

Секция «Национальная внешняя политика в меняющейся международной среде»

Использование "мягкой силы" в национальной внешней политике Южной Кореи

Научный руководитель – Манойло Андрей Викторович

Байжуманова Малика Талгатовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра государственной политики, Москва, Россия

E-mail: malikahasmal@gmail.com

Использование "мягкой силы" в национальной внешней политике Южной Кореи: эффект "халлю".

Байжуманова Малика Талгатовна

Студент

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова,

Факультет политологии, Москва, Россия

E-mail: malikahasmal@gmail.com

Страна ранней свежести, как это государство часто называют в Северо-Восточной Азии, расположена среди трех великих держав с огромным военно-политическим потенциалом (Россия, Китай и Япония), которые исторически противостояли друг другу. В этих условиях Корею было трудно создать «жесткую силу», достаточную для ее защиты. В начале 20 века страна стала японской колонией. В 1945 году полуостров был разделен на две части - Корейскую Народно-Демократическую Республику (Северная Корея) и Республику Корея (Южная Корея). После окончания Корейской войны в 1953 году Республика Корея сосредоточилась на наращивании «жесткого» потенциала, чтобы обезопасить своего северного соседа, а также увеличить собственную экономическую мощь. И только в период экономической модернизации и начала демократического транзита в конце 1980-х годов в Южной Корею начался рост «мягкой силы». [1]

В 1990-х годах Южная Корея начала позиционировать себя как открытое современное государство в мире, и Сеул всерьез рассмотрел преимущества культурных технологий и публичной дипломатии в продвижении привлекательного имиджа страны на мировой арене.

В годы скандального президентства первой высокопоставленной женщины в Южной Корею Пак Кын Хе (2013-2017 годы) в политическом дискурсе страны появился термин «публичная дипломатия», и был начат ряд проектов для его эффективного осуществления на международной арене.

Еще ранее, в 1996-1997 годах, министерство культуры, спорта и туризма Республики Корея представило Стратегию отбора и продвижения культурных символов корейской национальной идентичности, в которой определены десять национальных корейских символов, отражающих культурную самобытность южнокорейского общества:

- ханбок - традиционная корейская одежда;
- хангыль - корейский алфавит;
- кимчи и объемоги - блюда корейской кухни;
- Пулгукса и Соккурам - буддийские храмы;
- тхэквондо - корейское боевое искусство;
- кора инсам- корейский чай женьшень;
- традиционный маскарадный танец;

- Чонме - конфуцианская святыня;
- Сеорак - горный комплекс и Сораксан парк;
- всемирно известные художники.

Современная стратегия Южной Кореи в первую очередь основана на распространении собственной культуры, не только традиционной, но и массовой.

Халлю - растущая популярность всего корейского (от музыки и фильмов до моды и кухни) - началась в конце 1990-х годов. Это явление приобрело огромную популярность, особенно в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, но постепенно стало распространяться по всему миру. [2]

Сегодня Халлю ассоциируется главным образом с корейской поп-индустрией, а его гибридность и эклектичность, присутствие азиатских и западных элементов привели к настоящему прорыву на международной арене. Сочетание различных западных музыкальных жанров с местными особенностями принесло невероятный успех представителям корейского шоу-бизнеса. Самым ярким примером является огромная популярность южнокорейского певца Пак Джэ Сана (PSY). На 2020 год, глобальным представителем жанра к-поп можно считать группу «BTS», которая возглавляет американские музыкальные чарты в течение вот уже 12 месяцев с песнями на корейском языке. Парни побили рекорд британской рок-группы «Beatles» и стали мировой сенсацией. По данным исследовательского института Hyundai, одни только «BTS», по оценкам, приносят более \$ 3,6 млрд в южнокорейскую экономику ежегодно, доказывая, что на сегодняшний день «к-поп» является одним из главных инструментов корейской «мягкой силы». [3]

Таким образом, можно сделать вывод о том, что «Корейская волна» в корне изменила восприятие общенационального имиджа Южной Кореи. Халлю изначально было простым культурным явлением в определенном регионе, но рост и влияние намного превзошли ожидания. Республика Корея сумела занять нишу крупного культурного экспортера на Дальнем Востоке и в Юго-Восточной Азии, которую ранее занимала Япония.

Литература.

1. See Chalmers Johnson, "Political Institutions and Economic Performance: the government-business relations in Japan, South Korea, and Taiwan," in *The Political Economy of the New Asian Industrialism*, ed. Frederic C. Deyo (Ithaca, NY: Cornell University Press, 1987).
2. Geun Lee, "Korean Wave, Korea's Soft Power, and Public Diplomacy," *The Annual Report*, Kyushu University Research Center for Korean Studies (March 2007): 57-68.
3. Dr. Wantanee Suntikul BTS and the Global Spread of Korean Soft Power. <https://thediplomat.com>

Источники и литература

- 1) 1. See Chalmers Johnson, "Political Institutions and Economic Performance: the government-business relations in Japan, South Korea, and Taiwan," in *The Political Economy of the New Asian Industrialism*, ed. Frederic C. Deyo (Ithaca, NY: Cornell University Press, 1987).
- 2) 2. Geun Lee, "Korean Wave, Korea's Soft Power, and Public Diplomacy," *The Annual Report*, Kyushu University Research Center for Korean Studies (March 2007): 57-68.
- 3) 3. Dr. Wantanee Suntikul BTS and the Global Spread of Korean Soft Power. <https://thediplomat.com>