

А. Е. Куланов

Культурная дипломатия – пропаганда среди зарубежной общественности имиджа и политики своей страны – является одним из старейших направлений организованной деятельности человека, хотя сам этот термин возник лишь в последнюю четверть XX в. В современном мире большинство стран придают ей особое значение, и Япония относится к числу государств, которые активно, целенаправленно и успешно осуществляют свою культурную дипломатию во всем мире.

Под культурной дипломатией в Японии понимается особый вид информационно-разъяснительной работы министерства иностранных дел. Она направлена на то, чтобы развивать понимание и доверие граждан иностранных государств по отношению к Японии, на установление благоприятной международной обстановки для проведения Японией своей внешнеполитической линии, а также на то, чтобы создать положительный образ государства в мировом сообществе.

В соответствии с общепринятой современной практикой необходимость поддержания позитивного имиджа своей страны является обязательной для всех дипломатов. При этом в структурах министерств иностранных дел развитых стран нередко создаются специальные органы, отвечающие за культурную (или публичную дипломатию)¹. В составе МИДа Японии такая задача возложена на входящий в секретариат министра Департамент публичной дипломатии (Кохо бунка корю бу) и на подчиняющиеся ему информационные центры (отделы) посольств Японии за рубежом.

МИД Японии выделяет следующие направления культурной дипломатии²:

1. Развитие культурных международных обменов. Это – взаимные визиты представителей общественности и программы образовательных и спортивных обменов; обмены в области культуры и искусства, между ведущими научными специалистами и деятелями науки и культуры, диалоги между цивилизациями, развитие японоведения. Особо выделяются диалог со Средним Востоком, интеллектуальные обмены с Азией, США и другими странами, взаимодействие с институтами

¹ Кашилев Ю. П., Галунов Э. А., Информация и PR в международных отношениях. М., 2003, с.187.

² Гаймусё канкай хорэйсю (Сборник законодательных актов о министерстве иностранных дел). Токио, 1983, с.142.

ООН; двустороннее культурное сотрудничество, взаимодействие через ЮНЕСКО.

2. Связи с общественностью. Это – специальные программы по углублению и улучшению понимания образа Японии за рубежом (крупные кампании культурных мероприятий в развитых странах, развитие иностранного туризма в Японии и т.д.); зарубежная пресса о Японии.

Для Японии, как и для большинства развитых стран, акцент на культурной дипломатии не является данью времени или каким-то нововведением, лишь недавно получившим права на реализацию внешнеполитическим ведомством. Наоборот, Японию можно считать одним из пионеров культурной дипломатии в современном понимании этого термина и страной, наиболее успешно претворяющей в жизнь ее основные направления.

Япония вышла на мировую политическую арену лишь в середине XIX в., отягощенная системой неравноправных договоров и поставившая целью занять равноправное с другими развитыми странами место в мире. В это время она сознательно моделировала свой имидж как мирное государство, сосредоточенное на внутренних проблемах, как страна с уникальными культурой и традициями – «страна гейш», а не самураев. До начала войны с Китаем в 1894 г. Япония полностью овладела инициативой во внешнеполитическом позиционировании себя, и последнее достигалось в значительной степени с помощью акций, которые сегодня мы можем отнести к средствам культурной дипломатии.

Первым успехом в «цивилизованном» мире, ошеломившим всю Европу и заставившим буквально влюбиться в Японию выдающихся европейских художников, писателей и поэтов, стали выставки произведений японского искусства в Лондоне (1862 г.) и в Париже (1867 г.). В результате в Европе (в том числе в России) и Америке сформировался миф о «живописной Японии». Произошло не вполне осознанное, но очень эмоциональное выделение этой страны из общего ряда стран Востока, который до этого по инерции, рожденной привычным образом Ближнего Востока, воспринимался как мировая периферия³.

Важно отметить, что Япония впоследствии закрепила свой успех и развила с помощью новых приемов, в числе которых оказались и дальнейшая пропаганда традиционных японских искусств (включая национальные единоборства) в Европе, и исключительно активная деятельность, которую сегодня можно назвать «культурными и интеллектуальными обменами», под руководством третьего отдела исследовательского департамента МИДа. Общество ознакомления с мировой культурой (Кокусай бунка синко кёкай) и Общество международных студенческих обществ (Кокусай гакую кай), созданные позже, занимались пропагандой

³ Молодяков В. Э. «Образ Японии» в Европе и России второй половины XIX – начала XX века. М., 1996, с.54–59.

японской культуры и поддерживали изучение японского языка за границей⁴. Важно отметить, что в деле популяризации своих культурных достижений и японского духа министерство иностранных дел Японии уже тогда пользовалась поддержкой знатоков национальной культуры и талантливых специалистов по общественным связям, таких, например, как автор книги «Бусидо. Душа Японии» Нитобэ Инадзо или написавший «Путь чая» Окакура Какудзо, а создатель современного дзюдо Кано Дзигоро приложил немало усилий, чтобы этот вид спорта был признан во всем мире. Традиция обращаться к признанным во всем мире японцам – деятелям культуры, искусства и спорта для популяризации образа Японии за рубежом сохранилась и поныне.

С усилением агрессивной внешней политики японского милитаризма интенсивность мероприятий гуманитарного характера несколько ослабла. Японская дипломатия перешла от более эффективной мягкой формы гуманитарной деятельности к более жесткой, напрямую смыкавшейся с государственной пропагандой и использовавшей в качестве базы для развития довоенные успехи. В частности, во время войны с Россией в 1904–1905 гг. Япония позиционировала себя в Европе и Америке как «самая европейская из всех азиатских» стран. Она настойчиво напоминала, в том числе устами дипломатов и политиков, о своем образе как страны гейш, укиё-э и чайной церемонии, страны благородного джиу-джитсу и утонченной икэбаны. В континентальной Азии Япония, наоборот, искала поддержки, акцентируя внимание на том, что японцы – «наиболее развитые из азиатов», подтверждением чему служили признанные международным сообществом успехи японской культуры. По мнению японцев, это свидетельствовало об уникальности их культуры и, шире, всей нации. Однако со временем, по мере роста военного могущества Японии культурная составляющая дипломатии неуклонно ослабевала, пока практически полностью не ушла в тень. Во внешнем мире японская политика была определена как милитаристская и противоречащая интересам ведущих стран, вступивших в войну против фашистского блока.

Япония потерпела сокрушительное поражение во второй мировой войне, которое полностью уничтожило достигнутые ею военным и военно-экономическим путем успехи в континентальной Азии, да и в самой стране. В 1947 г. она приняла послевоенную конституцию, а на Международном трибунале для Дальнего Востока была осуждена японская международная политика довоенного и военного периодов. Новая конституция впервые в истории сообщала об отказе государства от войны «как суверенного права нации, а также от угрозы или применения вооруженной силы как средства разрешения международных споров». Япония оказалась выведена из числа активных игроков международной

политики, ориентировавшихся в начавшуюся эпоху «холодной войны» на силу, в том числе на «сверхсилу» (ядерное оружие). Отказ от официальных вооруженных сил и экономическая слабость в первые послевоенные годы заставили японских политиков вспомнить о положительном опыте прошлого. Особенно актуальным обращение к так называемой «мягкой силе» дипломатии стало после того, как восстановление страны и начавшийся вслед за этим экономический подъем на основе «экономической дипломатии», вывели Японию на уровень второй индустриальной державы в мире.

В МИДе в 1951 г. 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. В 60-х годах эти общества были реорганизованы, упрочена финансовая база и усилен контроль над ними со стороны МИДа. В 1964 г. в министерстве появился отдел культурных мероприятий. На базе обществ по пропаганде в 1972 г. был создан Фонд международных обменов (Кокусай корю кикин)⁵. В настоящее время в структуре министерства иностранных дел Японии, как уже упоминалось, существует специальный Департамент публичной дипломатии, входящий в состав министерского секретариата и осуществляющий руководство обширным комплексом информационно-разъяснительных мероприятий, а также моделирующий позитивный имидж Японии за рубежом средствами культурной дипломатии.

Широкий круг вопросов, входящий в сферу интересов департамента, позволяет активно использовать для моделирования позитивного имиджа Японии различные мероприятия: от привычных для иностранцев выставок японского искусства и фестивалей японского кино до столь нестандартных акций, как, например, обеспечение благоприятных условий для занятий японскими единоборствами (например, после разгрома американскими войсками талибов Япония практически создала, а ныне финансово и методически поддерживает федерацию дзюдо Афганистана), или организация лекций о японской кухне в различных городах России – страны, наиболее восприимчивой в последние годы к гастрономической стороне японской культуры.

КПД японских организаций, занимающихся вопросами культурной дипломатии, значительно выше, чем у их иностранных коллег. По различным данным, в США вопросами внешнеполитической пропаганды и культурных обменов ведают от 2,5 тыс. до нескольких десятков тысяч человек в сотнях организаций от Государственного департамента до муниципальных обществ студенческих обменов, в Великобритании в этой сфере трудятся около 3 тыс. специалистов, во Франции около 700

⁴ Панов А. Н. Японская дипломатическая служба. М., 1988, с.93.

⁵ Железняк О. Н. «Вхождение во внешний мир». Деятельность Японского фонда за рубежом. – Япония 1999–2000. Ежегодник. М., 2000, с.180.

человек. В Японии официально проблемами культурной дипломатии также занимаются около 600 человек, хотя они и пользуются поддержкой огромного числа граждан Японии, работающих в том же направлении в разнообразных общественных и коммерческих структурах, обществах дружбы и экономических союзах. Суммы финансирования, выделяемые государствами на эти цели, вполне сопоставимы с числом сотрудников⁶.

МИД Японии отчетливо сознает важность мероприятий по улучшению имиджа страны с помощью социологических инструментов. Речь идет, прежде всего, о резко усиливающейся в демократическом обществе роли общественного мнения для формирования эндогенных (т. е. возникающих в стране, где Япония планирует и осуществляет акции по созданию своего образа) представлений и моделированию экзогенных (т. е. исходящих из самой Японии) составляющих ее имиджа. В создавшейся международной обстановке существует возможность не только констатации социально-политических изменений и отношения к ним населения с помощью различных социологических опросов и исследований, но и влияния с их помощью на общественное мнение в целях создания благоприятного политического климата и осуществление нужных политических решений.

Для того, чтобы правильно определить направление и качественную составляющую мероприятий по улучшению имиджа, МИД Японии с помощью социологических исследований и информационных сводок изучает политическую, экономическую и социальную обстановку в определенной стране, особо выделяя тему заинтересованности различных слоев общества в структурированной информации о Японии, влияние и роль в освещении данного вопроса различных средств массовой информации, выделяя в результате наиболее перспективных для себя проводников японского культурного влияния. Например, с августа 2002 по ноябрь 2003 г. в центральных российских СМИ упоминания о Японии были структурированы по разделам «Телевидение», «Радио» и «Газеты» и по показателям, где первое число обозначает общее число передач (публикаций) на японскую тему за указанный период⁷. Второе – среднее число передач (публикаций) в месяц. Наконец, третье – это количество материалов, посвященных непосредственно проблеме мирного договора или «северных территорий» – политического вопроса японо-российских отношений, наиболее актуального, с точки зрения японского министерства иностранных дел.

Исходя из этих данных, мы можем увидеть, что все основные российские СМИ в указанный период от 1 до 12 раз в месяц обращались к японской теме, что является очень высоким показателем и в целом характеризует российское общество, как заинтересованное в информа-

ции о Японии. Частота и тенденция подачи материала зависят от направления интересов и формата того или иного издания. Например, 1-й канал за 16 месяцев показывал материалы о Японии в полтора с лишним раза чаще, чем его один из основных соперников – канал «Россия», являющийся полностью государственным. В то же время материалы, посвященные проблеме заключения мирного договора, на канале «Россия» появлялись чаще в абсолютном исчислении.

Телекомпании

Первый канал	–	168	–	10,5	–	16
Россия	–	102	–	6,4	–	18
ТВЦ	–	68	–	4,3	–	14
НТВ	–	76	–	4,8	–	13
Культура	–	21	–	1,4	–	0

Радио

«Маяк»	–	109	–	6,8	–	13
--------	---	-----	---	-----	---	----

Газеты

Коммерсант	–	181	–	11,4	–	40
Труд	–	46	–	2,9	–	6
Российская газета	–	74	–	4,6	–	17
Независимая газета	–	66	–	4,1	–	7
Аргументы и факты	–	14	–	1,1	–	5
Новые известия	–	64	–	4	–	5
Московский комсомолец	–	2	–	0,1	–	2
Новая газета	–	2	–	0,1	–	0

Подобные показатели, а также данные других информационных сводок и социологических опросов могут быть использованы при составлении картины представлений о Японии в различных слоях российского общества. Имея в своем распоряжении подобные отчеты, японское правительство готово к более точным и конкретным культурным инвестициям для формирования стержневого и поддерживающих образов Японии именно в том ракурсе, который представляется наиболее необходимым для нее в данный момент и имеет лучшие перспективы для формирования благоприятного общественного фона в случае проведения политических и/или экономических акций.

Рассмотрим некоторые конкретные примеры различных направлений японской культурной дипломатии.

Развитие международных культурных обменов

Обмен людьми и программы образовательных и спортивных обменов. Культурный обмен выдающимися личностями является базовым и одним из первых видов культурной дипломатии Японии, принесший ей успех еще в середине XIX века. Его актуальность не утрачена и поныне,

⁶ Панов А. Н. Японская дипломатическая служба, с. 95–97.

⁷ Куланов А. Е., Молодяков В. Э. Россия и Япония: имиджевые войны, М., 2007, с. 197.

так как целевая аудитория таких обменов, хотя и в значительной степени уже молодежная, на которую воздействуют, например, акции по популяризации японской субкультуры, но имеет более высокий социальный и интеллектуальный уровень, что позволяет пользоваться ее результатами уже в обозримом будущем. Можно считать это «краткосрочными культурными инвестициями в высокоприбыльный сектор межкультурных коммуникаций». Объектами таких инвестиций становятся крупные политики, писатели, ученые, деятели искусств, которым обеспечиваются особые условия для знакомства с богатейшей японской культурой, а в ряде случаев и представление их самих и созданных ими произведений на японской земле. У себя на родине такие люди являются потенциальными ньюсмейкерами и, следовательно, имиджмейкерами. Их отзыв о культуре и, как следствие, об общем образе Японии имеет чрезвычайно важное значение для соотечественников и играет существенную роль в создании стержневого или второстепенных образов этой страны, практически всегда формируя их в положительном русле.

Программы образовательных, молодежных и спортивных обменов считаются одними из наиболее перспективных, так как направлены на создание положительного образа Японии среди тех, кто в будущем, возможно, составит политическую, экономическую, интеллектуальную элиту своих стран. Помимо разнообразных стажировок Японского фонда, а в российском случае и упоминавшегося Центра молодежных обменов, существуют различные программы министерства образования Японии, которые открыли дорогу в эту страну более чем 117 тыс. молодых людей⁸, желающих изучать ее непосредственно на месте. Успешно работает Программа обмена и преподавания в Японии (Japan Exchange and Teaching – JET), предназначенная для желающих преподавать английский или некоторые иностранные языки в школах и университетах (по этой программе Японию на срок от одного года до трех лет посетило более 40 тыс. молодых иностранцев из более чем 40 стран мира). Более 60% из них составляют граждане Китая, а Россия находится на 15-м месте, уступая Непалу и Мьянме, но превосходя Великобританию, Францию и Австралию⁹. Значительная часть молодежи вовлекается в программы обмена через курсы по изучению японского языка, после сдачи соответствующих экзаменов или посещения специальных курсов на знание языка, к организации которых министерство иностранных дел Японии также имеет непосредственное отношение.

МИД Японии поощряет развитие спортивных обменов, в том числе пропаганду за рубежом традиционных японских единоборств, прежде всего, дзюдо и кэндо, видя в этом эффективный инструмент более глубокого понимания образа Японии иностранцами.

⁸ По данным: Japan Diplomatic Blue Book. 2004, с. 208–210.

⁹ Там же.

Обмены в области культуры и искусства. С особым вниманием правительство Японии относится в последнее время к продвижению молодежной субкультуры, считая ее перспективным компонентом, подготавливающим молодежь других стран к восприятию и пониманию традиционной культуры Японии. Речь идет, в первую очередь, о комиксах *манга*, мультфильмах *анимэ* и молодежной моде¹⁰. МИД Японии летом 2006 г. официально заявил о желании использовать поп-культуру как дипломатическое средство с тем, чтобы формировать через нее привлекательный образ своей страны. Глава внешнеполитического ведомства Японии Асо Таро дал наставления студентам Университета цифровых технологий в Токио: «Думайте, прежде всего, об образе, который приходит людям на ум, когда они слышат слово “Япония”. Чем более привлекательным, ярким и согревающим душу будет образ, тем скорее наша страна станет понятной другим государствам. Иными словами, успех в этом деле упростит жизнь японским дипломатам». Не случайно популярность Японии, ранее сопряженная с популярностью японского традиционного искусства, единоборств, позже – литературы, в последнее время все чаще зиждется на ценностях молодого поколения, чье увлечение японскими анимационными и цифровыми технологиями встречает моральное, а иногда и материальное одобрение японского МИДа. Дружелюбный имидж Японии в будущем должен создаваться на базе специально адаптированного к вкусам молодежи образа «Классной Японии» (Cool Japan). При этом подчеркивается неизбежность японских традиций и преданность классическим формам культуры, таким, как театры Но, Кабуки и Бунраку, борьбе сумо или чайной церемонии.

По-прежнему широко используются информационные поводы, позволяющие проводить целевые акции, направленные на продвижение положительного образа Японии, часто приуроченные к тем или иным памятным датам, хотя в отношении России и здесь наблюдается исключение. В частности, период 2004–2006 гг., когда в истории российско-японских отношений могли быть широко отмечены сразу несколько важнейших событий (от столетия начала Русско-японской войны 1904 г. и до пятидесятилетия подписания Совместной декларации 1956 г.), по существу, оказался обойден вниманием организаторов подобных акций. Помимо всего прочего, это могло быть связано с тем, что незадолго до этого, в 2003 г. по всей территории России проводился масштабный Фестиваль японской культуры, состоявший из более чем 120 мероприятий на самые разные темы – от выступления театра Кабуки до выставок комиксов *манга*. К тому же в России и без привязки к конкретным датам проходит ряд мероприятий, устраиваемый японской стороной, в том числе ежегодный фестиваль японского кино, а также

¹⁰ Ogoura Kazuo. Sharing Japan's Cultural Products as «International Assets». – Japan Echo, vol.31, 2004, № 6, January, с.139.

многочисленные выставки и концерты, организуемые российскими партнерами по собственной инициативе (концерты групп японских барабанщиков, выставки различных школ икэбаны и т. д.).

Интеллектуальные обмены и диалоги между цивилизациями, развитие японоведения, взаимодействие с институтами ООН. Япония достаточно давно и интенсивно привлекает интеллектуальную элиту своей страны для культурно-миссионерской деятельности за ее пределами, организуя выставки, симпозиумы и лекции. На них крупнейшие японские ученые, деятели культуры и, что характерно, крупные чиновники, обладающие широкими взглядами на внутрияпонские и международные проблемы, доносят свою точку зрения до заинтересованной в этом зарубежной публики. Среди таких современных нам «культурных буферов» японского правительства особенно выделяются специальный консультант кабинета министров, писатель и общественный деятель, автор популярной книги «Что такое Япония?» Сакая Таити и глава гендерного комитета при кабинете министров, крупнейший специалист по вопросам социальной адаптации женщин, делам семьи и молодежи профессор Ивао Сумико. Они побывали и в России, где прочли интереснейшие лекции, позволившие по-новому взглянуть на современную Японию в целом и на отдельные проблемы ее жизни в частности.

Одновременно японская наука, занявшая во многих областях человеческих знаний передовые позиции в мире, активно ищет возможности сотрудничества с учеными других стран для расширения научных контактов и оптимизации научного процесса в самой Японии. Лучшие математики, физики, химики, ихтиологи и другие ученые из самых разных стран мира, в том числе из России, активно привлекаются к процессу интеграции как в Японии, так и за ее пределами путем организации различных конференций, симпозиумов, семинаров, стажировок и т. д. Например, в Японском центре физических исследований в Цукуба одновременно работают несколько десятков молодых российских специалистов. Большинство из них, так же как их коллеги из других научных центров, привлекаются к изучению японского языка и к знакомству с культурой этой страны.

Японское правительство справедливо полагает, что изучение самой Японии за рубежом способно сплотить часть иностранных представителей интеллектуальной элиты вокруг различных тем японоведения, что также положительно скажется на общем представлении о Японии за ее пределами. В 2004 г. Япония субсидировала исследования и оказывала содействие в различных формах более чем 175 организациям японоведов по всему миру. Основное внимание при этом уделяется азиатскому, прежде всего китайскому, и американскому японоведению¹¹.

¹¹ The Japan Foundation. Overview of Programs 2005. Annual Report 2003–2006. Tokyo, 1998, с.139–153.

Во взаимодействии с Японским фондом правительство оказывает значительную помощь осуществлению культурного диалога со странами Центральной Азии, куда непрерывно направляются японские эксперты, организуются симпозиумы, семинары и другие научные мероприятия. Однако основное внимание в области культурных обменов по-прежнему занимают Китай, Корея, США и ряд стран АТР, сотрудничество с которыми осуществляется с самого начала деятельности японской культурной дипломатии и развивается наиболее динамично, демонстрируя заинтересованность в нем всех сторон.

Следует заметить, что для стран, отношения с которыми вошли в положительную фазу, или в отношениях с которыми Япония в обозримом будущем не прогнозирует серьезных перемен, интенсивность мероприятий культурной дипломатии уменьшается. Так, в перестроечный период и на этапе становления новой российской государственности, интенсивность культурных инвестиций Японии в России была чрезвычайно велика, поскольку в этот период закладывались основы формирования нового образа Японии в постсоветской России. Сейчас деятельность культурной дипломатии Японии в нашей стране имеет менее интенсивный и более стабильный характер. Одной из иллюстраций такого волнообразного изменения культурно-дипломатической активности Токио служит и исключительно важное в целом для культурной дипломатии отношение к интеллектуальным молодежным обменам. На российском направлении с этой целью в 1997 г. на базе министерства иностранных дел Японии был создан оформленный межгосударственным соглашением Японо-российский центр молодежных обменов. С его помощью несколько сотен молодых россиян, представляющих самые разные профессии – от военнослужащих до журналистов, посетили со специальными ознакомительными программами Японию, а некоторые получили возможность годичного пребывания в этой стране для более глубокого ее изучения. Сейчас деятельность этого центра практически свернута.

В отношении целого ряда других зарубежных стран, прежде всего Китая, Кореи, США, Япония также проводит мероприятия по привлечению иностранных специалистов в области средств массовой информации (журналистов, аналитиков, телеведущих) для стажировок в Японии. В отношении России такая политика в последнее время почти не проводится. Ее слабым отголоском можно считать пожелание министра иностранных дел Японии Т.Асо летом 2006 г. предоставить жителям Южных Курил возможность смотреть передачи японского телевидения, чтобы лучше ознакомиться с реалиями и уровнем жизни ближайшего соседа.

Двустороннее культурное сотрудничество, взаимодействие через ЮНЕСКО. С рядом стран Японию связывают отношения двусторонней культурной кооперации, в том числе в области изучения японского языка и знакомства с традиционной культурой. Япония вовлечена в 44

проекта общей стоимостью около 2 млрд. долл., включая оборудование лингвистического центра в Самаркандском университете иностранных языков, строительство планетария в Перу или научные изыскания в Долине фараонов в Египте. Особое внимание Япония проявляет к деятельности Организации Объединенных Наций, чьи программы поддерживает с особым тщанием и постоянством. Япония получила мандат соответствующих подразделений ООН на признание многочисленных памятников своей богатой истории и культуры шедеврами мирового значения. Это увеличило общий культурный вес Японии в мире, тем более что ряд таких крупных международных организаций, как ЮНЕСКО, в последнее время возглавляли ее граждане. Одновременно правительство Японии активно сотрудничает с неправительственными организациями, аккредитованными при ООН, выступая в роли спонсора серьезных культурных программ, многие из которых без участия Японии вряд ли были бы осуществлены в обозримом будущем. Одним из свежих примеров такого сотрудничества является выделение 1 млн. долл. на восстановление Иракского национального музея или готовность принять участие в восстановлении разрушенных статуй Будды в горах Афганистана и еще 20 проектов общей стоимостью 160 млн. долл. В 2004–2005 гг. некоторые японские неправительственные организации добились поддержки ООН в деле проведения международных симпозиумов по изучению японских боевых искусств с привлечением не только мастеров единоборств, но и крупных ученых, дипломатов, журналистов в Японии, США и России.

Связи с общественностью

Специальные программы по развитию понимания и продвижение образа Японии, зарубежная пресса о Японии. Не ослабевают уже достигшие значительного успеха усилия по популяризации в нашей стране, как и во всем мире, японского языка. Министерство иностранных дел Японии через информационные отделы своих посольств, где собирается значительная часть интересующей министерство социологической информации и через которые идет официальное знакомство с этой страной, а также через специальные японские центры продолжает популяризировать японский язык во всем мире, и эти усилия не пропадают даром. На сегодняшний день японский язык в мире изучают около 2,5 млн. иностранцев. Причем большая часть из них учит его у себя дома, хотя в некоторых случаях предусмотрены и командировки в Японию для более глубокого знакомства с предметом и в виде поощрения за проявленное усердие. В информационных отделах и японских центрах, как правило, накоплены значительные объемы информации в виде книг, аудио- и видео материалов, по самым разным областям жизни, истории, культуры, традиции и политики Японии, которые

передаются во временное пользование местным средствам массовой информации на безвозмездной основе.

С недавнего времени особые возможности на этом направлении открылись благодаря повсеместному распространению сети Интернет, с помощью которой японское правительство намерено увеличить интенсивность своего культурного влияния на другие страны, а также существенно сократить собственные расходы в области культурной дипломатии. Продолжая распространять информационные материалы и брошюры на английском и на местных языках через свои дипломатические миссии, правительство Японии терпеливо разъясняет свою точку зрения как на вопросы, интересующие конкретных потребителей в данной стране (например, в России – точку зрения на проблему «северных территорий»), так и по глобальным вопросам (в последнее время по поводу войны в Ираке или по северокорейской ядерной проблеме). Интернет дает также возможность почти неограниченного доступа к материалам по культуре, традициям и социально-экономическим успехам Японии, а также по вопросам, непосредственно связанным с дипломатической деятельностью министерства иностранных дел этой страны. Помимо сайтов посольств (для России – www.ru.emb-japan.go.jp), подобную информацию можно найти на англоязычной версии сайта МИДа Японии (www.mofa.go.jp) или на сайте «ВЕБ-Япония» (www.web-japan.org). Для целого ряда «буферных» организаций, сотрудничающих с министерством иностранных дел, таких, как Японский фонд или уже упоминавшийся Центр молодежных обменов, созданы свои, как правило, англоязычные сайты (www.jpf.go.jp и www.jrex.go.jp соответственно).

К наиболее свежим и необычным мероприятиям культурной дипломатии, направленным на более глубокое ознакомление с жизнью страны, можно отнести осуществляемое Японской национальной туристической организацией (JNTO) в тесном сотрудничестве с правительством и министерством иностранных дел программа «Добро пожаловать в Японию». Она была принята во многом под влиянием глав ведущих держав мира, недовольных малой степенью туристической открытости и комфорта страны (во многом из-за уникальности японского языка) и в целом неудовлетворительным имиджем туристической Японии на Западе. Программа направлена на резкое увеличение числа иностранных туристов в Японию – до 10 млн. человек к 2010 г., что позволит не только значительно повысить рентабельность японского туризма, но и поможет формированию позитивного образа Японии в глазах миллионов приезжающих в эту страну гостей из Европы, США, Китая и Кореи. Япония в этой программе предстает как «чарующая, волшебная страна», где органично сочетаются традиционная культура, современные технологии, глубокая история, сервис высшего класса и уникальные природные возможности, в том числе любимые японцами смены времен года. Стоит отметить, что в некоторых акциях этой программы

принял участие тогдашний премьер-министр Коидзуми Дзюнъитиро (он даже снялся в нескольких рекламных роликах, приглашая иностранцев посетить Японию). К сожалению, российское направление этой программы пока не является преобладающим.

Список мероприятий, организуемых или генерируемых японской стороной можно продолжать довольно долго. Японские культурные инициативы, культурная дипломатия этой страны по-прежнему успешно работают, помогая уважать и понимать Японию, демонстрировать уникальные качества этой страны, японского народа.

Японский фонд

Рассматривая тему культурной дипломатии, необходимо особо остановиться на деятельности Японского фонда – крупнейшей организации, осуществляющей меры культурной дипломатии в рамках политики японского правительства, одного из крупнейших культурных инвесторов в мире. Пробраз Японского фонда – Международное общество распространения культуры было создано в 1934 г. после исключения Японии из Лиги Наций для смягчения политических последствий этого события и организации культурного сотрудничества Японии с другими странами. В 1972 г. на смену этому обществу на основании Закона о Японском фонде был создан Японский фонд международных обменов, или просто Японский фонд, получивший серьезный бюджет (100 млрд. иен), обширные обязанности и полномочия по проведению культурной политики на базе министерства иностранных дел Японии.

Согласно первой статье Закона о Японском фонде основная цель этой организации состоит в осуществлении эффективной деятельности по развитию международного культурного обмена, чтобы тем самым внести вклад в мировую культуру и благосостояние человечества¹². До 2003 г. Японский фонд был особенно тесно связан с МИДом Японии и действовал под его руководством, а позже был реформирован в самостоятельную юридическую организацию, сохранившую при этом неизменными цели и задачи, ставившиеся при его создании. Большинство акций культурной дипломатии Японии, связанных с культурными обменами, межкультурными коммуникациями, значительная часть интеллектуальных обменов (практически все, что связано с японоведением) и молодежных обменов (в той части, которая касается преподавания и обучения японскому языку) планируется и реализуется Японским фондом.

Деятельность фонда осуществляется за счет доходов с собственного капитала, государственного финансирования (около половины бюджета фонда), а также частных пожертвований, в том числе от главного координирующего органа японских корпораций – Федерации экономических организаций (Кэйданрэн). Работой фонда руководят президент,

четыре вице-президента, а также Консультативный совет, в который входят крупнейшие специалисты в области культурных обменов¹³.

В 1994 г. в связи с изменениями в международной обстановке, вызванными окончанием холодной войны, при премьер-министре Японии был сформирован неправительственный совещательный орган – консультативная группа по культурному обмену. Она выработала ряд рекомендаций для Японского фонда, цель которых состоит в том, чтобы сделать его «главным проводником политики правительства» и направить усилия на развитие сотрудничества в области культуры как главной сферы деятельности фонда с целью превращения Японии в «нацию, вносящую весомый вклад в дело мира». В практическом аспекте цели Японского фонда не изменились: как и прежде, он представляет разнообразные аспекты японской культуры за рубежом. Сегодня его деятельностью охвачены более 190 стран мира, в 26 государствах Японский фонд имеет институты и центры японской культуры, центры японского языка, свои отделения и представительства. В самой Японии созданы два института японского языка и представительство фонда в Киото.

Японский фонд сформировал несколько целевых блоков программ, в которые включены собственные мероприятия и акции по культурному обмену, где фонд принимает косвенное (как правило, финансовое) участие.

Главным целевым направлением является набор программ по обмену кадрами видных специалистов в области кросскультурных коммуникаций, социологических исследований и др.

В специальный блок выделены программы участия японских ученых в международных конференциях и помощь в подготовке докладов.

По линии Японского фонда за рубеж направляются специалисты для сохранения и реставрации имеющих отношение к Японии памятников культуры, приглашаются в Японию для подготовки работники музеев, осуществляющие деятельность по сбережению реликвий, связанных с Японией.

Существует блок программ в области спортивных обменов, главным образом, связанных с демонстрацией за рубежом японских национальных видов единоборств и консультаций по подготовке специалистов по этим видам.

Особое внимание уделяется приглашению в Японию известных иностранцев. Выдающиеся деятели науки и культуры, включая Нобелевских лауреатов, получают возможность поездок по стране и обмена мнениями с коллегами по интересующим их проблемам. В этот же блок входит организация стажировок имиджмейкеров, изучающих условия пропаганды культуры в Японии.

¹² The Japan Foundation. Overview of Programs 2005, с. 163.

¹³ Железняк О. Н. «Вхождение во внешний мир». Деятельность Японского фонда за рубежом, с.180–191.

Едва ли не основное значение фонд придает популяризации в мире японского языка, его преподаванию за рубежом, подготовке и переподготовке специалистов в институтах Японского фонда в самой Японии.

Японский фонд оказывает значительную помощь зарубежному японоведению, в том числе в нашей стране, выделяя финансирование на различные научные проекты в этой области, издания монографий, ежегодников, специализированных журналов, предоставляя гранты японоведам, а также составляя блоки специальных стипендий для перспективных студентов и аспирантов, специализирующихся в японистике, а также в изучении областей культуры с сильным японским влиянием, например, некоторых направлений живописи.

Активно представлена в России и деятельность Японского фонда, связанная с изданием книг о Японии, спонсированием переводческих проектов, популяризацией современной и классической японской литературы. На этом направлении деятельность фонда нередко смыкается с блоком поддержки мирового японоведения в его издательской части.

Одним из крупнейших мероприятий Японского фонда в России и примером его участия в организации самых разнообразных мероприятий в короткий период времени и на большой территории стал Фестиваль японской культуры 2003 г. Он проводился в течение целого года сразу в нескольких городах нашей страны от Калининграда до Владивостока¹⁴. После фестиваля, в программу которого были включены десятки мероприятий, активность Японского фонда в России несколько снизилась, поскольку, как уже упоминалось, свою деятельность он осуществляет волнообразно, последовательно перенося внимание с одной страны на другую по очереди. Однако и в целом для Японского фонда Россия пока не является приоритетной страной. Так, отделения фонда открыты в 18 странах мира, в том числе в таких небольших, как Венгрия. В России аналогичного отделения или центра пока нет, и Японский фонд в нашей стране представляют несколько сотрудников посольства Японии в РФ. Наибольший интерес для деятельности Японского фонда в мире представляют США (там открыто сразу два отделения), Китай, Корея, Великобритания и Франция.

Культурная дипломатия Японии является сегодня одним из наиболее приоритетных направлений внешнеполитической деятельности этой страны. При этом культурная дипломатия не только позволяет Японии более эффективно решать самые разные задачи политического и экономического характера, но и способствует более глубокой интеграции страны в международное сообщество, является действенным средством развития мировой культуры и укрепления благосостояния человечества.

¹⁴ Куланов А. Е., Молодяков В. Э. Россия и Япония: имиджевые войны, с. 267.

Сельскохозяйственная кооперация Японии (проблемы и перспективы)

С. Б. Маркарьян

Сельскохозяйственная кооперация – многофункциональный экономический и общественный институт. Она консолидирует людей, содействует производству и сбыту сельскохозяйственной продукции, предоставляет необходимые услуги не только производителям продовольствия, но и другим жителям локальных обществ. Современная сельскохозяйственная кооперация в Японии была создана в 1947 г. В первые несколько десятилетий она была фактически монополистом в области сбыта производимой фермерами продукции и в сфере снабжения их средствами производства, одновременно являясь в известной мере государственным агентом в деревне. Кооперативы иногда называли даже подрядными исполнительными органами правительства, что было не лишено оснований. Но, например, в сбыте риса кооперативы трудно было назвать торгующими организациями. Ведь в течение определенного времени сохранялись обязательные поставки риса и даже после их отмены государство продолжало определять количество продаваемого фермерами риса; кому и за сколько они должны его продать, размер комиссионных, сумму оплаты хранения продукции, методы расчетов и т. д.

Практически все крестьянские хозяйства являются членами первичных сельскохозяйственных кооперативов, образованных в рамках деревень, поселков или малых городов. Это – так называемые комплексные кооперативы (*сого ноке*), которые в отличие от аналогичных организаций в других странах являются многофункциональными. Они занимаются снабженческо-сбытовой деятельностью, принимают вклады и выдают ссуды, осуществляют страховые операции, организуют коллективное пользование техникой и оборудованием, в том числе имеют крупные высокотехнологичные элеваторы, осуществляют подрядные работы для своих членов, являются посредниками при заключении контрактов фермеров с перерабатывающими предприятиями, осуществляют доверительные функции своих членов по сделкам с землей, консультируют их по производственным и бытовым вопросам, организуют культурно-бытовое и медицинское обслуживание. Следует заметить, что многие функции кооперативы приобрели с течением времени. Кооперативы, которые занимаются только одним видом деятельности или объединяют производителей по отраслям производства, называются специализиро-