

©2020. Александрова А. Ю., Шипугина М. В.
Московский государственный университет
им. М. В. Ломоносова

"Жесткая", "мягкая" и "умная сила": взгляд на туризм с точки зрения геополитики

Аннотация. В статье раскрываются теоретические аспекты геополитического влияния – концепции "жесткой", "мягкой" и "умной силы", особенности использования туризма как инструмента геополитического воздействия. В специальной литературе существуют единичные попытки рассмотреть туризм в качестве "жесткой" или "мягкой силы" воздействия. Авторы разбирают наиболее яркие кейсы по теме исследования и оценивают результаты использования международного туризма в качестве инструмента "жесткой", "мягкой" и "умной силы".

Ключевые слова: геополитика, туризм, жесткая сила, мягкая сила, умная сила.

Alexandrova A. Yu., Shipugina M. V.

"Hard", "Soft" and "Smart" power: a way of looking at the tourism from the view-point of geopolitics

Abstract. The article reveals the theoretical aspects of geopolitical influence, such as the concepts of "hard", "soft" and "smart power", the features of using the tourism as a tool of the geopolitical influence. In the specialized literature, there are few attempts to consider tourism as a "hard" or "soft force" of influence. The authors analyze the most striking cases on the research topic and evaluate the results of using the international tourism as a tool of "hard", "soft" and "smart power".

Keywords: geopolitics, tourism, hard power, soft power, smart power.

Введение. Туризм как социально-экономическая активность выступает связующим звеном между обществом, геополитическим пространством и государством, что позволяет использовать его в качестве фактора геополитического воздействия. Действенное применение геополитической силы туризма началось в XXI в. Это сравнительно новая тенденция, хотя отдельные примеры существовали и ранее. В последнее время проблематика влияния туристской деятельности на геополитическую обстановку привлекает растущее внимание ученых, но остается до сих пор недостаточно исследованной. Если вопросы влияния геополитического фактора на развитие туризма неоднократно поднимались в специальной литературе, то использование международного туризма в качестве инструмента

геополитического воздействия пока не нашло должного освещения. Между тем туризм, выступая в роли связующего звена между обществом, государствами и геополитическим пространством, все чаще становится геополитической силой. Его роль в углублении общественного разделения труда, росте и диверсификации потоков капитала в мировом пространстве, укреплении международных отношений, улучшении имиджа стран и т. д. неуклонно повышается [1; 2]. Изучение геополитических аспектов туристской деятельности имеет как теоретическое, так и большое практическое значение.

Опыт изучения проблемы. Работы, посвященные влиянию геополитической обстановки на развитие туризма, как правило, строятся на разборе конкретных ситуаций. В них рассматриваются общие направления влияния, а также затрагиваются вопросы безопасности туризма.

Так, С. И. Пустовойтенко, анализируя факторы трансформации туристских потоков в современных условиях, к числу наиболее важных относит геополитический фактор [11]. Автор обращается к кейсу развития отечественного туризма после крымского кризиса и введения санкций в отношении России со стороны стран Запада. В статье А. Маданкан и Э. Эзатти "Воздействие геополитических факторов на туризм на Ближнем Востоке" [15] исследуется проблема терроризма и политической нестабильности в мусульманских странах и их последствий для развития туризма.

Представляет интерес масштабное исследование, посвященное влиянию геополитических событий на потребительский спрос в международном туризме [16]. Его результаты были представлены на крупнейшей в мире специализированной туристской выставке-ярмарке в Берлине в 2017 г. Опрос, проведенный среди более чем 6 тыс. туристов из девяти стран (Великобритании, Германии, Индии, Китая, России, США, Франции, Южной Африки и Японии), показал, что безопасность является императивом в путешествии. Авторы исследования пришли к выводу, что туризм невероятно уязвим при неблагоприятной геополитической обстановке.

Что касается оборотной стороны, а именно влияния туристской деятельности на геополитическую обстановку, то дефицит научного внимания к нему во многом объясняется новизной проблематики, неочевидностью воздействия и

сложностью его оценки. Одним из первых к этой теме обратился болгарский географ В. К. Крыстев [3–5], исследуя вопросы геополитического воздействия на примере Болгарии.

Только с выходом ряда трудов в последние годы наметилось преодоление разрыва между исследованиями в области политической географии/геополитики, с одной стороны, и исследованиями в области туризма, с другой. Среди них следует выделить коллективные монографии "Туризм и геополитика: проблемы и концепции в Центральной и Восточной Европе" под редакцией Д. Холла [17], "Миры без границ: этика, мораль и мобильность" А. Пааси, Е. Проккола, Дж. Сааринена и др. [14] и некоторые другие.

Особую группу, весьма многочисленную, составляют работы, посвященные взаимодействию политико-административных границ и туризма. Эта проблематика представляется более проработанной. Заметный вклад в изучение туристской лимологии внесли Д. Дж. Тимоти, С. Л. Дж. Смит, Д. Д. Арреола, Дж. Р. Кертис и др.

Результаты анализа. Сочетание инструментов "*мягкой силы*" и "*жесткой силы*", за исключением прямых военных действий, можно признать проявлением концепции "*умной силы*" [19]. Они дополняют друг друга, компенсируя слабые стороны (рис. 1). В настоящее время исследование лишь одной из полярно различных стратегий "*мягкой*" или "*жесткой силы*" встречается редко. В большинстве случаев речь идет о промежуточных формах – нейтральной либо тяготеющей к "*мягкости*" или "*жесткости*". Как пример обычно рассматривают экономическое влияние, но не путем прямого официального принуждения (санкционирования), а с помощью вознаграждения (финансовой поддержки).

В годы Второй мировой войны в США действовала государственная программа ленд-лиз (от англ. lend – давать займы и lease – сдавать в аренду, внаем). Она предполагала поставку союзникам боевых припасов, техники, продовольствия, медицинского оборудования и лекарств, стратегического сырья, включая нефтепродукты. Таким образом США стремились укрепить международные связи и геополитическое влияние.



Рис. 1. Сочетание геополитических сил

Другой пример применения "умной силы" с использованием экономических возможностей относится к более раннему периоду – началу XIX в. В 1819 г. между США и Испанией был заключен договор Адамса – Ониса о территориальном размежевании в Северной Америке. Договор зафиксировал, в частности, передачу Флориды от Испании Соединённым Штатам и определил границу между США и испанской Мексикой. Соединённые Штаты ранее безуспешно пытались приобрести Флориду у Испании, но лишь в 1818 г. сложились для этого условия. Испанская метрополия была истощена войной с Наполеоном на Пиренейском полуострове, а в ее американских колониях вспыхнули революции. В ходе переговоров Испания согласилась бесплатно передать США Флориду, где у нее практически не было ни государственных структур, ни войск. В свою очередь США гарантировали оплатить претензии американских граждан к испанскому правительству.

Рассмотрим еще один пример использования "умной силы" – неофициальное введение Китаем санкций в отношении Республики Корея в марте 2017 г. Причиной обострения отношений между странами послужило внедрение системы противоракетной обороны (ПРО) США на территорию Южной Кореи в ответ на активизацию северокорейской ракетно-ядерной программы летом 2016 г. Официально недовольство объяснялось открывшейся для США возможностью наблюдения за воздушным пространством Северного Китая, что противоречит геополитическим интересам КНР [6].

Власти КНР рекомендовали ограничить или прекратить сотрудничество с Республикой Корея. Для воздействия была выбрана главная "болевая точка" корейской экономики – ее сильная зависимость от экспорта. Переход на экспортоориентированную модель развития стал отправной точкой глубоких экономических

преобразований в Республике Корея, что позволило ей преодолеть отсталость и превратиться из аграрной, разоренной войной страны в индустриальную державу, один из четырех "азиатских тигров". За период с 1971 по 1994 гг. она поднялась на 27 позиций и заняла 11 место в мире по объему внешнеторгового оборота [13]. В настоящее время Республика Корея входит в десятку крупнейших торгующих стран мира. Ее доходы от экспорта превышают 35% ВВП [10]. Однако именно экспорт и его рост создают ряд уязвимых мест в южнокорейской экономике, которыми не преминула воспользоваться КНР – главный внешнеторговый партнер Республики Корея. На его долю приходилась четвертая часть товарооборота Республики Корея.

Запрет на деятельность корейских фирм и продажу их товаров в Китае официально объяснялся не политическими причинами, а несоблюдением некоторых формальностей: нарушениями правил пожарной безопасности, неправильным оформлением кадровой документации и т. д. Этот запрет в первую очередь коснулся большого числа мелких корейских фирм, работающих в районе Ванцзин – "корейском квартале" Пекина [6].

Рекомендации об ограничении экономического сотрудничества распространялись и на сферу туризма. Китайские туроператоры вынуждены были свернуть продажу путевок в Южную Корею. Напомним, что для последней китайский рынок является целевым. В 2016 г. на его долю приходилось 48% от всех международных туристских прибытий в Южную Корею [6]. Китайские туристы приезжают не только чтобы ознакомиться с корейской культурой, но и заняться шопингом, который приносит значительный доход в бюджет принимающей страны. Ограничения на туристские поездки в Южную Корею имели негативные последствия не только для корейской индустрии въездного туризма, но и всей национальной экономики.

Ограничения также касались сферы культуры. Они распространялись на показ телесериалов южнокорейского производства и эстрадные программы. Частично были отменены запланированные гастроли корейских артистов [6]. Эти меры были направлены на снижение популярности корейской культуры, создавали дополнительные препятствия к распространению "Корейской волны" (Халлю). Таким образом наносился удар по политике "мягкой силы" Республики Корея.

Санкции вводились неформально, без открытого и прямого признания их существования. В результате санкционируемая сторона была лишена возможности подавать апелляции, тогда как субъект влияния наоборот получал относительную свободу действий. Однако в случае неэффективности китайской политики негласного санкционирования противодействие между странами, ранее следовавшими по пути укрепления экономического сотрудничества, может привести к подрыву международного имиджа Китая. Подобный результат противоречит общей политике позиционирования КНР как субъекта влияния "мягкой силы" в геополитическом пространстве.

Из рассмотренного выше примера с ограничением туристских поездок следует, что туризм как форма проявления социально-экономической активности общества и связующее звено между обществом, геополитическим пространством и государством может выступать в качестве инструмента геополитического влияния [4].

Субъекты и объекты геополитической силы туризма. Геополитика традиционно рассматривает связи и взаимодействие пространства и политики, в частности, механизмы влияния разных субъектов на геополитическое пространство, преобразование его в соответствии с волей людей. В ходе исследования были выделены основные *субъекты* и *объекты* геополитической силы туризма, которые обладают в данном случае определенной спецификой.

Субъектами геополитики туризма могут выступать международные организации и союзы, суверенные государства, туристские ТНК, а также общество, сегментированное по принципу туристских потребностей и с учетом культурных особенностей. Первостепенным субъектам влияния и институтом власти являются суверенные государства. Принятие государственных решений, касающихся регулирования туристской деятельности, является важнейшим методом воздействия на геополитическое пространство в целом и отдельные объекты геополитики посредством туризма. При этом для государства установление геополитического влияния является прямой, конечной целью, в отличие от других игроков, для которых оно часто оказывается косвенным и неоднозначным.

Наряду с такими традиционными геополитическими субъектами, как международные организации и союзы, суверенные государства и ТНК, немаловажную роль в геополитике туризма играет общество. До сих пор оно незаслуженно было обойдено

вниманием в работах, посвященных геополитическим аспектам развития туризма. Между тем сами туристы, являющиеся носителями определенных ценностей, установок, культурных традиций, способны формировать общественное мнение, содействовать разрядке международной напряженности, предотвращению и мирному, ненасильственному разрешению геополитических конфликтов.

В борьбе за сферы влияния одни субъекты политической активности воздействуют на другие субъекты, которые следует рассматривать в качестве объектов геополитики. Инструментом их влияния становится туризм. Объектами геополитического воздействия посредством туризма являются суверенные государства, их культурное пространство, туристская индустрия, а также общество, принимающее туристов. Строго разграничить субъекты и объекты бывает затруднительно. Источники политической активности могут становиться объектами и наоборот. Это ярко проявляется при ответной реакции объектов, которые, как правило, не пассивно участвуют в геополитическом процессе.

Основные выводы. Обозначенные в работе три вида сил ("жесткая", "мягкая" и "умная силы") в совокупности представляют универсальный инструмент геополитического влияния из всех известных на настоящий момент типов воздействия. Так, "жесткая сила" в геополитике туризма представлена санкциями. Их обычно вводят международные организации или суверенные государства, обладающие необходимой политической и экономической мощью для санкционирования. Анализируя "жесткое" воздействие посредством санкций в сфере туризма, авторы приходят к выводу, что оно приводит к неблагоприятным последствиям не только для объекта, но и для субъекта влияния. В частности, происходит искажение и ухудшение международного имиджа субъекта принуждения. "Жесткая сила" оказывается недостаточно эффективной.

Туризм как инструмент "мягкой силы" обладает некоторыми особенностями. Одна из них состоит в преимущественно косвенном характере влияния, сопутствующем туристскому обмену между странами и регионами. Кроме того, этот инструмент обычно используется в отношении не всех объектов геополитики. В большинстве случаев он применяется при воздействии на индустрию гостеприимства, культурное пространство государств, а также общество, принимающее туристов. Благодаря туристскому

обмену страна может выйти из политической изоляции, расширить и упрочить международные отношения, укрепить позиции в политическом пространстве.

Как показывает практика, исключительное использование "мягкой" или "жесткой силы" встречается редко. Обычно они комбинируются, подобно адаптивным и адаптирующим связям в социально-экологических системах [7–9]. Их сочетание рассматривается в качестве проявления "умной силы". Пример выездного туризма Китая показывает, как создавая условия согласия и подчинения в сфере туризма, страна усиливает влияние на мировое пространство. Применение "умной силы" туризма является весьма результативным.

Умело используя туризм как геополитическую силу, Россия обретает дополнительные шансы влиять на партнеров и конкурентов, решать наболевшие проблемы. Она может изменять в нужном направлении логику международных отношений, продвигать собственное понимание глобализации и при этом расширять круг союзников [12, с. 87]. В этом геополитическом инструменте заложен мощный потенциал, позволяющий реализовать альтернативную существующей архитектуру внешних связей России как со странами Запада, так и Востока.

Литература

1. *Александрова А. Ю.* Структурно-функциональный анализ туристического пространства мира // Вестник МГУ. Сер. 5: География. 2009. № 4. С. 21–26.
2. *Александрова А. Ю.* Цикличность международного туризма // Региональные аспекты социальной политики. 2015. Вып. 17. С. 113–121.
3. *Кръстев В.* Геополитика и геостратегия на туризма. Първо изд-е. Варна: Наука и икономика, 2016. 176 с.
4. *Кръстев В.* Геополитика туризма: концентрация влияния и зависимости в Болгарии // Псковский региональный журнал. 2015. № 24. С. 3–11.
5. *Кръстев В. К.* Туризм как инструмент "мягкой силы": геополитическая интерпретация на примере Болгарии // Вестник АРГО. 2017. № 6. С. 92–102.
6. *Ланьков А.* Размещение и наказание. Китай бьет Южную Корею юанем из-за американской системы ППО // Лента.ру. 2017. 13 марта [Электронный ресурс]. URL: https://lenta.ru/artides/2017/03/13/crime_and_punishment/ (дата обращения 20.09.2020).

7. *Маркарян Э. С.* К характеристике человеческого общества как универсальной адаптивно-адаптирующей системы // Теория и методика географических исследований экологии человека. М., 1974. С. 139–146.

8. *Мироненко Н. С., Эльдаров Э. М.* Новые аспекты рекреационной географии // Известия Всесоюзного географического общества. 1987. Т. 119. Вып. 1. С. 75–81.

9. *Мироненко Н. С., Эльдаров Э. М.* Гуманитарные аспекты исследования рекреационных систем // Вестник МГУ. Сер. 5, геогр. № 1. 1998. С. 22–27.

10. *Подоба З., Титова А.* Чеболь как основа экспортно ориентированной экономики Республики Корея // Азия и Африка сегодня. 2018. № 3. С. 33–40.

11. *Пустовойтенко С. И.* Общие факторы трансформации туристских потоков в условиях современного развития туризма // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2019. № 10. С. 12–26.

12. *Родман Б. Б.* Обреченность на геополитическое одиночество // Региональные аспекты социальной политики. 2019. Вып. 21. С. 87–91.

13. *Старичков А. Ю.* Динамика сравнительных преимуществ Республики Корея // Известия Восточного института. 1999. № 4. С. 40–42.

14. *Borderless Worlds for Whom? Ethics, Moralities and Mobilities / A. Paasi, E.-K. Prokkola, J. Saarinen, K. Zimmerbauer (Eds).* Abingdon-N.-Y.: Routledge, 2019. 238 p.

15. *Madankan A., Ezzati E.* The Impact of Geopolitical Factors on Tourism in the Middle East / A. Madankan, E. Ezzati // Journal of Applied Environmental and Biological Sciences. 2015. № 5(4S). P. 128–133.

16. *Morakabati Y., Fletcher J., Beavis J.* State of Play: The Impact of Geopolitical Events on International Tourism in 2017. Travelzoo Studie, ITB Berlin, 2017. 27 p. [Электронный ресурс]. URL: https://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_en/itb_itb_berlin_en/itb_itb_academy_en/Travelzoo_Studie_ITB_2017.pdf (дата обращения 20.09.2020).

17. *Tourism and Geopolitics: Issues and Concepts from Central and Eastern Europe / Hall D. (ed.).* Oxforshire-Boston: CABI, 2017. 408 p.

18. *Tourism and Hospitality in Conflict-Ridden Destinations / R. K. Isaac, E. Gakmak, R. Butler (eds.).* Abingdon–N.-Y.: Routledge, 2019. 266 p.

19. *Wilson E. J.* Hard power, soft power, smart power // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. № 1. P. 110–124.

Статья сдана в редакцию 18 октября 2020 г.