

Секция «Конфликты в цифровом пространстве в условиях становления новых медиакорпораций»

Еда как коммуникационный ресурс «мягкой силы»

Научный руководитель – **Бронников Иван Алексеевич**

Фомичева Ю.В.¹, Махмудова Н.²

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра российской политики, Москва, Россия, *E-mail: fomicheva.winner@mail.ru*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра российской политики, Москва, Россия, *E-mail: nika.ny@mail.ru*

Проблема «мягкой силы» в международных отношениях и внешней политики ряда стран является актуальным направлением исследований, активно развивающимся в мировом сообществе в последнее время. «Мягкая сила» дает возможность незаметно влиять на международные процессы без использования военных действий, в том числе, тем странам, которые имеют ограниченный набор традиционных ресурсов влияния, позволяя добиться более мирного сосуществования стран и государств.

Важность исследования применения «мягкой силы», вызвана постоянными изменениями в международных отношениях и мировой политике, которые появились в результате развития глобализационных, интеграционных и информационно-коммуникационных процессов. На сегодняшний день «мягкая сила» — важный сегмент внешнеполитического ресурса современных государств, используемый как внутри, так и за пределами международных объединений и сообществ.

Переходя к объяснению терминологии, необходимо упомянуть один из ключевых терминов в работе, который ввел в 90-е годы XX века Дж. Най[5]. Речь идет о понятии «soft power», дословно «мягкая сила», существуют иные вариации перевода, например, «мягкая/гибкая власть», однако первый упомянутый вариант является наиболее популярным.

По определению, данному в Оксфордском словаре, «мягкая сила» — это убеждающий подход к международным отношениям, обычно связанный с использованием экономического или культурного влияния.

Особую важность представляют исследования М.М. Лебедевой, в которых отмечается доминирующее понимание «мягкой силы» в России как невоенные методы воздействия на противоположную сторону [3]. Таким образом, экономические, политические и другие виды принуждений попадают под определения «мягкой силы».

Зачастую как в России, так и за рубежом использование «мягкой силы» отождествляется с пропагандой, тем самым приписывая отрицательную коннотацию (к примеру, инструмент цветных революций). Главное отличие «мягкой силы» от пропаганды и иных аналогичных способов воздействия заключается в том, что Дж. Най ключевую позицию в своей концепции отдавал понятию привлекательности для других, тех или иных феноменов, институтов, культурных норм, принципов, образов действий и т.п. Именно привлекательность он противопоставляет методам принуждения, силового давления, шантажа.

В рамках нашего доклада мы обратились к признанному рейтингу «мягкой силы» Portland [6]. Рейтинг «Soft power 30» от Portland за 2019 г. по субиндексу «культура» отражен ниже:

1. США
2. Великобритания
3. Франция
4. Германия
5. Испания
6. Япония

7. Италия
8. Китай
9. Нидерланды
10. Бельгия
11. Швейцария
12. Южная Корея
13. Австралия
14. Швеция
15. Канада
16. Бразилия
17. Австрия
18. Дания
19. Норвегия
20. Россия

В данном рейтинге нами были выделены и проанализированы три страны, отражающие разные регионы, входящие в вышеуказанный топ: Россия, Италия и Китай.

Рассматривая пищевую культуру страны как незаменимый атрибут национальной самобытности, мы выделили три кейса, в роли которых выступают страны с наиболее различными способами использования инструментов «мягкой силы».

На выбор стран (Италия, Китай, Россия) повлияли следующие факторы:

- 1) рейтинг уровня использования мягкой силы;
- 2) мировая популярность кухни;
- 3) различия менталитетов, традиций стран.

Большинство посетителей этнических ресторанов поражает обилие традиционных элементов в их дизайне, которые отражают символы и обычаи национального имиджа и культуры.

В настоящей работе, согласно теории культурного айсберга Э. Шейна, рассмотренной Ч. На [4], а также подхода С.А. Кравченко [1,2] будут интерпретированы элементы культуры, с учетом трех уровней:

- поверхностный (объекты, которые визуально более видны потребителям);
- средний (культурные манеры за столом, привычки и традиции при приеме пищи, обеденная атмосфера)
- глубинный (культурные ценности и религиозные верования).

Для более точного выявления важности еды, как ресурса «мягкой силы» будет использован метод опроса среди студентов. Опрос будет посвящён теме ассоциации страны (Италии, Китая и России) с едой, блюдом, которые присущи выбранным странам.

Данное исследование поможет выявить главные блюда, которые заинтересовывают студентов и, вместе с тем, воздействуют на них благодаря инструментам «мягкой силой».

Еду можно символизировать как продукт или предмет потребления, который имеет историческое значение и культурный символизм. Культурно-символическое определение пищи несет в себе «мягкую силу» государства. Именно символизм в совокупности с ценностями, прикрепленный к пищевой культуре, обеспечивает успех «soft power».

Изучая итальянскую, китайскую и русскую кухни, мы выделили их особенности как инструмента «мягкой силы», а также влияния на культуру народов других государств. Нами было отмечено, что символическая ценность пищевых культур заключается в способности демонстрации «мягкой власти».

Символическая природа пищевой культуры: нормы и предпочтения в пище являются социальным явлением, контролируемым не правительством, а людьми и, зачастую, ими.

Для достижения наибольшего влияния национальная кухня должна сохранять свой символизм и культурное послание, не позволяя им меняться или терять свою ценность при взаимодействии с культурой других стран или следуя новым тенденциям.

Таким образом, для понимания национальной идеи любого государства, рестораны выступают как некое окно в другую культуру. Иностранцам не нужно выезжать за границу, чтобы окунуться в прекрасный мир традиционной китайской, итальянской или русской культуры, вместо этого во время обеда можно ознакомиться с культурными символами, обычаями сразу на трех уровнях: поверхностном, среднем и глубинном. Так же, для более детального погружения можно посетить гастрономические туры. Все это и есть проявление «мягкой силы» через еду.

Источники и литература

- 1) Кравченко С.А. Еда как средство коммуникации: сравнительный анализ теоретико-методологических подходов // Коммуникология. 2015. Т. 3. №. 3. С. 111-124.
- 2) Кравченко С.А. Новые риски еды: необходимость гуманистической биополитики // Полис. Политические исследования. 2014. №. 5. С. 139-152.
- 3) М.М. Лебедева, «Мягкая сила: понятие и подходы» // Вестник МГИМО университета. 2017. № 3 (54). С. 212-223.
- 4) На Ч. Китайские боевые искусства как инструмент "мягкой силы" Китая // Социально-гуманитарные знания. 2019. №. 5. С. 353-357.
- 5) Най Дж. Будущее власти / пер. с англ. М.: АСТ, 2014. 444 с.
- 6) The Soft Power 30: <https://softpower30.com/>.