

Информационное агентство (ИА) «Регнум». 2005. 11 ноября. [Informatsionnoe agentstvo (IA) «Regnum». 2005.11 noyabrya].

Истомин А. ШОС друзей не бросает // The Moscow Post. 2010. 11 июня. [Istomin A. SHOS druzej ne brosaet // The Moscow Post. 2010. 11 iyunya].

Кокшаров В. А. Многоуровневая интеграция в постсоветском пространстве // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 2, Гуманитар. науки. 2011. № 4 (96). С. 9–16.

Монгол улсын үндсэн хууль (Конституция Монголии). Улаанбаатар, 2009. [Mongol ulsyn yndsen khuul' (Konstitutsiya Mongolii). Ulaanbaatar, 2009].

Панфилова В. Китай выводит Монголию из зоны интересов США // Независимая газета. 2007. 21 марта. [Panfilova V. Kitaj vyvodit Mongoliyu iz zony interesov SSHA // Nezavisimaya gazeta. 2007. 21 marta].

Bedeski Robert E. Mongolia as a Modern Sovereign Nation-State // The Mongolian J. of Intern. Affairs. 2006. № 13.

Olzvoy H. Mongolian View on Economic Development and Cooperation in North-East Asia // The Mongolian J. of Intern. Affairs (Ulaanbaatar). 1996. № 3. [Olzvoy H. Mongolian View on Economic Development and Cooperation in North-East Asia // The Mongolian J. of Intern. Affairs (Ulaanbaatar). 1996. N 3].

Статья поступила в редакцию 23.10.2012 г.

УДК 327(510) + 327(519.5) + 341.7

О. Ф. Русакова

«МЯГКАЯ» СИЛА СТРАН АЗИИ

Рассматриваются основные подходы к анализу категории и стратегий *soft power* в современной внешней политике. По мнению автора, в эпоху глобализации «мягкая» мощь возрастает по сравнению с «жесткими» инструментами влияния. Основными структурными компонентами *soft power* являются: экономическая привлекательность, человеческий капитал страны, культурный капитал, дипломатические и политические инструменты «мягкой» силы. Значительное внимание уделяется китайской модели *soft power* и других стран Азии, включая Японию и Южную Корею.

Ключевые слова: «мягкая» сила; «жесткая» сила; внешняя политика; китайская модель *soft power*; стратегия *soft power* Южной Кореи.

В эпоху глобализации и усиления геополитической конкуренции инструментарий «мягкой» силы стал рассматриваться политиками и теоретиками в качестве важного ресурса внешнеполитической мощи стран, претендующих на статус мирового центра или полюса власти.

Впервые в качестве категории, обозначающей особого рода внешнеполитический властный ресурс, понятие «soft power» стало применяться в работах Джозефа Ная — американского специалиста в области международных отношений, бывшего заместителя министра обороны США в администрации Б. Клинтона, а ныне декана Школы управления имени Кеннеди в Гарвардском университете [см.: Най].

Суть «мягкой» силы Джозеф Най разъясняет путем сравнения ее с традиционными «жесткими» («твердыми») способами внешнеполитического воздействия. Под «жесткой» силой исследователь подразумевает использование во внешней политике таких властных средств, как вооруженное насилие, военное вмешательство, экономическое давление, подкуп. «Жесткая» сила, или «жесткое» могущество, — это способность к принуждению, обусловленная материальной мощью страны. Главными методами данного вида воздействия являются методы «кнута и пряника».

Конкретно говоря, «твердой» силой является видимая государственная мощь, состоящая главным образом из природных ресурсов, экономики, науки, техники и военной силы, которые составляют материальную базу совокупной государственной мощи. Инструментами «жесткой» силы выступают также методы идеологического давления, к которым относятся информационные войны и так называемые «войны памяти» [см.: Бордюгов].

В противоположность «жесткому» способу влияния, отмечает Най, «мягкая» сила — это способность добиваться желаемого на основе добровольного участия союзников, а не с помощью принуждения и подачек. «Мягкое» могущество подразумевает использование в качестве ресурсов властного влияния привлекательные политические имиджи и культурные ценности, транслируемые средствами массовой информации. «Мягкое» могущество возникает, когда страна привлекает своей культурой, политическими идеалами и программами, проявляется в вовлечении в процесс сотрудничества без угроз и поощрений.

К «мягкой» силе относятся притягательная сила экономического роста и благосостояния населения страны, привлекательные образы социального строя и моделей развития государства, творческая сила нации, цементирующая сила народа страны, привлекательная внешнеполитическая стратегия. Эффективное использование «мягкой» силы рассматривается в качестве основы повышения международной конкурентоспособности страны.

Привлекательность внешней политики, согласно Наю, во многом зависит от того, насколько будут всеобъемлющими и перспективными ее цели для всех участников межгосударственных коммуникаций, насколько будут совпадать их ценностные ориентации: «Политика с большей вероятностью будет привлекательной, если она базируется на ценностях, разделяемых другими». В качестве примера политики в стиле *soft power* Най называет реализацию плана Маршалла, в ходе которой «европейцы с радостью приняли американское лидерство» [Най, с. 34].

С точки зрения Наю, *soft power* — это система мощных властных ресурсов, которая помогает США на протяжении многих лет осуществлять мягкую гегемонию на международной арене. Он считает, что одной из причин, почему советская система власти в СССР потерпела поражение, была недооценка советской политической элитой важной роли механизмов *soft power* во внешнеполитической конкуренции.

Одним из элементов мягкой американской гегемонии Най считает массивную коммерческую рекламу вещественных символов Америки, с которыми

в годы «холодной войны» ассоциировались представления о новых горизонтах свободы. «Поколение за поколением, — отмечает Най, — молодежь в самых разных европейских странах — и к западу, и к востоку от “железного занавеса” — открывала для себя новые культурные альтернативы. Простые вещи, вроде синих джинсов, кока-колы или определенной марки сигарет, давали возможность молодому поколению выразить собственное “я» [Най, с. 36].

Другим проверенным инструментом «мягкой» гегемонии Соединенных Штатов является американская поп-культура. Адаптация к ней европейцев после Второй мировой войны способствовала легкому и жизнерадостному усвоению идей и принципов либерализма, впрыснула молодую энергию в «высокую» культуру послевоенной Европы. В итоге, пишет Най, именно воздействие поп-культуры на общественное сознание европейцев помогло Соединенным Штатам в достижении двух важных целей — демократической реконструкции Европы и создании НАТО. Массовая культура оказала США большую услугу в поддержании экономического и военного лидерства [Там же].

У американской внешнеполитической «мягкой» силы есть серьезные конкуренты на международной арене. Основным конкурентом выступает «мягкая» сила Европы. Европа, отмечает Най, впечатляет своими «мягкими» ресурсами. К ним относятся: достижения европейских стран в области литературы (Франция занимает первое место в мире по числу нобелевских лауреатов по литературе); благоприятная миграционная политика в плане предоставления убежища для мигрантов (Великобритания и Германия занимают первые места в списке стран, куда устремляются эмигранты и беженцы); выделение значительных средств для оказания помощи развивающимся странам.

«Мягкую» силу Европы укрепляют ее позиции по вопросу о смертной казни, по контролю за оружием, по изменению климата, по соблюдению прав человека, включая права секс-меньшинств. Кроме того, в Европе мощнее, чем в США, профсоюзы, система социального обеспечения, рынок труда более регламентирован [Най, с. 38–39].

Оценивая эффективность дискурса *soft power*, применяемого разными странами, Най видит большие перспективы в координационном использовании американских и европейских ресурсов «мягкой» силы, а также в расширении американо-европейского информационного пространства. Массовая информация рассматривается им как один из важнейших ресурсов «мягкого» влияния. Одной из политических ошибок США Най считает сокращение финансирования и вещания после «холодной войны» правительственными СМИ, ликвидацию Информационного агентства USIA.

В качестве обозначения внешнеполитического инструмента власти концепт *soft power* все чаще используется при анализе современного дискурса глобальной политики [см.: Chong], а также для характеристики внешнеполитических стратегий отдельных стран и международных союзов [см.: Русакова].

Среди стран Восточной Азии супердержавой в области эффективного применения *soft power* считается Япония [Watanabe, McConnel]. Для таких стран, как США, Китай, страны Юго-Восточной и Восточной Азии, воздействие *soft power* Японии особенно заметно.

Особое внимание сегодня уделяется успешному применению концепта и стратегии *soft power* Китаем в его разносторонних внешнеполитических коммуникациях. Китайский ресурс *soft power* рассматривается в качестве главной конкурентной силы внешнеполитическому влиянию США, Европейского союза, Японии, Южной Кореи [см., например: Ding; Holik; Holl; Kurlantzick; Soft Power...].

В настоящее время китайские политологи и политики активно занимаются разработкой теории и стратегических направлений «мягкой» силы Китая, вопросами ее гармонизации с инструментарием «твердой» силы. Стратегия повышения «мягкой» силы страны выступает сегодня официальным политическим курсом китайского руководства. В политическом докладе правящей партии на XVII съезде была дана китайская интерпретация *soft power* и были выдвинуты следующие конкретные задачи целенаправленного строительства «мягкой» силы Китая: 1) «создавать систему стержневых социалистических ценностей, увеличивать притягательные и цементирующие силы социалистической идеологии»; 2) «формировать гармоничную культуру, воспитывать цивилизованные нравы»; 3) «широко распространять национальную культуру, строить общий духовный очаг китайской нации»; 4) «продвигать новаторство в культуре, усиливать жизненную силу развития культуры» [Цзайци, с. 150].

Китайская стратегия развития *soft power* предполагает, что когда к 2020 г. будет выполнена задача полного построения в Китае среднезажиточного общества, когда страна заметно повысит свою совокупную мощь посредством подъема экономики, науки и образования, то ее привлекательная сила станет лидирующей в мировом масштабе. Кроме того, «мягкая» сила с китайской спецификой опирается на принцип гармонии, который предполагает гармонию во всех областях жизни — гармонию между человеком и природой, между людьми, между государствами. Гармония рассматривается в качестве базового принципа устойчивого и эффективного развития. Принцип гармонии — это то, что создает Китаю господствующую моральную высоту в международных коммуникациях. На данном принципе выстраивается единство «мягкой» и «твердой» силы с китайской спецификой как внутри страны, так и за ее рубежами [Там же, с. 151].

Согласно китайским политологам, существует неразрывная диалектическая связь между «твердой» силой и «мягкой» силой. «Мягкая сила» трактуется ими как «мудрость», выраженная в ходе применения «твердой» силы. Укрепление «твердой» силы сопряжено с увеличением «мягкой» силы. И даже в том случае, когда «твердая» сила несколько укрепляется, совокупная государственная мощь может сократиться в связи с ослаблением «мягкой» силы [Там же, с. 154].

С позиции данной теории китайские исследователи объясняют распад Советского Союза и анализируют его уроки. Главный исторический урок состоит в том, что Советский Союз в конце XX в. оказался под мощным влиянием «мягкой» силы Запада и не смог противостоять ему посредством собственных инструментов *soft power*.

Сегодня, по мнению исследователей, только Китай со своей стратегией строительства и развития «мягкой» силы в состоянии эффективно конкурировать с силами «мягкого» влияния стран Запада.

С точки зрения внутренней политики строительство *soft power* Китая благоприятствует поднятию национального духа, укреплению чувства идентичности народа, сохранению и развитию древней китайской культуры, достижению полного единства Китая. С точки зрения внешней политики строительство *soft power* Китая позволяет увеличивать его международное влияние, укреплять понимание между народами.

В настоящее время политологами разрабатываются комплексные модели *soft power*. Согласно одной из них, можно выделить следующие разновидности «мягкой» силы:

1) *economic soft power* (экономическая «мягкая» сила) — экономические аттракторы, или показатели, экономической привлекательности, включая инвестиционную;

2) *human capital soft power* — гуманитарный капитал, основанный на привлекательности системы общего и университетского образования, научной и технологической деятельности;

3) *cultural soft power* — инструменты культурного влияния, а именно международное признание значимости и величия культурного наследия страны, политика популяризации национальной культуры, расширение межкультурных коммуникаций, туристическая привлекательность страны, распространение национального языка и национальной кухни;

4) *political soft power* — система показателей уровня развития институтов политической демократии и защиты прав человека;

5) *diplomatic soft power* — дипломатическая репутация страны, показатели эффективности дипломатических усилий в сфере переговорного процесса, степень миролюбия, способность к предотвращению агрессии и нейтрализации угроз, способность к установлению глобальной повестки дня [см.: Holik, p. 232–242].

К отдельным видам *soft power* современные исследователи относят также такие факторы влияния, как институциональная власть (статусное положение страны в международных институциональных объединениях); репутационная власть — власть репутационного имиджа (успешность в проведении политических акций, ответственная политика, международный авторитет, заслуженный в ходе урегулирования конфликтов, надежность в партнерских отношениях); репрезентационная власть — способность эффективно продвигать собственное видение событий, свою интерпретационную и информационную модель политической реальности методами дипломатии, пропаганды, пиар, фрейминга и медиаконтроля [Holl, p. 208–211].

В одной из работ в соответствии с определенными целевыми установками выделяется пять разновидностей *soft power*. К таковым относятся: 1) *soft power*, направленная на улучшение ситуации внешней безопасности посредством проектирования мирного и привлекательного имиджа страны; 2) *soft power* в целях мобилизации международной поддержки политики безопасности; 3) *soft power*, оказывающая влияние на образ мысли и на предпочтения общественности других стран; 4) *soft power*, направленная на поддержку общественного единства страны или ряда стран; 5) *soft power* в целях повыше-

ния рейтингов одобрения лидера или внутренней поддержки государства [см.: Lee, p. 207–208].

Примерами первой категории *soft power* выступают китайские принципы «мирного возвышения» и «гармоничного мира», японские послевоенные усилия по созданию миролюбивого имиджа страны посредством Конституции мира, трех антиядерных принципов, политики сдерживания сил самообороны, однопроцентного госбюджета на оборону.

Вторая категория *soft power* связана с необходимостью эффективного руководства в сфере мобилизации коллективных международных акций в составе коалиций. Критика провалов *soft power* США в его глобальной войне с терроризмом или в войне в Ираке как раз относится к неэффективному использованию Америкой именно данной разновидности «мягкой» силы.

Третья категория *soft power* нацелена на управление изменениями в предпочтениях и в способах поведения общественности других стран посредством применения идеал-ресурсов (*ideational resources*). Примерами данной разновидности «мягкой» силы выступает деятельность англо-американских политических и аналитических центров по распространению в интеллектуальном пространстве других стран таких теорий, концептов и дискурсов, как Вашингтонский консенсус, неolibерализм, глобализация. Япония также предприняла активные шаги по производству данной разновидности *soft power*, распространяя такие концепты, как модель «летающих гусей», тойотаизм, система «точно-в-срок» (*Just-in-time system*), «мягкий авторитаризм».

Международные элиты типа селебритиз (знаменитости) могут играть важную роль в распространении в глобальной среде концептов и дискурсов. В группу селебритиз входят лауреаты Нобелевских премий, знаменитости типа Билла Гейтса или звезды политики, которые вносят значительный вклад в усиление *soft power* страны, которую они представляют.

Четвертая категория *soft power* нацелена на укрепление таких идентичностей, как империя, нация, наднациональное сообщество (к примеру, Европейский союз). К данному виду *soft power* относятся усилия по развитию единой для общности системы политических институтов, развитие общей символики, инвестиции в развитие музейного дела, поддержка культурных традиций, ритуалов, языка, поддержка общего жизненного стиля.

Примерами пятой категории *soft power* выступают создание пантеона национальных героев, культивирование патриотизма посредством международных спортивных состязаний, демонстрация выдающихся способностей политических лидеров страны посредством пропаганды их деятельности на международных саммитах и конференциях. Данная разновидность «мягкой» силы скорее нацелена на внутреннюю аудиторию, чем на зарубежные страны.

Существует тесная связь между *soft power* и «мягкими» ресурсами власти. К ресурсам «мягкой» власти относятся идеи, имиджи, теории, ноу-хау, образование, дискурсы, культура, традиции, национальные и глобальные символы, селебритиз. Данный вид ресурсов позволяет международным акторам оказывать существенное влияние на изменение векторов глобальной политики и на положение государств в мировом сообществе. Например, Европейский союз

может занять лидирующую позицию в реформировании международной финансовой системы, если предложит альтернативную модель англо-американскому неолиберализму [см.: Holl, с. 209—210].

Одной из стран, которые сегодня целенаправленно занимаются разработкой актуальных стратегий *soft power*, является Южная Корея. В настоящее время Южная Корея обладает следующими значимыми ресурсами «мягкой» силы: 1) успешный опыт быстрой модернизации и демократизации, 2) так называемые «корейские волны» (*Korean Waves*) в разных регионах Восточной Азии [Ibid., с. 213].

В настоящее время ощутимыми результатами успешной корейской стратегии *soft power* выступают расширение рынков торговли южно-корейскими товарами; увеличение туристских потоков в Южную Корею, консультационная и экспертная помощь политикам и бизнесменам из других стран по вопросам модернизации и демократизации.

В странах, в которых приветствуют «корейскую волну», получают распространение корейский стиль жизни, корейский тип потребления и сервиса, становятся популярными корейские бренды и селебритис. Кроме того, Южная Корея намерена составить серьезную конкуренцию США и Японии в продвижении на мировые рынки таких ресурсов *soft power*, как мультипликация и компьютерные игры.

В настоящее время созданы рейтинговые системы для измерения и сравнения компонентов *soft power* разных стран. Один из таких рейтингов, основанный на исследовании общественного мнения, был представлен в докладе Чикагского совета по глобальным вопросам (*Chicago Council on Global Affairs*) в 2008 г. Специальным предметом исследования стали различные параметры «мягкой» силы стран Азии — Китая, Японии, Южной Кореи, Индонезии и Вьетнама [см.: Whitney, Shambaugh]. Исследования проводились также в США с целью сравнительного измерения влияния стран Азии не только на друг друга, но и на общественное мнение американцев.

Из проведенных исследования следует вывод о том, что совокупный капитал *soft power* конкретной страны определяет силу ее влиятельных позиций в системе глобальных политических коммуникаций.

Согласно современным оценкам *soft power* Китая по своей совокупной «мягкой» силе еще не превзошел аналогичные силы Японии, США и Южной Кореи [см.: Holik, p. 231]. В США и Японии силы китайских инструментов *soft power* пока уступают южнокорейским. А вот в Индонезии и Вьетнаме влияние китайской «мягкой» силы уже превысило *soft power* Южной Кореи.

Общая динамика развития китайской *economical soft power* такова, что в ближайшем будущем экономическое влияние Китая в регионе будет сравнимо с влиянием США и Японии. В Соединенных Штатах, Индонезии и Вьетнаме Китай уже опережает Южную Корею по уровню своей экономической привлекательности.

Что касается «мягкой» силы гуманитарного капитала, связанного с популяризацией университетской системы образования и с уровнем развития научных технологий, то Китай еще отстает от Америки и Японии. В то же время

японцы, индонезийцы и вьетнамцы считают, что влияние китайского гуманитарного капитала вполне сравнимо с американской силой влияния в гуманитарной сфере. Кстати, согласно рейтинговым оценкам, международным лидером в области привлекательности системы образования и уровня развития научных технологий является сегодня Южная Корея, обогнавшая такие супердержавы «мягкой» силы, как США и Япония.

Международное влияние китайского *cultural soft power* в сравнении с американским и японским культурным влиянием наиболее весомо в плане привлекательности традиционной культуры страны. Что касается воздействия китайской «мягкой» силы на сферу поп-культуры, то там это влияние значительно уступает *soft power* США.

В сфере дипломатии Китай уже достиг больших успехов в применении инструментов *soft power* в отношении своих ближайших соседей по юго-восточному региону. Наиболее слабым местом *soft power* Китая считается политическая «мягкая» сила, связанная с политическим устройством страны [см.: Holik, p. 228].

В целом, говоря о структурных компонентах или разновидностях *soft power*, необходимо иметь в виду, что успех всех стратегий «мягкой» силы неизменно зависит от информационных ресурсов, рекламных технологий и пиар-поддержки. Все, что относится к продвижению имиджей и брендов, к каким бы сферам жизни это ни относилось (экономика, политика, культура), предполагает существование развитой сети пиар-коммуникаций, создаваемой как внутри страны, так и за ее пределами. Сегодня в плане эффективного использования *soft power* лидирует тот, кто доминирует в глобальном информационном пространстве и в установлении развернутой системы пиар-институтов.

Что касается России, то концепция *soft power* в нашей стране пока еще не стала предметом фундаментальных научных и политологических исследований. Поэтому стратегии и практики *soft power* у нас носят характер отдельных пиар-кампаний. Целостного и стратегически обоснованного понимания российской «мягкой» силы в России нет. Это с глубоким сожалением констатируют отечественные аналитики [см.: Габуев, Тарасенко]. Из долгосрочных инструментов *soft power*, которые получили инвестиции со стороны российских властей, следует назвать такие проекты, как информационный канал Russian Today, фонд «русский мир», формирующий центры, кабинеты русского языка в ряде стран, Институт демократии и сотрудничества, имеющий свои отделения в Нью-Йорке и Париже.

К культурным инструментам российской «мягкой» силы относятся различные формы культурного, образовательного и научного обмена, учреждение международных премий в сфере литературы, искусства и науки, продвижение спортивного имиджа страны посредством организации и проведения международных спортивных соревнований, развития спортивной инфраструктуры. Одним из слабо задействованных Россией инструментов *soft power* является продвижение за рубежом русской кухни и русских застольных традиций. Не секрет, что путь к сердцу не только мужчин, но и иностранцев лежит через желудок. Это хорошо понимают американские, японские и китайские специалисты

в области *soft power*, развивая сети Макдоналдс, суши-баров, центров и школ китайских чайных церемоний.

Развитие как внутри страны, так и за рубежом мощной сети русских ресторанов, кафе, закусочных и т. п. может оказать большую услугу России в плане привлечения внимания к русской культуре, повышения авторитета страны на международной арене. Много предстоит сделать также в развитии других отраслей *soft power*. В этой связи актуальной стратегической задачей для России выступает разработка комплексной научно-стратегической модели и программы под названием «Мягкая сила России».

Бордюгов Г. А. «Войны памяти» на постсоветском пространстве / предисл. А. Касаева. М., 2011. [Bordyugov G. A. «Vojny pamjati» na postsovetском prostranstve / predisl. A. Kasaeva. M., 2011].

Габуев А., Тарасенко П. Пиарова победа // Коммерсантъ ВЛАСТЬ. 2012. 9 апреля. [Gabuev A., Tarasenko P. Piarova pobeda // Kommersant' VLAST'. 2012. 9 aprelya].

Най Дж. «Мягкая» сила и американо-европейские отношения // Свободная мысль — XXI. 2004. № 10. [Naj Dzh. «Myagkaya» sila i amerikano-evropejskie otnosheniya // Svobodnaya mysl' — KHKHI. 2004. N 10].

Русакова О. Ф. Специфика дискурса межгосударственной коммуникации в рамках ШОС: Россия — Китай // Пробл. междунар. сотрудничества в рамках ШОС : докл. II Междунар. конф., 28–30 сентября 2011 г. Екатеринбург, 2011. [Rusakova O. F. Spetsifika diskursa mezhgosudarstvennoj kommunikatsii v ramkakh SHOS: Rossiya — Kitaj // Probl. mezhdunar. sotrudnichestva v ramkakh SHOS : dokl. II Mezhdunar. konf., 28–30 sentyabrya 2011 g. Ekaterinburg, 2011].

Цзайци Лю. «Мягкая сила» в стратегии развития Китая // Полис. 2009. № 4. [Tszajtsi Lyu. «Myagkaya sila» v strategii razvitiya Kitaya // Polis. 2009. N 4].

Chong Alan. Foreign Policy in Global Information Space: Actualizing Soft Power. N. Y., 2007.

Ding Sheng. The Dragon's Hidden Wings: How China Rises with Its Soft Power, Challenges Facing Chinese Political Development. Lanham, 2008.

Holik Gregory G. Paper Tiger? Chinese Soft power in East Asia // Political Science Quarterly. 2011. Vol. 126, N. 2. P. 223–254.

Holl Todd. An Unclear Attraction: A Critical Examination of Soft Power as an Analytical Category // The Chinese J. of Intern. Politics. 2010. Vol. 3. P. 189–211.

Kurlantzick Joshua. Charm Offensive: How China's Soft Power is Transforming the World. New, CT: Yale University Press, 2007.

Lee Geun. A theory of soft power and Korea's soft power strategy // Korean J. of Defence Analysis. 2009. Vol. 21. N. 2, June, P. 207–208.

Melissen Jan, ed., The New Public Diplomacy: Soft power in International Relations. N. Y., 2007.

Soft Power and Diplomacy in East Asia / eds. Melissen Jan and Sook-Jong Lee. N. Y., 2011.

Whitney Christopher, Shambaugh M. David. Soft Power in Asia: Results of a 2008 Multinational Survey of Public Opinion. The Chicago Council on Global Affairs, 2008.

Watanabe Yasuhi, McConnel David L. (eds.). Soft Power Superpowers: Cultural and Natinal Assets of Japan and United States. Armonk, 2008.

Статья поступила в редакцию 23.10.2012 г.