



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: История. Международные отношения. 2022. Т. 22, вып. 2. С. 214–218

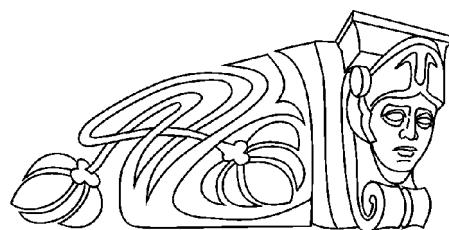
Izvestiya of Saratov University. History. International Relations, 2022, vol. 22, iss. 2, pp. 214–218

<https://imo.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1819-4907-2022-22-2-214-218>

Научная статья
УДК 327:379.83

Туризм как инструмент «мягкой силы» международной политики



Т. В. Черевичко

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83

Черевичко Татьяна Викторовна, доктор экономических наук, заведующий кафедрой туризма и культурного наследия, директор института истории и международных отношений, tvcherevichko@gmail.com, <https://orcid.org/0000-002-9645-1513>, Author ID: 471929

Аннотация. В статье рассматривается потенциал туризма как инструмента «мягкой силы» публичной дипломатии. Обозначены концептуальные подходы к определению понятий «мягкая сила» и «публичная дипломатия». При анализе структуры «мягкой силы» отдельно выделен ее эмоциональный компонент. Представлен авторский взгляд на понимание системной привлекательности туристского региона, позволяющей оценить эффективность туризма как инструмента «мягкой силы».

Ключевые слова: туризм, международная политика, публичная дипломатия, концепция «мягкой силы», инструменты «мягкой силы», эффективность «мягкой силы», индекс влияния «мягкой силы»

Для цитирования: Черевичко Т. В. Туризм как инструмент «мягкой силы» международной политики // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: История. Международные отношения. 2022. Т. 22, вып. 2. С. 214–218. <https://doi.org/10.18500/1819-4907-2022-22-2-214-218>

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Tourism as an instrument of “soft power” in international politics

T. V. Cherevichko

Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia

Tatyana V. Cherevichko, tvcherevichko@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-9645-1513>, Author ID: 471929

Abstract. The article examines the potential of tourism as a tool of “soft power” of public diplomacy. Conceptual approaches to the definition of the concept of “soft power” and “public diplomacy” are highlighted. When considering the structure of “soft power”, its emotional component is singled out separately. The author’s view is presented on understanding the systemic attractiveness of the tourist region, which makes it possible to evaluate the effectiveness of tourism as a tool of “soft power”.

Keywords: tourism, international politics, public diplomacy, the concept of “soft power”, tools of “soft power”, effectiveness of “soft power”, the index of influence of “soft power”

For citation: Cherevichko T. V. Tourism as an instrument of “soft power” in international politics. *Izvestiya of Saratov University. History. International Relations*, 2022, vol. 22, iss. 2, pp. 214–218 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1819-4907-2022-22-2-214-218>

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Формирующаяся с конца XX века цифровая реальность, наряду с замирающими процессами глобализации, в условиях продолжающейся пандемии COVID-19 кардинально меняет современный мир. Преобразования затрагивают все сферы общественной жизни и особенно сферу международных отношений. Глобальный кризис, вызванный пандемией, во первых, обусловил приоритетность национальных интересов государств по сравнению с общемировыми целями устойчивого развития. Международное сотрудничество претерпевает значительные изменения

на всех уровнях – от правительственных до профессиональных. Во-вторых, пандемия ускорила процессы «цифровизации» всех сфер жизни и международных отношений в том числе.

В определенной степени можно сказать, что современные международные отношения как сложная совокупность явлений и процессов служат основой для возникновения системы межгосударственных и транснациональных взаимодействий нового типа. Представляется важным подчеркнуть, что происходящие трансформационные изменения затронули и важнейшую часть



международных отношений – дипломатическую деятельность.

Концептуальной основой трансформационных изменений сферы международных отношений выступает концепция «мягкой силы». Понятие «мягкая сила» для обозначения альтернативных инструментов решения внешнеполитических задач было введено американским политологом Дж. Наем. Он определяет «мягкую силу» как способность государства достичь желаемого не путем принуждения, а путем убеждения, опираясь на привлекательность внешней политики, культуру и национальные ценности государства, отмечая, что позитивный имидж, с помощью которого одни государства могут располагать к себе другие, может быть более эффективным инструментом воздействия, чем иные внешнеполитические инструменты [1].

В последние годы во всем мире отмечалась возросшая популярность концепции «мягкой силы» в международных отношениях. Так, необходимость работы для наращивания «мягкой силы» страны отмечена в Концепции внешней политики Российской Федерации, утвержденной 12 февраля 2013 г. Президентом РФ. Палата лордов Великобритании создала Комитет по «мягкой силе». Китайские специалисты-международники констатируют, что в последние десятилетия «мягкая сила» – наиболее обсуждаемая и используемая политическая концепция в международных отношениях. Согласно рейтингу стран мира по влиятельности с точки зрения «мягкой силы» *The Soft Power 30* лидерами являются Франция, Великобритания, Германия, Швеция и США, Россия в 2019 г. заняла лишь 30-е место [2, с. 103].

Трансформационные изменения, происходящие в системе международных отношений, требуют более глубокого осмысления как содержания понятия «мягкая сила», так и инструментария концепции, систематизации методов использования «мягкой силы» и оценки ее эффективности. В связи с этим представляется важным отметить ряд подходов, расширяющих содержание понятия «мягкая сила», которые обосновываются П. Б. Паршиным, Т. А. Алексеевой, Д. Лобановой. Так, П. Б. Паршин в содержании «мягкой силы» выделяет особую «ресурсную» его часть, которая и определяет потенциал государства оказывать ненасильственное воздействие на другие субъекты международной политики при помощи ценностно-культурных инструментов [3]. В свою очередь, Т. А. Алексеева при анализе структуры содержания «мягкой силы» обращает внимание на элемент риска при использовании государством данного внешнеполитического инструмента [4]. В отличие от приведенных содержательных особенностей понятия «мягкая сила» Д. Лобанова акцентирует внимание на понимании силы вообще. В зависимости от внешнеполитических задач происходит

изменение формы проявления силы – от «мягкой силы» к «жесткой» и наоборот, при этом, природа «силы» остается неизменной по своей сути категорией [5]. Представляется, что такой подход к осмыслению понятия «сила» позволяет выявить ее инверсионную особенность, когда некоторые практики утрачивают «мягкие» характеристики, превращаясь в институты «жесткого» влияния.

Концепция «мягкой силы» в международных отношениях наиболее активно проявляется в современной дипломатии. Это обусловлено тем, что среда, в которой действует современная дипломатия, постоянно меняется. Сегодня, как никогда ранее, происходят глубокие и скоротечные изменения в международных отношениях и дипломатической деятельности под воздействием пандемии. Изменения происходят и в результате «замирания» процессов глобализации, что выражается в «закрытии» национальных границ и активизации цифровой трансформации современной реальности. Цифровая трансформация вызывает глубокие и всесторонние изменения не только в производственной сфере, но и особенно в международных процессах, обеспечивая при этом широкомасштабное использование цифровых технологий в дипломатических практиках. Более того, в настоящее время следует говорить о масштабном расширении «цифровой дипломатии» как особого вида дипломатической деятельности. Цифровая дипломатия России как значимая часть внешнеполитической деятельности осуществляет информационную работу на зарубежных направлениях, которая нацелена на постоянное наращивание присутствия России в международном информационном пространстве. Согласно рейтингу цифровой дипломатии *Digital Diplomacy Index* в феврале 2021 г. Россия занимала 5-е место [6, с. 6].

Важно подчеркнуть, что изменения среды, в которой действует современная дипломатия порождают не только новые вызовы и риски, но и выявляют новые возможности для дипломатической деятельности. По мнению российских исследователей-международников, такая деятельность в новых условиях становится гораздо сложнее и многообразнее. Они отмечают, что в настоящее время достаточно четко проявляются два уровня воздействия на зарубежную аудиторию [7, с. 47]. Первый связан с влиянием на официальные структуры, второй – на общественные организации, бизнес-объединения, население страны. Министр иностранных дел России С. В. Лавров, подчеркивая значимость различных форм дипломатической деятельности, отмечает, что «в нынешней непростой ситуации в мировых делах народной дипломатии принадлежит особая роль в деле продвижения положительной, объединительной, устремленной в будущее государственной политике дня. Активное подключение к этой работе общественных



организация способствует наращиванию диалога с зарубежными партнерами, преодолению существующих стереотипов, предотвращению появления новых разделительных линий» [8].

В практике международных отношений второй уровень обозначается как публичная дипломатия. В настоящее время существуют различные подходы к определению публичной дипломатии, однако единого видения явления, обозначенного этим термином, пока не достигнуто.

В классическом понимании публичная дипломатия представляет собой систему институтов и механизмов, сопровождающую внешнеполитические интересы государства посредством реализации концепции «мягкой силы». В научной литературе можно встретить более узкую трактовку публичной дипломатии: она определяется как действия, направленные на развитие долгосрочных отношений, защиту целей национальной внешней политики и лучшего понимания ценностей и институтов собственного государства за рубежом. Представляется, что при таком подходе публичную дипломатию следует воспринимать как одно из направлений дипломатической деятельности, включающей в себя общественное, научное, культурно-гуманитарное сотрудничество и информационные коммуникации.

Современная публичная дипломатия для обеспечения равного диалога в мировом сообществе основывает свою деятельность на принципах взаимодействия, а также на использовании современных информационных технологий. В этой связи важно подчеркнуть нацеленность цифровых технологий на повышение результативности публичной дипломатической деятельности как инструмента «мягкой силы».

Определяя публичную дипломатию как инструмент «мягкой силы», представляется необходимым указать ее миссию, которая состоит в продвижении национальных интересов, обеспечении национальной безопасности путем изучения настроений иностранного общественного мнения, информирования его и влияния на него посредством позитивного национального имиджа.

Публичная дипломатия, в свою очередь, располагает инструментарием, ориентирующим как на краткосрочное, так и на долгосрочное влияние. К краткосрочным инструментам относятся СМИ и современные каналы связи. Это, прежде всего, Интернет, социальные сети, блоги – так называемые «новые медиа». Думается, что в международных отношениях и, особенно в дипломатической деятельности, понятие «новые медиа» наполняется более широким смыслом и используется для более «рельефного» отражения мировых событий.

Именно 2020 г. стал годом широкомасштабной цифровизации публичной дипломатии. Пандемия коронавируса способствовала практически

полному переходу в онлайн-формат крупнейших международных и российских мероприятий в сфере публичной дипломатии. Не случайно в дипломатической практике появилась «Zoom-дипломатия». В определенной степени «цифровой переход» расширил возможности публичной дипломатии: цифровая доступность позволила проводить экспертные обсуждения из любой точки мира, практически мгновенное распространение информации и воздействие на широкую аудиторию через социальные сети. Цифровизация международных отношений вынудила и правительственные структуры интенсифицировать свою деятельность в социальных сетях. Сегодня, к примеру, активно развиваются Facebook- и Twitter-дипломатии МИД России. В этой связи необходимо отметить происходящую в настоящее время интеграцию сетевых технологий, новых и социальных медиа, что усиливает их адаптацию к новым реалиям и повышает мобильность структурных компонентов «мягкой силы» публичной дипломатии.

Вместе с тем, как подчеркивается в научных исследованиях, отличительная особенность краткосрочных инструментов публичной дипломатии проявляется в том, что они по продолжительности воздействия явно уступают долгосрочным инструментам, но более успешны для достижения быстрых результатов при воздействии на общественную аудиторию [7, с. 51]. Однако при этом именно цифровые краткосрочные инструменты публичной дипломатии позволяют установить инверсионную природу информационных компонентов «мягкой силы», которая проявляется в противоречивости стратегических установок ее практик влияния.

Долгосрочные инструменты публичной дипломатии в значительной степени ориентированы на развитие взаимоотношений в международной сфере по линии «общество – общество». Представляется важным подчеркнуть нацеленность долгосрочных инструментов на выявление конкурентных преимуществ страны, позволяющих формировать «имиджевую лояльность».

К долгосрочным инструментам публичной дипломатии в определенной степени можно отнести и непроизводственную сферу, предлагающую услуги и впечатления, способные обеспечить глобальный позитивный имидж страны. Особо высоким потенциалом «мягкой силы», направленным на позиционирование страны в системе международных отношений, обладают культура и искусство, образование, туризм и спорт.

Наиболее масштабным долгосрочным инструментом «мягкой силы» является въездной туризм. Он концентрирует способность государства привлекать к себе другие государства путем демонстрации ценностей и культурного наследия и, как результат, формировать и удерживать такие нематериальные источники и виды легитимации,



как лояльность, согласие, признание, верность бренду. Туризм формирует имидж страны на основе личных впечатлений туристов, превращая его в «эмоциональный компонент мягкой силы». В этой связи важно подчеркнуть, что понятие «мягкая сила» по отношению к туризму выступает «зонтичным» к таким понятиям, как бренд, имидж, культурная дипломатия.

Вместе с тем туризм является и особым видом экономической деятельности. Однако макроэкономические показатели деятельности туристского сектора мировой экономики в условиях продолжающейся пандемии свидетельствуют о беспрецедентном падении спроса на туристские услуги. По данным Всемирной туристской организации ООН, если до начала пандемии в 2019 г. было осуществлено 1,5 млрд международных поездок, то в 2020 г. число международных прибытий снизилось на 74% по сравнению с 2019 г., т. е. на 1 млрд прибытий. Экспортные доходы от туризма упали на 1,3 трлн долл. В сфере туризма утрачено от 100 до 120 млн рабочих мест. Для российского туристского рынка последствия пандемии также оказались чрезвычайно тяжелыми. В 2020 г. объем платных туристских услуг в России сократился на 86,9 млрд руб., что в 2 раза меньше, чем в 2019 г. [8, с. 21]. И тем не менее, оценивая ситуацию с позиций международной конкурентоспособности, следует отметить, что Россия в настоящее время входит в 20 самых востребованных туристских направлений мира благодаря постоянному улучшению «имиджевой лояльности» страны. В данном контексте развитие туризма как отрасли является показателем безопасности и цивилизованности страны.

Туризм как инструмент «мягкой силы» представляет собой действенный и привлекательный компонент внешнеполитического влияния. Представляется, что такой подход к определению туризма как инструмента публичной дипломатии во многом соответствует положениям теории политического реализма, рассматривающей национальные интересы в качестве основного мотива внешней деятельности государства

Туризм как компонент публичной дипломатии проявляет себя в реализации ряда внешнеполитических задач. Так, туризм как инструмент «мягкой силы» формирует и расширяет мировой туристский рынок. В XX в. произошла трансформация туристского рынка за счет экспансии в мировую экономику развивающихся туристских рынков. Если в 50-е гг. XX в. 75% всех путешествующих в мире были из Европы и посещали Францию, Германию, Италию, Великобританию, то к началу XXI в. к обозначенным странам прибавилась Россия, Испания, Турция, Китай, Таиланд.

Говоря о расширении туристского рынка в мировом пространстве, нельзя не затронуть вопрос о легитимации непризнанных государств.

Приезжающие туда люди де-факто (а при пересечении границ часто и де-юре) признают независимость данного государственного образования. А если впечатления, приобретенные в результате поездки, оказываются не просто позитивными, а исключительно приятными, то вчерашний турист становится проводником идеи о признании. Такую стратегию, например, реализует Турецкая Республика Северного Кипра.

В настоящее время, расширение мирового туристского рынка перешло в несколько иную плоскость. Продолжающаяся пандемия, закрытие границ, сокращение транспортных перевозок обусловили необходимость активного использования туристско-информационного компонента как инструмента «мягкой силы»

Важным моментом в развитии туризма является его эффективное информационное сопровождение. Наряду с телепередачами о путешествиях по экзотическим местам особое место занимают социальные сети и цифровые коммуникации как инструменты продвижения туристских эмоциональных впечатлений. Иначе говоря, цифровизация туризма играет значительную роль в цифровой трансформации туризма как инструмента «мягкой силы», так как происходит интеграция цифровых технологий в бизнес-процессы, операции и принципы создания новых туристских впечатлений.

Туризм привлекает туристов к стране, используя эмоциональный эффект влияния, и здесь важно говорить о таком явлении, как системная привлекательность туристского направления. Системная привлекательность туристского направления представляет собой совокупность качественных и количественных характеристик о туристском регионе, позволяющая оценить туристские ресурсы «мягкой силы», которыми обладает страна, с одной стороны, и выявить степень их реального влияния в мире – с другой.

Оценка эффективности «мягкой силы» – достаточно сложная задача, но она непосредственно связана с возможностями прогнозирования, так как позволяет предположить какое влияние «мягкая сила» окажет на экономику, внутреннюю и внешнюю политику государства, использующего эту «мягкую силу». Как отмечает Е. Харитоновна, инструменты «мягкой силы» должны трансформировать имеющийся потенциал в реальное влияние [9, с. 52]. В связи с этим представляется, что туризм как инструмент «мягкой силы» служит предметом оценки с позиции своей результативности, иначе говоря, соответствия полученных результатов поставленным целям. Такая оценка осуществляется с помощью международных рейтингов, определяющих успех «мягкой силы» отдельных государств в туристской деятельности по различным критериям

Туризм, являясь инструментом «мягкой силы», входит в структуру мировых индексов, разработанной системы оценки для ранжирования



стран по «индексу мягкой силы быстро растущих рынков», «индексу национальных брендов». Следует отметить, что рейтинговая оценка эффективности «мягкой силы» позволяет в рамках системной привлекательности региона в первую очередь определить туристские и инвестиционные особенности региона. Экспертиза регионов в определенной степени предполагает и активное моделирование внешнеполитической реальности посредством туризма как инструмента «мягкой силы»

В условиях трансформационных изменений современного общества особое значение имеет формирование позитивного государственного имиджа в международном пространстве. Обозначая важность туризма как инструмента «мягкой силы», следует подчеркнуть его миссию, которая состоит в проведении политики доверия, в расширении коммуникативного и информационного взаимодействия как в традиционной, так и в цифровой реальности.

Список литературы

1. Nye J. Smart power // *New Perspectives Quarterly*. 2009. Vol. 26, iss. 2. P. 7–9.
2. Погорлецкий А. «Мягкая сила» и экспортный потенциал России в несырьевых секторах экономики // *Мировая экономика и международные отношения*. 2021. Т. 65, № 3. С. 102–110.
3. Паршин П. Б. Два понимания «мягкой силы»: предпосылки, корреляты и следствия // *Вестник МГИМО – Университет*. 2014. № 2 (35). С. 14–21.
4. Алексеева Т. А. «Мягкая сила» в теории и практике международных отношений // *Политическое пространство и социальное время: идентичность и повседневность в структуре жизненного мира: тезисы XXX Харакского форума (г. Ялта, 26–30 мая 2016 г.)* / под ред. Т. А. Сиднишкиной, А. В. Баранова. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. С. 5–21.
5. Лобанова Д. Концептуальные подходы к определению понятия силы в международных отношениях // *Международные процессы*. 2017. Т. 15, № 2 (49). С. 77–86.
6. Бурлинова Н. Публичная дипломатия в России в эпоху COVID-19. Ежегодный обзор основных трендов и событий публичной дипломатии России в 2020 г.: доклад Российского совета по международным делам (РСМД), доклад № 7 / 2021 / Н. Бурлинова, М. Чагина, В. Иванченко; Российский совет по международным делам (РСМД), Центр поддержки и развития общественных инициатив «Креативная дипломатия». М.: НП РСМД, 2021. 36 с.
7. Лебедева М. Публичная дипломатия в урегулировании конфликтов // *Мировые процессы*. 2015. Т. 13, № 4 (октябрь – декабрь). С. 45–58.
8. Лавров отметил особую роль народной дипломатии в мировой ситуации [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20180213/1514521252.html> (дата обращения: 2.02.2022).
9. Харитонова Е. Эффективность «мягкой силы»: проблема оценки // *Мировая экономика и международные отношения*. 2015. № 6. С. 48–58.

Поступила в редакцию 23.01.2022; одобрена после рецензирования 29.01.2022; принята к публикации 31.01.2022
The article was submitted 23.01.2022; approved after reviewing 29.01.2022; accepted for publication 31.01.2022