэнно), взойшедший на престол «государства Ямато» в 660 г. до н. э. и положивший начало непрерывной династии японских императоров.

Современная Япония расположена на архипелаге, который тянется с севера на юг вдоль восточного побережья Азиатского континента; ее главные острова: Хоккайдо (наименее населенный) – на севере, Хонсю и Сикоку – в центре и Кюсю на юге. Кроме них имеется также более трех тысяч небольших островов. Площадь Японии – около 400 тыс. кв. км, население – 120 миллионов человек [6, с. 2].

Япония является одной из промышленно развитых стран, где можно найти богатую исто-