

УДК 32.001

SOFT POWER ТАИЛАНДА

**Типпакди Лагкана,**

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»,
Институт социальных и политических наук,
Департамент политологии и социологии,
магистрант,
Бангкок, Таиланд,
E-mail: lakkhana.tip@gmail.com

**Вирийпханнич Мук,**

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»,
Институт социальных и политических наук,
Департамент политологии и социологии,
магистрант,
Бангкок, Таиланд,
E-mail: weil-ich-dich-liebe@hotmail.com

Аннотация

В статье рассматриваются следующие параметры мягкой силы Таиланда: бизнес-инновации, культура, наука, образование. Дается обзор таким инструментам мягкой силы Таиланда, как еда, рестораны тайской кухни, туризм, спорт, кино, фабрики мысли.

Ключевые слова:

soft power, Таиланд, бизнес-инновации, тайский бокс, тайская кухня, образование, фабрики мысли.

Таиланд – это одна из стран Юго-Восточной Азии. Название (слово «тхай» значит «свобода») вполне себя оправдывает: Таиланд – единственная страна Юго-Восточной Азии, сохранившая независимость от европейских государств, в то время как все соседние страны были колониями Франции или Великобритании.

Проведенное исследование берет за основу концепцию основных компонентов мягкой силы, предложенную Дж. Наем, к которым относятся культура, политиче-

ские ценности и внешняя политика [1], расширяя данную модель до пяти категорий, обозначающих конкретные подвиды soft power: бизнес/инновации (business/innovation), культура (culture), правительство (government), дипломатия (diplomacy), образование (education).

Далее дается смысловая расшифровка указанных подвидов мягкой силы:

- бизнес/инновации – привлекательность экономики страны в плане открытости, способности к инновациям;

- культура – влияние институтов и достижений культуры, распространенность языка, международный охват культурными продуктами страны;

- правительство – привлекательность модели управления страны; аналитические центры и «фабрики мысли»;

- дипломатия – способность формировать благоприятный национальный нарратив для международной аудитории;

- образование – привлекательность системы вузовского образования для иностранных студентов, академическая мобильность.

Бизнес-инновации

Всемирный экономический форум 2013 опубликовал результаты рейтинга конкурентоспособности делового мира в 2011–2012 гг. Согласно ему, Таиланд занимает 39 место из 54 позиций [4]. Международный Инновационный Индекс (Innovation Index rankings) – глобальный индекс измерения уровня инноваций в стране, составленный Бостонской консалтинговой группой (БКГ), Национальной ассоциацией производителей (НАМ), Производственным Институтом (МИ), показал, что в 2015 г. Таиланд вошел в топ-60 мировых инновационных регионов с учетом способности правительства поощрять и поддерживать инновации через государственную политику. По такому показателю, как привлечение иностранных инвестиций Таиланд занимает 27 место в таблице инновационного индекса [5].

Мягкая сила тайской кухни

Еда – это символический образ, который может быть использован для передачи идей, ценностей и отношений. Различные социальные группы не только репрезентируют себя через различия в количестве и разнообразии пищи, но также – через отношение к форме подачи и приготовления пищи. Поэтому искусство национальной кухни всегда было неотъемлемой частью традиционной диплома-

тии. Официальные государственные банкеты для иностранных сановников использовались в качестве символов, чтобы показать важность укрепления отношений между странами.

Таиланд всегда использовал тайскую кухню как важный компонент собственного международного влияния, как инструмент построения благоприятного имиджа страны, как способ привлечения иностранных туристов и построения длительных отношений с зарубежными странами.

В 2011 году компания CNN огласила результаты опроса на тему «50 самых вкусных продуктов питания в мире». Результаты показали, что «Massaman» (тайская пища) – самая вкусная еда в мире [3]. Кроме того, в 2014 г. Таиланд вошел в топ-10 стран мира по качеству производимой еды и занял 6-е место после Италии, Китая, Франции, Испании, Греции, опережая Японию, Индию, Мексику и Соединенные Штаты [2]. Тайская еда привлекает людей во многих частях мира, потому что воспринимается как здоровая пища, с низким содержанием жира и альтернативных продуктов.

Топ-10 самых популярных блюд тайской кухни среди иностранцев:

1. Пад Тай;
2. Жареная Утка Карри;
3. Том Кха Гай;
4. Му Сате – шашлык из свинины с карри;
5. Том Ям Кунг – пряные и кислые креветки и овощной суп;
6. Кешью Курица;
7. Курица с Зеленым Карри;
8. Кан Пананг;
9. Пад Крапав – обжаренные базилик и яйцо;
10. Массаман гай.

Расширение ресторанного бизнеса за рубежом для Таиланда является крайне привлекательным делом в плане привлечения инвестиций. В настоящее время, по оценкам правительства, Таиланд имеет около 20 000 ресторанов по всему миру.

До 1960 г. тайская кухня не была распространена за пределами Таиланда. Изменение произошло, когда большое количество иностранцев приехало в Таиланд во время войны во Вьетнаме и впервые попробовало тайскую еду, познакомились с культурой тайской кухни. После этого небольшие тайские рестораны начали открываться в Лондоне, Чикаго, Нью-Йорке и Лос-Анджелесе. В 1970-х годах в Лондоне было четыре тайских ресторана, а в 2005 г. их насчитывалось уже более трехсот. Точно так же в США в ресторанной индустрии тайская еда взорвала общественность. К началу 1990-х годов насчитывалось более 200 тайских ресторанов в Лос-Анджелесе и Калифорнии [2; 3].

Спорт как мягкая сила Таиланда

Таиланд имеет большие успехи в спортивных соревнованиях на региональном, континентальном и глобальном уровнях, что увеличивает рейтинг спортсменов из Таиланда на Олимпийских играх. Рейтинг улучшается с получением золота, серебра и бронзы, которое выигрывается в каждом из соревнований. Кроме того, Таиланд использует спорт как мягкую силу, создавая международные спортивные мероприятия в Азии (Азиатские игры).

Азиатские игры – это соревнования по легкой атлетике между странами Азии, которые проводятся раз в четыре года Олимпийским Советом Азии (ОСА), сертифицированным Международным олимпийским комитетом (МОК), и рассматриваются как второе по величине соревнование после Олимпийских игр.

Азиатские игры проводились в Бангкоке четыре раза в 1966, 1970, 1978, 1998 году.

Муай Тай (тайский бокс) является национальным видом спорта Таиланда. Это боевое искусство уходит корнями в древние боевые тактики сиамской (тайской) армии.

В 1968 г. в Таиланде была основана Всемирная тайская боксерская ассоциация (WTBA). В США первым тайским инструктором по Муай Тай, создавшим аме-

риканское отделение WTBA, был Аждан Сурачай. Теперь WTBA расширилась и имеет партнерские организации во многих странах мира, таких как Великобритания, Япония, Австралия.

Кроме того, WTBA сотрудничает со многими странами в плане создания международных организаций по боксу, таких как Всемирная Муай Тай Ассоциация (1984), Международная федерация любительского тайского бокса (1993), Всемирный Муай Тай Совет (1995), Всемирная Профессиональная тай Федерация (2004), Всемирный боксерский совет Муай Тай (2005) [6].

Боевой спорт Муай Тай широко демонстрируется в средствах массовой информации, в том числе – в кино, на телевидении, в форме стилистики манга, в виде аниме, видеоигр.

Самые популярные фильмы, пропагандирующие тайский бокс:

| Название фильма | Год выпуска |
|----------------------------|-------------|
| Мастер КИМС | 1960-е |
| Дуэль кулаков | 1971 |
| Кровавый спорт | 1988 |
| Блюз бойца (А-фу) | 2000 |
| Красивый Боксер | 2003 |
| Онг Бак: Тайский воин Муай | 2003 |
| Рожден сражаться | 2004 |
| Чок-Ди: Кикбоксер | 2005 |
| Том Юм-Гунг | 2005 |
| Бой или полет | 2007 |
| Муай Тай Чайя | 2007 |
| Шоколад | 2008 |
| Вниз для графа | 2009 |
| Удар | 2011 |
| Только Бог прощает | 2013 |

Туризм – мягкая сила Таиланда

Таиланд является крупным центром путешествия в Юго-Восточной Азии. Таиланд привлекает туристов из всех слоев общества. Четыре года подряд (2010–2013 гг.) Бангкок получал премию одного Нью-Йоркского журнала для путешественников как лучший город для туристического отдыха [7]. В 2013 г. при

голосовании за Бангкок было подано 90,40% голосов, за Стамбул – 89,96%, Флоренцию – 89,84%. Кроме того, с 2005 по 2013 гг. Бангкок семь раз (за исключением 2009 г.) получал награду «Лучший город в Азии» (для путешествия и отдыха) [8].

Критериями, используемыми для ранжирования, были: достопримечательности, культура и обычаи, гигиена питания и вкус, наличие торговых центров, гостеприимство, денежное достоинство.

Почему путешественники выбирают Таиланд? Путем проведенного опроса на одном из сайтов [9] были выяснены основные причины выбора Таиланда:

1. Таиланд доступный: есть сотни гостиниц и гостевых домов в рамках \$20 в ночь; тайская еда недорогая, за \$1 или меньше предлагаются вкусные блюда.

2. Солнце круглый год: в декабре или в мае, в основном, теплые и солнечные дни. Это туристический сезон в Таиланде.

3. Пляжи: пляжи разнообразных типов, потрясающие виды, возможность заняться дайвингом.

Think tanks и образование

Фабрики мысли в Таиланде были созданы по инициативе Управления Национального Совета экономического и социального развития, чтобы обеспечить научно-исследовательские организации инновациями и вырабатывать независимую политику. По этой причине премьер-министр Таиланда генерал Прем Тинсуланона и премьер-министр Канады Пьер Трюдо подписали соглашение о финансовой помощи по созданию фабрик мысли в Таиланде через Канадское агентство международного развития (Canadian International Development Agency). Кроме того, соучредителями аналитических центров в стране стали: Агентство США по международному развитию, группы компаний Мицуи (Mitsui Group companies), компания Юнокал Таиланд (Unocal Thailand) и др.

В 1984 году в Таиланде появился первый аналитический центр, который стал называться «Институт научно-исследовательского развития Таиланда» (TDRI). TDRI является частной, некоммерческой организацией, участвующей в разработке различных политических проектов, в научном анализе государственной внутренней и международной политики.

В настоящее время в Таиланде действует 8 фабрик мысли, которые работают на мировом уровне:

1. Институт научно-исследовательского развития Таиланда (TDRI);

2. Институт безопасности и международных исследований (ISIS);

3. Университет Чулалонгкорна (CU);

4. Глобальная сеть Чула (XГН) при университете Чулалонгкорна;

5. Центр по вопросам окружающей среды и освоению ресурсов энергии (CEERD);

6. Таиландский институт окружающей среды (TEI);

7. Азиатско-Тихоокеанские научно-исследовательские и учебные учреждения по торговле (APThET);

8. Международный институт по торговле и развитию (ОИТ).

В Таиланде можно получить прекрасное образование. В последнее время количество иностранцев, решивших выбрать Таиланд местом обучения для своих отпрысков, растет в геометрической прогрессии [10; 11]. Руководство страны сей факт не может не радовать. Более того, сейчас готовится программа превращения Таиланда в центр образования в Южно-Азиатском регионе. И одна из первых мер, которую правительство собирается предпринять уже в самое ближайшее время, – это увеличение срока действия студенческих виз.

На сегодняшний день в Таиланде учатся студенты из многих стран. Самыми востребованными считаются следующие факультеты: бизнес и управление, реклама, дизайн.

1. Nye, J.S. Soft power: the means to success in world politics. New York: Public Affairs. 2004.
2. http://fic.nfi.or.th/broadcast/Thai_Food.
3. <http://www.joysthaifood.com/thai-food-information/thai-food-in-a-global-market/>.
4. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf.
5. <https://www3.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2198rank.html>.
6. https://en.wikipedia.org/wiki/Muay_Thai_in_popular_culture.
7. <http://www.nationalmultimedia.cjv/national/Bangkok-is-Worlds-Best-for-4th-year-30210861.html>.
8. <http://www.tatnews.org/travel-leisure-poll-ranks-bangkok-asworld%E2%80%99s-best-tourism-city-chiang-mai-10th-best/>.
9. <http://gothailand.about.com/od/planatrip/tp/whythailand.htm>.
10. <http://bizphuket.net/articles/culture/uchitsya-v-tailande.html>.
11. <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/ged-2012-en.pdf>.

UDC 32.001

SOFT POWER OF THAILAND

Lakkhana Tiphakdee,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin,
Institute of Social and Political Sciences,
Department of Political Science and Sociology,
undergraduate,
Bangkok, Thailand,
E-mail: lakkhana.tip@gmail.com

Muk Viriyahbhanij,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin,
Institute of Social and Political Sciences,
Department of Political Science and Sociology,
undergraduate,
Bangkok, Thailand,
E-mail: weil-ich-dich-liebe@hotmail.com

Annotation

This article discusses the following parameters of soft power in Thailand: Business innovation, culture, science and education. A review of these instruments of soft power as the Thai food, Thai food restaurants, tourism, sports, movies, think tanks.

Key words:

soft power, Thailand, business innovation, Thai boxing, Thai food, education, think tanks.