САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

АНДРЕЕВА Ксения Владимировна

**СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИКИ «МЯГКОЙ СИЛЫ» КНР, РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ И ЯПОНИИ**

**THE SPECIFICS OF CHINA’S, SOUTH KOREA’S AND JAPAN’S SOFT POWER STRATEGIES**

Выпускная бакалаврская квалификационная работа

по направлению 41.03.05 - «Международные отношения»

Научный руководитель:

к.п.н., доцент кафедры международных гуманитарных связей

Ширин Сергей Сергеевич

Студент:

Научный руководитель:

Работа предоставлена на кафедру

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2017 г.

Заведующий кафедрой:

Санкт-Петербург

 2017

Оглавление

[Введение 3](#_Toc483473918)

[Глава 1. Понятие «мягкая сила». Специфика стран Азии. 8](#_Toc483473919)

[1.1.Понятие «мягкая сила» 8](#_Toc483473920)

[1.2. Ресурсы «мягкой силы» 17](#_Toc483473921)

[Глава 2. Предпосылки и цели проведения политики «мягкой силы» 23](#_Toc483473922)

[Глава 3. Ключевые ведомства, структуры и акторы проведения политики «мягкой силы» 30](#_Toc483473923)

[3.1. Китайская Народная Республика 30](#_Toc483473924)

[3.2. Республика Корея 36](#_Toc483473925)

[3.3. Япония 38](#_Toc483473926)

[Глава 4. Основные направления реализации политики «мягкой силы» 43](#_Toc483473927)

[4.1. Китайская Народная Республика 43](#_Toc483473928)

[4.2. Республика Корея 56](#_Toc483473929)

[4.3. Япония 64](#_Toc483473930)

[Заключение 74](#_Toc483473931)

[Список использованных источников и литературы 78](#_Toc483473932)

# Введение

В современном мире, уставшем от многочисленных военных конфликтов прошлого века, все большую популярность набирает использование ненасильственных методов достижения влияния. В существующих условиях все больше стран прибегают к использованию «мягкой силы» в формировании своей политики. Термин «мягкая сила» был впервые введен американским политологом Дж.Наем в его книге Bound to Lead: The Changing Nature of American Power в 1990 г.[[1]](#footnote-1) В своих последующих работах Най развил данный термин и определил его как «способность получать желаемые результаты в отношениях с другими государствами за счет привлекательности собственной̆ культуры, ценностей и внешней политики, а не принуждения или финансовых ресурсов»[[2]](#footnote-2) и «влиять на другие государства с целью реализации собственных целей через сотрудничество в определенных сферах, направленное на убеждение и формирование положительного восприятия»[[3]](#footnote-3).

Однако со времени возникновения данной концепции мировой порядок претерпел сильные изменения. Если изначально понятие «мягкая сила» применялось лишь для описания публичной дипломатии США, которые в течение долгого времени оставались лидером в этой сфере, то сейчас, вследствие высоких темпов экономического развития и открывшихся новых возможностей стран Юго-Восточной Азии, сам основоположник концепции Дж. Най отмечает растущий год от года потенциал стран данного региона в формировании «мягкой силы» и считает, что оно «должно происходить согласно характерным национальным особенностям, и в этом не следует полагаться на американскую модель».[[4]](#footnote-4) В данной работе будут рассмотрены наиболее развитые страны региона: Китайская Народная Республика, Республика Корея и Япония, сравнительный анализ реализации политики «мягкой силы» которых представляет особый интерес, так как этим государствам удалось в кратчайшие сроки превратиться из разоренных войной стран в ведущие экономики, являющиеся одними из лидеров формирующегося сегодня многополярного мира, избрав при этом совершенно отличные друг от друга пути политического и экономического развития.

Само понятие «мягкая сила» существенно развилось со времени своего возникновения. Сейчас изучением «мягкой силы», ее ресурсов и инструментов занимаются ученые по всему миру, большинство из которых стремится адаптировать концепцию под реалии своей страны, и азиатские исследователи не являются исключением. Особенности подходов каждой из стран будут рассмотрены в данной работе.

Специфичны и акторы, ответственные за формирование политики «мягкой силы» каждой из стран: если в силу особенностей политического устройства КНР именно государство определяет приоритетные направления политики «мягкой силы», выстраивает механизмы и выделяет ресурсы для их реализации, то в Японии и Южной Корее преобладает роль частного сектора в данной политике, который, тем не менее, поддерживается государством.

Наконец, наибольшее внимание в данной работе уделяется ресурсам «мягкой силы», другими словами, направлениям, посредством которых государства реализуют данную политику. Стоит отметить, что они уникальны для каждого государства, тем не менее, большинство исследователей выделяет следующие ресурсы: распространение и популяризация языка, продвижение традиционной и современной культуры, привлечение молодежи и образовательные контакты, содействие международному развитию, развитие туризма, спортивная дипломатия и поддержка соотечественников.

**Цель исследования** – определить специфику формирования политики «мягкой силы» в КНР, Южной Корее и Японии.

Для достижения поставленной цели были выдвинуты следующие **задачи**:

1. дать общую характеристику понятию «мягкая сила» и определить специфику формирования политики «мягкой силы» стран Азии;
2. определить основные направления проведения политики «мягкой силы» и их особенности;
3. определить исторические предпосылки и цели проведения политики «мягкой силы» КНР, Республики Корея и Японии.
4. выявить ключевые ведомства, структуры и акторы, играющие основную роль в проведении политики «мягкой силы» КНР, Республики Корея и Японии;
5. выработать классификацию основных направлений политики «мягкой силы» КНР, Республики Корея и Японии, дать общую характеристику каждому из этих направлений и оценить их эффективность.

**Объектом исследования** являютсяисторические предпосылки и цели проведения политики «мягкой силы» КНР, Республики Корея и Японии, ключевые ведомства, структуры и акторы, играющие основную роль в проведении данной политики и основные направления её реализации.

**Предмет исследования -** политика «мягкой силы», проводимая КНР, Республикой Корея и Японией.

**Методы исследования, используемые в работе**:

* метод теоретического анализа, который позволяет определить особенности подходов различных исследователей, в том числе азиатских, к концепции «мягкой силы».
* метод сравнения, который позволяет установить сходство и различие в формировании политики «мягкой силы» КНР, Республики Корея и Японии.
* метод статистического анализа для оценки эффективности проведения политики «мягкой силы» КНР, Японии и Республики Корея.
* при помощи синтеза происходит соединение полученных при анализе исторических предпосылок и целей, основных направлений, ключевых ведомств, структур и акторов, играющих основную роль в проведении политики «мягкой силы» КНР, Республики Корея и Японии, в целое представление о специфике формирования политики «мягкой силы» выбранных стран.

**Хронологические рамки исследования**: проводимое нами исследование охватывает главным образом XX и XXI век, с отсылками к более ранним историческим периодам в случае с Китаем и Японией. В данной работе будет дана краткая характеристика исторического развития КНР, Республики Корея и Японии, благодаря которой можно будет установить предпосылки использования «мягкой силы» каждой из стран и цели, которые они преследуют.

**Обзор использованных источников**. Характеризуя источниковую базу данного исследования, необходимо отметить, что она включает материалы официальных сайтов министерств, ведомств и компаний КНР, Республики Корея и Японии, значимые нормативно-правовые акты и официальные сообщения правительств, сайты новостных агентств, а также данные социологических опросов и рейтингов, например, ежегодный рейтинг «мягкой силы» британского журнала Monocle[[5]](#footnote-5), ежегодный рейтинг лучших университетов мира Times Higher Education University Rankings[[6]](#footnote-6) и ежегодный отчет туристических направлений Travel and Tourism Competitiveness Report[[7]](#footnote-7).

**Теоретическая основа исследования.** Для исследования общих закономерностей и специфики подходов различных стран к концепции «мягкой силы» автором были использованы работы американских, российских, китайских, южнокорейских и японских исследователей, свидетельствующие о высокой степени актуальности данной темы и повышенном внимании со стороны мирового научного сообщества.

Важными для работы стали книги Дж. Ная и Г. Киссинджера, а также наиболее известный древнекитайский трактат «Искусство войны» Сунь-цзы.

Для исследования основных направлений реализации политики «мягкой силы» и ответственных за это акторов автор использовал статьи из наиболее авторитетных российских и зарубежных изданий в сфере политологии, экономики, имиджелогии, международных отношений и востоковедения.

**Научная новизна** темы заключается в сравнительном анализе проведения политики «мягкой силы» КНР, Республикой Корея и Японии и выявлении наиболее сильных направлений каждой из стран.

**Структура** работы соответствует ее целям и задачам. Первая глава исследования посвящена теоретическому анализу подходов к исследованию концепции «мягкой силы» и выявлению специфики стран Азии. В данной главе будут изучены работы американских, российских, китайских, южнокорейских и японских исследователей, посвященные формированию политики «мягкой силы» стран Азии, а также определен и классифицирован инструментарий «мягкой силы».

Вторая глава будет посвящена предпосылкам и целям формирования политики «мягкой силы» каждой из стран. В этой главе будет проведен краткий анализ исторического развития КНР, Республики Корея и Японии, который позволит выявить причины и исторический опыт использования данной политики.

Третья глава посвящена ключевым ведомствам, структурам

и акторам проведения политики «мягкой силы». В данной главе будет проведен институциональный анализ формирования «мягкой силы» и выявлена специфика каждой из стран.

Четвертая глава посвящена основным направлениям реализации политики «мягкой силы». В данной главе будет рассмотрено то, каким образом и насколько успешно КНР, Республика Корея и Япония реализуют политику «мягкой силы» по таким направлениям как распространение и популяризация языка, продвижение традиционной и современной культуры, привлечение молодежи и образовательные контакты, содействие международному развитию, развитие туризма, спортивная дипломатия и поддержка соотечественников.

# Глава 1. Понятие «мягкая сила». Специфика стран Азии.

1.1.Понятие «мягкая сила»

Впервые охарактеризовал и ввел в широкое научное употребление термин «мягкая сила» американский ученый Дж. Най в начале 1990-х годов.[[8]](#footnote-8) Он же дал характеристику и более общему и абстрактному понятию «сила»: «возможность делать что-либо и контролировать других, или принуждать их делать то, что без принуждения они бы не сделали»[[9]](#footnote-9), что предполагает обладание такими ресурсами, как армия, деньги, а, соответственно, и контроль над населением, территорией, ресурсами, транспортными коммуникациями. Однако политика постоянно развивается и видоизменяется, и сейчас можно говорить о потере государством монополии над внешними связями. С развитием торгово-экономических, культурных, образовательных контактов, транспорта, туризма и т.д., система международных отношений усложнилась, и сейчас наряду с государствами ее акторами являются народы и элиты, отдельные группы интересов внутри обществ. В новых условиях Най поставил вопрос об эффективности внешней политики и более точных методах характеристики силы государства и пришел к необходимости разделения двух основных проявлений силы: «жесткой» и «мягкой». По мнению Ная, к «жесткой силе» можно отнести все инструменты принуждения в международной политике, когда одно государство навязывает свою волю другому с помощью применения военной силы, угрозы ее применения, различного рода торгово-экономических санкций, ограничения на перемещения отдельных лиц и т.д.[[10]](#footnote-10)

Проявления «мягкой силы» более разнообразны: это и привлекательность страны в целом (ее идеологии, культуры, жизненного уклада людей, традиций, истории), и ее конкретные достижения (например, товары широкого потребления, научно-технические прорывы и др.), а также «конкретные внешнеполитические шаги, направленные на формирование ее благоприятного имиджа в странах присутствия»[[11]](#footnote-11). Можно заключить, что «жесткая сила» характеризуется прямым влиянием на объект, а «мягкая сила» – косвенным, ведь результатом ее воздействия становится не принуждение, а «формирование желания со стороны субъекта делать то, чего желает актор, проецирующий «мягкую силу», или же некритически поддерживать действия актора на международной арене»[[12]](#footnote-12). Не менее важно то, что инструменты «жесткой силы» применяются при срочной надобности и приводят, как правило, к краткосрочным результатам. Однако зачастую инструменты «жесткой силы» могут оказаться недостаточными для достижения положительного результата, и даже после достижения поставленных целей государство не только будет поставлено перед необходимостью удержания завоеванных позиций, но и понесет издержки, которые могут оказаться несопоставимыми с ожидаемыми политическими выгодами. В свою очередь «мягкая сила» «ориентирована на постепенное и долговременное вовлечение объекта в зону своего влияния, при этом ее инструменты не могут быть применены оперативно»[[13]](#footnote-13). Несмотря на то, что на получение результатов использования «мягкой силы» могут потребоваться годы и десятилетия, в случае успеха они будут носить долгосрочный характер, так как в данном случае воздействие будет основываться не на вызывающем отторжение принуждении, а на «собственных, уже измененных (в пользу актора) взглядах объекта «мягкой силы»[[14]](#footnote-14).

В свою очередь «мягкую силу» можно условно разделить на две составляющие:

- Пассивная «мягкая сила» - «некие характеристики, имманентные данной стране, существующие просто потому, что они есть»,[[15]](#footnote-15) характеризующие «привлекательность государства априори, в ситуации, когда никаких специальных усилий для того, чтобы «понравиться» другим, государство не предпринимает»[[16]](#footnote-16);

- Деятельная «мягкая сила» - стремление страны-актора донести до объекта воздействия свои преимущества и «сформировать в его обществе и политической среде (через экономическую, культурную, религиозную и иные сферы деятельности) выгодную для себя ценностную позицию или позицию по тому или иному международному вопросу»[[17]](#footnote-17), которая может быть не только реальной, но и идеализированной.

В зависимости от типа формирования имиджа государства в мировом политическом пространстве выделяются следующие разновидности «мягкой силы»:

1. создающая положительный имидж страны с помощью проведения мирной внешней политики в целях усиления международной безопасности;
2. направленная на поддержку общественного единства внутри страны или укрепления единства нескольких стран;
3. направленная на улучшение имиджа лидера и государственных институтов страны.[[18]](#footnote-18)

В своем выступлении на конференции TED в 2010 г. Най говорил о современном феномене «рассеивания силы»: ограниченные когда-то возможности стали доступны всем, и изменившиеся условия позволяют принимать участие в международном дискурсе и формировать его не только государствам и крупным международным организациям, но и негосударственным акторам, организациям и даже гражданскому населению.[[19]](#footnote-19)

Первоначально, понятие «мягкая сила» применялось для описания публичной дипломатии США, которые в течение долгого времени оставались лидером в этой сфере, однако вследствие высоких темпов экономического развития и открывшихся новых возможностей страны Юго-Восточной Азии теперь имеют все шансы потеснить сверхдержаву. После окончания Холодной войны соотношение сил между государствами претерпело изменения, и мировое влияние начало смещаться от Запада к Востоку. Сам Дж. Най отмечает растущий год от года потенциал стран региона, а также считает, что «формирование «мягкой силы» должно происходить согласно характерным национальным особенностям, и в этом не следует полагаться на американскую модель».[[20]](#footnote-20)

Най называет данный феномен «возрождением Азии», т.к. до XIX в. именно страны региона занимали передовые позиции не только по численности населения, но и по производству товаров.[[21]](#footnote-21) После окончания Второй Мировой войны многие азиатские страны начали использовать публичную дипломатию и концепцию «Третьего мира», чтобы пропагандировать идеи антиколониализма, снизить уровень европейского влияния в регионе и построить собственный национальный бренд. Используя ежегодно растущее число средств массовой информации и программы международного обмена, страны Азии распространяют информацию о своих великих исторических фигурах (правителях, философах, полководцах), объектах всемирного культурного наследия, а также уникальной флоре и фауне. Зачастую инструменты «мягкой силы», используемые странами региона, бывают довольно необычными: характерным примером является знаменитая «дипломатия панд» Китайской Народной Республики (страна дарит панд зоопаркам разных стран мира). [[22]](#footnote-22)

Если раньше страны Азии использовали довольно разрозненные элементы публичной дипломатии, то к концу 1990-х годов это направление внешней политики приобрело более систематизированный подход. Пионером в этой области стала КНР, однако вскоре к ней подключились и чувствительные к политике республики соседи. Делая акцент на демократии, как наиболее ценном ресурсе мягкой силы, Министерство иностранных дел Тайваня в 2003 году основало Тайваньский фонд за демократию, который созвал первый Всемирный форум в поддержку демократии в Азии. Индия, Япония и Малайзия также создали специальные отделы по разработке политики «мягкой силы» на базе своих министерств иностранных дел. Кроме того, эти и многие другие страны региона стремятся к расширению своего медиа присутствия за рубежом и развития медиа менеджмента, следственно количество и качество государственных радио и телеканалов существенно выросло (например, южнокорейский Arirang World, The Japan Public Broadcasting Corporation NHK). Практически все государства региона запустили англоязычные версии сайтов своих министерств и ведомств, а также спонсируемые государством сайты, направленные на улучшение государственного имиджа за рубежом: www.sg (Сингапур), www.indonesia.go.id (Индонезия) и www.lookatvietnam.com (Вьетнам). Индия и секретариат АСЕАН используют Twitter в рамках публичной дипломатии, бывший министр иностранных дел Сингапура Джордж Йео и премьер министр Камбоджи Хун Сен используют Facebook в качестве платформы для обсуждения международных вопросов с обществом.[[23]](#footnote-23) Некоторые страны Азии проводят политику «мягкой силы», популяризируя национальную культуру и язык, например, расширение сети институтов Конфуция (КНР), институтов Короля Сечжона (Южная Корея). Другие уделяют больше внимания распространению своей популярной культуры, например, в Японии государство спонсирует проведение международных конкурсов по рисованию Манги (японских комиксов). Выделяется даже такое направление как «гастро-дипломатия», например, Таиланд программу «Global Thai», в рамках которой популяризирует тайскую кухню через спонсируемые посольствами фестивали и рестораны за рубежом.[[24]](#footnote-24)

Наконец, многие страны Азии проводят политику, направленную на улучшение сферы образования своей страны и развитие программ международного обмена, что является огромным шагом вперёд, так как раньше для региона была характерна «утечка мозгов»: наиболее талантливые студенты отправлялись на обучение в Европы и США и многие из них так и не вернулись назад. Сейчас КНР, Тайвань, Южная Корея, Япония, Индия, Сингапур и Малайзия принимают у себя не только региональных студентов, но и молодёжь со всего мира.[[25]](#footnote-25)

По мнению китайского исследователя Лю Цзайци, миссия Китая, как одной из ведущих мировых держав, заключается в «создании надежной опоры для того, чтобы сохранять справедливость в мире, повышении силы своего влияния в мировых делах и создания благоприятной международной обстановки»[[26]](#footnote-26) путем осуществления политики «мягкой силы». Он подвергает критике Запад за «выставление своей цивилизации как образца поведения для других стран, внедрение в другие страны и регионы западных ценностей, своей идеологии и социального строя и стремление делать западную цивилизацию общей цивилизацией всего мира»[[27]](#footnote-27). Исследователь считает Китай «главным соперником капиталистических стран Запада», которому следует увеличивать свое влияние в мире, укреплять понимание народами всего мира его внутренней и внешней политики, создавать благоприятный для всего человечества справедливый мировой порядок и благоприятную для мирного развития самого Китая международную обстановку.[[28]](#footnote-28) Чэнь Чжиминь и Чан Лулу в своей работе «The Power Strategy of Chinese Foreign Policy» отмечают, что успех Китая в проведении политики «мягкой силы» обусловлен продвижением основанной на равенстве, обоюдной выгоде и взаимопомощи идеологии, нашедшей позитивный отклик в странах, недовольных гегемонией.[[29]](#footnote-29) В работе «Rising Chinese Influence in the South Pacific: Beijing's “Island Fever”» автор делает акцент на том, что КНР в короткие сроки удалось достичь невероятных успехов в осуществлении политики «мягкой силы». Автор также упоминает, что в ходе данной политики КНР использовала такие инструменты как продвижение товаров народного потребления собственного производства, распространение китайского телевидения в регионе и на Западе, расширение программ студенческого обмена, установление и укрепление связей в сфере бизнеса, популяризация китайского языка и привлечение туристов. Китай также активно популяризирует свою культуру, мировоззрение и ценности[[30]](#footnote-30). В другой работе, «China's Soft Power: Discussions, Resources, and Prospects», авторами так же делается акцент на успешном проведении политики «мягкой силы» КНР, а также особенно отмечается усиление влияние и распространение китайской культуры и языка в Азиатско-Тихоокеанском регионе.[[31]](#footnote-31) Исследователями отмечается особая роль Институтов Конфуция в проведении политики «мягкой силы» Китаем, так как сеть данных институтов курируется непосредственно правительством КНР и является важнейшим инструментом в распространении китайского языка, культуры, истории, мировоззрения и идеологии по всему миру.[[32]](#footnote-32) По мнению некоторых авторов, уровень распространения китайского влияния в регионе настолько высок, что уже вызывает опасения у стран АСЕАН.[[33]](#footnote-33)

Южнокорейский исследователь Ма Ён Сам считает, что южнокорейская национальная идентичность находит обширный положительный отклик у населения стран-соседей благодаря успешному опыту демократической модернизации, стремительному развитию экономики, а главное, популярности корейской культуры («корейская волна»). Другим важным актором реализации политики «мягкой силы» являются средства массовой информации: южнокорейские телеканалы сейчас осуществляют телевещание по всему миру. Также отмечается усиливающаяся роль некоммерческих организаций в реализации политики «мягкой силы» благодаря их прямым контактам с гражданами по всему миру.[[34]](#footnote-34) Ли Сок Чон в своей работе «South Korea’s Soft Power Diplomacy» заявляет, что у Республики Корея есть все шансы стать региональным лидером в проведении политики «мягкой силы», несмотря на то, что страна делает упор главным образом только на один ресурс – культурный. По его мнению, культурное влияние Южной Кореи постепенно вытесняет из региона Китай и Японию, чья культурная политика, не поддававшаяся изменениям на протяжении десятилетий, уже меньше интересует мировое сообщество.[[35]](#footnote-35) Говоря о Республике Корея и проводимой ею политике «мягкой силы», исследователи, прежде всего, отмечают развитие сети институтов Короля Сечжона, которые, по аналогии с китайскими Институтами Конфуция, распространяют корейский язык, культуру и мировоззрение за рубежом, а соответственно играют важнейшую роль в публичной дипломатии страны.[[36]](#footnote-36) Отмечается также важнейшая роль программ международного студенческого обмена: множество корейских университетов открывает свои представительства в странах АТР, большинство университетов предлагает большой выбор программ обучения, соответствующих западным стандартам, а также обеспечивает работой своих выпускников. [[37]](#footnote-37) Тем не менее, исследователи утверждают, что, так как число иностранных студентов, обучающихся в Южной Корее, существенно ниже, чем в других странах региона, то можно сделать вывод о более низком уровне привлекательности страны в сфере образования. В данных обстоятельствах Республике Корея рекомендуется уделять больше внимания этому сегменту, так как интернационализация высшего образования является одним из приоритетов государства для выживания в условиях растущей конкуренции на расширяющемся рынке.[[38]](#footnote-38)

Японский исследователь Кадзуо Огура считает, что политика «мягкой силы» Японии всегда была направлена на исправление сложившегося в мировом сообществе негативного образа страны, чтобы показать, что «Япония изменилась» и «Япония не такая, какой Вы привыкли её считать», однако на современном этапе стране следует популяризировать свою культуру за рубежом, подчеркивая ее неоценимый вклад в мировое культурное наследие.[[39]](#footnote-39) Тошия Накамура в своей работе «Japan’s New Public Diplomacy: Coolness in Foreign Policy Objectives» также говорит о проблемах, связанных с негативным историческим опытом, с которыми сталкивается Япония при проведении политики «мягкой силы» на современном этапе, в отличие от КНР и Республики Корея. Он также отмечает следующую особенность: японская современная культура получила распространение на Западе достаточно стихийно и еще до того, как правительство начало использовать её в качестве инструмента «мягкой силы».[[40]](#footnote-40) В работе «Japan's New Regionalism: China Shock, Values, and the East Asian Community» автор делает акцент на том, как Япония противостоит расширяющемуся влиянию КНР и борется за лидерство в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Отмечается, что в этом противостоянии Япония все реже использует экономические ресурсы и все чаще – инструменты «мягкой силы». Несмотря на то, что Япония первой в регионе начала проводить политику «мягкой силы» и первой добилась в ней успехов, сейчас можно говорить о том, что предыдущих достижений уже недостаточно. Автор отмечает такое преимущество Японии, как приверженность универсальным ценностям, в чем Китай ей явно уступает.[[41]](#footnote-41) Некоторые исследователи, однако, отмечают, что одной из ключевых проблем Японии в осуществлении политики «мягкой силы» является отсутствие четко определенного курса. По мнению автора статьи «Japan in APEC: The Problematic Leadership Role» Япония не может определиться с направлением своей политики и разрывается между Западом и Востоком.[[42]](#footnote-42) Среди проблем, с которыми сталкивается Япония при проведении политики «мягкой силы» также отмечается бремя истории, создавшее негативный имидж страны в мире и, прежде всего, в Азии, и которое стране пока так и не удалось полностью преодолеть.[[43]](#footnote-43) В большинстве работ так или иначе отмечается японское экономическое чудо, то как оно повлияло на развитие региона, положение страны в мире и дало импульс к проведению политики «мягкой силы». Исследователи считают, что Япония имеет наибольший потенциал к проведению политики «мягкой силы», чем другие страны Азиатско-Тихоокеанского региона, благодаря своей уникальной культуре, высокому уровню развития инновационных технологий, где не последнюю роль играют такие корпорации, как Toyota, Honda, and Sony, а также уровню жизни населения. Несмотря на экономический кризис в 1990-х годах, Япония не только потеряла ресурсы «мягкой силы», но и расширила степень своего культурного влияния в мире через моду, национальную кухню, поп-музыку, электронику и искусство.[[44]](#footnote-44) Исследователи отмечают такие важные инструменты политики «мягкой силы» Японии, как манга, анимэ и производство тематических фигурок. Волна анимэ захлестнула не только азиатский регион, но и распространилась по всему миру, играя важную роль в публичной дипломатии страны.[[45]](#footnote-45) Некоторые авторы в своих работах целиком сосредотачиваются на поп-культуре и сопутствующей продукции Японии, ее влиянии на осуществлении политики «мягкой силы» и том, как она видоизменяет региональный рынок.[[46]](#footnote-46)

Другими словами, можно говорить о «мягкой силе» как о пути достижения государством господства, избегая военного принуждения, используя для этого культурные, экономические, гуманитарные, политические, дипломатические ресурсы и потребительские предпочтения. Если изначально концепция «мягкой силы» разрабатывалась применительно к США, то сейчас сам основоположник теории Дж. Най говорит о смещении центров силы и большом потенциале использования «мягкой силы» странами Азии. Азиатские исследователи по-разному интерпретируют концепцию «мягкой силы» в соответствии со спецификой своей страны. Говоря о КНР, стоит отметить, что будучи государством с недемократической формой правления, он тем не менее пропагандирует идеи справедливости и равенства, выступая соперником зачастую навязывающих свою позицию развивающимся государствам стран Запада, что помогает Китаю сохранять и преумножать лояльность стран региона. Особенностью проведения политики «мягкой силы» Японии можно назвать стремление исправить ошибки истории и выстроить образ страны на международной арене как миролюбивого государства. Интерес к формированию политики «мягкой силы» в Южной Корее можно объяснить длительным влиянием США на страну, которое в той или иной степени сохраняется и по сей день. Современная молодежная культура Южной Кореи на данный момент захватила не только весь Азиатско-Тихоокеанский регион, но и уже распространилась на страны Запада, поэтому можно предположить, что скоро страна займет лидирующее положение в регионе в сфере реализации политики «мягкой силы».

1.2. Ресурсы «мягкой силы»

В современной научной литературе на данный момент не существует общепринятой структуры инструментария «мягкой силы», а показатели, выделенные основоположником концепции Дж. Наем (например, численность принимаемых эмигрантов, объем выпускаемой телепродукции, численность иностранных студентов, количество нобелевских лауреатов и т.д.) не учитывают региональную специфику и потому не могут отражать действительные результаты. Тем не менее, большинство исследователей «мягкой силы» и ее ресурсов выделяют следующие направления проведения данной политики: распространение и популяризация языка, продвижение традиционной и современной культуры, привлечение молодежи и образовательные контакты, содействие международному развитию, развитие туризма, спортивная дипломатия и поддержка соотечественников.

Во многих странах за популяризацию национальной культуры и языка за рубежом отвечают специализированные институты (культурные или языковые центры), обеспечивающие успешное проведение политики «мягкой силы». Как правило, именно эти институты занимаются организацией языковых курсов и отвечают за единую систему языковых экзаменов, работая с различными аудиториями образовательной системы (школьниками, студентами, педагогами, руководителями образовательных и научных учреждений, органов управления образованием) и охватывая всех ступени образования (школьное, высшее и постдипломное). Зачастую они проводят работу с органами управления образованием для совершенствования системы обучения языку, осуществляют профессиональное обучение педагогов, создание языковых образовательных программ. Подобные мероприятия формируют спрос на экспорт образовательных услуг и положительно влияют на имидж государства. [[47]](#footnote-47)

 Не менее эффективным инструментом является продвижение традиционной и современной культуры. Государства проводят «акции культурного характера, которые наиболее полно иллюстрируют положительные особенности культуры и социально-экономические достижения страны»[[48]](#footnote-48) и культивируют привлекательность нравственных идеалов, ценностей и образа жизни. Культурное наследие можно разделить на материальное и духовное. Материальные ценности – это не только предметы изящного искусства (живопись, архитектура, скульптура), но и повседневные объекты (еда, одежда, предметы быта). К духовным ценностям можно отнести произведения художественной мысли (литература, кинематограф), носящие в себе отпечаток идей и проблем своего времени и своей культуры и отсылающие к стране, в которой появились, делая ее более привлекательной.[[49]](#footnote-49)

Образование и «мягкая сила» неразрывно связаны на протяжении многих веков. С момента основания первых университетов в Средние века студенты обучались за рубежом и, соответственно, были подвержены влиянию того, что изучали, преподаватели и ученые, в свою очередь, также отправлялись на работу в другие страны. Таким образом, университеты стали международными институтами, объединяющими преподавателей и студентов со всех стран Европы, и остаются ими и по сей день.

Политика «мягкой силы» стран в области образования и науки включает работу с различными целевыми группами (школьники, студенты, родители, преподаватели, ученые) на разных ступенях образования (школьное, высшее и постдипломное) и вовлечение в свою деятельность местных образовательных и научных организаций. Наиболее важную роль играет поддержание межвузовских контактов, сотрудничество компаний, проведение совместных исследований, создание научных сетей и совместных университетов, что, как правило, осуществляется с помощью программ академической мобильности для преподавателей, ученых и студентов. Для развития экспорта образовательных услуг государства проводят информационную политику (распространение информации об образовательных учреждениях) и осуществляют деятельность, направленную на повышение качества национальной системы образования, в том числе на создание новых образовательных программ. Немаловажной является необходимость нормативно-правового обеспечения проведения образовательных программ: упрощение визового режима (для реализации программ академических обменов, экспорта образовательных услуг) и заключение соглашений о сотрудничестве с научными и образовательными организациями стран. [[50]](#footnote-50)

Содействие международному развитию (СМР) представляет собой систему взглядов на содержание и основные направления политики государства в области оказания зарубежным странам финансовой, технической, гуманитарной и иной помощи, призванной способствовать социально-экономическому развитию государств-реципиентов, урегулированию кризисных ситуаций, возникающих вследствие стихийных бедствий и/или международных конфликтов, а также укреплению международных позиций и авторитета этого государства.[[51]](#footnote-51)

Деятельность по содействию международному развитию, как правило, направлена на поддержку государств, муниципалитетов, организаций или отдельных граждан и обеспечена работой ведомств (агентств развития) или их представительств (на базе посольств). В качестве инструментов государства используют льготное кредитование, содействие развитию национальных институтов и органов власти, секторальную бюджетную поддержку отдельных отраслей, участие в финансировании инфраструктурных объектов, содействие развитию образования в странах-партнерах (образовательные гранты, ознакомительные поездки в страну-субъект для студентов и преподавателей, создание новых учебных программ, поддержка педагогов, развитие инфраструктуры образовательных учреждений).[[52]](#footnote-52)

Еще одним средством для привлечения внимания к своей стране является туризм. Напоминания о значимости в мировой культуре природных, исторических, архитектурных памятников и произведений искусства, находящихся на территории страны, государство может положительно влиять на свой имидж.[[53]](#footnote-53) Кроме того, в рамках проведения туристической дипломатии все больше государств фокусируются на создании и развитии бренда тех или иных территорий, которые на данный момент становятся неотъемлемой частью индустрии и положительно влияют на привлечение туристов и международный имидж страны в целом. Бюджеты многих городов и стран предполагают специальную статью расходов на развитие положительного имиджа и брендинг туристических территорий, достопримечательностей, местного декоративно-прикладного искусства и т.д., сигнализируя об открытости общества для бизнеса и туризма, что не только привлекает туристические потоки и инвестиции, но и является эффективным инструментом политики «мягкой силы».[[54]](#footnote-54)

С каждым годом дипломатия и спорт все больше интегрируются, что привело к возникновению целой области науки, посвященной спортивной дипломатии. Спортивная дипломатия использует спортивные события и спортсменов, в том числе для создания благоприятного образа страны на международной арене и достижения своих внешнеполитических целей. Влияние спорта и спортивных организаций возрастает с каждым годом, а такие организации как FIFA уже являются важными акторами международных отношений, продвигая ценности честной спортивной борьбы, взаимоуважения, дисциплины, толерантности. В современном мире социальная роль и ответственность каждого спортсмена многократно возрастает, ведь они, как и политики, являются представителями своего государства для международной общественности. Спорт и спортивные события зачастую становятся и толчком на пути к снятию напряженности в отношениях между странами. Кроме того, спорт, в отличие от специфичного языка и культуры каждой из стран, универсален и понятен для всех народов мира, поэтому его можно смело назвать одним из наиболее эффективных инструментов «мягкой силы», использующимся всеми странами мира.[[55]](#footnote-55)

Еще одним важным инструментом «мягкой силы» является поддержка соотечественников и диаспор за рубежом путем оказания юридических услуг представителям диаспоры, разработки нормативно-правовой базы для их участия в проектах (проводимых государством за рубежом), привлечения граждан, направленных на обучение за рубеж, к поддержке контактов с диаспорой, а также создания кризисных центров для граждан, попавших в зону стихийного бедствия, политической и социальной нестабильности. Привлекая НКО и диаспоры к реализации «мягкой силы», государство может не только расширить и разнообразить свою политику «мягкой силы», но и снизить финансовые издержки на её осуществление.[[56]](#footnote-56)

Стоит отметить, что существенное влияние на ресурсы «мягкой силы» оказал научно-технический прогресс, а именно развитие радио, телевидения, Интернета и мобильных сетей, с помощью которых государство получило возможность не только распространять привлекательную информацию о своей стране по всему миру, но даже проводить государственную пропаганду, направленной, в том числе, и на зарубежную аудиторию.

Используя данные ресурсы, различные государства борются за материальные потоки (направление в страну различных инвестиций), людские потоки (дополнительная рабочая сила), туристические потоки (привлекающие в страну дополнительный капитал), интеллектуальные потоки (научный капитал), культурно-информационные потоки (обменные процессы внутри культурных и информационных практик), а также проведение различных международных мероприятий (спортивных, выставочных, конкурсных).[[57]](#footnote-57)

Таким образом, можно говорить о «мягкой силе», как о способности получать желаемые результаты в отношениях с другими государствами, влиять на них, за счет привлекательности собственной культуры, ценностей, внешней политики и сотрудничества в определенных сферах, а не принуждения или финансовых ресурсов. Можно сделать вывод, что «мягкая сила», в отличие от «жесткой», влияет на объект лишь косвенно, ориентирована на постепенное вовлечение объекта в зону своего влияния, и, несмотря на то, что для достижения результатов ей требуется больше времени, они будут более долговременными, чем при применении «жесткой силы». Несмотря на то, что, первоначально, понятие «мягкая сила» применялось для характеристики публичной дипломатии США, сейчас исследователи считают справедливым использование данной концепции для описания публичной дипломатии стран Юго-Восточной Азии. Страны региона достигли определенных успехов в формировании «мягкой силы» с учетом национальных особенностей. В качестве инструментов при проведении политики «мягкой силы» государствами используются такие ресурсы как: распространение и популяризация языка, продвижение традиционной и современной культуры, привлечение молодежи и образовательные контакты, содействие международному развитию, развитие туризма, спортивная дипломатия и поддержка соотечественников.

**Глава 2. Предпосылки и цели проведения политики
«мягкой силы»**

Использование инструментов «мягкой силы» в Китае уходят корнями в китайскую традиционную культуру. Китайская цивилизация является одной из древнейших, насчитывающей почти пять тысячелетий, вследствие чего политическая мысль в Китае имеет значительную историю. Впервые об использовании стратагемы «мягкое побеждает твердое» как о модели геополитического противоборства в VI в. до н.э. заговорил китайский полководец и военный теоретик Сунь-цзы, находившийся на службе у императора Хо Люя. В своем трактате «Искусство войны» он утверждает, что приоритет военной кампании состоит не в открытом и прямом противостоянии армии вражеского государства, а в дипломатии, обмане и шпионаже, в силу затратности войны и ее не гуманности по отношению к народу. Главным объектом данной стратагемы является прежде всего правящая элита государства-противника — его правитель, ближайшее окружение, военачальники, которых необходимо перехитрить. Основная ставка в данном случае делается на разрушение вражеского государства изнутри.[[58]](#footnote-58)

Несмотря на то, что на протяжении всей своей истории Китай часто захватывали иноземцы, привнося свои устои, особенностью китайской цивилизации всегда было то, что каждый раз она ассимилировала покорившие ее народы. Так было с монголами в XIII веке, то же случилось и с маньчжурами в XVII веке. И хотя захватчики зачастую сохраняли свой язык и национальную культуру, тем не менее, она испытывала сильнейшее воздействие со стороны традиционной китайской культуры и уже идентифицировалась как ее составная часть.[[59]](#footnote-59)

Данная особенность китайской культуры обусловлена спецификой китайского мировоззрения. В сознании китайцев Китай является Срединным государством (от кит. 中国 — Чжунго), находящимся в центре мира, а значит, китайская культура изначально является самодостаточной и неповторимой. Более того, на данный момент не найдено никаких следов начальной стадии становления этого народа (исторические документы, памятники, свидетельствующие о зарождении и развитии цивилизации), следовательно, китайская цивилизация представляется как вечная, несмотря на цикличные периоды междоусобиц и последующих объединений. Основой китайской культуры и социальной жизни является конфуцианство, которое рассматривается, как нравственный кодекс человека. Целью жизни, по мнению конфуцианства, является стремление к гармонии в отношениях с природой и между людьми, а китайское общество является воплощением этого. По этой причине народы, проживающие вне Китая, рассматриваются китайцами как варвары, своими действиями нарушающие гармоничность мира.[[60]](#footnote-60)

Китай использовал методы «мягкой силы» и с целью завоевания территорий. Присоединение территорий, населенных некитайскими этносами, началось в эпоху империи Хань (206 г. до н.э. – 220 г.). Чтобы избежать недовольства коренного населения, руководство Китая использовало комплекс гибких методов управления, разработанных на основе тщательного анализа различий в образе жизни, культуре и обычаях ханьцев (наиболее многочисленная этническая группа в Китае) и соседних этнических групп. Таким образом, инструменты «мягкой силы» использовались Китаем уже на ранних этапах исторического развития. Более того, Китай позиционировался, как сильнейшее и наиболее развитое государство.[[61]](#footnote-61)

Однако в середине XIX в. представления китайцев о своей стране как о непоколебимой империи пошатнулись в связи со слабостью правящей династии Цин и Опиумными войнами, в результате чего власть в стране фактически стала принадлежать иностранцам. Это явилось сильнейшим ударом по национальной гордости китайцев и дало толчок зарождению идей китайского национализма, основной целью которого являлось освобождение страны. Он стал силой, которая не только позволила восстановиться китайской нации, но и до сих пор является ядром культурной идентичности современного Китая.[[62]](#footnote-62)

Особый вклад в формирование новой национально-культурной идентичности Китая внесли экономические реформы Дэн Сяопина, которые трансформировали не только экономическую сферу но и сознание людей. Призывы государства к улучшению личного благосостояния за счет интеграции в новые торгово-экономические связи, вселили в народ веру, что Китай вновь занимает позиции развитого, сильного и сплоченного государства. Таким образом, нацеленность на достижение всеобщего блага оказала благотворительное влияние на объединение китайского общества в период реформаций.

По мере развития экономики и улучшения уровня жизни населения, КНР стала уделять все больше внимания «мягкой силе». На IV Пленуме ЦК КПК 16-го созыва, который проходил в сентябре 2004 года, впервые была поставлена задача распространения китайской культуры в мире, для того чтобы укреплять комплексную силу КНР, продвигать китайскую культуру, повышать ее международное влияние.[[63]](#footnote-63) Принятый в 2006 г. первый пятилетний «План культурного развития» КНР установил приоритеты внутренней и внешней политики страны в культурной сфере и был направлен на решение задач продвижения современной культуры Китая: снижение внешнего культурного влияния, выработка собственных культурных продуктов, нацеленных на расширение международного культурного влияния КНР, а также пользующихся спросом внутри страны.[[64]](#footnote-64)

Осенью 2011 г. на пленуме ЦК КПК было принято решение о создании инновационной и конкурентоспособной культурной индустрии, а также об определении мер поддержки экспорта культурной продукции и услуг. А в феврале 2012 г. был опубликован документ «Контуры культурной реформы и развития на 2011–2015 гг.», где главными задачами являются расширение китайского культурного влияния и вывод на новый уровень китайской культурной индустрии.[[65]](#footnote-65) В качестве мер по достижению указанных целей планируется привлечение средних и малых компаний, развитие и использование инновационных технологий, использование общественного капитала для инвестирования в данную сферу, эффективная защита интеллектуальной собственности. В целях повышения эффективности указанных мер планируется их применение на базе многочисленных проектов в различных отраслях.[[66]](#footnote-66)

Говоря о Корее, стоит отметить, что на протяжении всей своей многовековой истории страна была зажата между тремя гигантами: Китаем, Японией, Россией, противостоять которым, отстаивая свои интересы, у неё не было шансов. Японская оккупация, разделение страны и последующая кровопролитная война между севером и югом оказали колоссальное влияние на развитие Южной Кореи. После окончания Корейской войны лежавшая в руинах страна начала наращивать свой военный и экономический потенциал, чтобы сдерживать агрессию КНДР и иметь возможность восстановить утраченное. Вмешательство США и ООН гарантировали молодой республике безопасность и помощь в восстановлении, но даже после экономического подъема Южная Корея не спешит отказываться от поддержки столь мощной силы. История развития Республики не может не вызывать восхищения, ведь чуть больше чем за полвека она стала 11-ой по величине экономикой в мире, с доходом на душу населения, достигающим больше 15 000 долларов США, присоединилась к ОЭСР и сейчас является важным членом «Большой Двадцатки». Не менее важно то, что Южная Корея, в отличие от своего северного соседа, сумела развить демократическую политическую систему со свободными выборами и мирным переходом власти от одной политической партии к другой, гарантией соблюдения прав человека и свободы слова. Несмотря на то, что граждане страны жалуются на беспорядок в их политической системе, сам факт наличия открытого общества, способного привести к появлению и обсуждению такой критики, повышает привлекательность Республики.[[67]](#footnote-67)

Сейчас у Республики Корея есть все возможности развивать не только «жесткую», но и «мягкую силу». По мнению американского политолога Джозефа Ная «у Южной Кореи достаточно ресурсов для создания мягкой силы, не сдерживающей ее географических границ, которые препятствовали распространению твердой силы на протяжении всей истории страны».[[68]](#footnote-68) Корейские исследователи в свою очередь отмечают необходимость наращивания «мягкой силы» для сбалансирования отношений с сильными соседями и «гарантии своего выживания и процветания за счет активизации стратегической роли Южной Кореи в Северо-Восточной Азии, в том числе в трехсторонних отношениях: Южная Корея – Китай – Япония»[[69]](#footnote-69). Помимо политических целей и целей безопасности (ведь после фактического окончания Корейской войны мирный договор так и не был подписан) в качестве целей политики «мягкой силы» Южной Кореи выделяются также торгово-экономические (расширение международных рынков для экспорта, привлечение прямых иностранных инвестиций, привлечение туристов и т.д.).[[70]](#footnote-70) На данный момент особое внимание Республика Корея уделяет Азиатско-Тихоокеанскому региону, так как для расширения сферы влияния стране для начала необходимо укрепиться в регионе.

Формирование «мягкой силы» в Японии имеет давние традиции. В середине XIX века под давлением Соединенных Штатов Америки Япония была вынуждена выйти из самоизоляции и заключить ряд неравноправных договоров с западными державами, после чего начала играть важную роль на мировой политической арене. С целью сократить экономическое отставание от западных держав государство взяло курс на модернизацию под идеологическим лозунгом вакон-ёсай («японский дух – западная техника»), смысл которой заключался использовании заимствованного опыта Запада при сохранении традиционного японского образа мышления и мировоззрения. Именно в этот период Япония впервые начинает использовать такие ресурсы мягкой силы как культура, язык и традиции, последовательно выстраивая имидж мирного государства с уникальной культурой и существенно выделяясь на фоне других стран Востока, которые долгое время воспринимались как мировая периферия.[[71]](#footnote-71) Однако в начале ХХ века, особенно в период Русско-японской войны 1904-1905 гг., по мере роста военного могущества страны развитие культурной дипломатии начало ослабевать, и Япония стала восприниматься международным сообществом как агрессивное милитаристское государство. Поражение во Второй мировой войне свело на нет все достигнутые страной ранее успехи в культурной дипломатии и экономическом развитии. Принятая в 1947 г. Конституция впервые в истории содержала отказ государства от войны «как суверенного права нации, а также от угрозы или применения военной силы как средства разрешения международных споров», тем самым выведя Японию из числа активных акторов международных отношений, ориентировавшихся в начавшуюся эпоху холодной войны на применение силы. В сложившихся условиях государство, основываясь на положительном историческом опыте, снова обратилось к применению инструментов «мягкой силы». В 1951 г. при Министерстве иностранных дел Японии был создан департамент информации и культуры, а в 1953 г. была возобновлена деятельность различных обществ по пропаганде японской культуры за рубежом, прекращенная во время войны.[[72]](#footnote-72)

С начала 1980-х годов правительство Японии взяло курс на активную пропаганду своей национальной культуры за рубежом. Первоначально, в рамках данной политики акцент делался именно на традиционную культуру и обращение к прошлому, а не настоящему. Японская экзотика, включавшая в себя самурайские фильмы, спектакли средневекового театра «Кабуки», выставки старинных японских картин, рекламные ролики о красоте японской природы и древней архитектуре, традиционное искусство аранжировки цветов икебана, показательные выступления борцов сумо и представителей других боевых искусств и т.д., хоть и вызывала неподдельный интерес у западных потребителей, но все же существенно сужала потенциальную аудиторию покорения, чьи запросы были ориентированы, прежде всего, на современность, демократичность, универсальность и новые технологии. Тогда правительство Японии осознало, что путь к культурному лидерству лежит не через пропаганду исключительности трудной для широкого понимания традиционной японской культуры, а через распространение массовой культуры, бурное развитие которой объясняется, в первую очередь, сущностью потребительского общества, а также стремительным развитием новых технологий. Начиная с 1990-х годов политика «мягкой силы» Японии базируется на «качественно новых технологических средствах представления любого продукта, ориентированности на все группы и слои населения, готовности к адаптации материала под любые региональные и местные условия», что стало «второй волной» представления Японии как высокотехнологичного и динамичного государства, открытого всему миру.[[73]](#footnote-73)

Таким образом, можно сделать вывод, что правительства КНР, Республики Корея и Японии уделяют повышенное внимание формированию и развитию политики «мягкой силы». Сравнивая рассматриваемые страны, можно отметить, следующие особенности: и Китай, и Япония, в отличие от Южной Кореи имеют исторический опыт успешного использования инструментов «мягкой силы». Еще одной важной особенностью является то, что и КНР, и Япония так или иначе всегда занимали лидирующие позиции в Азиатско-Тихоокеанском регионе, тогда как Республике Корея удалось добиться влияния в регионе лишь на современном этапе, во многом именно благодаря реализации политики «мягкой силы».

**Глава 3. Ключевые ведомства, структуры и акторы проведения политики «мягкой силы»**

3.1. Китайская Народная Республика

Особенность государственного устройства КНР обуславливает важность рассмотрения институционального аспекта формирования как внутриполитического, так и внешнеполитического имиджа страны, т.к. политическая, экономическая, и социальная деятельность внутри страны и за рубежом ведется в соответствии с указаниям партии и под ее контролем. Одним из основных институтов, отвечающих за формирование положительного образа КНР посредством пропагандистского информационного воздействия, является Коммунистическая партия Китая (КПК) и ее специальные органы пропаганды. Базовые предложения, цели политики, а также определение круга ее инструментов вырабатываются специальными партийными структурами, такими как:

1. ЦПШ ЦК КПК (Центральная партийная школа Центрального комитета КПК) — образовательные и исследовательское учреждение, ответственное за подготовку высших партийных кадров[[74]](#footnote-74);
2. Отдел международных связей ЦК КПК — орган, ответственный за определение приоритетов партии на международной арене, также занимается внешними связями по партийной линии[[75]](#footnote-75);
3. Отдел пропаганды ЦК КПК — структурное подразделение партии, осуществляющее пропаганду и координирующее деятельность по контролю над СМИ и цензурой. Основными функциями отдела являются: контроль прессы и телевидения, сферы образования, идеологии, деятельности учреждений, заведующих культурой, печатью, телевидением, кино и радио[[76]](#footnote-76);
4. Государственный совет — высший государственный исполнительный орган КНР, подразделения которого контролируют информационные потоки.[[77]](#footnote-77)

Так в 2010 году было создано Бюро по координированию новостей, задачей которого является проверка информации, размещённой в социальных сетях, блогах и форумах.[[78]](#footnote-78) Работу информационных агентств, издательств, телевидения и ключевых Интернет-порталов курирует Пресс-канцелярия Государственного совета КНР. Она также координирует направленную на зарубежную аудиторию китайскую пропаганду, сглаживает возникающие трения или противоречия.[[79]](#footnote-79) В мае 2011 года в КНР была создана Государственная канцелярия по вопросам информации в Интернете – первая в стране организация, специализация которой — контроль Интернета и блокировка сайтов, нарушающих законы КНР: распространение сведений, искажающих правду, ведущих к расколу страны, призывающих к свержению правительства или социалистической системы и вредящие репутации государственных органов. [[80]](#footnote-80) При Информационном агентстве Государственного совета КНР создано Административное бюро по пропаганде в Интернете, занимающееся внедрением «электронного правительства» и осуществлением пропаганды.[[81]](#footnote-81)

Реализация конкретных аспектов политики осуществляется в специальных структурах государственной власти: Министерстве внутренних дел, Министерстве государственной безопасности, Министерстве общественной безопасности, Министерстве промышленности и информатизации, Министерстве иностранных дел, Министерстве образования, Министерстве культуры.

Министерство внутренних дел, Министерство государственной безопасности, Министерство общественной безопасности и Министерство промышленности и информатизации осуществляют совместную работу по блокировке нежелательных для китайских пользователей, с точки зрения китайских властей, зарубежных сайтов.[[82]](#footnote-82) МВД КНР разработало и внедрило мощную систему фильтрации информации, файрволл (system of firewalls) — специальный сервер или система серверов, которые устанавливаются на Интернет-канале между пользователями и поставщиком Интернет-соединения и фильтруют информацию, передающуюся по каналу. Если Интернет-сайт содержит нежелательную информацию, он фильтруется файрволлом, и доступ к нему в пределах КНР становится невозможен. Это относится не только к «антикоммунистическим» сайтам, но и к таким ресурсам, как сайты BBC, CNN, ABC и CBS News, журнал Time, Wikipedia и др. Более того, в китайском интернет-пространстве запрещено использование слов «Тибет», «Тайвань», «Китай», «равноправие», «демонстрация», «антияпонский», «свобода», «демократия», «ВИЧ» и др. Сообщения, содержащие запрещенные слова подвергаются удалению.[[83]](#footnote-83)

В КНР действует значительное количество медиаинститутов: 700 телестанций, около 1000 радиостанций, более 7000 тысяч газет и журналов, использующихся как один их инструментов «мягкой силы».[[84]](#footnote-84)

Важную роль во внешнеполитической и внутриполитической пропаганде КНР играет государственное информационное агентство «Синьхуа», входящее в десятку ведущих мировых агентств. Агентство «Синьхуа» было создано в 1937 г. и находится в прямом подчинении Государственного совета КНР, а все корреспонденты агентства проходят идеологическую обработку. Его основной задачей является пропаганда КПК, распространение точки зрения партии и поддержание ее монополии на информацию. Имеет отделения во всех провинциях, автономных районах и городах центрального подчинения КНР, а также в 150 странах и районах мира. В настоящее время «Синьхуа» является источником абсолютно всех новостей внутри КНР и практически всех новостей о не, которые передают зарубежные СМИ, контролирует процессы информирования китайской национальной аудитории и международной общественности обо всех аспектах жизни в КНР. «Синьхуа» выпускает более 20 общенациональных газет и журналов, активно работает над развитием кабельного телевидения, а сайт агентства, запущенный в 1999 г. и публикующих информацию на китайском, английском, русском, французском, испанском, немецком, японском и арабском языках, является самым авторитетным в стране (www.xinhuanet.com).[[85]](#footnote-85)

В 1947 г. было создано, как отдел радиостанции «Синьхуа», Международное радио Китая («China Radio International»), которое позднее трансформировалось в самостоятельную медиаструктуру, являющаяся на данный момент одной из крупнейших в мире, вещающая на 62 языках мира и располагающая 40 зарубежными корреспондентскими пунктами и представительствами, 60 дочерними зарубежными радиостанциями и 15 радиошколами. МРК готовит радиопрограммы, телепередачи, ведёт мобильное и Интернет-вещание.[[86]](#footnote-86)

Одним из важнейших медиаинститутов, целью которого является формирование положительного имиджа КНР на международной арене является официальное печатное издание ЦК КПК, ежедневная газета «Жэньминь жибао». Газета «Жэньминь Жибао» была основана в 1948 году и является одной из ведущих газет в мире и самой влиятельной газетой в Китае и печатается на китайском, русском, английском, японском, французском, испанском, арабском, монгольском, тибетском, уйгурском, казахском, корейском, носу и чжуанском языках. Тираж достигает 4 миллиона экземпляров, включая зарубежные издания на китайском и иностранных языках, которые являются более информативными и менее идеологизированными. Интернет-сайт газеты «People’s Daily Online» (<http://www.people.com.cn>), запущенный в 1999 г., является крупнейшим информационным сайтом КНР, публикующим материалы на 14 иностранных языках, включая русский, английский, японский, корейский, французский, испанский и арабский и ежедневная посещаемость которого составляет 150 миллионов раз.[[87]](#footnote-87)

Еще одной крупной китайской ежедневной общественно-политической газетой является China Daily. Основанная в 1981 году газета в настоящее время имеет крупнейший тираж на английском языке, который издаётся в КНР (более 500 тысяч экземпляров). Офисы China Daily расположены во всех крупных городах Китая, а также в Нью-Йорке, Вашингтоне и Лондоне. Специальные выпуски газеты публикуются в США, Гонконге и Европе, а онлайн-версия газеты «China Daily» ([www.chinadaily.com.cn](http://www.chinadaily.com.cn)) стала первым в КНР информационным интернет-сайтом, ориентированным в первую очередь на иностранную аудиторию.[[88]](#footnote-88)

В 1952 г. было основано китайское новостное агенство «Чжунго Синьвэнь» («China News Service»), ориентированное на информационную работу с соотечественниками на Тайване, в Сянгане и Аомэне, а также с китайской диаспорой в странах Юго-Восточной Азии. В настоящее время отделения CNS имеются в Токио, Бангкоке, Куала-Лумпуре, Вашингтоне, Нью-Йорке, Лос-Анджелесе, Сан-Франциско, Ванкувере, Лондоне, Париже, Сиднее и Москве.[[89]](#footnote-89)

Важной частью проведения политики «мягкой силы» КНР является телевидение. Лидером среди телестанций является Центральное телевидение Китая (CCTV), транслирующее информацию по все в миру. CCTV является не только одним из важнейших инструментов пропаганды в области телевещания, но и дает пространство для обмена информацией и культурой, играет ключевую роль в распространении новостей, популяризации общественного образования, предоставлении разнообразных услуг и развлечений.[[90]](#footnote-90)

Правительство КНР ежегодно предоставляет большое количество стипендий иностранцам, желающим обучаться в китайских университетах. Ответственными за отбор кандидатов выступают Министерство Образования и Китайский Стипендиальный Совет — Chinese Scholarships Council (CSC). Предоставляются программы первого высшего образования, поствысшего образования, а также программы для лиц, изучающих китайский язык, студентов по обмену и докторские стипендии.[[91]](#footnote-91)

В рамках Государственного Совета функционируют три канцелярии по вопросам взаимодействия с китайской диаспорой: Канцелярия по делам зарубежных китайцев, Канцелярия по делам Тайваня и Канцелярия по делам Сянгана и Аомэня. Помимо этого, с 1988 г. в составе Всекитайского собрания народных представителей (ВСНП), функционирует Комитет по делам китайских эмигрантов, осуществляющий нормативное сопровождение процессов взаимодействия с китайской диаспорой. Кроме того, под контролем государства функционируют такие организации, как Международное общество по изучению зарубежных китайцев, Всемирная федерация этнических китайцев, Китайская ассоциация зарубежных связей и другие организации, занимающиеся утверждением и расширением экономических, политических и культурных связей с китайской диаспорой по всему миру.[[92]](#footnote-92)

Государственная канцелярия по распространению китайского языка за рубежом (Ханьбань), подчиняющаяся Министерству образования КНР, ставит перед собой цель предоставить возможность изучать китайский язык и культуру во всем мире, удовлетворить требования зарубежных китайских студентов и содействовать развитию культурного многообразия и построению гармоничного мира. Ее функциями являются: развитие и поощрение изучения китайского языка на международном уровне; поддержка китайских языковых программ в образовательных учреждениях различных типов и уровней в других странах; разработка международных стандартов изучения китайского языка и его пропаганда. Ханьбань состоит из восьми управлений (Управление по общим вопросам, Управление менеджмента по персоналу, Управление логистических услуг, Управление учебных материалов, Управление новых инициатив и международных обменов, Управление тестирования и стипендиальных программ, Финансовое управление, Управление преподавательского состава и волонтеров, Секретариат международного сообщества по преподаванию китайского языка) и секретариата. На финансирование организации выделена специальная статья расходов, предусмотренная бюджетом Министерства образования КНР. Для желающих получить сертификат о знании китайского языка Ханьбань проводит специальный экзамен — Hanyu shuiping kaoshi (HSK), который на данный момент сдало более миллиона человек.[[93]](#footnote-93)

Таким образом, можно сделать вывод, что для формирования внешнеполитического имиджа КНР выделен целый комплекс государственных и медийных институтов. Каждый из них, с одной стороны, имеет свою специализацию, с другой — различия между ними зачастую являются весьма условными, а функции целого ряда государственных структур дублируются. Вся деятельность институтов внутри страны и за ее рубежами ведется в соответствии с указанием партии и под ее пристальным вниманием. Все это способствует целенаправленному, подконтрольному формированию внешнеполитического имиджа КНР.

3.2. Республика Корея

В январе 2009 года правительством Республики Корея был создан Президентский комитет по национальному брендингу с целью повышения национального статуса и престижа страны, а также формирования ее имиджа как «ответственной и всеми любимой нации».[[94]](#footnote-94) Комитет призван курировать все программы, связанные с продвижением позитивного имиджа Южной Кореи, претворять в жизнь план «управления национальной репутацией»[[95]](#footnote-95) и учитывать общественное мнение в странах-партнерах.

Однако политика «мягкой силы» осуществляется не только через центральное правительство, но и во многом определяется работой деятельностью граждан, корпораций, некоммерческих организаций и средств массовой информации. Распространяя информацию о Республике Корея по собственной инициативе и оставляя благоприятное впечатление у встреченных ими людей, они могут положительно влиять на имидж понимание иностранцами своей страны без использования инструментов пропаганды.

Корейские чеболи (финансово-промышленные группы) щедро поддерживают разнообразные социальные программы: Samsung Electronics основало инженерные академии в Южной Африке, Нигерии и Кении, направленные на помощь местным жителям в развитии навыков, необходимых для получения более высокой оплаты труда; [[96]](#footnote-96) Hyundai Motor проводят работу по снижению количества автокатастроф в Индии, улучшая транспортную инфраструктуру;[[97]](#footnote-97) POSCO развила широкую сеть социальных программ, включающих в себя строительство домов для бездомного населения Вьетнама и поддержание бесплатных больниц в отдаленных деревнях Монголии;[[98]](#footnote-98) Korea Life Insurance благотворно повлияла на имидж Кореи во Вьетнаме, оказав поддержку больницам и приютам;[[99]](#footnote-99) основав фабрику в китайской провинции Далянь, STX обеспечила местные школы компьютерами и оказала поддержку детскому оркестру, предоставив преподавателей и музыкальные инструменты;[[100]](#footnote-100) Daewoo изменила жизнь неимущих детей в Перу, оказав финансовую поддержку школам страны.[[101]](#footnote-101)

Другим важным актором реализации политики «мягкой силы» являются средства массовой информации. Такие медиаинституты как KBS World and Arirang TV осуществляют телевещание по всему миру. Телеканал KBS World, изначально выпускающий передачи, транслируемые только на территории Южной Кореи, теперь набирает популярность по всему миру, и, несмотря на то, что первоначально аудиторию канала составляли этнические корейцы, проживающие за рубежом, все больше людей сейчас смотрят программы канала с английскими субтитрами.[[102]](#footnote-102) В свою очередь аудитория канала Arirang TV, деятельность которого направлена на лучшее понимания иностранцами особенностей Южной Кореи, уже достигла 100 миллионов в 188 странах мира.[[103]](#footnote-103)

Не менее важную роль в проведении политики «мягкой силы» играют органы местного самоуправления, так как именно они является организаторами различных фестивалей и спортивных событий. В 2014 году Инчхон стал местом проведения Азиатских игр, а в 2018 Пхёнчхан будет принимать Зимние Олимпийские игры. Все большую популярность в мире приобретают Пусанский международный кинофестиваль и уникальный Фестиваль бабочек в Хампхёне. Эти муниципалитеты не только становятся идеальным местом для распространения национального бренда по всему миру, но также показывают туристам свои особенности, формируя у них понимание того, как разнообразны, но гармоничны провинции Южной Кореи и их культурное наследие.[[104]](#footnote-104)

Роль некоммерческих организаций в реализации политики «мягкой силы» все время усиливается благодаря их прямым контактам с гражданами по всему миру. На данный момент в Республике Корея зарегистрировано более 750 НКО, которые активно продвигают информацию о стране и корректируют ложные представления о ней. Они взаимодействуют со своими коллегами за рубежом и отстаивают внешнеполитическую позицию своей страны по важным вопросам. Частью усилий по формированию сотрудничества между некоммерческими организациями является организованный Министерством иностранных дел и торговли Республики Корея ежегодный форум представителей НКО, в ходе которого они делятся своим опытом проведения кампаний по всему миру. Министерство также основало интернет-сообщество, где члены НКО моут обмениваться информацией.[[105]](#footnote-105)

Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея сотрудничает с Lotte Group в рамках программы по распространению корейских фильмов за рубежом через дочерние проекты компании: Lotte Cinema и Lotte Entertainment. Министерство также сотрудничает с KBS и органами местного самоуправления провинции Кёнсан-пукто в ходе проекта “Quiz on Korea”, в рамках которого в 23 странах мира проводится викторина на знание истории и культуры Кореи, победители которой затем приглашаются для участия в финальном раунде в студии телеканала KBS, посещения концертов самых популярных звезд K-попа и памятников культурного наследия в Кёнсан-пукто, а также удостаиваются звания «Друзей Кореи».[[106]](#footnote-106)

Сотрудничество государства с частным сектором (НКО, корпорации, СМИ, университеты) неотделимо от реализации политики «мягкой силы», для успешной передачи своих идей. Подобное сотрудничество зачастую помогает государству восполнить недостаток ресурсов, рабочей силы и возможностей в целом. Однако в ходе него правительству не следует забывать, что подобный союз может иметь успех только при наличии доверительных отношений между государством и частным сектором с целью добиться продвижения национального бренда.[[107]](#footnote-107)

Таким образом, можно отметить такую особенность «мягкой силы» Республики Корея как преобладание роли частного сектора в её формировании. В отличие от КНР, где проведение публичной дипломатии полностью контролируется центральным правительством, основными акторами осуществления политики «мягкой силы» в Южной Корее являются чеболи, международные СМИ, муниципалитеты и НКО.

3.3. Япония

Япония отличается высокой институционализацией в вопросах «мягкой силы», помимо различных специализированных департаментов Министерства иностранных дел существуют многочисленные общественные и коммерческие структуры, общества дружбы и экономические союзы, финансируемые государством.

В 1951 г. при Министерстве иностранных дел Японии был создан Департамент информации и культуры, а с 1953 г. начали свою деятельность общества по распространению и популяризации японской культуры за рубежом, которые уже к 1960-м годам подверглись реорганизации, финансовой поддержке и контролю государства.[[108]](#footnote-108) В настоящее время в структуре Министерства иностранных дел Японии действует специальный департамент публичной дипломатии, входящий в состав министерского секретариата и осуществляющий руководство обширным комплексом мероприятий по популяризации японской культуры, а также моделирующий позитивный имидж Японии за рубежом с помощью инструментов «мягкой силы».[[109]](#footnote-109)

В 1972 г. при Министерстве иностранных дел Японии был создан Японский фонд (Japan Foundation) – крупнейшая специализированная организация с бюджетом в 100 млрд. иен, основная цель которой – распространение японского языка и японской культуры за рубежом.[[110]](#footnote-110) Первоначально фонд являлся «главным проводником политики правительства», а сейчас действует как самостоятельная юридическая организация. Фонд осуществляет свою деятельность в более чем 190 странах мира, имеет представительства (центры японского языка и культуры) в 26 странах мира.[[111]](#footnote-111) На протяжении всей своей истории Японский фонд работает над повышением эффективности глобального международного культурного обмена, конечная цель которого – развитие взаимопонимания между различными нациями и народами.[[112]](#footnote-112) Правовой статус позволяет фонду более гибко планировать свою деятельность и привлекать финансовые ресурсы из различных источников: это и правительственные капиталовложения и субсидии, и частные пожертвования. Японский фонд является единственной в Японии организацией, осуществляющей всестороннюю деятельность по культурным обменам между Японией и другими странами.[[113]](#footnote-113)

Важную роль в проведении политики «мягкой силы» Японии играет Агентство по культуре, осуществляющее обучение иностранцев японскому языку посредством пяти программ: программа по изучению японского языка для иностранцев, постоянно проживающих в Японии, программа поддержки местного обучения японскому языку, организация фонда поддержки преподавания японского языка для беженцев, обучение японскому языку репатриантов из Китая, улучшение содержания и методов преподавания японского языка.[[114]](#footnote-114) Стоит отметить, что деятельность Агентства по культуре, в отличие от Японского фонда, касается в основном иностранцев, проживающих постоянно или временно на территории Японии. [[115]](#footnote-115)

Кроме того, в развивающихся странах создаются Японские центры, цель которых - привлечение 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. Центры предоставляют информацию о Японии широкой общественности в принимающих странах посредством открытия специализированных библиотек и предоставления аудиовизуальных ресурсов, тем самым развивая взаимодействие и взаимопонимание между принимающими странами и Японией и вовлекая в сотрудничество частные предприятия, органы государственной власти, студентов и широкую общественность.[[116]](#footnote-116)

Не последнюю роль в осуществлении политики «мягкой силы» осуществляют японские бренды, формирующие у потребителей мнение о национальной идентичности страны. У современного потребителя Япония ассоциируется не только с традиционными представителями японской экзотики (самураи, гейши и т.д.), но и такими корпорациями как SONY, Nintendo, Toyota и т.д., все чаще становящимися важными акторами международных отношений.[[117]](#footnote-117)

В 2005 г. при Кабинете министров Японии был сформирован Штаб стратегии интеллектуальной собственности, разработавший план создания «бренда Японии» (“Japan brand”) – широкий комплекс мер, охватывающих сферу экономики и культуры и призванных «улучшить имидж и репутацию Японии и превратить ее в нацию, которую любят и уважают повсюду в мире». Стратегия включает в себя содействие распространению в мире богатых традиций японской кухни и культуры питания, создание разнообразных и надежных региональных брендов, утверждение японской моды как глобального бренда и реализацию стратегии распространения идей привлекательности Японии. В соответствии с принятой программой, каждое из этих направлений деятельности закреплено за соответствующим министерством и ведомством.[[118]](#footnote-118) В рамках данной программы Министерство экономики, торговли и промышленности также осуществляет поддержку местных брендов как формы интеллектуальной собственности. Путем регистрации в Японском патентном агентстве определенный товар или услуга становятся «визитной карточкой» данного региона, способствуя росту его продаж и популяризации не только на территории страны, но и за рубежом (например, куклы Дарума из г.Такасаки, горячие источники Гёро, буддистские алтари из г.Канадзава, традиционные японские куклы Кё-нингё из Киото, известные своими ресторанами террасы вдоль берега реки Камогава в Киото и др.). Основную работу в реализации данной программы осуществляют местные торгово-промышленные палаты и общества. [[119]](#footnote-119)

В целях развития содействия международному развитию было создано Японское агентство международного сотрудничества (JICA), предоставляющее помощь в создании трудовых ресурсов, передаче технологий и стимулировании развития инфраструктуры в разных странах посредством технического сотрудничества, предоставления займов и грантов. Агентство осуществляет свою деятельность более чем в 150 странах и регионах и имеет около 100 представительств за рубежом (Европа, Азия, Ближний Восток, Африка, Северная и Латинская Америка, Океания).[[120]](#footnote-120)

В рамках реализации политики превращения Японии в центр мирового туризма и привлечения туристических потоков из-за рубежа в 1964 г. правительством Японии была создана Японская национальная туристическая организация (JNTO). На данный момент организация имеет 17 отделений по всему миру.[[121]](#footnote-121) Тем не менее, ключевым актором в данной сфере является созданное в 2008 году Японское агентство по туризму (JTA), координирующее совместную работу государственного и частного секторов в рамках проведения кампании «Visit Japan».[[122]](#footnote-122)

Таким образом, можно говорить о том, что институциализация «мягкой силы» Японии занимает промежуточное положение между КНР и Республикой Корея. Проведение политики «мягкой силы» Японии изначально находилось под контролем государства, которое для этих целей сформировало целый ряд специализированных министерств, ведомств и агентств. Однако с течением времени все более активную роль в данном вопросе начинают играть неправительственные структуры, фонды и, в особенности, локальные бренды и транснациональные корпорации.

Сравнивая институциональный аспект формирования политики «мягкой силы» рассматриваемых стран, можно говорить о том, что для формирования внешнеполитического имиджа КНР выделен целый комплекс государственных и медийных институтов, деятельность которых внутри страны и за рубежом ведется в соответствии с указанием партии и под ее пристальным вниманием, что способствует целенаправленному, подконтрольному формированию внешнеполитического имиджа государства. В отличие от КНР, в формировании политики «мягкой силы» Республики Корея преобладает частный сектор, а основными акторами являются чеболи, международные СМИ, муниципалитеты и НКО. Институциализация «мягкой силы» Японии занимает промежуточное положение между КНР и Республикой Корея, проведение политики «мягкой силы» Японии изначально находилось под контролем государства, которое для этих целей сформировало целый ряд специализированных министерств, ведомств и агентств, но с течением времени все более активную роль в данной сфере начинают играть неправительственные структуры, фонды и, в особенности, локальные бренды и транснациональные корпорации.

**Глава 4. Основные направления реализации политики
«мягкой силы»**

4.1. Китайская Народная Республика

В настоящее время более 50 миллионов человек по всему миру за пределами Китая изучают китайский язык, что, в первую очередь, связано с расширением образовательной деятельности КНР как внутри страны, так и за ее пределами. Распространение китайского языка входит в обязанности Министерства образования, а также связанных с ним служб, финансирующих тематические мероприятия. Основным инструментом их деятельности является создание и развитие сети Институтов Конфуция (ИК), основанной в 2004 г. в Сеуле и управляемой упоминавшейся ранее Государственной канцелярией по распространению китайского языка за рубежом (Ханьбань). ИК представляет собой образовательное учреждение, которое создается на базе зарубежного вуза-партнера.[[123]](#footnote-123)

ИК является аналогом немецкого Института Гёте, Британского совета, «Альянс Франсез» и испанского Института Сервантеса, но имеет ключевые отличия, т. к ИК, в отличии от западных аналогов являются государственными организациями, а следовательно их финансирование также осуществляется в основном на государственной основе. Более того, ИК является более успешным: по состоянию на 2017 г., в мире действует 500 ИК в более чем ста странах мира, 22 из них - в России.[[124]](#footnote-124) Деятельность ИК и активность китайского государства по популяризации китайского языка привели к включению китайского языка в систему национального образования более чем в 40 странах мира.[[125]](#footnote-125)

В рамках ИК студентам предоставляется возможность не только изучать китайский язык, но и приобщиться к культуре и традициям Китая. ИК создаются на базе крупнейших и наиболее авторитетных вузов, что позволяет привлечь внимание одаренной молодежи, которая в будущем должна составить истеблишмент этих государств, ориентированный на КНР, что предоставит ей дополнительные возможности по реализации "мягкой силы".

Существуют и негативные оценки деятельности ИК. Например, его зачастую обвиняют в попытках продвижения взглядов КПК, в том числе по вопросам Тайваня и Тибета, в ограничении академических свобод в принимающих университетах, наблюдении за студентами и даже участии в промышленном и военном шпионаже в пользу КНР. В западных СМИ периодически появляются статьи, в которых ИК называют «троянским конем» КПК, а некоторые университеты, например, Мельбурнский университет и Университет Чикаго, в свою очередь выступали против создания на своей базе ИК. Более того, ИК обвиняют вестернизации, т.к. он не занимается продвижением уникальных китайских концепций, таких как «сущность цивилизованного общества», «спокойствие в обществе», «практичное управление/благожелательность народа», а только переводит на китайский язык западные концепции.[[126]](#footnote-126)

Еще одним инструментом популяризации китайского языка является проведение по инициативе Министерства образования КНР ежегодного конкурса «Китайский мост» (Hanyuqiao), победители которого получают ценные призы, такие как обучение или льготное поступление в вузы КНР.[[127]](#footnote-127)

Еще одним инструментом «мягкой силы» КНР является продвижение китайской культуры за рубежом. Распространение традиционной культуры, как правило, осуществляется через проведение многочисленных фестивалей, включающих и мероприятия для специалистов, и для обычных жителей. Данные мероприятия позиционируются как направленные на улучшение знаний народов о друг друге и на построение дружественных отношений между государствами. Например, в Санкт-Петербурге проводится ежегодный фестиваль «Праздник весны», где посетителям предлагается окунуться в атмосферу китайского торжества, в рамках которого они могут увидеть традиционный танец драконов, выступления мастеров боевых искусств, а также принять участие в чайной церемонии и мастер-классу по каллиграфии.[[128]](#footnote-128)

Одним из механизмов популяризации традиционной китайской культуры является проведение перекрестных годов, месяцев, недель или дней культуры с зарубежными государствами. Длительность данных мероприятий, как правило, обусловлена степенью важности контактов КНР с теми или иными государствами, а также их экономическим потенциалом. Например, в 2007 г. в Киргизии были проведены дни Культуры Китая, а в 2008 г. аналогичные мероприятия проводились и в КНР.[[129]](#footnote-129) В сентябре 2013 г. Бразилия, т.к. она является значительно более крупным государством, провела месяц своей культуры в Китае, а в октябре того же года месяц китайской культуры прошел в Бразилии.[[130]](#footnote-130) 2006-й год был объявлен Годом России в Китае, а 2007-й год был Годом Китая в России.[[131]](#footnote-131) Однако, стоит отметить, что иногда и краткосрочный период проведения культурных событий может включать в себя значительное число широкомасштабных мероприятий. Например, в ноябре 2013 г. в Китае прошли Дни Казахстанской культуры, в ходе которых различные мероприятия проходили сразу на трех площадках в разных частях страны (в Пекине, Шанхае и Урумчи), что продемонстрировало уникальность данного культурного события.[[132]](#footnote-132)

Создание китайских культурных центров за рубежом является одним из базовых способов экспорта китайской, в особенности традиционной, культуры. Однако, стоит отметить, что ККЦ, как правило, открываются по инициативе представители китайской диаспоры, а не официальных китайских властей. Таким образом, их деятельность имеет ограниченную ценность для политики КНР, по причине своей независимости от государственной власти. Однако на практике значительное количество подобных центров в мире способствует лучшему пониманию и распространению китайской традиционной культуры и создают среду для продвижения политики «мягкой силы» КНР.[[133]](#footnote-133)

КНР также старается привлекать к себе положительное общественное внимание. Например, Китай оказывал значительную помощь казахстанскому проекту «Культурное наследие», что имело большое значение для Казахстана, который получил из китайских библиотек, фондов и музеев огромное количество исторических материалов о Казахстане.[[134]](#footnote-134)

Несмотря на успехи в распространении китайской традиционной культуры, КНР испытывает сложности в продвижении современной культуры. Прежде всего это касается популяризации современной китайской литературы за рубежом. К сожалению, количество переводчиков с китайского языка, способных на высоком уровне перекладывать китайские произведения на другие языки по-прежнему невелико. Для решения данной проблемы КНР проводился международный конкурс переводов, в рамках которого участникам предлагалось перевести на иностранный язык одну из 30 конкурсных историй. В конкурсе было представлено пять номинаций по числу иностранных языков, на которые осуществлялся перевод: английский, французский, русский, испанский, арабский. Победители в каждой из номинаций получили приз 5000 долларов.[[135]](#footnote-135)

Еще одной проблемой продвижения современной культуры КНР является кинематограф. Несмотря на то, что в 2013 г. Китай вышел на второе место в мире по объему рынка кинопродукции, опередив при этом Японию,[[136]](#footnote-136) и то, что большую часть рынка составляют китайские фильмы, их качество оставляет желать лучшего, а преобладание в кассовых сборах связано лишь с большим количеством выпускаемых фильмов. Более того, китайские фильмы негативно оцениваются зарубежными зрителями, т.к. зачастую представляют собой лишь вариации на сюжеты успешных западных фильмов.[[137]](#footnote-137)

Одной из приоритетных задач образовательной политики КНР является обучение иностранных студентов на территории Китая. За продвижение в данном направлении отвечают Китайский стипендиальный совет, Китайский центр по обслуживанию образовательных обменов, а также организации, подконтрольные Министерству образования КНР.

На данный момент КНР входит в пятерку стран, лидирующих по количеству принимаемых иностранных студентов. Темпы прироста иностранных учащихся в КНР не имеют аналогов в мире: по данным Министерства образования КНР, в 2016 году общее число иностранных студентов в Китае составило 442,773 человек, что почти на 12% больше чем в предыдущем году.[[138]](#footnote-138) Стоит отметить, что КНР лидирует не только по количеству принимаемых на обучение иностранных студентов, но и по количеству студентов, выезжающих на обучение за рубеж.[[139]](#footnote-139)

Для повышения информированности иностранных студентов относительно обучения в КНР, Министерством образования КНР была создана информационная система CUCAS (China’s University And College Admission System – Система поступления в китайские вузы и колледжи). CUCAS выпоняет роль связующего звена между китайскими вузами и колледжами и иностранными студентами, что сокращает поиски необходимого ВУЗа или программы до минимума. CUCAS также предлагает услуги по оформлению учебных документов, что существенно упрощает процесс подачи заявки.[[140]](#footnote-140) Важно отметить, что эффективное функционирование таких систем формирует позитивный имидж образования в КНР у потребителей образовательных услуг.

Усилия Правительства КНР по развитию и продвижению государственных учебных заведений до мирового уровня не проходят даром. Количество иностранных студентов в КНР растет с каждым годом. Успехи в образовательной политике демонстрируют высокие позиции ВУЗов в мировых рейтингах, например, в THE World University Rankings, ежегодно составляемом The Times. В ТОП-200 лучших вузов мира китайские университеты заняли следующие позиции: Пекинский Университет — 29 место, Университет Цинхуа — 35 место, Гонконгский Университет — 43 место, Гонконгский Университет науки и технологии — 49 место, Китайский Университет Гонконга — 79 место, Городской Университет Гонконга — 119 место, Научно-технический Университет Китая – 153 место, Университет Фудань (Шанхай) — 155 место, Гонконгский Политехнический Университет – 192 место.[[141]](#footnote-141)

Несмотря на улучшение качества китайского образования, основная масса зарубежных студентов прибывает в страну из развивающихся стран (Центральной Азии, Монголии, Юго-Восточной Азии). При этом, вопреки значительному интересу в Европе и Северной Америке к изучению Китая, доля студентов из этих регионов в числе иностранных студентов, проходящих обучение в КНР, остается невысокой, что связно с трудностями адаптации в иной культурной среде, а также с достаточно высоким качеством собственного высшего образования.[[142]](#footnote-142)

КНР прилагает существенные усилия к привлечению интереса иностранной молодежи, от которой зависят перспективы сохранения и развития «мягкой силы». Для этого за рубежом проходит значительное количество различных молодежных встреч, которые можно разделить на три основных направления: научные и культурные конференции, спортивные события, политико-экономические встречи «молодых лидеров», среди которых можно выделить Молодежный саммит Азия XXI.[[143]](#footnote-143) Данная конференция дает перспективным молодым людям из разных регионов Азии площадку для коммуникаций, на которой они не только могут высказать свое мнение, но и лучше узнать позицию своих коллег, что, возможно, поможет избежать сложностей в выстраивании отношений между их странами в будущем и улучшить имидж КНР, как страны, давшей возможность будущим политикам добиться успеха. Организаторами большинства мероприятий выступают китайские ВУЗы. Многие из подобных конференций проходят при местных ИК.

КНР является членом ряда международных организаций:
постоянным членом Совета Безопасности ООН и целого ряда специализированных учреждений ООН. Страна является участником АСЕАН, ШОС АТЭС др., имеет статус наблюдателя в Движении неприсоединения, Латиноамериканской ассоциации интеграции и др. Деятельность КНР по содействию международному развитию находится в ведении Министерства коммерции КНР в соответствии с директивами партии, а также в форме поручений Государственного Совета КНР. Некоторые функции осуществляют Исполнительное Бюро международного экономического сотрудничества, Китайский международный центр экономических и технических обменов, а также связанная с Министерством коммерции Академия международного бизнеса. Финансирование операций осуществляется Экспортно-импортным банком КНР (ссуды, гранты на приобретение готовых товаров и направлении специалистов)[[144]](#footnote-144), а также Китайским банком развития (финансирование инфраструктурных проектов)[[145]](#footnote-145).

В июле 2014 г. пресс-канцелярия Государственного совета КНР опубликовала Белую книгу «Помощь Китая зарубежным странам-2014», которая призвана объективно и всесторонне ознакомить общественность с работой китайского правительства по оказанию помощи зарубежным странам за период с 2010 по 2012 год. Белая книга освещает политику и способы оказания КНР помощи зарубежным странам, участие в международном сотрудничестве в этой области, сообщает факты о стабильном расширении помощи зарубежным странам, содействии улучшению жизни населения и социально-экономическому развитию стран, получающих помощь, содействии развитию механизма регионального и международного сотрудничества. Предоставление помощи осуществляется по восьми основным направлениям: комплексные проекты; товары и материалы; техническое сотрудничество; сотрудничество в сфере развития человеческих ресурсов; отправка за рубеж медицинских команд; экстренная гуманитарная помощь; волонтерские программы за рубежом; списание долгов.[[146]](#footnote-146)

В 1960-х премьер-министр КНР Чжоу Эньлай впервые выдвинул 8 принципов предоставления помощи другим государствам, заключающиеся в следующем:

1. Правительство КНР неизменно осуществляет помощь зарубежным странам на основе принципа равенства и взаимной выгоды; никогда не стоит рассматривать эту помощь как пожалованную одной стороной, напротив, необходимо считать её взаимной.

2. Правительство КНР во время оказания помощи зарубежным странам строго уважает суверенитет государства-реципиента, не выдвигает каких-либо условий и не требует каких-либо специальных привилегий. Стоит отметить, что КНР все же настаивает на признании «принципа одного Китая» и прекращении дипломатических отношений с Тайванем, если таковые были.

3. Правительство КНР предоставляет экономическую помощь в виде беспроцентных или низкопроцентных займов, в случае необходимости продлевает срок возврата займа, чтобы, насколько это возможно, уменьшить тяжесть бремени государства-реципиента.

4. Для правительства КНР главной целью оказания помощи другому государству является не установление зависимости государства-реципиента, а помощь в постепенном установлении независимого развития его экономики.

5. Проекты, основанные в государстве-реципиенте при участии правительства КНР, не требуют большого количества инвестиций, дают быстрый результат, способствуют увеличению прибыли и накоплению капитала в этой стране.

6. Правительство КНР предоставляет лучшее оборудование и материалы, произведённые в своей стране, по ценам, установленным мировым рынком. Если оборудование и материалы, предоставленные правительством КНР, не соответствуют оговоренным стандартам и качеству, то правительство КНР обязуется произвести замену.

7. Правительство КНР при оказании какой-либо технической помощи гарантирует полностью обучить работников государства-реципиента владению соответствующими видами техники.

8. Уровень материального обеспечения специалистов, направляющихся правительством КНР в государство-реципиент для помощи в осуществлении строительства, должен быть равным уровню местного специалиста, особенные требования или условия не приветствуются.[[147]](#footnote-147)

Более того, предоставление помощи является одним из инструментов КНР для получения доступа к необходимым природным ресурсам, располагающимся на территории государств-реципиентов. Несмотря на участие в международных структурах, регулирующих предоставление помощи, КНР выступает в роли альтернативного донора международной помощи, предлагая льготные условия ее предоставления и уделяя особое внимание инфраструктурным проектам, а также предоставлению льготных ссуд для приобретения китайской продукции.[[148]](#footnote-148)

Предоставляя безвозмездную помощь среднеазиатским странам, КНР, прежде всего стремится защитить свои очаги нестабильности (СУАР) на границе с соседними государствами. Например, в 2013 г. КНР предоставила Киргизии военно-техническую помощь на 17,5 миллионов долларов.[[149]](#footnote-149) Также Китай взял на себя обязательства предоставить помощь в 18,7 миллионов долларов Таджикистану.[[150]](#footnote-150) Взамен предоставляемой помощи Китай часто получает определенные уступки, например, по сообщениям СМИ, Таджикистан передал КНР часть своей территории взамен погашения внешнего долга.[[151]](#footnote-151)

Недостаток информации о предоставлении КНР международной помощи затрудняет оценку экономической и политической зависимости государств-реципиентов от КНР. Однако, можно сказать, что дальнейший рост зависимости реципиентов может привести к массовым недовольствам в данных государствах вплоть до вооруженных восстаний.

Немаловажным аспектов в сфере содействия КНР международному развитию является представление интересов развивающихся стран в «Группе двадцати», где КНР предлагает содействовать их процветанию.[[152]](#footnote-152)

Позитивный вклад в развитие «мягкой силы» КНР вносит китайский туризм. «Китайский выездной туризм» молод – его история началась лишь в конце 80-х годов прошлого века, но за такой короткий период КНР стала крупнейшим «поставщиком» туристов на мировой рынок. В 1992 г. за рубеж в качестве туристов выехало 2,9 млн чел., в 2002 г. – 16,60 млн чел, в 2013 г. – почти 100 млн. При этом туристы из КНР уже сравнялись или даже превзошли по количеству бывших лидеров – туристов из Германии. При этом китайские туристы в своих поездках за границу потратили более 102 миллиардов долларов, что превысило суммы, потраченные немецкими и американскими туристами, и сделало китайцев самыми «тратящими» туристами в мире.[[153]](#footnote-153) Большое количество китайских туристов за рубежом, тратящих значительные суммы на отдых, символизируют в глазах посещаемых ими стран успешность китайской экономической модели и, как следствие, способствуют наращиванию «мягкой силы» страны.

Сама КНР также является популярным туристическим направлением. Туризм в КНР является высокоразвитой отраслью экономики и в последние десятилетия быстро развивается. По численности туристов, посещающих страну, Китай занимает 4-е место в мире. В 2015 году Китай посетило 56,9 миллионов зарубежных туристов (55,6 миллионов в 2014 году). [[154]](#footnote-154)

Помимо памятников культурного и природного наследия, входящих в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО (по данным на 2016 г. в КНР их 50)[[155]](#footnote-155), большой популярностью пользуются и курорты КНР. Например, Хайнань – свободная экономическая зона с фактически безвизовым режимом. По прилету на остров турист получает действующую в его рамках визу, которую ставят прямо в аэропорту. 10 лет назад город Санья еще представлял собой рыбацкую деревушку, современная курортная инфраструктура тут появилась в последние годы. В городе и пригороде развернута сеть из примерно трех десятков крупных отелей, включающих «Marriott», «Hilton», «Sheraton», «Crowne Plaza». Вторые по численности среди туристов после китайцев – россияне. В 2011 г. Санья посетили 225 тысяч российских туристов. Среди отдыхающих встречаются также японцы, корейцы, жители европейских стран, но по численности они уступают россиянам.[[156]](#footnote-156)

Еще одним ярким каналом общественной дипломатии является организация массовых спортивных мероприятий. Например, Cup of China — ежегодное соревнование по фигурному катанию, проводимое Китайской ассоциацией фигурного катания с 2003 года. Проводится большое количество международных чемпионатов по теннису (Открытый чемпионат Китая, Открытый чемпионат Уханя, Открытый чемпионат Гонконга). В 2011 г. в Шанхае проходил 14-й чемпионат мира по водным видам спорта FINA, ставший первым в истории чемпионатом мира по водным видам спорта в Китае и вторым в Азии, после японской Фукуоки в 2001 г. В 2013 г. в Гуанчжоу прошел 20-й чемпионат мира по бадминтону. В 2010 г. там же проводилось мультиспортивное соревнование — Азиатские игры (XVI Азиада), признанные одними из лучших за всю историю.[[157]](#footnote-157) В 2008 г. в Пекине проходили I Всемирные интеллектуальные игры (I Интеллиада), в программу которых входили соревнования по пяти видам спорта: шахматам, шашкам (международным, русским, бразильским и чекерсу), го, бриджу и сянци. КНР проводил ряд значимых спортивных соревнований среди молодежи, например, в 2009 г. в Харбине состоялась Зимняя Универсиада, В 2011 г. в Шэньчжэне проходила XXVI Всемирная Летняя Универсиада, в 2014 г. в Нанкине — Летние юношеские Олимпийские игры.

Особое внимание стоит уделить Олимпийским Играм 2008 г., состоявшимся в Пекине. В свете международного давления в связи с политикой КНР на тибетском, тайваньском и других направлениях Пекин развернул обширную кампанию по защите Олимпийских игр от политизации. Высшее руководство КНР, министерство иностранных дел и китайские СМИ, заручившись поддержкой Международного олимпийского комитета, призывали мировое сообщество оградить Олимпийские игры от политики.[[158]](#footnote-158) Более того, КНР высказывалась о недопустимости вестернизации глобализации и о равноправном диалоге между государствами и культурами.[[159]](#footnote-159)

Благодаря пропаганде данных ценностей в международных отношениях КНР был широко поддержан развивающимися странами. Олимпийские игры в Пекине обеспечили площадку для ознакомления широких международных кругов с идеей «гармоничного мира». В этой связи особенно важным для китайского руководства оказался вопрос об участии максимального числа мировых лидеров и «высоких гостей» в церемонии открытия игр. Накануне Олимпиады согласие или отказ каждого почетного гостя, разговоры о бойкоте всех или части олимпийских мероприятий играли ключевую во внешней политике КНР. Участие более 80 глав государств и правительств в церемонии открытия Олимпийских игр в Пекине было расценено как однозначный успех внешней политики Китая, сравнимый с триумфальными выступлениями китайских спортсменов.[[160]](#footnote-160)

Китайская диаспора (хуацяо) является самой многочисленной в мире: по разным оценкам, за пределами КНР проживает более 50 млн этнических китайцев, приблизительно 75 % из них сосредоточено в странах Юго-Восточной Азии.[[161]](#footnote-161)

Хуацяо подразделяются на:

1. китайцы, уехавшие из Китая до создания КНР;
2. китайцы, уехавшие после создания КНР, в свою очередь подразделяющиеся на постоянных эмигрантов и временных (покидающих страну, например, для работы или обучения за рубежом).

Большая часть китайской диаспоры составляют китайцы, покинувшие страну до создания КНР, более того, значительная часть китайцев исторически проживала на территориях ряда современных государств Юго-Восточной Азии.[[162]](#footnote-162)

Сегодня китайская миграция за рубеж в основном связана с временным отъездом из страны для учебы или работы. С 1978 г. по 2012 г. за рубежом получило образование более 2,6 млн китайских студентов. [[163]](#footnote-163) По данным Центра Китая и Глобализации только в 2015 г. учиться за рубеж отправились почти 523 700 китайцев.[[164]](#footnote-164)

Власти КНР стремятся привлечь многочисленную китайскую диаспору к распространению своей «мягкой силы». С середины 1980-х годов для хуацяо отменены въездные визы, что облегчило контакты между ними и китайцами, проживающими в КНР, помогло развить культурные и экономические связи. В 1990 г. был принят Закон о защите прав и интересов китайцев и их родственников, а также «меры по его реализации» – в 1993 г. В соответствии с данными законами для хуацяо установлены налоговые и финансовые льготы, позволяющие расширить возможности по инвестированию и реинвестированию капиталов, что способствовало значительному притоку капиталов из-за рубежа в 1990-е годы.[[165]](#footnote-165)

Однако, стоит отметить, что в силу активизации торгово-экономического сотрудничества между странами Центральной Азии и КНР, наряду с притоком китайских инвестиций, наблюдается и расширение китайской трудовой миграции, что приводит к распространению негативных настроений в отношении китайцев, подрывая эффективность распространения китайской «мягкой силы».[[166]](#footnote-166)

Таким образом, приоритетной задачей в направлении распространения китайского языка за рубежом можно назвать создание сети ИК, целиком контролирующихся Министерством образования КНР. Стоит также отметить, что т.к. КНР до сих пор не смог создать привлекательный бренд своей современной популярной культуры, особую важность для усиления ее культурного влияния приобретают широко известные элементы китайской традиционной культуры, имеющие положительный имидж за рубежом. Еще одним наиболее перспективным направлением политики КНР являеися вовлечение молодого поколения в орбиту «мягкой силы», т.к. от успешности этого вовлечения зависят будущие возможности КНР не только по распространению своей «мягкой силы», но и позиция страны на международной арене. Ввиду этого Китай в будущем будет прилагать все больше усилий для расширения своего влияния на молодое поколение целевых стран. Немаловажным направлением политики «мягкой силы» КНР является и содействие международному развитию, что не только формирует положительный имидж КНР на международной арене, но и предоставляет ей доступ к необходимым природным ресурсам, располагающимся на территории государств-реципиентов. Важными направлениями деятельности КНР являются развитие туризма, символизирующее в глазах общественности успешность китайской экономической модели, и спортивная дипломатия, которые ведут к распространению «мягкой силы» КНР. Немаловажно, что наличие большого числа соотечественников за рубежом хоть предоставляет КНР еще один мощный инструмент в распространении своей политики, но вместе с тем может привести к ослаблению китайской «мягкой силы» и нагнетанию межнациональных противоречий. Благодаря развитию данных ресурсов «мягкой силы» КНР удалось привлечь в страну значительное количество различных инвестиций, туристических потоков, привлекающих в страну дополнительный капитал, интеллектуальных потоков (в особенности, студентов), культурно-информационных потоков, а также стать площадкой для проведения различных международных мероприятий (спортивных, выставочных, конкурсных), наиболее важными из которых стали Олимпийские Игры 2008 г. Стоит также отметить, что КНР использует инструменты «мягкой силы» не только для формирования положительного внешнеполитического имиджа, но и для поддержания общественного единства внутри страны.

##

## 4.2. Республика Корея

Набирающая темпы глобализация и революция в сфере массовых коммуникаций повлекли за собой такие тенденции как повышение интереса к корейской культуре, музыке и кинематографу, увеличение числа иностранных студентов, выбирающих для обучения Южную Корею, рост сети международных экономических связей, а также частые браки между корейцами и иностранцами, что существенно повысило спрос на изучение корейского языка за последние 20 лет. В связи с этим Министерство культуры, спорта и туризма Республики Корея стремилось усовершенствовать устаревшие корейские словари, а также информацию, так или иначе связанную с изучением языка. Так возникла идея создания и развития сети Институтов Короля Сечжона (세종학당), которые представляют собой культурно-лингвистические учебные центры, в которых ведутся занятия по корейскому языку, а также проводятся дополнительные программы знакомства с культурой Кореи для иностранцев и проживающих за рубежом этнических корейцев.[[167]](#footnote-167) Институт был основан в 2008 году и назван в честь короля Сечжона Великого, при участии которого был разработан слоговой алфавит «хангыль», и по сей день являющийся основой корейской письменности и одним из национальных сокровищ. При поддержке Фонда глобализации корейского языка (한국어세계화재단) в 54 странах мира было открыто 131 отделение института, что делает его одним из самых активно развивающихся образовательных учреждений по изучению языка и культуры.[[168]](#footnote-168)

Помимо развития сети Институтов Короля Сечжона Министерство культуры, спорта и туризма создали Nuri-Sejonghakdang – веб-сайт, представляющий собой удаленную образовательную систему, а также сервисы, связанные с изучением корейского языка для студентов и преподавателей. Мультиязыковая версия сайта делает его удобным и полезным для пользователей по всему миру.[[169]](#footnote-169)

Одним из важнейших ресурсов «мягкой силы» Южной Кореи является привлекательность её культуры. Традиции корейского искусства, ремесел и кухни уже распространились и популяризировались по всему миру. Однако совершенно иной успех имел феномен «Корейской волны».

«Корейская волна» — культурный феномен середины 1990-х годов, представляющий собой всплеск интереса в мире к культуре Республики Корея».[[170]](#footnote-170) Популярность корейской культуры пришла на смену японской, которая в 1990-х уже перестала быть чем-то экзотичным. Термин «корейская волна», или Халлю, был придуман в Китае в середине 1990-х пекинскими журналистами, которые впервые описали быстрорастущую популярность корейской индустрии развлечений и культуры в Китае, и изначально применялся только по отношению к Китаю, который до сих пор является главным импортером корейских фильмов, телесериалов и музыкальной продукции. [[171]](#footnote-171)

Огромную роль в распространении «корейской войны», особенно в регионе, сыграли Интернет, спутниковое телевидение, а также сочетание в ней азиатских и западных элементов. Последнее можно назвать ключом к успеху корейской массовой культуры, ведь азиатскому зрителю она по определению ближе западной, а на западе, в свою очередь, благодаря двоякости современной корейской культуры ее считают скорее интересной, чем враждебной. Различные музыкальные направления, адаптированные и развитые с учетом корейской специфики имеют огромный успех (например, певец PSY, клип которого набрал самое большое количество просмотров в истории). Кроме певцов, бойс- и герлсбендов, в Южной Корее развивается индустрия развлечений (страна имеет все шансы составить серьезную конкуренцию США и Японии в продвижении на мировые рынки мультипликации и компьютерных игр), а также фильмов и сериалов. Хотя корейское кино еще не развилось в таком масштабе, чтобы захватывать мировые рынки, оно имеет силу на внутреннем рынке и рынке региона. [[172]](#footnote-172)

В 2000-х годах «корейская волна» продвинулась в различных частях Азии, а затем и вовсе вышла за пределы региона. И если изначально Халлю представляла собой южнокорейскую массовую культуру (кинофильмы, телесериалы, драмы, поп-музыку), то теперь она уже включает в себя иностранный туризм, особый стиль одежды и жизни сувенирную продукцию и национальную пищу (в особенности острую маринованную капусту — кимчи).[[173]](#footnote-173)

Корея достигла немалых успехов в повышении уровня образования населения, страна постоянно наращивает свои расходы в этой сфере, которые сейчас достигают 5% ВВП, что является огромной суммой. В Корее почти 85 % населения имеет по крайней мере среднее образование, что является довольно низким показателем в сравнении с европейскими странами и говорит о наличии у страны проблем в этой сфере. В то же время это страна с одним из самых высоких показателей по выпускникам технических специальностей, которым уделяется особое внимание, что является и плюсом, и минусом. Недостаточность гуманитарного образования не дает сформировать класс интеллигенции, из чего вытекает невостребованность южнокорейской философии и политических исследований. В то же время, инженеры, выпуская свои продукты, создают лучшую рекламу стране и приносят осязаемый доход. [[174]](#footnote-174)

Множество корейских университетов открывает свои представительства в Китае, Индонезии, Пакистане, Саудовской Аравии, Малайзии. Большинство университетов предлагает большой выбор программ обучения, соответствующих западным стандартам, а также обеспечивает работой своих выпускников. Многие корпорации обучают студента за свой счёт, с обязательством работы на него по контракту. Однако число иностранных студентов, обучающихся в Южной Корее, существенно ниже, чем в других странах региона: в семь раз меньше, чем в США, в три раза меньше, чем в КНР и в два раза меньше, чем в Японии, из чего можно сделать вывод о более низком уровне привлекательности страны в сфере образования. В данных обстоятельствах Республике Корея следует уделять больше внимания этому сегменту, так как интернационализация высшего образования является одним из приоритетов государства для выживания в условиях растущей конкуренции на расширяющемся рынке: следует предоставлять стимулирующее финансирование университетам, принимающим иностранных студентов, ускорять работу государственных учреждений, ответственных за привлечение иностранных студентов, а также повышать конкурентоспособность и престиж корейского высшего образования.[[175]](#footnote-175)

В Южной Корее иностранным студентам предоставляется государственная стипендия (Global Korea Scholarship). В рамках данной программы в 2010 году государство выделило 51.5 миллиардов вон для поддержки 2,100 новоприбывших студентов. И сейчас страна не перестаёт прилагать усилия по привлечению молодежи: Министерство образования, науки и технологий ставит целью повысить число иностранных студентов вплоть до 100 тысяч. С целью повышения качества образования и его конкурентоспособности правительство выделило 600 миллионов долларов для поддержки корейских университетов и расширения их исследовательских возможностей. В рамках проекта “Brain Korea-21”, более 80 преподавателей, включая 9 нобелевских лауреатов, были приглашены преподавать в Южную Корею. [[176]](#footnote-176) По данным статистики Министерства стратегии и финансов в 2016 г. количество иностранных студентов в Южной Корее составило 104 262 человек.[[177]](#footnote-177)

Несмотря на то, что на данный момент Южная Корея отстаёт от своих соседей в области привлекательности высшего образования и привлечения иностранных студентов, правительство страны принимает все возможные усилия для улучшения ситуации и уже сейчас Корея становится серьезным конкурентом для США, Японии и Китая: в ежегодном рейтинге лучших университетов мира британского издания Times Higher Education Сеульский Национальный Университет в этом году занял 72 место, Корейский институт передовых технологий – 89, Пхоханский университет науки и технологии  - 104, Университет Сонгюнгван - 137.[[178]](#footnote-178)

На международной арене правительство Южной Кореи ведет активную деятельность по налаживанию международных связей: страна является членом 52 международных организаций, из которых 16 входят в состав ООН, а также многих международных НПО, заключила договор о свободной торговле с ЕС (что привело к большему товарообороту), является участницей и принимающей стороной G20. Созданный в 1991 г. Корейский фонд координирует и оказывает содействие в реализации широкого круга программ международных культурных обменов, на территории страны проводятся международные форумы и выставки, например, саммит глав стран АТЭС, международная выставка ЭКСПО. Республика Корея способствует достижению Целей развития тысячелетия, утвержденных ООН: в 2008 г. страна предоставила 797 млн. долларов США на помощь в целях развития и ежегодно эта сумма увеличивается.[[179]](#footnote-179) Корейское агентство международного сотрудничества (KOICA) в соответствии с указаниями Министерства иностранных дел и внешней торговли Республики Корея предоставляет гранты, состоящие из программ безвозмездных ссуд и технического содействия.[[180]](#footnote-180) В сентябре 2007 г. Южная Корея начала реализацию программы взносов в фонд солидарности: сбор в размере 1000 корейских вон взимается со всех пассажиров международных авиалиний, вылетающих из Республики Корея, а полученные средства направляются на ликвидацию нищеты в мире и борьбу с болезнями в развивающихся странах.[[181]](#footnote-181)

Основной особенностью экономического содействия развитию туризма в Южной Корее является тесное сотрудничество между государственными, экономическими институтами, туристическими компаниями, а также органами культурного управления и информационной поддержки. Несмотря на то, что в настоящее время сектор туристических услуг занимает всего 1,17 % в ВВП Южной Кореи, уже к 2020 г. правительство планирует привлечь около 20 млн. иностранных туристов при численности населения более 50 млн. человек. Для достижения этой цели правительство предпринимает следующие шаги: проведение выставок, конференций, пр. мероприятий, а также расширения требуемой для их проведения инфраструктуры, адаптация существующих маркетинговых методов к национальной специфике, развитие бренда Южной Кореи на рынке туристических услуг и рост его узнаваемости, расширение гостиничной инфраструктуры, оборудование новых причалов для круизных лайнеров, упрощение процедуры выдачи виз, развитие тематического туризма (в направлениях здравоохранения, красоты, торговли, «корейской волны»), предоставление дополнительной информации о туристических мероприятиях и инфраструктуре через мобильные устройства, добавление информационных площадок и улучшение информационных вывесок на иностранном языке. [[182]](#footnote-182)

Южная Корея привлекает туристов со всего мира как центр моды (Сеул является не только центром шопинга, но и местом проведения Сеульской недели моды, собирающей на своих площадках гостей со всего мира дважды в год), развлечений (в Южной Корее находится крупнейший в мире крытый тематический парк – Lotte World), гастрономической культуры, современных технологий, религии, истории (11 объектов включены в список культурного наследия ЮНЕСКО)[[183]](#footnote-183), традиционной и инди-культуры, а также современного изобразительного искусства. Не менее важной туристической достопримечательностью являются многочисленные национальные парки, куда гости страны приезжают любоваться горными пейзажами, особенно во время весеннего цветения.[[184]](#footnote-184) В 2015 г. Корею посетило более 13 миллионов туристов.[[185]](#footnote-185)  Конечно, объем туристических потоков пока не сравним с такими гигантами как Франция, США и Испания, однако ежегодный рост числа туристов говорит не только о благоприятной и привлекательной обстановке в стране (особенно в сравнении с другими, недемократическими странами региона), но и об уникальности и притягательности корейской культуры.

Республика Корея, как и другие страны Азии, является родоначальницей боевых искусств (тхэквондо, хапкидо, тхэккён), популяризированных в современной массовой культуре. Профессиональные и любительские ассоциаций боевых искусств не только обучают детей и взрослых технике, но и распространяют корейскую философию по всему миру. Существенное влияние на развитие спорта в Южной Корее оказали США. Присутствие американских вооруженных сил на территории страны повлияло на распространения среди корейцев бадминтона, бейсбола и гольфа, и сейчас южнокорейские спортсмены являются одними из сильнейших в мире. Более того, именно в Республике Корея впервые появился киберспорт. Соревнования по киберспорту проводятся в специально оборудованных комплексах с большим количеством зрителей и прямой трансляцией игры. Именно в Южной Корее впервые стали создаваться профессиональные киберспортивные команды, спонсируемые чеболями. [[186]](#footnote-186)

Республика Корея многократно становилась местом проведения международных спортивных мероприятий: Чемпионат мира по футболу в 2002 году, Чемпионат мира по биатлону в Пхенчхане в 2009 году, Чемпионат мира по легкой атлетике в Тэгу в 2011 году, Универсиада в Кванджу в 2015 году. Однако нельзя говорить о спорте в Южной Корее, не упомянув Олимпийские игры, главное спортивное событие мира. В 1988 году в Сеуле были проведены Летние Олимпийские игры, в которых приняло участие более 5 000 спортсменов. В 2018 году в Пхенчане пройдут Зимние Олимпийские игры, которые должны послужить еще одним мощным ресурсом политики «мягкой силы», а именно улучшить международный имидж Республики, многократно увеличить туристические поток и, наконец, привлечь внимание всего мира к стране.[[187]](#footnote-187)

По данным Министерства иностранных дел и внешней торговли Республики Корея, в 2008 года за пределами Корейского полуострова проживало 6,6 млн. этнических корейцев. Правительство Южной Кореи уделяет особое внимание реализации комплексной политики в отношении зарубежных этнических корейцев, нацеленной на «сохранение их национальной идентичности и культурной общности, укрепление их связей с исторической родиной, а также создание целостных корейских этнических сообществ, в том числе административно организованных, обеспечивающих эффективное отстаивание своих интересов в стране проживания»[[188]](#footnote-188). Реализует данную политику Департамент зарубежных соотечественников и консульской службы при Министерстве иностранных дел и внешней торговли Республики Корея, а также специализированный Фонд (Overseas Koreans Foundation), частично финансируемый из государственного бюджета. Департамент ставит перед собой следующие задачи: возрождение национального единства, налаживание устойчивых связей с исторической родиной, содействие в получении этническими корейцами законных гражданских прав, поддержка культурных и образовательных обменов, создание единой информационной сети, объединяющей этнических корейцев. Путем проведения данной политики, Южной Корее удалось добиться привлечения огромного количества туристических и интеллектуальных потоков, студентов и рабочей силы из числа этнических корейцев, а также распространения положительной информации о Корее в странах присутствия соотечественников.[[189]](#footnote-189)

Южной Корее удалось добиться успехов во всех сферах реализации политики «мягкой силы»: Институт Короля Сечжона является одним из самых активно развивающихся образовательных учреждений по изучению языка и культуры; в 2015 г. Республику Корея посетило более 13 миллионов туристов из-за рубежа; южнокорейские корпорации сейчас производят продукцию не только на территории своей страны, но и за рубежом, предоставляя рабочие места и качественные условия труда и организовывая гуманитарные и экологические акции, тем самым улучшая имидж страны в мире; с каждым годом растет и привлекательность высшего образования Южной Кореи; огромных успехов страна добилась в области продвижения своей массовой культуры, популярность корейских фильмов и музыки уже давно вышла за пределы региона; Южная Корея занимает не последнее место в содействии международному развитию, она является членом 52 международных организаций, из которых 16 входят в состав ООН, а также многих международных НПО, заключила договор о свободной торговле с ЕС, является участницей и принимающей стороной G20; Республика Корея все чаще становится местом проведения международных спортивных соревнований, главное из которых – предстоящие Зимние Олимпийские Игры 2018 года; благодаря программам поддержки соотечественников Южной Корее удается привлекать туристические и интеллектуальные потоки, студентов и рабочую силу из числа этнических корейцев, а также распространять положительную информацию о Корее в странах присутствия соотечественников. Всего этого удалось достичь благодаря успешному сотрудничеству государственных и негосударственных институтов.

## 4.3. Япония

Распространение японского языка за рубежом осуществляется посредством программ Японского фонда.[[190]](#footnote-190) Основная цель таких программ – увеличение числа преподавателей японского языка за рубежом, а соответственно, и числа изучающих японский язык. В рамках данных программ фонд осуществляет подготовку специалистов и последующее направление их за рубеж, проведение экзамена по определению уровня японского языка (Нихонго норёку сикэн), организацию стажировок для преподавателей японского языка и изучающих японский язык в Японии, разработку учебных материалов, помощь зарубежному японоведению через финансирование научных проектов в этой области, издание монографий и специализированных журналов, предоставление грантов японоведам и т.д.[[191]](#footnote-191)

Еще одним актором, отвечающим за распространение и популяризацию японского языка являются Японские центры, координирующие свою работу с Японским фондом по проведению совместных языковых курсов.[[192]](#footnote-192) Программы по обучению японскому языку осуществляет и Агентство по культуре, программы которого направлены на создание полноценных условий жизни для иностранцев как членов японского общества. Агентство также призывает японское население к организации языковых курсов на добровольной основе, подготовке образовательных материалов и проведению семинаров японскими компаниями. Помимо этого, в число проводимых агентством программ также входит обучение японскому языку беженцев, репатриантов из Китая и проведение мероприятий (например, специализированных конференций).[[193]](#footnote-193)

Первоначально, в рамках продвижения своей культуры за рубежом Япония делала акцент именно на традиционной культуре, т.к. массовая поп-культура рассматривалась как более поверхностная и не имеющая возможности отразить всю культурную самобытность страны. Тем не менее, в рамках проведения политики «мягкой силы» поп-культура оказалась гораздо более эффективным ресурсом. Наиболее важным инструментом реализации политики «мягкой силы» Японии является проект «Cool Japan» . Впервые в 2002 году термин употребил Дуглас МакГрэй в своей статье «Japan's Gross National Cool», где он пишет о заново изобретенным Японией видом суперсилы, проявляющейся в стремительном распространении ее культуры по всему миру, несмотря на экономические и политические проблемы последних лет. В своей статье МакГрэй исследует роль культуры Японии, в особенности молодежной, и таких ее проявлений как манга (японские комиксы), анимэ (японские мультфильмы), музыка, мода, кино, электроника, архитектура, кухня и отмечает успехи, которых удалось достичь стране в их популяризации в мире. Во многом это было обусловлено тем, что, несмотря на непростое экономическое положение Японии в тот период, правительство способствовало внешней экспансии предприятий малого и среднего бизнеса страны, работающих в творческих отраслях (искусство, народные промыслы, дизайн, мода, видеопродукция, игры, музыка, шоу-бизнес, издательский бизнес, создание программного обеспечения и его обслуживание, радио и телевидение, производство мебели, столовых принадлежностей, ювелирных изделий, продуктов питания, туристические услуги и т.д.).[[194]](#footnote-194)

Стоит отметить, что современная массовая культура является более понятной и доступной для широкого круга лиц чем традиционная, для понимания которой требуется определенный уровень интеллектуального и художественного развития, а значит имеет больше возможностей для развития в чужой стране. Представители отаку (фанаты манги и анимэ) становятся своеобразными проводниками японской культуры в своих странах, поэтому правительство Японии проводит программы, направленные на популяризацию этих жанров за рубежом. Одной из таких программ стало учреждение международного манга-приза (International Manga Award) для авторов комиксов.[[195]](#footnote-195)

По данным Министерства экономики, торговли и промышленности Японии, японский рынок творческой индустрии составляет 7% общего объема продаж, что сопоставимо с объемами продаж продукции японской автомобильной (8%) и электронной промышленности (7%).[[196]](#footnote-196) Наибольшему влиянию Японской культуры подвержены Индия и Китай, на втором месте - Россия, Бразилия и Индонезия, на третьем - Саудовская Аравия и Таиланд. Проект «Cool Japan» направлен, прежде всего, на молодежь вышеупомянутых стран.[[197]](#footnote-197)

На мировом рынке образовательных услуг Япония играет одну из ведущих ролей, особенно среди стран Азии. В 2008 г. правительством Японии был разработан проект «300 000 International Students Plan», основной целью которого являлось привлечение к 2020 г. 300 000 иностранных студентов к обучению в Японии.[[198]](#footnote-198) Для реализации этой цели Министерством образования, культуры, спорта, науки и технологии Японии был запущен проект «Global 30», направленный на стратегическое международное сотрудничество и формирование центров интернационализации образования Японии. Проект призван обеспечить высокое качество образования с использованием уникального потенциала японских университетов и создать благоприятную и доступную образовательную среду для студентов из-за рубежа. В проекте участвуют 13 лучших университетов Японии, которые получают финансовую помощь в размере 200–400 млн иен в год. Каждому финансируемому университету необходимо не только набрать от 3 до 8 тысяч иностранных студентов, но и организовать проведение курсов, по окончании которых выпускниками могут быть получены соответствующие степени, усовершенствовать систему приема иностранных студентов, организацию стажировок в японских корпорациях, предоставить иностранным студентам возможность изучать японский язык и культуру Японии, содействовать стратегическому международному сотрудничеству (создавать за рубежом представительства университета, проводить отбор местных кандидатов посредством вступительных тестов, увеличивать количество японских студентов, обучающихся за границей по программам обмена).[[199]](#footnote-199) Японские университеты стремятся к развитию сотрудничества с университетами других стран: например, Нагойский университет имеет ряд соглашений о сотрудничестве с ведущими учебными заведениями Узбекистана. Главной целью таких соглашений является установление партнерских отношений, разработка и реализация международных образовательных программ различных форматов, информирование студентов о существующих стипендиальных программах для обучения и проведения исследований в Японии, что позволяет сформировать целую группу принявших участие в японских университетских программах зарубежных студентов, которые впоследствии становятся проводниками интересов Японии в своих странах.[[200]](#footnote-200)

По данным Japan Student Services Organization на 2016 г. количество иностранных студентов, обучающихся в Японии составило 239 287 человек, что почти на 15% больше чем в предыдущем году.[[201]](#footnote-201) В ежегодном рейтинге университетов мира Times Higher Education на 2016 – 2017 г. Университет Токио занял 39 место, Университет Киото – 91.[[202]](#footnote-202)

Япония является страной-членом G-7 и целого ряда специализированных учреждений ООН. С 1954 г. страна также является участницей «Плана Коломбо» (международной организации по оказанию помощи в развитии экономики государств Азиатского и Тихоокеанского регионов).[[203]](#footnote-203) Государство участвует в программах содействия международному развитию, оказывая финансовую и техническую помощь развивающимся странам с целью внесения вклада в развитие международного сообщества и обеспечения безопасности и процветания собственной страны. В рамках таких программ Япония выделяет направленные на повышение экономического развития и благосостояния гранты и кредиты на условиях концессии, которые предоставляются развивающимся странам и регионам, включенным в список Комитета содействия развитию Организации экономического сотрудничества и развития. Государство оказывает поддержку развивающимся странам как напрямую, так и через международные организации, осуществляя финансирования конкретных проектов поддержки развивающихся стран с низким уровнем дохода. Денежные средства направляются на повышение качества функционирования основных инфраструктур – школ, больниц, средств водоснабжения, дорог, а также налаживание систем здравоохранения и медицинского обслуживания, приобретение оборудования и др. без необходимости их возврата. Япония также оказывает поддержку и через предоставление грантов для развития технического сотрудничества и человеческих ресурсов, и через отправку специалистов, предоставление необходимого оборудования и подготовку местного персонала в Японии для формирования административных систем в развивающихся странах. Япония также предоставляет правительственные займы в виде кредитной помощи для проектов, реализуемых правительствами развивающихся стран и требующих значительных денежных средств, но только при условии погашения их развивающейся страной в будущем. Кроме того, Япония осуществляет содействие международному развитию и через взносы в ЮНИСЕФ, Программу развития ООН, Всемирный банк и т.д. [[204]](#footnote-204)

Япония вносит вклад в содействие международному развитию и через сеть японских центров, осуществляющие следующие программы: бизнес-курсы для представителей частного сектора, предпринимателей, молодых государственных служащих, студентов, которые в дальнейшем намерены вносить вклад в развитие своего государства, в рамках которых участники имеют возможность обучаться навыкам японского менеджмента посредством семинаров, практических работ в области управления бизнесом, производством, маркетингом, информационными технологиями и т.д.; изучение японского языка в целях углубления понимания отношений с Японией и дальнейшего расширения возможностей для трудоустройства и обучения в Японии.

Участие в программах содействия международному развитию оказывает положительное влияние на имидж Японии не только в странах-реципиентах, но и на территории собственного государства.[[205]](#footnote-205)

Японское агентство по туризму (JTA) проводит политику развития международного туризма, частью которой является и кампания «Visit Japan», направленная на подготовку благоприятной среды для туристов. Кампания включает в себя создание привлекательных туристических направлений в Японии, обновление индустрии туризма согласно запросам туристов, подготовка квалифицированных кадров в индустрии, поддержка увеличения туристических потоков японцев за рубеж.[[206]](#footnote-206)

Кампания «Visit Japan» была разработана Японской национальной туристической организацией (JNTO) по инициативе тогдашнего премьер-министра Дзюнъитиро Коидзуми с целью привлечь 10 миллионов иностранных туристов в Японию к 2010 году.[[207]](#footnote-207) Сейчас же ключевую роль в проведении данной компании играет Японское агентство по туризму (JTA), координирующее совместную работу как государственного, так и частного сектора. По мнению JTA кампания «Visit Japan» вносит существенный вклад во взаимопонимание культур в период, а также способствует оживлению региональной экономики и бизнеса в эпоху сокращения численности населения страны.[[208]](#footnote-208)

JTA проводит ряд мероприятий, нацеленных на 12 стран и регионов (Южная Корея, Тайвань, Китай, Гонконг, Таиланд, Сингапур, США, Канада, Великобритания, Германия, Франция и Австралия), предоставляющих наибольшее количество туристов. Кроме того, в рамках запущенного в 2008 году проекта «Visit Japan Upgrade» JTA проводит работу по увеличению числа повторных визитов в Японию.[[209]](#footnote-209)

На 2016 г. в списке объектов всемирного наследия ЮНЕСКО в Японии значатся 20 наименований, 16 из которых включены по культурным критериям и 4 – по природным.[[210]](#footnote-210) В 2016 г. Япония привлекла более 24 миллионов туристов. В ежегодном отчете Travel and Tourism Competitiveness Report, рассматривающие туристические направления с точки зрения гигиены, безопасности, культурного многообразия, потенциала деловых поездок и т.д, на 2017 г. Япония заняла 4 место из 141 страны, показав лучший результат в Азии.[[211]](#footnote-211)

Япония впервые приняла участие в Олимпийских играх в Стокгольме в 1912 году, став первой азиатской страной-участницей. Япония стала первой незападной страной, которая была удостоена чести принять у себя Олимпийские игры в 1940 г. Несмотря на то, что Олимпийские игры – это, прежде всего, международное мероприятие, «Токио-1940» были направлены на формирование и укрепление идеологии национальной идентичности (кокутай). Игры также должны были стать дополнительной возможностью для Японии продемонстрировать всему миру свою имперскую мощь. Однако после инцидента на мосту Лугоу, положившего начало Второй японо-китайской войне, Япония под давлением как международной общественности, так и собственного населения была вынуждена отказаться от проведения Олимпийских игр.[[212]](#footnote-212)

Азия впервые приняла Олимпийский огонь лишь в 1964 г во время XII летних Олимпийских игр, когда перед Японией уже стояли совершенно другие приоритеты (послевоенное восстановление, международная реабилитация и дань памяти событиям в Хиросиме и Нагасаки), так или иначе отразившиеся в церемонии открытия. Кроме того, ключевую роль в «Токио-1964» сыграли технологии – это были первые в истории Олимпийские игры, транслируемые по всему миру через геостационарный спутник. В рамках «Токио-1964» Япония также продемонстрировала миру первые высокоскоростные поезда Синкансэн, перевозившие спортсменов и туристов. На XII Летних Олимпийских играх в программу впервые было включено дзюдо, традиционное японское единоборство, что стало существенным вкладом страны в мировое развитие спорта.[[213]](#footnote-213)

В 2020 г. Токио снова станет площадкой проведения Олимпийских игр. И вновь у страны будет возможность показать себя экономически и технологически развитой страной, сумевшей преодолеть такие удары как Великое восточно-японское землетрясение 2011 г. и «Lehman Shock» 2008 г. (банкротство американской компании «Lehman Brothers», оказавшее разрушительное влияние на экономику Японии).[[214]](#footnote-214)

Согласно данным Ассоциации никкэй (термин, обозначающий представителей японской диаспоры за рубежом) и японцев за рубежом японская диаспора насчитывает 2,5 миллиона человек, большинство из которых проживают на территории Бразилии, США, Филиппин, Китая, Канады и Перу. Ассоциация никкэй и японцев за рубежом проводит ряд мероприятий и программ, направленных на популяризацию достижений никкэй, многим из которых пришлось преодолеть серьезные трудности ради создания и развития своих сообществ в зарубежных странах.[[215]](#footnote-215)

Однако стоит отметить, что правительство Японии не использует потенциал данного ресурса «мягкой силы». В рамках 57 съезда никкэй и японцев за рубежом была подписана декларация, обращенная к правительству Японии присутствовавшими представителями никкэй. В декларации акцентируется, что никкэй являются важнейшим человеческим ресурсом, заслуживающим внимания и участия в международных акциях, проводимых правительством Японии. Также отмечается, что никкэй могут стать эффективным инструментом «мягкой силы», если будут рассматриваться как партнеры и получать поддержку со стороны правительства Японии (упрощенный порядок получения виз, двойного гражданства участия в выборах на территории из-за рубежа).[[216]](#footnote-216)

Таким образом, можно сделать вывод, Япония уделяет большое внимание реализации политики «мягкой силы» по ряду направлений. Страна ежегодно развивает сеть учреждений, ответственных за популяризацию японского языка и традиционной культуры. Тем не менее, наибольшего успеха Японии удалось достичь именно в сфере распространения современной поп-культуры, такие ее проявления как аниме и манга на данный момент распространены во всем мире. Япония также является привлекательной страной для образования и одним из наиболее популярных туристических направлений мира, занявшим 4 место в ежегодном отчете Travel and Tourism Competitiveness Report. Страна является членом целого ряда международных организаций осуществляет содействие международному развитию и через ежегодные взносы в ЮНИСЕФ, Программу развития ООН, Всемирный банк и т.д. Важной вехой в развитии спортивной дипломатии Японии станет проведение в 2020 г. Летних Олимпийских Игр в Токио, которые станут вторыми в истории страны. Стоит отметить, что Япония уделяет недостаточное внимание вопросам поддержки соотечественников, как отмечают сами представители японской диаспоры за рубежом.

Проводя сравнительный анализ формирования политики «мягкой силы» КНР, Южной Кореи и Японии, следует, прежде всего, обратиться к ежегодному рейтингу британского журнала Monocle. Согласно этому рейтингу, в списке стран, наиболее привлекательных с точки зрения культуры, спорта, национальной кухни, дизайна, дипломатии и т.д., КНР занимает 20 место, Республика Корея - 17 место, а Япония входит в тройку наиболее привлекательных стран мира.[[217]](#footnote-217) Однако результаты проведенного автором исследования позволяют сомневаться в достоверности результатов данного рейтинга. Говоря о распространении национального языка, стоит отметить, что сеть Институтов Конфуция на 2017 г. уже насчитывает 50 филиалов[[218]](#footnote-218), в мире действует 131 отделение Института Короля Седжона[[219]](#footnote-219), в то время как политика Японии в данной сфере носит несколько разрозненный характер, а страна не имеет унифицированной сети языковых институтов. В вопросах культуры КНР существенно отстает от своих соседей, т.к. на данный момент страна, в сущности, не может предложить продукты современной культуры, которые могли бы выдерживать конкуренцию с Республикой Кореей и Японией. По мнению автора исследования, Япония, долгое время державшая пальму первенства в вопросах распространения современной культуры в регионе, на данный момент вынуждена уступить ее Южной Корее, чья «Корейская волна» стала уникальным феноменом в культурной жизни не только региона, но и всего мира, вытесняющим с рынка японскую поп-культуру. Для определения лидера в образовательной политике стоит обратиться статистике: количество иностранных студентов за прошедший год в КНР составило 442 773 человек[[220]](#footnote-220), в Республике Корея - 104 262 человек[[221]](#footnote-221), в Японии - 239 287 человек; в топ-200 лучших университетов мира ежегодного рейтинга Times Higher Education вошли 9 университетов Китая, 2 университета Южной Кореи и 2 университета Японии, что свидетельствует о лидерстве КНР в данной сфере.[[222]](#footnote-222) В вопросах туризма Южная Корея отстает от своих соседей, а выбрать лидера между КНР и Японией достаточно сложно: несмотря на то, что в 2015 году Китай посетило 56,9 миллионов туристов[[223]](#footnote-223), а Японию всего 24 миллиона[[224]](#footnote-224), Япония заняла 4 место отчете привлекательных туристических направлений Travel and Tourism Competitiveness Report, став лидером среди стран Азии.[[225]](#footnote-225) В вопросах содействия международному развитию и спортивной дипломатии все рассматриваемые страны находятся на примерно одинаковом уровне и проводят политику в данных направлениях достаточно успешно, а политика поддержки соотечественников в КНР, Республике Корея и Японии существенно различается: в то время как правительствами Китая и Южной Кореи предусмотрен целый ряд мер по поддержке диаспоры своих стран за рубежом, что позволяет им впоследствии эффективно использовать этот инструмент «мягкой силы» своих целях, Япония не уделяет достаточно внимания данному вопросу, что даже вынуждает представителей японской диаспоры выступать с официальными обращениями к правительству страны.[[226]](#footnote-226) На основании вышеизложенного, мы можем предположить, что Япония, долгое время занимавшая лидирующие позиции в вопросах реализации политики «мягкой силы» в регионе, на данный момент уступает КНР и Республике Корея по целому ряду направлений. Несмотря на то, что КНР имеет более обширный опыт реализации политики «мягкой силы» и показывает хорошие результаты в международных рейтингах, можно предположить, что в силу демократического устройства страны и своеобразному синтезу Востока и Запада в современной поп-культуре Южная Корея имеет больший потенциал «мягкой силы» в регионе в будущем.

**Заключение**

На сегодняшний день можно говорить о «мягкой силе», как о способности получать желаемые результаты в отношениях с другими государствами, влиять на них, за счет привлекательности собственной культуры, ценностей, внешней политики и сотрудничества в определенных сферах, а не принуждения или финансовых ресурсов. Можно сделать вывод, что «мягкая сила», в отличие от «жесткой», влияет на объект лишь косвенно, ориентирована на постепенное вовлечение объекта в зону своего влияния, и, несмотря на то, что для достижения результатов ей требуется больше времени, они будут более долговременными, чем при применении «жесткой силы». Несмотря на то, что, первоначально, понятие «мягкая сила» применялось для характеристики публичной дипломатии США, сейчас исследователи считают справедливым использование данной концепции для описания публичной дипломатии стран Юго-Восточной Азии. Страны региона достигли определенных успехов в формировании «мягкой силы» с учетом национальных особенностей. В данной работе было проанализировано большое количество работ не только американских и российских, но и китайских, южнокорейских и японских исследователей, на основании чего можно сделать вывод, что данная концепция чрезвычайно актуальна в регионе, а азиатские исследователи не только принимают теорию Ная, но и стремятся адаптировать её под особенности своих стран. В качестве инструментов при проведении политики «мягкой силы» государствами большинство исследователей выделяет такие ресурсы как: распространение и популяризация языка, продвижение традиционной и современной культуры, привлечение молодежи и образовательные контакты, содействие международному развитию, развитие туризма, спортивная дипломатия и поддержка соотечественников.

Правительства КНР, Республики Корея и Японии уделяют повышенное внимание формированию и развитию политики «мягкой силы». Сравнивая рассматриваемые страны, можно отметить Сравнивая предпосылки и цели формирования политики «мягкой силы» рассматриваемых стран, можно выделить следующие особенности: и Китай, и Япония, в отличие от Южной Кореи имеют исторический опыт успешного использования инструментов «мягкой силы». Еще одной важной особенностью является то, что и КНР, и Япония так или иначе всегда занимали лидирующие позиции в Азиатско-Тихоокеанском регионе, тогда как Республике Корея удалось добиться влияния в регионе лишь на современном этапе, во многом именно благодаря реализации политики «мягкой силы».

Сравнивая институциональный аспект формирования политики «мягкой силы» рассматриваемых стран, можно говорить о том, что для формирования внешнеполитического имиджа КНР выделен целый комплекс государственных и медийных институтов, деятельность которых внутри страны и за рубежом ведется в соответствии с указанием партии и под ее пристальным вниманием, что способствует целенаправленному, подконтрольному формированию внешнеполитического имиджа государства. В отличие от КНР, в формировании политики «мягкой силы» Республики Корея преобладает частный сектор, а основными акторами являются чеболи, международные СМИ, муниципалитеты и НКО. Институциализация «мягкой силы» Японии занимает промежуточное положение между КНР и Республикой Корея, проведение политики «мягкой силы» Японии изначально находилось под контролем государства, которое для этих целей сформировало целый ряд специализированных министерств, ведомств и агентств, но с течением времени все более активную роль в данной сфере начинают играть неправительственные структуры, фонды и, в особенности, локальные бренды и транснациональные корпорации.

Чтобы определить, насколько успешно КНР, Южной Кореи и Японии проводят политику «мягкой силы», следует, прежде всего, обратиться к ежегодному рейтингу британского журнала Monocle. Согласно этому рейтингу, в списке стран, наиболее привлекательных с точки зрения культуры, спорта, национальной кухни, дизайна, дипломатии и т.д., КНР занимает 20 место, Республика Корея - 17 место, а Япония входит в тройку наиболее привлекательных стран мира.[[227]](#footnote-227) Однако результаты проведенного автором исследования позволяют сомневаться в достоверности результатов данного рейтинга. Говоря о распространении национального языка, стоит отметить, что сеть Институтов Конфуция на 2017 г. уже насчитывает 50 филиалов[[228]](#footnote-228), в мире действует 131 отделение Института Короля Седжона[[229]](#footnote-229), в то время как политика Японии в данной сфере носит несколько разрозненный характер, а страна не имеет унифицированной сети языковых институтов. В вопросах культуры КНР существенно отстает от своих соседей, т.к. на данный момент страна, в сущности, не может предложить продукты современной культуры, которые могли бы выдерживать конкуренцию с Республикой Кореей и Японией. По мнению автора исследования, Япония, долгое время державшая пальму первенства в вопросах распространения современной культуры в регионе, на данный момент вынуждена уступить ее Южной Корее, чья «Корейская волна» стала уникальным феноменом в культурной жизни не только региона, но и всего мира, вытесняющим с рынка японскую поп-культуру. Для определения лидера в образовательной политике стоит обратиться статистике: количество иностранных студентов за прошедший год в КНР составило 442 773 человек[[230]](#footnote-230), в Республике Корея - 104 262 человек[[231]](#footnote-231), в Японии - 239 287 человек; в топ-200 лучших университетов мира ежегодного рейтинга Times Higher Education вошли 9 университетов Китая, 2 университета Южной Кореи и 2 университета Японии, что свидетельствует о лидерстве КНР в данной сфере.[[232]](#footnote-232) В вопросах туризма Южная Корея отстает от своих соседей, а выбрать лидера между КНР и Японией достаточно сложно: несмотря на то, что в 2015 году Китай посетило 56,9 миллионов туристов[[233]](#footnote-233), а Японию всего 24 миллиона[[234]](#footnote-234), Япония заняла 4 место отчете привлекательных туристических направлений Travel and Tourism Competitiveness Report, став лидером среди стран Азии.[[235]](#footnote-235) В вопросах содействия международному развитию и спортивной дипломатии все рассматриваемые страны находятся на примерно одинаковом уровне и проводят политику в данных направлениях достаточно успешно, а политика поддержки соотечественников в КНР, Республике Корея и Японии существенно различается: в то время как правительствами Китая и Южной Кореи предусмотрен целый ряд мер по поддержке диаспоры своих стран за рубежом, что позволяет им впоследствии эффективно использовать этот инструмент «мягкой силы» своих целях, Япония не уделяет достаточно внимания данному вопросу, что даже вынуждает представителей японской диаспоры выступать с официальными обращениями к правительству страны.[[236]](#footnote-236) На основании вышеизложенного, мы можем предположить, что Япония, долгое время занимавшая лидирующие позиции в вопросах реализации политики «мягкой силы» в регионе, на данный момент уступает КНР и Республике Корея по целому ряду направлений. Несмотря на то, что КНР имеет более обширный опыт реализации политики «мягкой силы» и показывает хорошие результаты в международных рейтингах, можно предположить, что в силу демократического устройства страны и своеобразному синтезу Востока и Запада в современной поп-культуре Южная Корея имеет больший потенциал «мягкой силы» в регионе в будущем.

# Список использованных источников и литературы

**Источники**

**Актовые документы:**

Концепция участия Российской Федерации в содействии международному разивтию[Электронный Ресурс] Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации — Электрон. текстовые дан. — М., 2007. — Режим доступа: minfin.ru/common/upload/library/2007/07/concept\_rus.pdf - свободный (дата обращения: 13.04.17).

* 1. Intellectual Property Strategic Program 2005 [Электронный Ресурс ] / Japan Intellectual Property Policy Headquarters, 2005. — Режим доступа: japan.kantei.go.jp/policy/titeki/kettei/050610\_e.pdf, свободный (дата обращения: 13.04.17).

The 57th Convention of the Nikkei and Japanese Abroad Conference Declaration [Электронный ресурс] // – Режим доступа: jadesas.or.jp/57taika\_sengen\_en.pdf свободный. (Дата обращения 12.09 2017)

White paper on China’s foreign aid [Электронный ресурс] // Режим доступа: [xinhuanet.com/english/china/2014-07/10/c\_133474011.htm](http://news.xinhuanet.com/english/china/2014-07/10/c_133474011.htm) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017).

1. **Материалы сайтов министерств, ведомств, компаний, организаций:**

Институт «Сечжон хактан» (세종학당) [Электронный ресурс] // – Режим доступа: visitkorea.or.kr/rus/CU/CU\_RU\_4\_1\_3\_4.jsp, свободный. (Дата обращения 4.09.2016).

Интернет в Китае. Справка / РИА Новости. 2010. 13 января. [Электронный ресурс] // -[wap.ria.ru/world/20100113/204310750.html](http://wap.ria.ru/world/20100113/204310750.html) - свободный (Дата обращения: 09.03.17)

О газете «Жэньминь жибао» он-лайн. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [russian.people.com.cn/95209/index.html](http://russian.people.com.cn/95209/index.html) - свободный (Дата обращения 12.03.2017).

Официальный сайт агентства «Китай Синьцзян». [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [chinaxinjiang.cn/11/2013/25/index.htm?randid=0.41476482188497743](http://ru.chinaxinjiang.cn/11/2013/25/index.htm?randid=0.41476482188497743) - свободный (Дата обращения 15.03.2017).

Официальный сайт агентства «Синьхуа». [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [russian.news.cn/service/2009-12/21/c\_13116328.htm](http://russian.news.cn/service/2009-12/21/c_13116328.htm) - свободный (Дата обращения 12.03.2017).

Официальный сайт Агентства Международного Сотрудничества Республики Корея [Электронный ресурс] // – Режим доступа: koica.go.kr/english/main.html, свободный. (Дата обращения 20.09.2016).

Официальный сайт группы компаний Samsung [Электронный ресурс] // – Режим доступа: [samsung.com/africa\_en/africancitizenship/index.html](http://www.samsung.com/africa_en/africancitizenship/index.html), свободный. (Дата обращения 10.09.2016).

Официальный сайт Института Конфуция РГГУ. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [confucius-institute.ru](http://www.confucius-institute.ru) - свободный (Дата обращения 15.03.2017).

Официальный сайт Института Короля Сечжона 2011 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: sejonghakdang.org/sjcu/home/main.do, свободный. (Дата обращения 4.08.2016).

Официальный сайт Китайского Делового Центра. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [cbc-spb.com/our-events/chinese-new-year-2015/](http://cbc-spb.com/our-events/chinese-new-year-2015/) - свободный (Дата обращения 15.03.2017).

Официальный сайт Китайского международного конкурса переводов. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [russian.china.org.cn/culture/citc/](http://russian.china.org.cn/culture/citc/) - свободный (Дата обращения 15.03.2017).

Официальный сайт Министерства образования КНР. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: http://en.moe.gov.cn/Resources/Statistics/ - свободный (Дата обращения 15.03.2017).

Официальный сайт Министерства образования, культуры, спорта, науки и технологий Японии [Электронный ресурс] // – Режим доступа: mext.go.jp/en/policy/education/highered/title02/detail02/sdetail02/1373894.htm свободный. (Дата обращения 12.09.2016).

Официальный сайт Президентского Комитета по национальному брендингу Республики Корея [Электронный ресурс] // – Режим доступа: koreabrand.net, свободный. (Дата обращения 17.09.2016).

[Официальный сайт Президентского Комитета по национальному брендингу Республики Корея [Электронный ресурс] // – Режим доступа: koreabrand.net, свободный. (Дата обращения 17.09.2016).](http://www.koreabrand.net/gokr/en)

Официальный сайт Уральского Федерального Университета. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [ci.urfu.ru/about/faq/](http://ci.urfu.ru/about/faq/) - свободный (Дата обращения 15.03.2017).

[Официальный сайт Японского Центра в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс] // – Режим доступа: jpcenter.spb.ru, свободный. (Дата обращения 17.09.2016).](http://www.koreabrand.net/gokr/en)

Список объектов всемирного культурного наследия ЮНЕСКО в Республике Корея [Электронный ресурс] // – Режим доступа: [whc.unesco.org/en/statesparties/kr](http://whc.unesco.org/en/statesparties/kr), свободный. (Дата обращения 12.09.2016).

Список объектов всемирного культурного наследия ЮНЕСКО в Японии [Электронный ресурс] // – Режим доступа: whc.unesco.org/en/statesparties/jp, свободный. (Дата обращения 12.09.2016).

Список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО в Китае. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: whc.unesco.org/en/statesparties/cn - свободный (Дата обращения: 18.03.2017).

Annual Report on the Development of Chinese Students Studying Abroad (2016) No.5 [Электронный ресурс] // - Режим доступа: ccg.org.cn/annual-report-on-the-development-of-chinese-students-studying-abroad-2016-no-5/ - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

«China Daily» official site[Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [chinadaily.com.cn/cd/introduction.html](http://www.chinadaily.com.cn/cd/introduction.html) свободный (Дата обращения 12.03.2017).

Asia 21 official site. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [asiasociety.org/asia21-young-leaders](http://asiasociety.org/asia21-young-leaders) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017).

China Scholarship Council official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: en.csc.edu.cn/ - свободный (Дата обращения 12.03.2017).

Chinese National Television official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [english.cntv.cn](http://english.cntv.cn) - свободный (Дата обращения 12.03.2017).

Colombo Plan official website [Электронный ресурс] // – Режим доступа: colombo-plan.org/ свободный. (Дата обращения 12.09.2016).

Confucius Institute Headquarters (Hanban) official site . [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: english.hanban.org - свободный (Дата обращения 12.03.2017).

CUCAS official site. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [cucas.edu.cn/](http://www.cucas.edu.cn/) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017).

International Department Central Committee of CPC. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [idcpc.org.cn](http://www.idcpc.org.cn) свободный (Дата обращения: 12.03.2017).

International Manga Award official website [Электронный ресурс] // – Режим доступа: manga-award.jp/ свободный. (Дата обращения 12.09.2016).

Japan Agency for Cultural Affairs official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: bunka.go.jp/english/ (Дата обращения 12.03.2017).

Japan Foundation official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: jpf.go.jp/e/ (Дата обращения 12.03.2017).

Japan International Cooperation Agency official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: jica.go.jp/english (Дата обращения 12.03.2017).

Japan Ministry of foreign affairs official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: mofa.go.jp/policy/culture/public\_diplomacy.html (Дата обращения 12.03.2017).

Japan National Tourism Organization official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: jnto.go.jp/eng/about/index.html (Дата обращения 12.03.2017).

Japan Student Services Organization official website[Электронный ресурс] // – Режим доступа: jasso.go.jp/en/about/statistics/intl\_student/data2016.html свободный. (Дата обращения 12.09.2016).

Japan Tourism Agency official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: mlit.go.jp/kankocho/en/about/index.html (Дата обращения 12.03.2017).

Statistics Korea official site [Электронный ресурс] // – Режим доступа: kostat.go.kr/portal/korea/index.action - свободный. (Дата обращения 4.08.2016).

Study in Japan official website [Электронный ресурс] // – Режим доступа: studyjapan.go.jp/en/toj/toj09e.html свободный. (Дата обращения 12.09.2016).

The Association and Japanese Abroad official website [Электронный ресурс] // – Режим доступа: jadesas.or.jp/en/aboutnikkei/ свободный. (Дата обращения 12.09 2017)

The State Council The People's Republic Of China. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [english.gov.cn](http://www.english.gov.cn) - свободный (Дата обращения: 12.03.2017).

The Times Higher Education World University Rankings 2016-2017 list [Электронный ресурс] // - Режим доступа: timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2016-17/world-ranking (Дата обращения: 18.04.2017).

Visit Japan official website [Электронный ресурс] // – Режим доступа: visitjapan.jp/en/ свободный. (Дата обращения 12.09.2016).

中国进出口银行 (Официальны сайт Экспортно-импортного банка КНР) [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [eximbank.gov.cn/m/](http://www.eximbank.gov.cn/m/) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017).

国家开发银行 (Официальный сайт Китайского банка развития) [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [cdb.com.cn](http://www.cdb.com.cn) свободный (Дата обращения: 18.03.2017).

欢迎访问中共中央党校网站 (Официальный сайт Центральной партийной школы Центрального комитета КПК) [Электронный Ресурс ] // - Режим доступа: ccps.gov.cn – свободный (Дата обращения: 12.03.2017).

汉语桥 (Официальный сайт конкурса «Китайский мост»). [Электронный Ресурс] // Режим доступа: [bridge.chinese.cn/](http://bridge.chinese.cn/) -свободный (Дата обращения 15.03.2017).

1. **Материалы СМИ:**

Бурибаев А. Культурное и духовное общение являются важной основой для укрепления традиционной дружбы между народами разных стран -замминистр культуры Казахстана.2012. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [russian.people.com.cn/31519/7404856.html](http://russian.people.com.cn/31519/7404856.html) - свободный (Дата обращения 15.03.2017).

В Китае проходят Дни культуры Кыргызстана. 2008. 25 сентября. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [russian.xinhuanet.com/russian/2008-09/25/content\_728100.htm](http://www.russian.xinhuanet.com/russian/2008-09/25/content_728100.htm) - свободный (Дата обращения 15.03.2017).

В Китае создали новое ведомство во интернет-цензуре. 2010. 17 апреля [Электронный ресурс] // - Режим доступа:. [lenta.ru/news/2010/04/17/censorship/](http://lenta.ru/news/2010/04/17/censorship/) свободный (Дата обращения: 11.03.2017).

Китай выделил Таджикистану $18,7 млн безвозмездной помощи [Электронный ресурс] // - Режим доступа: .[regnum.ru/news/fd-abroad/1437852.html](http://regnum.ru/news/fd-abroad/1437852.html) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) 2013.

Китай забрал кусок Таджикистана и на этом не остановится? 2013. 14 мая [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [mk.ru/politics/world/article/2013/05/14/853531-kitay-zabral-kusok-tadzhikistana-i-na-etom-ne-ostanovitsya.html](http://www.mk.ru/politics/world/article/2013/05/14/853531-kitay-zabral-kusok-tadzhikistana-i-na-etom-ne-ostanovitsya.html) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

Китай поставит военную технику Кыргызстану на $17,5 млн [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [knews.kg/society/39624\_kitay\_postavit\_voennuyu\_tehniku\_kyirgyizstanu\_na\_175\_mln/](http://www.knews.kg/society/39624_kitay_postavit_voennuyu_tehniku_kyirgyizstanu_na_175_mln/)- свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

Китай усилит администрирование в Интернете / Коммерсантъ. 2014. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: kommersant.ru/doc/1634995 - свободный (Дата обращения: 09.03.17)

Китайский кинорынок вышел на второе место в мире. 2013. 22 марта [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [lenta.ru/news/2013/03/22/china1/](http://lenta.ru/news/2013/03/22/china1/) - свободный (Дата обращения 15.03.2017).

Лю Юаньюань. Имидж Китая: восприятие российским сообществом. 2011[Электронный ресурс] // - Режим доступа: ia-centr.ru/expert/365/- свободный (Дата обращения 15.03.2017).

Най Дж. Мягкая сила Китая в китайской мечте. 2013. 21 декабря [Электронный ресурс] // – Режим доступа: inosmi.ru/world/20131221/215796739.html, свободный. (Дата обращения 15.09.2016).

Най Дж. Растущая мягкая сила Южной Кореи. 2009. 10 ноября [Электронный ресурс] // – Режим доступа: project-syndicate.org/commentary/south-korea-s-growing-soft-power?version=russian, свободный. (Дата обращения: 20.08.2016).

Образование в Китае: кто и зачем едет учиться в Поднебесную. 2014. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [vchae.com/obrazovanie-v-kitae-kto-i-zachem-edet-uchitsya-v-podnebesnuyu/](http://vchae.com/obrazovanie-v-kitae-kto-i-zachem-edet-uchitsya-v-podnebesnuyu/) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

Погорелов, Р. «Мягкая сила» КНР и что Пекин может предложить миру. 2014. 10 октября [Электронный ресурс] // - Режим доступа: journal-neo.org/2014/04/10/rus-myagkaya-sila-knr-i-chto-pekin-mozhet-predlozhit-miru, свободный (Дата обращения: 11.03.2017).

Пресс-канцелярия Госсовета КНР будет повышать активность и эффективность передачи информации о Китае / Xinhua News Agency. 2013. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: russian.people.com.cn/31521/7680032.html - свободный (Дата обращения: 12.03.2017).

Следующий саммит G20 пройдет в Китае. 2014. 18 ноября [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [inosmi.ru/fareast/20141118/224348565.html](http://inosmi.ru/fareast/20141118/224348565.html) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

Туризм в городе Санья пострадал от девальвации рубля в России. 2014. 3 декабря [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [russian.people.com.cn/n/2014/1203/c31518-8817599.html](http://russian.people.com.cn/n/2014/1203/c31518-8817599.html) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

Туризм как форма «мягкой силы». Проблемы китайского путешественника в России. 2012 [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [odnako.org/blogs/turizm-kak-forma-myagkoy-sili-problemi-kitayskogo-puteshestvennika-v-rossii/](http://www.odnako.org/blogs/turizm-kak-forma-myagkoy-sili-problemi-kitayskogo-puteshestvennika-v-rossii/) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

Увеличение численности китайцев в Кыргызстане превратится в национальную проблему? 2012.[Электронный ресурс] // - Режим доступа: [inter.kg/analitika/206-uvelichenie-chislennosti-kitaycev-v-kyrgyzstane-prevratitsya-v-nacionalnuyu-problemu.html](http://inter.kg/analitika/206-uvelichenie-chislennosti-kitaycev-v-kyrgyzstane-prevratitsya-v-nacionalnuyu-problemu.html) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

[Хуацяо, их роль в политике КНР](http://yandex.ru/yandsearch?text=%D0%A5%D1%83%D0%B0%D1%86%D1%8F%D0%BE%2C%20%D0%B8%D1%85%20%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C%20%D0%B2%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20%D0%9A%D0%9D%D0%A0&clid=1955453&banerid=0401030143). 2014. 27 марта [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [journal-neo.org/2014/03/27/rus-huatsyao-ih-rol-v-politike-knr/](http://ru.journal-neo.org/2014/03/27/rus-huatsyao-ih-rol-v-politike-knr/) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

Цензура Интернета в Китае. 2010. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [contentfiltering.ru/allinet/regulinet/regulinet\_249.html](http://www.contentfiltering.ru/allinet/regulinet/regulinet_249.html) - свободный (Дата обращения: 09.03.17)

Шевырев И. Как получить китайский кредит. 2013 [Электронный ресурс] // - Режим доступа: dipcomment.com/expert?watch=187-свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

Южная Корея и диаспора: прочная связь с исторической родиной. 21 октября 2014 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: .ruvek.ru/?module=articles&action=view&id=9320, свободный. Дата обращения: (25.09.2016).

China becomes largest source of overseas students. 2013. 2 августа [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [news.xinhuanet.com/english/china/2013-08/02/c\_125110114.htm](http://news.xinhuanet.com/english/china/2013-08/02/c_125110114.htm) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

China Cultural Month kicks off in Sao Paulo. 2013. 14 октября. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [cntv.cn/program/cultureexpress/20131014/104250.shtml](http://www.cntv.cn/program/cultureexpress/20131014/104250.shtml) - свободный (Дата обращения 15.03.2017).

China issues five-year cultural development blueprint / Xinhua News Agency. 2012. 15 февраля. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: china.org.cn/china/2012-02/15/content\_24646610.htm – свободный (Дата обращения: 12.03.2017).

China opposed to politicizing Games /China Dail. 2008. 25 января [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [chinadaily.com.cn/olympics/2008-01/25/content\_6420437.htm](http://www.chinadaily.com.cn/olympics/2008-01/25/content_6420437.htm) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

China's Five-year Program to Boost Cultural Development. / Xinhua News Agency. 2006. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: china.org.cn/english/2006/Sep/181028.htm - свободный. (Дата обращения: 11.03.2017).

Curtain falls on dazzling and outstanding Games [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [dailytimes.com.pk/default.asp?page=2010%5C11%5C28%5Cstory\_28-11-2010\_pg2\_1](https://www.google.com/url?q=http://www.dailytimes.com.pk/default.asp?page%3D2010%255C11%255C28%255Cstory_28-11-2010_pg2_1&sa=D&ust=1495661980936000&usg=AFQjCNG2b8hxky1hMIQgSOVef6yK85oswg) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

Easton Y. Tokyo 2020 and Japan’s Soft Power. 2016. 31 октября [Электронный ресурс] // – Режим доступа: thediplomat.com/2016/08/tokyo-2020-and-japans-soft-power/ - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

Gov't steps up efforts to encourage Korean language study overseas. 6 октября 2011 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: english.yonhapnews.co.kr/culturesports/2011/10/06/94/0701000000AEN20111006003800315F.HTML, свободный. (Дата обращения 4.09.2016).

Kim S. Daewoo Electronics Supporting Education in One of Peru’s Poor Villages // *Donga Daily*. 2012. №252. P. 42-46.

Lee H. Arirang TV now shown in more than 100 million households.// H. Lee  *Korea Herald*. 2012. №53. P. 12-16.

Lee H. Arirang TV now shown in more than 100 million households.// H. Lee  *Korea Herald*. 2012. №53. P. 12-16.

Lee H.. POSCO active in helping needy children abroad // *Korea Times*. 2012. №321. P.31-34.

Lee J. Hyundai Motors’ Efforts to Reform India’s Driving Culture //Donga Daily, 2012. №252. P. 23-30.

Lee S. South Korea's Soft Power Diplomacy // EAI Issue Briefing, No. MASI, January 2009, p 5.

[McDougall](http://www.eastasianstudiesedinburgh.org/roddy-mcdougall) R. [The Olympics and Japan: A Retrospective](http://www.eastasianstudiesedinburgh.org/blog/2016/10/2/the-olympics-and-japan-a-retrospective) 2016. 2 октября [Электронный ресурс] // – Режим доступа: eastasianstudiesedinburgh.org/blog/2016/10/2/the-olympics-and-japan-a-retrospective/ - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

Nye J. Soft Power Matters in Asia // The Japan Times, December 5, 2005, p. 303-341.

Olympics a 'great time' for diplomacy / China Daily. 2008 [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [china.org.cn/english/olympic/242495.htm](http://www.china.org.cn/english/olympic/242495.htm) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017)

Sorokina, O. Has Beijing’s Trojan Horse Developed a Limp? 2012 [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [bricsmagazine.com/en/articles/has-beijing-s-trojan-horse-developed-a-limp](http://bricsmagazine.com/en/articles/has-beijing-s-trojan-horse-developed-a-limp) - свободный (Дата обращения: 09.03.17)

1. **Доклады, отчеты, выступления:**

Murray, S. Sports-diplomacy: a hybrid of two halves. / S. Murray // International Symposium on Cultural Diplomacy (May 2011, Berlin). [Электронный ресурс] // Режим доступа: culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2011-symposium/SportsDiplomacy-a-hybrid-of-two-halves--Dr-Stuart-Murray.pdf, свободный (дата обращения: 12.04.17).

Nye J. speech at TED Conference [Электронный ресурс] // Режим доступа: ted.com/talks/joseph\_nye\_on\_global\_power\_shifts?language=ru свободный (дата обращения: 12.04.17).

Monocle’s annual Soft Power Survey. Ноябрь 2016. [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2016-17/свободный. Дата обращения: 25.04.2017.

The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: weforum.org/docs/WEF\_TTCR\_2017\_web\_0401.pdf свободный. (Дата обращения 12.09 2017)

UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition [Электронный ресурс] // - Режим доступа: e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145 - свободный (Дата обращения: 18.03.2017).

**Литература**

**1. Книги:**

1. Сунь-цзы. Искусство войны / Сунь-цзы. М.: Астрель, 2012. – 192 с.
2. Byambakhand L. Soft Power In The Context Of South Korea // L. Byambakhand - Central European University Department of International Relations and European Studies – 2011 p 19.
3. Chen Z. The Power Strategy of Chinese Foreign Policy // Z. Chen - NGF Working Paper, Freie Universität, Berlin, 2013. – p. 23
4. Kazuo, O. Japan’s Cultural Diplomacy: Past and Present // O. Kazuo - Aoyama Gakuin University, Tokyo, 2009 – p 11.
5. Kissinger, H. On China / H. Kissinger. – N.Y.: The Penguin Press, 2011. 553 p.
6. Ma Y. Korea’s Public Diplomacy: A New Initiative for the Future // Y. Ma - The Asan Institute for Policy Studies. 21 Dec. 2012 - р. 12.
7. Nye, J. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. N. Y. Basic Books, 1990. 132 p.
8. Nye, J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. N.Y.: Public Affairs, 2004. 203 p.
9. Nye, J. The Future of Power. N.Y.: Public Affairs, 2011. 124 p
10. Toshiya N. Japan’s New Public Diplomacy: Coolness in Foreign Policy // N. Toshiya - Nagoya University – 2013, p.

**2. Статьи:**

Широченко, Т.В. Институциональный аспект внешнеполитического имиджа // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 4. С. 20-31.

Черевичко Т. В. Туризм как инструмент публичной дипломатии // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. История. Международные отношения. 2014. №4. С. 93-95.

Стрельцов Д., Сильницкий А. Политика Японии по продвижению национального и региональных брендов // [Корпоративная имиджелогия»](http://www.ci-journal.ru/). 2008. №01 (02). С. 16-23.

Русакова О.Ф. Soft power как стратегический ресурс и инструмент формирования государственного бренда: опыт стран Азии // Известия уральского федерального университета. 2013. № 3. С. 52-70.

Русакова О. Ф. Мягкая сила стран Азии // Дискурс Soft Power. 2010. №14. С. 31-37.

Полякова В. В. Культура как инструмент внешней политики государства // Молодой ученый. — 2016. №15. С. 388-390.

Мошняга П. А. Внешняя культурная политика Японии // Власть. 2009. №6. C. 14-23.

Михневич, С.В. Панда на службе Дракона: основные направления и механизмы политики «мягкой силы» Китая // Вестник международных организаций. 2014. - № 2. С. 15-25.

Меркушина, Я. С. «Мягкая сила» как инструмент формирования национально- культурной идентичности Китая // Всероссийский журнал научных публикаций. 2013. № 5. С. 20-27.

Лю Ц. «Мягкая сила» в стратегии развития Китая. // Полис. Политические исследования. 2009. № 4. С. 149-155.

Лазутина И. В., Нагорнов В. А., Рахмангулов М. Р., Сахаров А. Г., Шелепов А. В. Систематизация лучших зарубежных подходов к реализации политики «мягкой силы» // Вестник Международных Организаций. 2014. № 2. С. 229-245.

Куланов А. Е. Культурная дипломатия Японии // Япония. Ежегодник. 2007. №36. С. 89-112.

Ковба Д. М. Теоретическая и практическая адаптация концепта «мягкой силы» восточноазиатскими государствами // Пространство и время. 2014. № 4. С. 111-118.

Катасонова Е.Л. Япония: поп-дипломатия и поп-культура // Мировая экономика и международные отношения. 2009.  № 2. С. 140-160.

Каплуновская А. М. Экономическое содействие развитию туризма в Республике Корея на примере г. Сеул // Актуальные вопросы экономических наук: материалы III междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). 2014. С. 141-145.

Звягина Д.А. Культурное влияние как компонент «мягкой силы» // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № 4. Ч. 2. С. 94-98.

Зайцев, Я.А. Особенности становления и функционирования политической элиты КНР // Молодой ученый. 2013. №11. С. 728.

Жидков В. О. Элементы южнокорейской мягкой силы // Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина. 2012.
Королев В. А., Кудрявцева С. С. «Мягкая сила» современной Японии: опыт и направления развития // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2014. С. 41-56.

Евдокимов, Е. «Олимпийская дипломатия» Китая / Е. Евдокимов // Международные процессы. 2014. № 3.С.20-24.

Гармаханов М. Ц. «Корейская волна» в Китае // Вестник Бурятского Государственного Университета. 2015. №8. С. 123-126.

Братерский М. В., Скриба А. С. Концепция «мягкой силы» во внешнеполитической стратегии CША //Вестник Международных Организаций. 2014. № 2. С. 130-144.

Шакиров Е.Р. Мягкая сила Японии // Дискурс-Пи. 2014. №2-3. С. 112-118.

Arase D. Non-Traditional Security in China-ASEAN Cooperation: The Institutionalization of Regional Security Cooperation and the Evolution of East Asian Regionalism // Asian Survey, Vol. 50, No. 4, July/August 2010, p. 808-833

Chen Z. The Power Strategy of Chinese Foreign Policy // Z. Chen - NGF Working Paper, Freie Universität, Berlin, 2013. – p. 23

Hall I., Smith F. The Struggle for Soft Power in Asia: Public Diplomacy and Regional Competition // Asian Security, 2013. № 9, p. 1-18.

Han S. STX Promoting Korean-Chinese Exchange Through Music and Education // Donga Daily. 2012. №252. P.31-40.

Heng Y. Mirror, mirror on the wall, who is the softest of them all? Evaluating Japanese and Chinese strategies in the ‘soft’ power competition era // International Relations of Asia Pacific, 2010, p. 275-304.

Kazuo, O. Japan’s Cultural Diplomacy: Past and Present // O. Kazuo - Aoyama Gakuin University, Tokyo, 2009 – p 11.

Kim H. Korea Life Insurance Spreading the Message of Good Korea // Donga Daily. 2012. №252. P. 19-23.

Ma Y. Korea’s Public Diplomacy: A New Initiative for the Future // Y. Ma - The Asan Institute for Policy Studies. 21 Dec. 2012 - р. 12.

McGray D. Japan's Gross National Cool.// D. McGray. 2002. [Foreign Policy](https://en.wikipedia.org/wiki/Foreign_Policy). P. 11-14.

Nissim K. Contesting soft power: Japanese popular culture in East and Southeast Asia // International Relations of Asia Pacific, 2008, p. 73-101.

Paradise J. China and International Harmony: The Role of Confucius Institutes in Bolstering Beijing's Soft Power // Asian Survey, Vol. 49, No. 4, July/August 2009, p. 647-669

Peng E. Japan’s Quest for “Soft Power”: Attraction and Limitation // East Asia, December 2007, Volume 24, Issue 4, pp 349–363

Shie T. Rising Chinese Influence in the South Pacific: Beijing's “Island Fever” // Asian Survey, Vol. 47 No. 2, March/April 2007; p. 307-326

Toshiya N. Japan’s New Public Diplomacy: Coolness in Foreign Policy // N. Toshiya - Nagoya University – 2013, p. 7.

Yong D. Japan in APEC: The Problematic Leadership Role // Asian Survey, Vol. 37, No. 4, Apr., 1997, p. 353-367

Young N., Jong H.. China's Soft Power: Discussions, Resources, and Prospects // Asian Survey, Vol. 48, No. 3, May/June 2008, p. 453-472

Yul S. Japan's New Regionalism: China Shock, Values, and the East Asian Community // Asian Survey, Vol. 50, No. 3, May/June 2010, p. 497-519

1. Nye, J.Bound to Lead: TheChanging Nature of American Power. N. Y. Basic Books, 1990. 132 p. [↑](#footnote-ref-1)
2. Nye, J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. N.Y.: Public Affairs, 2004. 203 p. [↑](#footnote-ref-2)
3. Nye, J. The Future of Power. N.Y.: Public Affairs, 2011. 124 p. [↑](#footnote-ref-3)
4. Най Дж. Мягкая сила Китая в китайской мечте. 2013. 21 декабря [Электронный ресурс] // – Режим доступа: inosmi.ru/world/20131221/215796739.html, свободный. (Дата обращения 15.09.2016). [↑](#footnote-ref-4)
5. Monocle’s annual Soft Power Survey. Ноябрь 2016. [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2016-17/свободный. Дата обращения: 25.04.2017. [↑](#footnote-ref-5)
6. The Times Higher Education World University Rankings 2016-2017 list [Электронный ресурс] // - Режим доступа: timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2016-17/world-ranking (Дата обращения: 18.04.2017). [↑](#footnote-ref-6)
7. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: weforum.org/docs/WEF\_TTCR\_2017\_web\_0401.pdf свободный. (Дата обращения 12.09 2017) [↑](#footnote-ref-7)
8. Nye, J.Bound to Lead: TheChanging Nature of American Power. N. Y. Basic Books, 1990. 132 p. [↑](#footnote-ref-8)
9. Nye, J. The Future of Power. N.Y.: Public Affairs, 2011. 124 p. [↑](#footnote-ref-9)
10. Nye, J. The Future of Power. N.Y.: Public Affairs, 2011. 124 p. [↑](#footnote-ref-10)
11. Братерский М. В., Скриба А. С. Концепция «мягкой силы» во внешнеполитической стратегии CША //Вестник Международных Организаций. 2014. № 2. С. 130-144. [↑](#footnote-ref-11)
12. Братерский М. В., Скриба А. С. Концепция «мягкой силы» во внешнеполитической стратегии CША // Вестник Международных Организаций. 2014. № 2. С. 130-144. [↑](#footnote-ref-12)
13. Братерский М. В., Скриба А. С. Концепция «мягкой силы» во внешнеполитической стратегии CША // Вестник Международных Организаций. 2014. № 2. С. 130-144. [↑](#footnote-ref-13)
14. Братерский М. В., Скриба А. С. Концепция «мягкой силы» во внешнеполитической стратегии CША //Вестник Международных Организаций. 2014. № 2. С. 130-144. [↑](#footnote-ref-14)
15. Братерский М. В., Скриба А. С. Концепция «мягкой силы» во внешнеполитической стратегии CША //Вестник Международных Организаций. 2014. № 2. С. 130-144. [↑](#footnote-ref-15)
16. Братерский М. В., Скриба А. С. Концепция «мягкой силы» во внешнеполитической стратегии CША //Вестник Международных Организаций. 2014. № 2. С. 130-144. [↑](#footnote-ref-16)
17. Братерский М. В., Скриба А. С. Концепция «мягкой силы» во внешнеполитической стратегии CША //Вестник Международных Организаций. 2014. № 2. С. 130-144. [↑](#footnote-ref-17)
18. Русакова О.Ф. Soft power как стратегический ресурс и инструмент формирования государственного бренда: опыт стран Азии // Известия уральского федерального университета. 2013. № 3. С. 52-70. [↑](#footnote-ref-18)
19. Nye J. speech at TED Conference [Электронный ресурс] // Режим доступа: ted.com/talks/joseph\_nye\_on\_global\_power\_shifts?language=ru свободный (Дата обращения: 12.04.17). [↑](#footnote-ref-19)
20. Най Дж. Мягкая сила Китая в китайской мечте. 2013. 21 декабря [Электронный ресурс] // – Режим доступа: inosmi.ru/world/20131221/215796739.html, свободный. (Дата обращения 15.09.2016). [↑](#footnote-ref-20)
21. Nye, J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. N.Y.: Public Affairs, 2004. 203 p. [↑](#footnote-ref-21)
22. #  Hall I., Smith F. The Struggle for Soft Power in Asia: Public Diplomacy and Regional Competition // Asian Security, 2013. № 9, p. 1-18.

 [↑](#footnote-ref-22)
23. #  Hall I., Smith F. The Struggle for Soft Power in Asia: Public Diplomacy and Regional Competition // Asian Security, 2013. № 9, p. 1-18.

 [↑](#footnote-ref-23)
24. Hall I., Smith F. The Struggle for Soft Power in Asia: Public Diplomacy and Regional Competition // Asian Security, 2013. № 9, p. 1-18. [↑](#footnote-ref-24)
25. Hall I., Smith F. The Struggle for Soft Power in Asia: Public Diplomacy and Regional Competition // Asian Security, 2013. № 9, p. 1-18. [↑](#footnote-ref-25)
26. Лю Ц. «Мягкая сила» в стратегии развития Китая. // Полис. Политические исследования. 2009. № 4. С. 149-155 [↑](#footnote-ref-26)
27. Лю Ц. «Мягкая сила» в стратегии развития Китая. // Полис. Политические исследования. 2009. № 4. С. 149-155 [↑](#footnote-ref-27)
28. Лю Ц. «Мягкая сила» в стратегии развития Китая. // Полис. Политические исследования. 2009. № 4. С. 149-155 [↑](#footnote-ref-28)
29. Chen Z. The Power Strategy of Chinese Foreign Policy / Z. Chen - NGF Working Paper, Freie Universität, Berlin, 2013. - №3. – p. 23 [↑](#footnote-ref-29)
30. Shie T. Rising Chinese Influence in the South Pacific: Beijing's “Island Fever” // Asian Survey, Vol. 47 No. 2, March/April 2007; p. 307-326 [↑](#footnote-ref-30)
31. Young N., Jong H.. China's Soft Power: Discussions, Resources, and Prospects // Asian Survey, Vol. 48, No. 3, May/June 2008, p. 453-472 [↑](#footnote-ref-31)
32. Paradise J. China and International Harmony: The Role of Confucius Institutes in Bolstering Beijing's Soft Power // Asian Survey, Vol. 49, No. 4, July/August 2009, p. 647-669 [↑](#footnote-ref-32)
33. Arase D. Non-Traditional Security in China-ASEAN Cooperation: The Institutionalization of Regional Security Cooperation and the Evolution of East Asian Regionalism // Asian Survey, Vol. 50, No. 4, July/August 2010, p. 808-833 [↑](#footnote-ref-33)
34. Ma Y. Korea’s Public Diplomacy: A New Initiative for the Future // Y. Ma - The Asan Institute for Policy Studies. 21 Dec. 2012 - №5 – р. 12. [↑](#footnote-ref-34)
35. Lee S. South Korea's Soft Power Diplomacy // EAI Issue Briefing, No. MASI, January 2009, p 5.  [↑](#footnote-ref-35)
36. Hall I., Smith F. The Struggle for Soft Power in Asia: Public Diplomacy and Regional Competition // Asian Security, 2013. № 9, p. 1-18. [↑](#footnote-ref-36)
37. Byambakhand L. Soft Power In The Context Of South Korea // L. Byambakhand - Central European University Department of International Relations and European Studies – 2011 p 19. [↑](#footnote-ref-37)
38. Byambakhand L. Soft Power In The Context Of South Korea // L. Byambakhand - Central European University Department of International Relations and European Studies – 2011 p 19. [↑](#footnote-ref-38)
39. Kazuo, O. Japan’s Cultural Diplomacy: Past and Present // O. Kazuo - Aoyama Gakuin University, Tokyo, 2009 – p 11. [↑](#footnote-ref-39)
40. Toshiya N. Japan’s New Public Diplomacy: Coolness in Foreign Policy // N. Toshiya - Nagoya University – 2013, p. 7. [↑](#footnote-ref-40)
41. Yul S. Japan's New Regionalism: China Shock, Values, and the East Asian Community // Asian Survey, Vol. 50, No. 3, May/June 2010, p. 497-519 [↑](#footnote-ref-41)
42. Yong D. Japan in APEC: The Problematic Leadership Role // Asian Survey, Vol. 37, No. 4, Apr., 1997, p. 353-367 [↑](#footnote-ref-42)
43. Heng Y. Mirror, mirror on the wall, who is the softest of them all? Evaluating Japanese and Chinese strategies in the ‘soft’ power competition era // International Relations of Asia Pacific, 2010, p. 275-304. [↑](#footnote-ref-43)
44. Nye J. Soft Power Matters in Asia // The Japan Times, December 5, 2005, p. 303-341. [↑](#footnote-ref-44)
45. Peng E. Japan’s Quest for “Soft Power”: Attraction and Limitation // East Asia, December 2007, Volume 24, Issue 4, pp 349–363 [↑](#footnote-ref-45)
46. Nissim K. Contesting soft power: Japanese popular culture in East and Southeast Asia // International Relations of Asia Pacific, 2008, p. 73-101. [↑](#footnote-ref-46)
47. Лазутина И. В., Нагорнов В. А., Рахмангулов М. Р., Сахаров А. Г., Шелепов А. В. Систематизация лучших зарубежных подходов к реализации политики «мягкой силы» // Вестник Международных Организаций. 2014. № 2. С. 229-245. [↑](#footnote-ref-47)
48. Полякова В. В. Культура как инструмент внешней политики государства // Молодой ученый. 2016. №15. С. 388-390. [↑](#footnote-ref-48)
49. Звягина Д.А. Культурное влияние как компонент «мягкой силы» // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № П. Ч. 2. С. 94-98. [↑](#footnote-ref-49)
50. Лазутина И. В., Нагорнов В. А., Рахмангулов М. Р., Сахаров А. Г., Шелепов А. В. Систематизация лучших зарубежных подходов к реализации политики «мягкой силы» // Вестник Международных Организаций. 2014. № 2. С. 229-245. [↑](#footnote-ref-50)
51. Концепция участия Российской Федерации в содействии международному разивтию[Электронный Ресурс] Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации — Электрон. текстовые дан. — М., 2007. — Режим доступа: minfin.ru/common/upload/library/2007/07/concept\_rus.pdf - свободный (дата обращения: 13.04.17). [↑](#footnote-ref-51)
52. Лазутина И. В., Нагорнов В. А., Рахмангулов М. Р., Сахаров А. Г., Шелепов А. В. Систематизация лучших зарубежных подходов к реализации политики «мягкой силы» // Вестник Международных Организаций. 2014. № 2. С. 229-245. [↑](#footnote-ref-52)
53. Звягина Д.А. Культурное влияние как компонент «мягкой силы» // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2012. № П. Ч. 2. С. 94-98. [↑](#footnote-ref-53)
54. Черевичко Т. В. Туризм как инструмент публичной дипломатии // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. История. Международные отношения. 2014. №4. С. 93-95. [↑](#footnote-ref-54)
55. Murray, S. Sports-diplomacy: a hybrid of two halves. / S. Murray // International Symposium on Cultural Diplomacy (May 2011, Berlin). [Электронный ресурс] // Режим доступа: culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2011-symposium/SportsDiplomacy-a-hybrid-of-two-halves--Dr-Stuart-Murray.pdf, свободный (дата обращения: 12.04.17). [↑](#footnote-ref-55)
56. Лазутина И. В., Нагорнов В. А., Рахмангулов М. Р., Сахаров А. Г., Шелепов А. В. Систематизация лучших зарубежных подходов к реализации политики «мягкой силы» // Вестник Международных Организаций. 2014. № 2. С. 229-245. [↑](#footnote-ref-56)
57. Русакова О.Ф. Soft power как стратегический ресурс и инструмент формирования государственного бренда: опыт стран Азии // Известия уральского федерального университета. 2013. № 3. С. 52-70. [↑](#footnote-ref-57)
58. Сунь-цзы. Искусство войны / Сунь-цзы. М.: Астрель, 2012. – 192 с. [↑](#footnote-ref-58)
59. Зайцев, Я.А. Особенности становления и функционирования политической элиты КНР // Молодой ученый. 2013. №11. С. 728. [↑](#footnote-ref-59)
60. Kissinger, H. On China / H. Kissinger. – N.Y.: The Penguin Press, 2011. 553 p. [↑](#footnote-ref-60)
61. Меркушина, Я. С. «Мягкая сила» как инструмент формирования национально- культурной идентичности Китая // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2013. - № 5. – С. 20-27. [↑](#footnote-ref-61)
62. Меркушина, Я. С. «Мягкая сила» как инструмент формирования национально- культурной идентичности Китая // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2013. - № 5. – С. 20-27. [↑](#footnote-ref-62)
63. Погорелов, Р. «Мягкая сила» КНР и что Пекин может предложить миру. 2014. 10 октября [Электронный ресурс] // - Режим доступа: journal-neo.org/2014/04/10/rus-myagkaya-sila-knr-i-chto-pekin-mozhet-predlozhit-miru, свободный (Дата обращения: 11.03.2017). [↑](#footnote-ref-63)
64. China's Five-year Program to Boost Cultural Development. / Xinhua News Agency. 2006. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: china.org.cn/english/2006/Sep/181028.htm - свободный. (Дата обращения: 11.03.2017). [↑](#footnote-ref-64)
65. China issues five-year cultural development blueprint / Xinhua News Agency. 2012. 15 февраля. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: china.org.cn/china/2012-02/15/content\_24646610.htm – свободный (Дата обращения: 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-65)
66. China issues five-year cultural development blueprint / Xinhua News Agency. 2012. 15 февраля. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: china.org.cn/china/2012-02/15/content\_24646610.htm – свободный (Дата обращения: 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-66)
67. Най Дж. Растущая мягкая сила Южной Кореи. 2009. 10 ноября [Электронный ресурс] // – Режим доступа: project-syndicate.org/commentary/south-korea-s-growing-soft-power?version=russian, свободный. (Дата обращения: 20.08.2016). [↑](#footnote-ref-67)
68. Най Дж. Растущая мягкая сила Южной Кореи. 2009. 10 ноября [Электронный ресурс] // – Режим доступа: project-syndicate.org/commentary/south-korea-s-growing-soft-power?version=russian, свободный. (Дата обращения: 20.08.2016). [↑](#footnote-ref-68)
69. Ковба Д. М. Теоретическая и практическая адаптация концепта «мягкой силы» восточноазиатскими государствами // Пространство и время. 2014. № 4. С. 111-118. [↑](#footnote-ref-69)
70. Ковба Д. М. Теоретическая и практическая адаптация концепта «мягкой силы» восточноазиатскими государствами // Пространство и время. 2014. № 4. С. 111-118. [↑](#footnote-ref-70)
71. Шакиров Е.Р. Мягкая сила Японии // Дискурс-Пи. 2014. №2-3. С. 112-118., [↑](#footnote-ref-71)
72. Куланов А. Е. Культурная дипломатия Японии // Япония. Ежегодник. 2007. №36. С. 89-112. [↑](#footnote-ref-72)
73. Катасонова Е.Л. Япония: поп-дипломатия и поп-культура // Мировая экономика и международные отношения. 2009.  № 2. С. 140-160. [↑](#footnote-ref-73)
74. 欢迎访问中共中央党校网站 (Официальный сайт Центральной партийной школы Центрального комитета КПК) [Электронный Ресурс ] // - Режим доступа: ccps.gov.cn – свободный (Дата обращения: 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-74)
75. International Department Central Committee of CPC. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [idcpc.org.cn](http://www.idcpc.org.cn) свободный (Дата обращения: 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-75)
76. Широченко, Т.В. Институциональный аспект внешнеполитического имиджа // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 4. С. 20-31. [↑](#footnote-ref-76)
77. The State Council The People's Republic Of China. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [english.gov.cn](http://www.english.gov.cn) - свободный (Дата обращения: 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-77)
78. В Китае создали новое ведомство во интернет-цензуре. 2010. 17 апреля [Электронный ресурс] // - Режим доступа:. [lenta.ru/news/2010/04/17/censorship/](http://lenta.ru/news/2010/04/17/censorship/) свободный (Дата обращения: 11.03.2017). [↑](#footnote-ref-78)
79. Пресс-канцелярия Госсовета КНР будет повышать активность и эффективность передачи информации о Китае / Xinhua News Agency. 2013. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: russian.people.com.cn/31521/7680032.html - свободный (Дата обращения: 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-79)
80. Китай усилит администрирование в Интернете / Коммерсантъ. 2014. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: kommersant.ru/doc/1634995 - свободный (Дата обращения: 09.03.17) [↑](#footnote-ref-80)
81. Интернет в Китае. Справка / РИА Новости. 2010. 13 января. [Электронный ресурс] // -[wap.ria.ru/world/20100113/204310750.html](http://wap.ria.ru/world/20100113/204310750.html) - свободный (Дата обращения: 09.03.17) [↑](#footnote-ref-81)
82. Широченко, Т.В. Институциональный аспект внешнеполитического имиджа // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 4. С. 20-31. [↑](#footnote-ref-82)
83. Цензура Интернета в Китае. 2010. [Электронный ресурс] // - Режим доступа:[contentfiltering.ru/allinet/regulinet/regulinet\_249.html](http://www.contentfiltering.ru/allinet/regulinet/regulinet_249.html) - - свободный (Дата обращения: 09.03.17) [↑](#footnote-ref-83)
84. Широченко, Т.В. Институциональный аспект внешнеполитического имиджа // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 4. С. 20-31. [↑](#footnote-ref-84)
85. Официальный сайт агентства «Синьхуа». [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [russian.news.cn/service/2009-12/21/c\_13116328.htm](http://russian.news.cn/service/2009-12/21/c_13116328.htm) - свободный (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-85)
86. Широченко, Т.В. Институциональный аспект внешнеполитического имиджа // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 4. С. 20-31. [↑](#footnote-ref-86)
87. О газете «Жэньминь жибао» он-лайн. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [russian.people.com.cn/95209/index.html](http://russian.people.com.cn/95209/index.html) - свободный (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-87)
88. «China Daily» official site[Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [chinadaily.com.cn/cd/introduction.html](http://www.chinadaily.com.cn/cd/introduction.html) свободный (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-88)
89. Широченко, Т.В. Институциональный аспект внешнеполитического имиджа // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 4. С. 20-31. [↑](#footnote-ref-89)
90. Chinese National Television official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [english.cntv.cn](http://english.cntv.cn) - свободный (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-90)
91. China Scholarship Council official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: en.csc.edu.cn/ - свободный (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-91)
92. Михневич, С.В. Панда на службе Дракона: основные направления и механизмы политики «мягкой силы» Китая // Вестник международных организаций. – 2014. - № 2. – С. 15-25. [↑](#footnote-ref-92)
93. Confucius Institute Headquarters (Hanban) official site . [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: english.hanban.org - свободный (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-93)
94. Официальный сайт Президентского Комитета по национальному брендингу Республики Корея [Электронный ресурс] // – Режим доступа: koreabrand.net, свободный. (Дата обращения 17.09.2016). [↑](#footnote-ref-94)
95. [Официальный сайт Президентского Комитета по национальному брендингу Республики Корея [Электронный ресурс] // – Режим доступа: koreabrand.net, свободный. (Дата обращения 17.09.2016).](http://www.koreabrand.net/gokr/en) [↑](#footnote-ref-95)
96. Официальный сайт группы компаний Samsung [Электронный ресурс] // – Режим доступа: [samsung.com/africa\_en/africancitizenship/index.html](http://www.samsung.com/africa_en/africancitizenship/index.html), свободный. (Дата обращения 10.09.2016). [↑](#footnote-ref-96)
97. Lee J. Hyundai Motors’ Efforts to Reform India’s Driving Culture //Donga Daily, 2012. №252. P. 23-30. [↑](#footnote-ref-97)
98. Lee H.. POSCO active in helping needy children abroad // Korea Times. 2012. №321. P.31-34. [↑](#footnote-ref-98)
99. Kim H. Korea Life Insurance Spreading the Message of Good Korea // Donga Daily. 2012. №252. P. 19-23. [↑](#footnote-ref-99)
100. Han S. STX Promoting Korean-Chinese Exchange Through Music and Education // Donga Daily. 2012. №252. P.31-40. [↑](#footnote-ref-100)
101. Kim S. Daewoo Electronics Supporting Education in One of Peru’s Poor Villages // Donga Daily. 2012. №252. P. 42-46. [↑](#footnote-ref-101)
102. Ma Y. Korea’s Public Diplomacy: A New Initiative for the Future // Y. Ma - The Asan Institute for Policy Studies. 21 Dec. 2012 - р. 12. [↑](#footnote-ref-102)
103. Lee H. Arirang TV now shown in more than 100 million households.  Korea Herald. 2012. №53. P. 12-16. [↑](#footnote-ref-103)
104. Ma Y. Korea’s Public Diplomacy: A New Initiative for the Future // Y. Ma - The Asan Institute for Policy Studies. 21 Dec. 2012 - р. 12. [↑](#footnote-ref-104)
105. Ma Y. Korea’s Public Diplomacy: A New Initiative for the Future // Y. Ma - The Asan Institute for Policy Studies. 21 Dec. 2012 - р. 12. [↑](#footnote-ref-105)
106. Ma Y. Korea’s Public Diplomacy: A New Initiative for the Future // Y. Ma - The Asan Institute for Policy Studies. 21 Dec. 2012 - р. 12. [↑](#footnote-ref-106)
107. Ma Y. Korea’s Public Diplomacy: A New Initiative for the Future // Y. Ma - The Asan Institute for Policy Studies. 21 Dec. 2012 - р. 12. [↑](#footnote-ref-107)
108. Куланов А. Е. Культурная дипломатия Японии // Япония. Ежегодник. 2007. №36. С. 89-112. [↑](#footnote-ref-108)
109. Japan Ministry of foreign affairs official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: mofa.go.jp/policy/culture/public\_diplomacy.html (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-109)
110. Шакиров Е.Р. Мягкая сила Японии // Дискурс-Пи. 2014. №2-3. С. 112-118. [↑](#footnote-ref-110)
111. Japan Foundation official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: jpf.go.jp/e/ (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-111)
112. Мошняга П. А. Внешняя культурная политика Японии // Власть. 2009. №6. C. 14-23. [↑](#footnote-ref-112)
113. Куланов А. Е. Культурная дипломатия Японии // Япония. Ежегодник. 2007. №36. С. 89-112. [↑](#footnote-ref-113)
114. Japan Agency for Cultural Affairs official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: bunka.go.jp/english/ (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-114)
115. Мошняга П. А. Внешняя культурная политика Японии // Власть. 2009. №6. C. 14-23. [↑](#footnote-ref-115)
116. [Официальный сайт Японского Центра в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс] // – Режим доступа: jpcenter.spb.ru, свободный. (Дата обращения 17.09.2016).](http://www.koreabrand.net/gokr/en) [↑](#footnote-ref-116)
117. Мошняга П. А. Внешняя культурная политика Японии // Власть. 2009. №6. C. 14-23. [↑](#footnote-ref-117)
118. Intellectual Property Strategic Program 2005 [Электронный Ресурс ] / Japan Intellectual Property Policy Headquarters, 2005. — Режим доступа: japan.kantei.go.jp/policy/titeki/kettei/050610\_e.pdf, свободный (дата обращения: 13.04.17). [↑](#footnote-ref-118)
119. ####  Стрельцов Д., Сильницкий А. Политика Японии по продвижению национального и региональных брендов // [Корпоративная имиджелогия»](http://www.ci-journal.ru/). 2008. №01 (02). С. 16-23.

 [↑](#footnote-ref-119)
120. Japan International Cooperation Agency official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: jica.go.jp/english (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-120)
121. Japan National Tourist Organization official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: jnto.go.jp/eng/about/index.html (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-121)
122. Japan Tourism Agency official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: mlit.go.jp/kankocho/en/about/index.html (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-122)
123. Официальный сайт Института Конфуция РГГУ. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [confucius-institute.ru](http://www.confucius-institute.ru) - свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-123)
124. Confucius Institute Headquarters (Hanban) official site . [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: english.hanban.org - свободный (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-124)
125. Официальный сайт Уральского Федерального Университета. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [ci.urfu.ru/about/faq/](http://ci.urfu.ru/about/faq/) - свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-125)
126. Sorokina, O. Has Beijing’s Trojan Horse Developed a Limp? 2012 [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [bricsmagazine.com/en/articles/has-beijing-s-trojan-horse-developed-a-limp](http://bricsmagazine.com/en/articles/has-beijing-s-trojan-horse-developed-a-limp) - свободный (Дата обращения: 09.03.17) [↑](#footnote-ref-126)
127. 汉语桥 (Официальный сайт конкурса «Китайский мост»). [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [bridge.chinese.cn/](http://bridge.chinese.cn/) -свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-127)
128. Официальный сайт Китайского Делового Центра. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: [cbc-spb.com/our-events/chinese-new-year-2015/](http://cbc-spb.com/our-events/chinese-new-year-2015/) - свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-128)
129. В Китае проходят Дни культуры Кыргызстана. 2008. 25 сентября. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [russian.xinhuanet.com/russian/2008-09/25/content\_728100.htm](http://www.russian.xinhuanet.com/russian/2008-09/25/content_728100.htm) - свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-129)
130. China Cultural Month kicks off in Sao Paulo. 2013. 14 октября. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [cntv.cn/program/cultureexpress/20131014/104250.shtml](http://www.cntv.cn/program/cultureexpress/20131014/104250.shtml) - свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-130)
131. Лю Юаньюань. Имидж Китая: восприятие российским сообществом [Электронный ресурс] // - Режим доступа: ia-centr.ru/expert/365/- свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-131)
132. Официальный сайт агентства «Китай Синьцзян». [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [chinaxinjiang.cn/11/2013/25/index.htm?randid=0.41476482188497743](http://ru.chinaxinjiang.cn/11/2013/25/index.htm?randid=0.41476482188497743) - свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-132)
133. Михневич, С.В. Панда на службе Дракона: основные направления и механизмы политики «мягкой силы» Китая // Вестник международных организаций. 2014. - № 2. С. 15-25. [↑](#footnote-ref-133)
134. Бурибаев А. Культурное и духовное общение являются важной основой для укрепления традиционной дружбы между народами разных стран -замминистра культуры Казахстана [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [russian.people.com.cn/31519/7404856.html](http://russian.people.com.cn/31519/7404856.html) - свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-134)
135. Официальный сайт Китайского международного конкурса переводов. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [russian.china.org.cn/culture/citc/](http://russian.china.org.cn/culture/citc/) - свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-135)
136. Китайский кинорынок вышел на второе место в мире [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [lenta.ru/news/2013/03/22/china1/](http://lenta.ru/news/2013/03/22/china1/) - свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-136)
137. Михневич, С.В. Панда на службе Дракона: основные направления и механизмы политики «мягкой силы» Китая // Вестник международных организаций. 2014. - № 2. С. 15-25. [↑](#footnote-ref-137)
138. Официальный сайт Министерства образования КНР. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: http://en.moe.gov.cn/Resources/Statistics/ - свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-138)
139. Образование в Китае: кто и зачем едет учиться в Поднебесную. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [vchae.com/obrazovanie-v-kitae-kto-i-zachem-edet-uchitsya-v-podnebesnuyu/](http://vchae.com/obrazovanie-v-kitae-kto-i-zachem-edet-uchitsya-v-podnebesnuyu/) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-139)
140. CUCAS official site. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [cucas.edu.cn/](http://www.cucas.edu.cn/) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017). [↑](#footnote-ref-140)
141. The Times Higher Education World University Rankings 2016-2017 list [Электронный ресурс] // - Режим доступа: timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2016-17/world-ranking (Дата обращения: 18.04.2017). [↑](#footnote-ref-141)
142. Михневич, С.В. Панда на службе Дракона: основные направления и механизмы политики «мягкой силы» Китая // Вестник международных организаций. 2014. - № 2. С. 15-25. [↑](#footnote-ref-142)
143. Asia 21 official site. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [asiasociety.org/asia21-young-leaders](http://asiasociety.org/asia21-young-leaders) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017). [↑](#footnote-ref-143)
144. 中国进出口银行 (Официальны сайт Экспортно-импортного банка КНР) [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [eximbank.gov.cn/m/](http://www.eximbank.gov.cn/m/) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017). [↑](#footnote-ref-144)
145. 国家开发银行 (Официальный сайт Китайского банка развития) [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [cdb.com.cn](http://www.cdb.com.cn) свободный (Дата обращения: 18.03.2017). [↑](#footnote-ref-145)
146. White paper on China’s foreign aid [Электронный ресурс] // Режим доступа: [xinhuanet.com/english/china/2014-07/10/c\_133474011.htm](http://news.xinhuanet.com/english/china/2014-07/10/c_133474011.htm) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017). [↑](#footnote-ref-146)
147. Шевырев И. Как получить китайский кредит. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: dipcomment.com/expert?watch=187-свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-147)
148. Михневич, С.В. Панда на службе Дракона: основные направления и механизмы политики «мягкой силы» Китая // Вестник международных организаций. 2014. - № 2. С. 15-25. [↑](#footnote-ref-148)
149. Китай поставит военную технику Кыргызстану на $17,5 млн [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [knews.kg/society/39624\_kitay\_postavit\_voennuyu\_tehniku\_kyirgyizstanu\_na\_175\_mln/](http://www.knews.kg/society/39624_kitay_postavit_voennuyu_tehniku_kyirgyizstanu_na_175_mln/)- свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-149)
150. Китай выделил Таджикистану $18,7 млн безвозмездной помощи [Электронный ресурс] // - Режим доступа: .[regnum.ru/news/fd-abroad/1437852.html](http://regnum.ru/news/fd-abroad/1437852.html) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-150)
151. Китай забрал кусок Таджикистана и на этом не остановится? [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [mk.ru/politics/world/article/2013/05/14/853531-kitay-zabral-kusok-tadzhikistana-i-na-etom-ne-ostanovitsya.html](http://www.mk.ru/politics/world/article/2013/05/14/853531-kitay-zabral-kusok-tadzhikistana-i-na-etom-ne-ostanovitsya.html) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-151)
152. Следующий саммит G20 пройдет в Китае. 2014. 18 ноября [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [inosmi.ru/fareast/20141118/224348565.html](http://inosmi.ru/fareast/20141118/224348565.html) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-152)
153. Туризм как форма «мягкой силы». Проблемы китайского путешественника в России. 2012 [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [odnako.org/blogs/turizm-kak-forma-myagkoy-sili-problemi-kitayskogo-puteshestvennika-v-rossii/](http://www.odnako.org/blogs/turizm-kak-forma-myagkoy-sili-problemi-kitayskogo-puteshestvennika-v-rossii/) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-153)
154. UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition [Электронный ресурс] // - Режим доступа: e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145 - свободный (Дата обращения: 18.03.2017). [↑](#footnote-ref-154)
155. Список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО в Китае. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: whc.unesco.org/en/statesparties/cn - свободный (Дата обращения: 18.03.2017). [↑](#footnote-ref-155)
156. Туризм в городе Санья пострадал от девальвации рубля в России. 2014. 3 декабря [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [russian.people.com.cn/n/2014/1203/c31518-8817599.html](http://russian.people.com.cn/n/2014/1203/c31518-8817599.html) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-156)
157. Curtain falls on dazzling and outstanding Games [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [archive.today/uvNx](https://archive.today/uvNx) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017 [↑](#footnote-ref-157)
158. China opposed to politicizing Games /China Dail. 2008. 25 января [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [chinadaily.com.cn/olympics/2008-01/25/content\_6420437.htm](http://www.chinadaily.com.cn/olympics/2008-01/25/content_6420437.htm) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-158)
159. Евдокимов, Е. «Олимпийская дипломатия» Китая / Е. Евдокимов // Международные процессы. 2014. № 3.С.20-24. [↑](#footnote-ref-159)
160. Olympics a 'great time' for diplomacy / China Daily. 2008[Электронный ресурс] // - Режим доступа: [china.org.cn/english/olympic/242495.htm](http://www.china.org.cn/english/olympic/242495.htm) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-160)
161. [Хуацяо, их роль в политике КНР](http://yandex.ru/yandsearch?text=%D0%A5%D1%83%D0%B0%D1%86%D1%8F%D0%BE%2C%20%D0%B8%D1%85%20%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C%20%D0%B2%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20%D0%9A%D0%9D%D0%A0&clid=1955453&banerid=0401030143). 2014. 27 марта [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [journal-neo.org/2014/03/27/rus-huatsyao-ih-rol-v-politike-knr/](http://ru.journal-neo.org/2014/03/27/rus-huatsyao-ih-rol-v-politike-knr/) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-161)
162. Михневич, С.В. Панда на службе Дракона: основные направления и механизмы политики «мягкой силы» Китая / С.В. Михневич // Вестник международных организаций. 2014. № 2. С. 15-25. [↑](#footnote-ref-162)
163. China becomes largest source of overseas students. 2013. 2 августа [Электронный ресурс] // - Режим доступа: [news.xinhuanet.com/english/china/2013-08/02/c\_125110114.htm](http://news.xinhuanet.com/english/china/2013-08/02/c_125110114.htm) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-163)
164. Annual Report on the Development of Chinese Students Studying Abroad (2016) No.5 [Электронный ресурс] // - Режим доступа: ccg.org.cn/annual-report-on-the-development-of-chinese-students-studying-abroad-2016-no-5/ - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-164)
165. Михневич, С.В. Панда на службе Дракона: основные направления и механизмы политики «мягкой силы» Китая / С.В. Михневич // Вестник международных организаций. 2014. № 2. С. 15-25. [↑](#footnote-ref-165)
166. Увеличение численности китайцев в Кыргызстане превратится в национальную проблему? 2012.[Электронный ресурс] // - Режим доступа: [inter.kg/analitika/206-uvelichenie-chislennosti-kitaycev-v-kyrgyzstane-prevratitsya-v-nacionalnuyu-problemu.html](http://inter.kg/analitika/206-uvelichenie-chislennosti-kitaycev-v-kyrgyzstane-prevratitsya-v-nacionalnuyu-problemu.html) - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-166)
167. Gov't steps up efforts to encourage Korean language study overseas. 6 октября 2011 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: english.yonhapnews.co.kr/culturesports/2011/10/06/94/0701000000AEN20111006003800315F.HTML, свободный. (Дата обращения 4.09.2016). [↑](#footnote-ref-167)
168. Институт «Сечжон хактан» (세종학당) 3 ноября 2011 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: visitkorea.or.kr/rus/CU/CU\_RU\_4\_1\_3\_4.jsp, свободный. (Дата обращения 4.09.2016). [↑](#footnote-ref-168)
169. Официальный сайт института Короля Сечжона 2011 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: sejonghakdang.org/sjcu/home/main.do, свободный. (Дата обращения 4.08.2016). [↑](#footnote-ref-169)
170. Гармаханов М. Ц. «Корейская волна» в Китае // Вестник Бурятского Государственного Университета. 2015. №8. С. 123-126. [↑](#footnote-ref-170)
171. Гармаханов М. Ц. «Корейская волна» в Китае // Вестник Бурятского Государственного Университета. 2015. №8. С. 123-126. [↑](#footnote-ref-171)
172. Русакова О. Ф. Мягкая сила стран Азии // Дискурс Soft Power. 2010. №14. С. 31-37. [↑](#footnote-ref-172)
173. Гармаханов М. Ц. «Корейская волна» в Китае // Вестник Бурятского Государственного Университета. 2015. №8. С. 123-126. [↑](#footnote-ref-173)
174. Жидков В. О. Элементы южнокорейской мягкой силы // Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина. 2012. [↑](#footnote-ref-174)
175. Byambakhand L. Soft Power In The Context Of South Korea // L. Byambakhand - Central European University Department of International Relations and European Studies – 2011 p 19.. [↑](#footnote-ref-175)
176. Byambakhand L. Soft Power In The Context Of South Korea // L. Byambakhand - Central European University Department of International Relations and European Studies – 2011 p 19. [↑](#footnote-ref-176)
177. Statistics Korea official site [Электронный ресурс] // – Режим доступа: kostat.go.kr/portal/korea/index.action - свободный. (Дата обращения 4.08.2016). [↑](#footnote-ref-177)
178. The Times Higher Education World University Rankings 2016-2017 list [Электронный ресурс] // - Режим доступа: timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2016-17/world-ranking (Дата обращения: 18.04.2017). [↑](#footnote-ref-178)
179. Жидков В. О. Элементы южнокорейской мягкой силы // Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина. 2012. [↑](#footnote-ref-179)
180. Официальный сайт Агентства Международного Сотрудничества Республики Корея [Электронный ресурс] // – Режим доступа: koica.go.kr/english/main.html, свободный. (Дата обращения 20.09.2016). [↑](#footnote-ref-180)
181. Жидков В. О. Элементы южнокорейской мягкой силы // Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина. 2012. [↑](#footnote-ref-181)
182. Каплуновская А. М. Экономическое содействие развитию туризма в Республике Корея на примере г. Сеул // Актуальные вопросы экономических наук: материалы III междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). 2014. С. 141-145. [↑](#footnote-ref-182)
183. Список объектов всемирного культурного наследия ЮНЕСКО в Республике Корея [Электронный ресурс] // – Режим доступа: [whc.unesco.org/en/statesparties/kr](http://whc.unesco.org/en/statesparties/kr), свободный. (Дата обращения 12.09.2016). [↑](#footnote-ref-183)
184. Каплуновская А. М. Экономическое содействие развитию туризма в Республике Корея на примере г. Сеул // Актуальные вопросы экономических наук: материалы III междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). 2014. С. 141-145. [↑](#footnote-ref-184)
185. UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition [Электронный ресурс] // - Режим доступа: e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145 - свободный (Дата обращения: 18.03.2017). [↑](#footnote-ref-185)
186. Жидков В. О. Элементы южнокорейской мягкой силы // Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина. 2012. [↑](#footnote-ref-186)
187. Жидков В. О. Элементы южнокорейской мягкой силы // Уральский федеральный университет им. Первого Президента России Б. Н. Ельцина. 2012. [↑](#footnote-ref-187)
188. Южная Корея и диаспора: прочная связь с исторической родиной. 21 октября 2014 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: .ruvek.ru/?module=articles&action=view&id=9320, свободный. Дата обращения: (25.09.2016). [↑](#footnote-ref-188)
189. Южная Корея и диаспора: прочная связь с исторической родиной. 21 октября 2014 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: .ruvek.ru/?module=articles&action=view&id=9320, свободный. Дата обращения: (25.09.2016). [↑](#footnote-ref-189)
190. Japan Foundation official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: jpf.go.jp/e/ (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-190)
191. Королев В. А., Кудрявцева С. С. «Мягкая сила» современной Японии: опыт и направления развития // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2014. С. 41-56. [↑](#footnote-ref-191)
192. [Официальный сайт Японского Центра в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс] // – Режим доступа: jpcenter.spb.ru, свободный. (Дата обращения 17.09.2016).](http://www.koreabrand.net/gokr/en) [↑](#footnote-ref-192)
193. Japan Agency for Cultural Affairs official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: bunka.go.jp/english/ (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-193)
194. McGray D. Japan's Gross National Cool.// D. McGray. 2002. [Foreign Policy](https://en.wikipedia.org/wiki/Foreign_Policy). P. 11-14. [↑](#footnote-ref-194)
195. International Manga Award official website [Электронный ресурс] // – Режим доступа: manga-award.jp/ свободный. (Дата обращения 12.09.2016). [↑](#footnote-ref-195)
196. Официальный сайт Министерства экономики, торговли и промышленности Японии [Электронный ресурс] // – Режим доступа: meti.go.jp/english/policy/mono\_info\_service/creative\_industries/creative\_industries.html свободный. (Дата обращения 12.09.2016). [↑](#footnote-ref-196)
197. Катасонова Е.Л. Япония: поп-дипломатия и поп-культура // Мировая экономика и международные отношения. 2009.  № 2. С. 140-160. [↑](#footnote-ref-197)
198. Study in Japan official website [Электронный ресурс] // – Режим доступа: studyjapan.go.jp/en/toj/toj09e.html свободный. (Дата обращения 12.09.2016). [↑](#footnote-ref-198)
199. Официальный сайт Министерства образования, культуры, спорта, науки и технологий Японии [Электронный ресурс] // – Режим доступа: mext.go.jp/en/policy/education/highered/title02/detail02/sdetail02/1373894.htm свободный. (Дата обращения 12.09.2016). [↑](#footnote-ref-199)
200. Королев В. А., Кудрявцева С. С. «Мягкая сила» современной Японии: опыт и направления развития // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2014. С. 41-56. [↑](#footnote-ref-200)
201. Japan Student Services Organization official website[Электронный ресурс] // – Режим доступа: jasso.go.jp/en/about/statistics/intl\_student/data2016.html свободный. (Дата обращения 12.09.2016). [↑](#footnote-ref-201)
202. The Times Higher Education World University Rankings 2016-2017 list [Электронный ресурс] // - Режим доступа: timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2016-17/world-ranking (Дата обращения: 18.04.2017). [↑](#footnote-ref-202)
203. Colombo Plan official website [Электронный ресурс] // – Режим доступа: colombo-plan.org/ свободный. (Дата обращения 12.09.2016). [↑](#footnote-ref-203)
204. Королев В. А., Кудрявцева С. С. «Мягкая сила» современной Японии: опыт и направления развития // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2014. С. 41-56. [↑](#footnote-ref-204)
205. Королев В. А., Кудрявцева С. С. «Мягкая сила» современной Японии: опыт и направления развития // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2014. С. 41-56. [↑](#footnote-ref-205)
206. Visit Japan official website [Электронный ресурс] // – Режим доступа: visitjapan.jp/en/ свободный. (Дата обращения 12.09.2016). [↑](#footnote-ref-206)
207. Japan National Tourism Organization official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: jnto.go.jp/eng/about/index.html (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-207)
208. Japan Tourism Agency official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: mlit.go.jp/kankocho/en/about/index.html (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-208)
209. Japan Tourism Agency official site. [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: mlit.go.jp/kankocho/en/about/index.html (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-209)
210. Список объектов всемирного культурного наследия ЮНЕСКО в Японии [Электронный ресурс] // – Режим доступа: whc.unesco.org/en/statesparties/jp, свободный. (Дата обращения 12.09.2016). [↑](#footnote-ref-210)
211. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: weforum.org/docs/WEF\_TTCR\_2017\_web\_0401.pdf свободный. (Дата обращения 12.09) [↑](#footnote-ref-211)
212. [McDougall](http://www.eastasianstudiesedinburgh.org/roddy-mcdougall) R. [The Olympics and Japan: A Retrospective](http://www.eastasianstudiesedinburgh.org/blog/2016/10/2/the-olympics-and-japan-a-retrospective) 2016. 2 октября [Электронный ресурс] // – Режим доступа: eastasianstudiesedinburgh.org/blog/2016/10/2/the-olympics-and-japan-a-retrospective/ - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-212)
213. [McDougall](http://www.eastasianstudiesedinburgh.org/roddy-mcdougall) R. [The Olympics and Japan: A Retrospective](http://www.eastasianstudiesedinburgh.org/blog/2016/10/2/the-olympics-and-japan-a-retrospective) 2016. 2 октября [Электронный ресурс] // – Режим доступа: eastasianstudiesedinburgh.org/blog/2016/10/2/the-olympics-and-japan-a-retrospective/ - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-213)
214. Easton Y. Tokyo 2020 and Japan’s Soft Power. 2016. 31 октября [Электронный ресурс] // – Режим доступа: thediplomat.com/2016/08/tokyo-2020-and-japans-soft-power/ - свободный (Дата обращения: 18.03.2017) [↑](#footnote-ref-214)
215. The Association and Japanese Abroad official website [Электронный ресурс] // – Режим доступа: jadesas.or.jp/en/aboutnikkei/ свободный. (Дата обращения 12.09 2017) [↑](#footnote-ref-215)
216. The 57th Convention of the Nikkei and Japanese Abroad Conference Declaration [Электронный ресурс] // – Режим доступа: jadesas.or.jp/57taika\_sengen\_en.pdf свободный. (Дата обращения 12.09 2017) [↑](#footnote-ref-216)
217. Monocle’s annual Soft Power Survey. Ноябрь 2016. [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2016-17/свободный. Дата обращения: 25.04.2017. [↑](#footnote-ref-217)
218. Confucius Institute Headquarters (Hanban) official site . [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: english.hanban.org - свободный (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-218)
219. Официальный сайт института Короля Сечжона 2011 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: sejonghakdang.org/sjcu/home/main.do, свободный. (Дата обращения 4.08.2016). [↑](#footnote-ref-219)
220. Официальный сайт Министерства образования КНР. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: http://en.moe.gov.cn/Resources/Statistics/ - свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-220)
221. Statistics Korea official site [Электронный ресурс] // – Режим доступа: kostat.go.kr/portal/korea/index.action - свободный. (Дата обращения 4.08.2016). [↑](#footnote-ref-221)
222. The Times Higher Education World University Rankings 2016-2017 list [Электронный ресурс] // - Режим доступа: timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2016-17/world-ranking (Дата обращения: 18.04.2017). [↑](#footnote-ref-222)
223. UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition [Электронный ресурс] // - Режим доступа: e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145 - свободный (Дата обращения: 18.03.2017). [↑](#footnote-ref-223)
224. UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition [Электронный ресурс] // - Режим доступа: e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145 - свободный (Дата обращения: 18.03.2017). [↑](#footnote-ref-224)
225. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: weforum.org/docs/WEF\_TTCR\_2017\_web\_0401.pdf свободный. (Дата обращения 12.09 2017) [↑](#footnote-ref-225)
226. The 57th Convention of the Nikkei and Japanese Abroad Conference Declaration [Электронный ресурс] // – Режим доступа: jadesas.or.jp/57taika\_sengen\_en.pdf свободный. (Дата обращения 12.09 2017) [↑](#footnote-ref-226)
227. Monocle’s annual Soft Power Survey. Ноябрь 2016. [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2016-17/свободный. Дата обращения: 25.04.2017. [↑](#footnote-ref-227)
228. Confucius Institute Headquarters (Hanban) official site . [Электронный Ресурс ] // Режим доступа: english.hanban.org - свободный (Дата обращения 12.03.2017). [↑](#footnote-ref-228)
229. Официальный сайт института Короля Сечжона 2011 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: sejonghakdang.org/sjcu/home/main.do, свободный. (Дата обращения 4.08.2016). [↑](#footnote-ref-229)
230. Официальный сайт Министерства образования КНР. [Электронный ресурс] // - Режим доступа: http://en.moe.gov.cn/Resources/Statistics/ - свободный (Дата обращения 15.03.2017). [↑](#footnote-ref-230)
231. Statistics Korea official site [Электронный ресурс] // – Режим доступа: kostat.go.kr/portal/korea/index.action - свободный. (Дата обращения 4.08.2016). [↑](#footnote-ref-231)
232. The Times Higher Education World University Rankings 2016-2017 list [Электронный ресурс] // - Режим доступа: timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2016-17/world-ranking (Дата обращения: 18.04.2017). [↑](#footnote-ref-232)
233. UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition [Электронный ресурс] // - Режим доступа: e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145 - свободный (Дата обращения: 18.03.2017). [↑](#footnote-ref-233)
234. UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition [Электронный ресурс] // - Режим доступа: e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145 - свободный (Дата обращения: 18.03.2017). [↑](#footnote-ref-234)
235. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017 [Электронный ресурс] // – Режим доступа: weforum.org/docs/WEF\_TTCR\_2017\_web\_0401.pdf свободный. (Дата обращения 12.09 2017) [↑](#footnote-ref-235)
236. The 57th Convention of the Nikkei and Japanese Abroad Conference Declaration [Электронный ресурс] // – Режим доступа: jadesas.or.jp/57taika\_sengen\_en.pdf свободный. (Дата обращения 12.09 2017) [↑](#footnote-ref-236)