

# МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИМИДЖ ГОСУДАРСТВА

Наумов А.О.

DOI: 10.7256/2305-560X.2016.2.16470

## «МЯГКАЯ СИЛА» СТРАНЫ ВОСХОДЯЩЕГО СОЛНЦА

**Аннотация.** В статье исследуется потенциал «мягкой силы» Японии. Анализируются основные ресурсы, институты, проблемы и перспективы данного направления внешнеполитической деятельности современной Японии. С начала XXI века акцент при реализации политики «мягкой силы» Страны восходящего солнца был сделан на продвижении современной популярной культуры. Была разработана специальная концепция под названием «Cool Japan». Понятие было поддержано японскими учеными и политиками. Сегодня эту стратегию реализуют институты «мягкой силы» Японии – Агентство по культуре, действующее в рамках Министерства образования, культуры, спорта, науки и техники и МИД Японии, Японский фонд, а также японские центры, созданные в конце XX века в развивающихся государствах. В качестве методов исследования использованы метод историзма, институциональный подход и сравнительный анализ. «Мягкая сила» Японии изучается в историческом ракурсе, анализируется деятельность ее основных институтов, проводится сравнение с потенциалом «мягкой силы» других крупных держав АТР. Основной вывод заключается в том, что сегодня Япония пытается покорить мир уже не привлекательностью своих древних традиций, а современными технологиями и поп-культурой. При этом главным бенефициаром «мягкой силы» Японии является национальный бизнес. Таким образом, проведение политики японской «мягкой силы» направлено, в первую очередь, на достижение геоэкономических целей.

**Ключевые слова:** Япония, внешняя политика, дипломатия, «мягкая сила», международный имидж, Манга, японский язык, японская кухня, Японский фонд, Cool Japan.

**Abstract.** The article studies the potential of Japan's soft power. The author analyzes the main sources, institutions, problems and prospects of this direction of foreign policy of contemporary Japan. Since the early 21st century, the emphasis of Japan's soft power has been placed on the promotion of the modern popular culture. The special "Cool Japan" concept had been developed. The concept was supported by Japanese scientists and politicians. Today, this concept is being implemented by Japanese soft power institutions – the Agency of Culture, working within the Ministry of Education, Culture, Sport, Science and Technology and the Ministry of Internal affairs of Japan, the Cool Japan Fund and the Japanese centers established in the late 20th centuries in the developing states. The author applies the method of historicism, the institutional approach and comparative analysis. Japan's soft power is studied in its historical aspect; the author analyzes the work of its institutions and compares its potential with the potentials of soft power of other countries of Asia-Pacific region. The author concludes that contemporary Japan tries to win the world not with the attractiveness of its ancient traditions, but with the modern technologies and popular culture. Thus, Japan's soft power is primarily aimed at achieving its geo-economic objectives.

**Key words:** Japanese cuisine, Japanese language, Manga, international image, soft power, diplomacy, foreign policy, Japan, Cool Japan Fund, Cool Japan.

«Мягкая сила» является важным инструментом внешней политики Японии. Как известно, Япония была признана ответственной за развязывание Второй мировой войны в Азии, следствием чего в девятой статье действующей до сих пор Конституции 1947 года содержался запрет на использование и угрозу применения силы в своей внешней политике. По мнению исследователя вопроса, Д.М. Ковбы, именно из-за этих ограничений Япония была вынуждена перейти в международных отношениях к использованию принципа «мягкой силы» [1, с.112].

В 1950-1960-е годы одной из главных целей наращивания потенциала «мягкой силы» стало ис-

коренение за рубежом «милитаристского» имиджа Японии. Проведение Олимпиады в Токио в 1964 году способствовало укреплению имиджа динамичного экономически развитого государства. Повсеместные чайные церемонии, пропаганда японского языка, литературы, искусства, достижений в сфере высоких технологий и производства наукоемкой продукции привели к расширению спектра и росту масштабов культурных и интеллектуальных обменов [2, с. 190-191].

В 2004 году Дж. Най писал, что Япония обладает солидными ресурсами «мягкой силы». Среди них американский политолог отмечал одно из лидирующих мест в мире по количеству зарегистри-

рованных патентов, продажам книг и музыки; достижения в научной сфере; значительные объемы международной финансовой помощи, оказываемой развивающимся странам; присутствие японских компаний в числе крупнейших транснациональных корпораций мира; наибольшая продолжительность жизни населения. Отличительной чертой японской «мягкой силы», по мнению американского политолога, является ее успешный опыт модернизации, достижение сопоставимого с американским и европейским уровнем экономического развития без ущерба для самобытной японской культуры, а также пользующаяся огромной популярностью в мире японская массовая культура: комиксы манга, анимационные фильмы аниме, поп-музыка и японская кухня. Най отмечал и весьма своеобразную корреляцию между «мягкой силой» и «жесткой силой» Японии: несмотря на экономический спад на рубеже веков, привлекательность страны в целом выросла даже больше, чем в условиях экономического бума 1980-х годов. Еще популярнее стали японская бытовая техника, архитектура, мода, еда, искусство мультипликации. Явно улучшилось общее восприятие Японии [3, с. 85-88].

Интересно, что долгое время подход к реализации политики «мягкой силы» в Японии базировался на иных принципах, нежели, к примеру, в США. 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.

Однако с начала XXI века акцент при реализации политики «мягкой силы» Страны восходящего солнца был в значительной степени смещен в пользу продвижения современной популярной культуры. Уже в 2001 году правительство Японии предприняло первые шаги по законодательному регулированию поп-культуры, приняв Основной закон по продвижению культуры и искусств. А в 2002 году на свет появилась концепция «Cool Japan» («Крутая Япония»).

Эту концепция разработал и изложил на страницах журнала «Foreign Policy» американский журналист Д. МакГрэй. Термин имел четкую аналогию с брендовым именем «Cool Britannia», разработанным правительством Великобритании для обозначения креативного характера современной британской культуры и ее продвижения на международных рынках. От названия статьи МакГрэя «Японская валовая национальная крутость» («Japan's Gross National Cool») собственно и пошел лозунг «Cool Japan». МакГрэй писал об изобретенной Японией суперсиле, поскольку влияние ее культуры распространяется по всему миру, не-

смотря на экономические и политические проблемы последних лет. Исследуя молодежную культуру и роль манги, анимэ, моды, кино, электроники, архитектуры, кухни, журналист высоко оценил японскую «мягкую силу». Интересно, что МакГрэй разделяет тезис Най о том, что сегодняшняя Япония имеет гораздо большее культурное влияние, чем это было в 1980-х годы, когда она была экономической сверхдержавой. Характерно, что, по мнению автора, «национальная крутость», являясь разновидностью «мягкой силы», служит напоминанием о том, что коммерческие тренды и продукты, умение порождать их могут служить политическим и экономическим целям [4].

В короткие сроки в масс-медиа и научных кругах термин «Cool Japan» начал широко употребляться в качестве маркера современной японской поп-культуры. В итоге правительство приняло данное название в качестве государственного бренда и обозначения японской стратегии «мягкой силы». В рамках этой политики поп-культура оказалась гораздо более эффективной в утверждении национального имиджа за рубежом по сравнению с возможностями национальной элитарной или народной культуры. Сегодня в понятие «Cool Japan» входят аниме, манга, мода, кино, J-поп и J-rock, компьютерные и видео-игры, архитектура, японская кухня, традиционные ремесла и даже бытовая техника. Отметим, что данный проект направлен, прежде всего, на молодежь зарубежных стран.

Понятие было поддержано японскими учеными и политиками. Для разработки концептуальной основы «мягкой силы» в 2004 году был создан Консультативный совет во главе с профессором университета «Хосэй» А. Тамоцу, одной из задач которого стало улучшение имиджа Японии в мире. В апреле 2005 года правительство страны объявило, что к 2020 году Япония должна превратиться в «культурную креативную нацию». Согласно данной установке Японии следовало сконцентрироваться на развитии креативных технологий и индустрий. В сентябре 2005 года премьер-министр С. Абэ объявил во время своей избирательной кампании о том, что поп-культура – одна из основных сил внешнеполитического влияния Японии. Позднее было сделано уточнение. По сути, японские мультипликационные персонажи превратились в послов японской культуры, стали символами успеха культурной японской дипломатии [5, с. 54]. Кабинет Абэ также сосредоточил усилия на всесторонней корректировке проекта «Cool Japan» с целью дальнейшего развития основных отраслей японской культурной индустрии.

Элита Страны восходящего солнца особенно заинтересовалась освоением популярности японской поп-культуры для реализации геополитиче-

ских и геоэкономических задач. Впервые этот дискурс был озвучен в 2006 году в серии публичных выступлений занимавшего тогда пост министра иностранных дел Т. Асо, особенно в его программной речи «Новый взгляд на культурную дипломатию» в 2008 году. В этом же году завоевав кресло премьер-министра Асо презентовал «Новую стратегию Японии в условиях современной эпохи», сделав акцент на дальнейшем продвижении «мягкой силы» как одного из наиболее перспективных направлений развития страны на ближайшие годы и уделяя при этом особое внимание пропаганде японской поп-культуры.

В июне 2010 года Департамент промышленности Министерства экономики, торговли и промышленности Японии организовал Кабинет «Cool Japan», который по сей день занимается содействием в развитии креативных отраслей промышленности, подготовкой и воспитанием специалистов и продвижением этих отраслей промышленности в Японии и в мире. Через год то же министерство провело конференцию, на которой было решено оказывать государственную поддержку креативным отраслям, таким как реклама, архитектура, театральное искусство, арт, дизайн, кино, музыка/клипы, телевидение/радио, компьютерное программирование, издательское дело, моделирование одежды, прикладное искусство, игрушки (сюда относятся также аниме-фигурки), мебель, продукты питания, бижутерия, канцелярия.

Удачным примером государственной поддержки бренда «Cool Japan» можно назвать Всемирный Косплей Саммит, который проводится с середины нулевых годов, получая поддержку от Министерства иностранных дел Японии. Показательно, как звучит девиз Саммита: «Манга – язык международного общения». В 2012 году стартовал еще один международный брендинг-проект «Cool Japan», направленный на продвижение японской моды, суть которого заключается в популяризации японской фэшн-культуры через создание модных магазинов в Китае, Южной Корее, Индии, Сингапуре, США, Франции, а также увеличение притока иностранных туристов в Японию. В рамках проекта предполагается строительство торговых кварталов, имитирующих знаменитые токийские районы Гинза, Сибуя и Харадзюку.

Говоря об институтах, которые реализуют политику «мягкой силы» Японии, следует выделить, в первую очередь, три структуры организации: Агентство по культуре, действующее в рамках Министерства образования, культуры, спорта, науки и техники и МИД Японии; Японский фонд (The Japan Foundation) – специальную организацию для развития международного культурного обмена Японии; а также японские центры, созданные в конце XX века в развивающихся государствах.

Агентство по культуре в рамках Министерства образования, культуры, спорта, науки и техники Японии проводят на государственном уровне программы по пропаганде японского языка и в последнее время – национальной поп-культуры среди иностранцев, проживающих на территории Японии и за её пределами [6, с. 159-160].

Японский фонд был учрежден в 1972 году как особое юридическое лицо под эгидой Министерства иностранных дел Японии, в 2003 году он получил статус независимой административной организации. Сегодня фонд располагает 22 зарубежными отделениями в 21 стране мира. Японский фонд ведет деятельность по трем основным направлениям: программы обмена в области культуры; программы по преподаванию японского языка за рубежом; программы поддержки исследований по Японии и интеллектуальных обменов [7]. В целом, Японский фонд является стержнем культурного обмена, который осуществляет Япония со странами мирового сообщества.

Японские центры предоставляют информацию о Стране восходящего солнца зарубежной общественности. Их основная цель заключается в привлечении внимания к вкладу Японии в содействие развитию, а также подготовка кадров для бизнеса в принимающих странах и создание благоприятной почвы для развития сотрудничества между местным и японским бизнесом. Сегодня такие центры расположены в девяти странах, в том числе, в четырех бывших республиках СССР, включая Украину. Они реализуют три вида программ: бизнес-курсы, курсы по изучению японского языка и программы, направленные на содействие взаимопонимания между Японией и обществом страны, где расположены эти центры. По сути, японские центры, наряду с Японским фондом (с которым они координируют свою работу) являются основным инструментом публичной дипломатии Страны восходящего солнца.

Среди основных направлений реализации «мягкой силы» Японии следует выделить три: продвижение японской культуры и языка; международное сотрудничество в области образования; помощь развивающимся странам. Первым направлением занимается, в первую очередь, упоминавшийся выше Японский фонд.

На втором направлении Япония играет все возрастающую роль на международном рынке образовательных услуг. Токио активно привлекает на обучение иностранных студентов; в 2008 года был даже разработан План «300,000 International Students Plan» с целью приема 300 тысяч иностранных студентов к 2020 году. Реализуются различные стипендиальные программы, позволяющие иностранным студентам получать дипломы и серти-

фикуты в ведущих университетах Японии. Активно продвигается и междууниверситетское сотрудничество японских и зарубежных ВУЗов, подразумевающее установление партнерских отношений между ними, разработку и реализация совместных международных образовательных программ.

Наконец, третье направление политики «мягкой силы» Японии включает в себя официальную помощь развитию. Данную деятельность Япония начала осуществлять в 1954 года, когда официальный Токио присоединился к международной организации «План Коломбо», чья цель заключается в поддержании экономического и социального развития стран Южной и Юго-Восточной Азии, а также Тихоокеанского региона. С этого момента Япония стала реализовывать программы технической и финансовой помощи развивающимся странам.

Японская система официальной помощи развитию подразумевает, в первую очередь, выделение грантов и кредитов. Ответственность за данный вид деятельности возложена на Японское агентство международного сотрудничества. Сегодня эта структура работает более чем в 150 государствах и имеет около 100 представительств за рубежом [2, с. 200-201]. На протяжении многих лет Япония является основным донором для ряда стран Азии и Африки, в частности для Вьетнама, Монголии, Лаоса, Камбоджи. В последнее время «мягкая сила» в данном формате Японии продвигается и на постсоветском пространстве. А в Латинской Америке, например, японская «мягкая сила» наиболее активно реализуется в Бразилии.

Япония наращивает свой потенциал «мягкой силы» и через работу с международными организациями. Это выражается, в первую очередь, в осуществлении взносов в такие структуры, как Детский фонд ООН, Программа развития ООН, Всемирный банк и топу подобные организации.

Японская «мягкая сила» сталкивается с целым рядом проблем и препятствий. Одним из главных ограничителей «мягкой силой» этой страны еще Най считал внутреннюю ориентацию ее культуры на сохранение, консервирование особенностей ее деловой этики и образа жизни. Именно такая внутренняя установка, по мнению американского политолога, мешает Японии претендовать на более широкое распространение ее влияния в мире [3, с. 85-88]. Особенно следует отметить проблему языкового барьера. Один из крупнейших специалистов в области японского языка, профессор Университета Кэйо Т. Судзуки считает, что «утверждение японского языка в качестве международного – один из

путей превращения страны в действительно великую державу» [6, с. 160], однако японский язык из-за сложности при его изучении вряд ил сможет получить широкое распространение в мире в обозримом будущем.

Серьезным препятствием для реализации политики «мягкой силы» является империалистическое и военное прошлое Японии, которое до сих пор сохраняет «остаточную подозрительность» в таких странах, как Китай и Корея. Аниме, манга и косплей, безусловно, пользуются популярностью в молодежной среде далеко за пределами Японии, однако эти явления современной масс-культуры оказываются бессильны перед «войнами памяти» между Китаем и Японией. Так, увлечение аниме не остановит возмущения китайцев действиями японского премьер-министра, посещающего храм Ясукуни с целью почтить память 2,5 млн. японских военнослужащих, многие из которых ответственны за преступления против человечности, совершенных на оккупированных японцами в годы Второй мировой войны территориях Юго-Восточной Азии. С другой стороны, стратегия «мягкой силы» Японии оказалась наиболее успешной именно в азиатском регионе. При весьма критическом отношении к японской внешней политике жители азиатских стран продолжают активно покупать японские комиксы, компьютерные игры, телевизионные программы, альбомы поп-музыки, японскую анимацию.

Наконец, существенным ограничением для Японии сегодня является стремительно растущая конкуренция в сфере «мягкой силы» со стороны Китая и Индии, особенно после того, как Страна восходящего солнца перестала демонстрировать впечатляющие экономические успехи, а новые восходящие державы, напротив, показывают стремительный экономический рост. При этом вновь парадокс заключается в том, что Китай и Индия – именно те страны, в которых Япония в ближайшей перспективе планирует наращивать влияние своей «мягкой силы».

В целом, в последние годы стратегия реализации «мягкой силы» Страны восходящего солнца претерпела существенные изменения. Сегодня Япония пытается покорить мир уже не привлекательностью своих древних традиций, а современными технологиями, будь то технологические новинки или продукты поп-культуры. При этом главным бенефициаром «мягкой силы» Японии является именно национальный бизнес. Другими словами, проведение политики японской «мягкой силы» направлено на достижение геоэкономических целей.

#### Библиография:

1. Ковба Д.М. Теоретическая и практическая адаптация концепта «мягкой силы» восточноазиатскими государствами. // Пространство и время. 4(18)/2014.

2. Королев В.А., Кудрявцева С.С. «Мягкая сила» современной Японии: опыт и направления развития. // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2014. Т. 9. № 2.
3. Nye J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. N.Y., 2004.
4. McGray D. Japan's Gross National Cool. // Foreign Policy. Nov.11, 2009. <https://foreignpolicy.com/2009/11/11/japans-gross-national-cool>.
5. Русакова О.Ф. Soft Power как стратегический ресурс и инструмент формирования государственного бренда: опыт стран Азии // Известия Уральского федерального университета. Серия 3: Общественные науки. 2013. Т.118. №3.
6. Мошняга П. Внешняя культурная политика Японии. // Власть. 2009/6.
7. Японский фонд. Официальный сайт. // <http://jpfmw.ru/ru/about/o-fonde.html>

### **References (transliterated):**

1. Kovba D.M. Teoreticheskaya i prakticheskaya adaptatsiya kontsepta «myagkoi sily» vostochnoaziatskimi gosudarstvami. // Prostranstvo i vremya. 4(18)/2014.
2. Korolev V.A., Kudryavtseva S.S. «Myagkaya sila» sovremennoi Yaponii: opyt i napravleniya razvitiya. // Vestnik mezhdunarodnykh organizatsii: obrazovanie, nauka, novaya ekonomika. 2014. T. 9. № 2.
3. Nye J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. N.Y., 2004.
4. McGray D. Japan's Gross National Cool. // Foreign Policy. Nov.11, 2009. <https://foreignpolicy.com/2009/11/11/japans-gross-national-cool>.
5. Rusakova O.F. Soft Power kak strategicheskii resurs i instrument formirovaniya gosudarstvennogo brenda: opyt stran Azii // Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 3: Obshchestvennye nauki. 2013. T.118. №3.
6. Moshnyaga P. Vneshnyaya kul'turnaya politika Yaponii. // Vlast'. 2009/6.
7. Yaponskii fond. Ofitsial'nyi sait. // <http://jpfmw.ru/ru/about/o-fonde.html>