

Павел МОШНЯГА

ВНЕШНЯЯ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА ЯПОНИИ

Статья посвящена проблемам развития внешней культурной политики японского государства в эпоху глобализации. Исходя из концепции политики «мягкой силы», анализируются действия японских властей по распространению национального языка среди иностранцев и продвижению собственной поп-культуры за границей. Выдвигается идея о том, что для создания благоприятного имиджа Японии за рубежом необходимо регулирование национальной поп-культуры со стороны государства.

The article is dedicated to the problems of development of Japanese external cultural policy in the age of globalization. On the basis of the «soft power» policy, the author analyzes Japanese government activities in two trends – the spreading of the Japanese national language among foreigners and the promotion of Japanese pop culture abroad. The author introduces the idea that in order to create a positive national image abroad the Japanese government should regulate its national pop culture.

Ключевые слова:

японская культура, глобализация, внешняя культурная политика, имиджмейкинг, «мягкая сила», поп-культура, медиа-искусство; Japanese culture, globalization, external cultural politics, image-making, «soft power», pop culture, media arts.

В современном мире, охваченном глобальными транснациональными процессами в экономике и политике, культуре и социальной сфере, характеризующемся динамичным ростом международного туризма, повсеместным распространением Интернета и другими проявлениями глобализации, усиливается взаимосвязь культуры и политики, актуализирующая вопросы культурной политики и социальной идентичности. Особого внимания заслуживает культурная политика Японии как одного из государств-лидеров современного мира.

Культура в международно-правовом аспекте определяется как «совокупность ярко выраженных черт, духовных и материальных, интеллектуальных и эмоциональных, характеризующих общество или социальную группу».¹ Следует отметить, что глобализация культуры оказывает неоднозначное воздействие на цивилизацию наций, образуемую совокупностью многообразных культурных генотипов, во многих случаях уничтожая уникальность культур и стирая грани идентичности народов.

Культурную политику в широком смысле рассматривают как совокупность принципов и норм, а также систему мер и мероприятий по сохранению, возрождению, развитию и распространению культуры посредством различных государственных и общественных институтов. В узком смысле культурная политика — это деятельность государства в области культуры.

В Японии государственную культурную политику осуществляют две организации: Агентство по культуре в рамках Министерства образования, культуры, спорта, науки и техники (МEXT) правительства Японии, а также Японский фонд под эгидой Министерства иностранных дел Японии. Агентство по культуре отвечает, главным образом, за внутреннюю культурную политику (однако некоторые из его программ, как, например, распространение японского языка среди иностранцев, являются частью внешней культурной политики), а Японский фонд, 19 филиалов которого располагаются по всему миру, реализует внешнюю культурную политику.

Внешняя культурная политика Японии, как и любого государства, нацелена на создание благоприятного имиджа страны за рубежом, а также на продвижение собственных национальных интересов в мире. Для

¹ Декларация Мехико по политике в области культуры // Культура: диалог народов мира. ЮНЕСКО, 1984, №3, стр. 7.

отображения такой ситуации во внешней политике, когда экономическая или военная мощь перестает быть эффективной в условиях информационной революции, а её место занимает более действенная, культурная, мощь, возникло понятие «мягкая сила» («soft power»). Под «мягкой силой», таким образом, понимается весь комплекс ресурсов, не связанных с военной, «жесткой», силой («hard power»)¹.

Как отмечает отечественный историк К.С. Гаджиев, если «жесткая сила» имеет своей целью наказать и запугать противника с помощью оружия, то «мягкая сила» призвана привлечь его на свою сторону или нейтрализовать мирными средствами. В основе «мягкой силы» лежат культура и ценности, идеи, символы, мифы и т.д.² В рамках политики «мягкой силы» МЕХТ и МИД Японии проводят на государственном уровне программы по пропаганде японского языка и в последнее время — национальной поп-культуры среди иностранцев, проживающих на территории Японии и за её пределами.

В современных условиях особое внимание придается распространению в мире японского языка как важному фактору создания сферы культурного влияния Японии. Один из крупнейших специалистов в области японского языка, профессор Университета Кэйо Т. Судзуки заявляет, что «утверждение японского языка в качестве международного — один из путей превращения страны в действительно великую державу»³. Поэтому распространение японского языка за рубежом является приоритетной задачей внешней культурной политики японского государства.

Агентство по культуре, в перечень задач которого входит обучение иностранцев японскому языку, разработало пять основных программ, которые представлены на официальном сайте⁴ данного подразделения МЕХТ:

1) программа по изучению японского языка для иностранцев, постоянно проживающих в Японии;

2) программа поддержки местного обучения японскому языку;

3) организация фонда поддержки преподавания японского языка для беженцев;

4) обучение японскому языку репатриантов из Китая;

5) улучшение содержания и методов преподавания японского языка.

По первой из вышеперечисленных программ, предназначенной для создания полноценных условий жизни для иностранцев как членов японского общества, организуются классы японского языка и предоставляются учебные курсы для «иностранцев, постоянно проживающих в Японии», а также проводится исследовательская работа и составляются руководства для них.

Согласно второй программе, осуществляемой в основном на добровольной основе и необходимой для улучшения обучения японскому языку в отдельных округах, Агентство приглашает общественность к участию в четырёх проектах и следит за проведением каждого из них. Среди проектов — осуществление курса обучения, организация и управление классами японского языка, подготовка преподавательских материалов, проведение семинаров соответствующими организациями.

По третьей программе Агентство осуществляет обучение японскому языку в учебных заведениях вне пределов юрисдикции для беженцев, статус которых установлен договором и которые готовы проживать постоянно на территории Японии. Агентство также поддерживает добровольную организацию и консультации по вопросам изучения японского языка для беженцев из Индокитая и беженцев, статус которых установлен договором и которые уже закончили учебные заведения.

Суть четвертой программы сводится к тому, что Агентство содействует обучению японскому языку репатриантов из Китая путём производства и распространения учебных материалов и справочников по японскому языку.

Содержание пятой программы заключается в том, что Агентство проводит различные мероприятия в ответ на растущие потребности в изучении японского языка, включая проведение исследований и конференций по проблемам обучения японскому языку.

¹ Lennon A. The Battle of Hearts and Minds: Using Soft Power to Undermine Terrorist Networks. — Washington, 2003; Nye J. The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone. — Oxford, 2002.

² Гаджиев К.С. Имидж как инструмент культурной гегемонии // Мировая экономика и международные отношения, 2007, № 12, стр. 4.

³ Катасонова Е.Л. Япония: вызов западной цивилизации? // Япония: мифы и реальность. — М., 1999, стр. 186.

⁴ Официальный сайт Агентства по культуре Японии. Политика по распространению японского языка. Глава 6, стр. 51 // http://www.bunka.go.jp/english/pdf/chapter_06.pdf.

Следует отметить, что деятельность Агентства по культуре по распространению японского языка касается в основном иностранцев, проживающих постоянно или временно на территории Японии, то есть эта деятельность относится как к внешней, так и внутренней политике государства. Положительной её стороной, несомненно, является то, что она создает благоприятный имидж Японии в глазах иностранцев, связанных со своим отечеством, где бы они ни проживали на настоящий момент.

Внешняя культурная политика по распространению японского языка за рубежом осуществляется Японским фондом. Этот фонд был создан как специальная организация под эгидой Министерства иностранных дел и является стержнем культурного обмена, который осуществляет Япония со странами мирового сообщества. На протяжении всей своей истории Японский фонд ратал и продолжает работать над повышением эффективности глобального международного культурного обмена, конечная цель которого — развитие взаимопонимания между различными нациями и народами. Стратегическое направление его деятельности определяет МИД Японии. Одно из главных направлений работы Японского фонда — увеличение числа людей, изучающих японский язык. Именно этот аспект является наиболее ответственным и продуктивным, так как знание языка становится своеобразным мостом для взаимопонимания между народами.

Японский фонд развернул широкую деятельность в России по изучению японского языка и культуры страны, но здесь он столкнулся с рядом проблем, главная из которых — отсутствие официального представительства Японского фонда в России. На прошедшем 13 февраля 2006 г. симпозиуме «Современное состояние и перспективы российской японистики» помощник депутата Государственной Думы О.И. Казаков высказался об этой проблеме так: «Предлагаю следующие меры для повышения эффективности работы Японского фонда в России. Во-первых, в России до сих пор нет официального представительства ЯФ. Мы единственная страна «большой восьмёрки», где нет представительства Японского фонда. Во-вторых, стоило бы открыть русскоязычную страницу Японского фонда с попутным перечислением деятельности Фонда в России. Такая открытость, в частности, может оказаться полезной при взаимодействии с российскими властями. В-третьих,

запустить программу «Уроки японского языка» на российском телевидении»¹.

До недавнего времени национальная поп-культура не рассматривалась властными кругами Японии всерьёз, считалась низменным и поверхностным слоем культуры, которым заниматься не престижно. Однако в рамках политики «мягкой силы» поп-культура оказалась гораздо более эффективной в утверждении национального имиджа за рубежом по сравнению с возможностями национальной элитарной или народной культуры. С другой стороны, трансляция имиджа страны через национальную поп-культуру не всегда может быть воспринята принимающей культурой корректно.

Правительство Японии предприняло первые шаги по регулированию поп-культуры законодательно через Основной закон по продвижению культуры и искусств (2001 г.). В этом законе удостоились специального упоминания манга, аниме и видеоигры. Штатный сотрудник газеты «Japan Times» Идэн Коркилл заявляет, однако, о том, что никаких конкретных мер по продвижению поп-культуры на основе этого закона не проводилось: «Теоретически, этот закон должен был сформировать основу для принятия новых политических мер и конкретных распоряжений. Создание органа [по изучению] медиа-искусств, например, вошло бы, несомненно, в его компетенцию. Но этого так и не произошло»².

Учитывая глобальные изменения в культурной политике, в том числе и рост внимания к поп-культуре как важному компоненту государственного имиджмейкинга, японское правительство продолжило работу над регулированием национальной поп-культуры, отведя им особое место в Основной политике по продвижению культуры и искусств (2002 г.) и Второй основной политике (2007 г.). Эти меры позитивно сказались на регулировании поп-культуры (проявлением которой является медиа-искусство) в том смысле, что Агентство по культуре начало спонсировать обучение медиа-артистов, проводить фестивали национальных медиа-искусств в Японии и за границей и т.д.

Таким образом, если с распространением национального языка за рубежом японские власти достигли определённых успехов, то другой аспект политики «мягкой силы», а именно трансляция собственной поп-культуры, ими пока ещё недостаточно разработан и приведён в исполнение.

¹ Современное состояние и перспективы российской японистики: симпозиум 2006. — М., 2007, стр. 78.

² Edan Corkill. Japan's culture policy lingers in limbo. July 13, 2008 // The Japan Times Online // <http://search.japantimes.co.jp/cgi-bin/f120080713x1.html>.