

СТРАТЕГИЯ «МЯГКОЙ СИЛЫ» ВО ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКЕ РЕСПУБЛИКИ КОРЕЯ

***Аннотация:** В статье рассматриваются особенности применения стратегии «мягкой силы» во внешней политике государства. Дается оценка эффективности стратегии «мягкой силы» Республики Корея. Рассматриваются ресурсы, применяемые государством для реализации стратегии «мягкой силы». Отмечается результативность стратегии «мягкой силы» Республики Корея.*

***Ключевые слова:** «мягкая сила», стратегия, привлекательность, внешняя политика, культура, «Корейская волна» («Халлю»).*

***Annotation:** The article deals with the peculiarities of applying the "soft power" strategy in the foreign policy of the state. The effectiveness of the Republic of Korea's soft power strategy is assessed. The resources used by the state to implement the soft power strategy are considered. The effectiveness of the Republic of Korea's soft power strategy is noted.*

***Key words:** "soft power", strategy, attractiveness, foreign policy, culture, «Korean wave» («Hallyu»).*

В последнее время стратегия «мягкой силы» обрела большую привлекательность во внешнеполитических курсах многих стран мира. «Мягкая сила» или «soft power» представляет собой такую форму внешнеполитической стратегии, которая предполагает способность получать необходимые результаты

в отношениях с другими государствами за счет привлекательности собственной культуры, ценностей и внешней политики, а не принуждения, финансовых ресурсов, военной силы, угроз (как в концепции «жесткой силы»). Также «мягкую силу» можно обозначить как некий инструмент оказания влияния на другие страны с целью осуществления своих целей посредством сотрудничества в определенных сферах, направленное на убеждение и создание положительного восприятия. Термин «мягкая сила» был введен в 1990 году американским политологом Джозефом Наем. В 2004 году Джозефом Наем была издана работа «Гибкая власть: средства достижения успеха в мировой политике» («Soft power: the means to success in world politics»), где им «мягкая сила» характеризовалась как способ добиться необходимого, желаемого результата посредством привлекательности, не прибегая к принуждению или плате. По Дж. Наю, «мягкая сила» изначально опирается на три ресурса: культуру (в тех ее частях, которые привлекательны для других), политические ценности (когда они жизнеспособны как внутри страны, так и за рубежом), внешнюю политику (когда она легитимна и моральна) [5, с. 15]. Одним из примеров реализации «мягкой силы» Джозеф Най считал опыт Республики Корея. В 2009 году в своей статье «Растущая мягкая сила Южной Кореи» Джозеф Най указывал на то, что Республика Корея обладает значительным потенциалом, с помощью которого она способна конкурировать с Китаем и США.

Всего за несколько десятилетий Республика Корея вошла в число экономически развитых стран мира благодаря резкому рывку национальной экономики, поэтому нередко это явление называют «корейским экономическим чудом». Уже к концу XX века в этой стране были созданы всемирно известные марки на рынке автомобилестроения, а также страна стала лидером в освоении Интернета и информационных технологий. Еще более важным является тот факт, что Южная Корея также сумела развить демократическую политическую систему со свободными выборами и мирным переходом власти от одной политической партии к другой. В этой стране хорошо защищены права человека так же, как и свобода слова [1, с. 116].

Эффективное использование стратегии «мягкой силы» Республикой Корея в своей внешней политике способствовало закреплению ею своего положения на международной арене. Стремительный прогресс в сфере экономики упрочнил позиции Южной Кореи в международных отношениях. В первую очередь, это связано с грамотным осуществлением стратегии «мягкой силы», которая способствовала укреплению авторитета и привлекательного образа страны. Положение Южной Кореи в регионе таково, что будучи окруженной крупными державами, такими как КНР, Россия и Япония, Республике Корея было проблематично делать ставку на военную, то есть «жесткую силу», для отстаивания своих интересов. Со времени окончания Корейской войны (1950–1953 гг.) Республика Корея стремилась наращивать свою военную мощь, на случай агрессии со стороны Корейской Народно-Демократической Республики и вместе с тем проводила экономические реформы, чтобы увеличить свой экономический потенциал. В результате у государства появились дополнительные ресурсы для конструирования и продвижения вовне своего благоприятного имиджа [2].

Если рассмотреть цели реализации стратегии «мягкой силы» Республики Корея, то они будут следующими: во-первых, это политические цели, то есть распространение своего влияния в регионе и за его пределами, повышение уровня национальной безопасности; во-вторых, торгово-экономические цели, то есть увеличение притока иностранных туристов, привлечение новых инвестиций, расширение рынков сбыта (экспорта) южнокорейской продукции за рубежом и таким образом укрепление своего положения как экономического лидера на мировой арене.

На данный момент у Республики Корея имеются такие важные ресурсы «мягкой силы», как успешный опыт быстрой экономической модернизации и демократизации государства, а также культурная привлекательность страны. Как итог, реализация этих ресурсов послужила увеличению «мягкой силы» в экономической сфере, в частности, в сфере содействия развитию бизнеса. Это привело к тому, что Республика Корея сумела сформировать свой собственный

имидж как лидера в технологической и машиностроительной отраслях. Эксперты Южной Кореи приглашаются в зарубежные государства бизнесменами и политиками в целях обмена опытом в сфере проведения модернизации. Это позволило государству не только расширить границы своего экономического пространства, но и создать в пределах своего региона специфичный вид рынка экспертных и консультационных услуг. Наличие в стране корпораций, производящих высокотехнологичную продукцию, начиная от смартфонов Samsung до машин Kia, подняло бренд «Сделано в Корее» до небывалых высот [3, с. 1-2].

Также результатом применения корейской национальной стратегии «мягкой силы» стала так называемая «корейская волна» («халлю»), которая в 2000-е годы имела распространение на весь регион Восточной Азии. Она имела растущую популярность всего корейского: мода, фильмы, музыка, кухня и многое другое. Сейчас в настоящее время её реализация также имеет большую результативность и эффективность: продвижение бизнеса за границу, развитие международного туризма, популяризация традиционной культуры и укрепление имиджа за рубежом. Хотя корейское правительство и все, кто оказался вовлечен в построение этой «волны», продемонстрировали глубокое понимание и практическое умение в продвижении этого феномена, поддержание ее популярности в долгосрочной перспективе может стать проблемой. Может сказаться эффект привыкания, и для привлечения новой аудитории необходимо развивать новые формы и инвестировать значительные суммы в этот проект. Задействованные ресурсы «мягкой силы» напрямую отразились на развитии туристического бизнеса Республики Корея и частично на сфере образования. Так, любители южнокорейских дорам и к-попа хотят воочию увидеть все, что они видели с экранов. Распространение феномена «халлю» повлияло и на популярность изучения корейского языка - среди посещающих курсы корейского языка в языковых центрах и университетах большая часть студентов являются фанатами «корейской волны» [2]. Если изначально «корейская волна» распространялась на соседние страны, то теперь популярность южнокорейской

культуры достигла мирового масштаба. Например, такая всемирно известная южнокорейская группа как BTS в июле 2019 года заняла 43-е место в списке самых высокооплачиваемых знаменитостей по версии американского финансово-экономического журнала Forbes и стала самым высокооплачиваемым бойзбэндом в мире. Ее годовой доход составляет \$57 млн. Большую часть суммы «бойскауты», как их часто называют в Европе, заработали не на родине - в Республике Корея, а в ходе мирового турне в поддержку их нового альбома. 299 770 проданных билетов за шесть американских концертов принесли \$44 млн (данные Billboard Boxscore), еще \$35 млн принесли концерты в Европе и Южной Америке. Общая выручка тура в поддержку альбома Love Yourself World Tour без учета азиатского региона составила \$78,9 млн (было продано 606 409 билетов). Во время отдыха группа заработала еще \$12,6 млн - столько принес прокат документального фильма «Bring the Soul: The Movie» про их мировое турне. Из них около \$1 млн они заработали всего за 11 дней в 500 кинотеатрах России и СНГ (по данным прокатчика CoolConnections) [4]. BTS стала мощным двигателем халлю, так называемой Корейской волны - культурной экспансии на мировые рынки, улучшающей имидж Кореи. Исследования показали, что успех корейской масскультуры ведет за собой бум продаж товаров «креативной индустрии» - это косметика, электроника и др. По данным креативного агентства КОССА (Korea Creative Content Agency), за 4 года, с 2012 по 2016 год, экспорт корейской культуры (популярная музыка, дорамы, фильмы, игры) вырос с \$4,6 млрд, до \$6,3 млрд. А рост экспорта в сфере культуры на каждые \$100 ведет к приросту экспорта высоких технологий на \$412 [4].

Что касается сферы спорта, то для Республики Корея она является значимой. Например, в 2018 году в этой стране были проведены Зимние Олимпийские игры в Пхёнчхане, которые принесли немалую прибыль стране за счет развитой спортивной инфраструктуры, неплохих достижений на международных соревнованиях в последние годы и конечно же большой популярности и имиджа Республики Корея.

Также стоит отметить, что особенностью южнокорейского опыта применения «мягкой силы» является широкое использование организационных и финансово-технических ресурсов чеболей (финансово-промышленных корпораций). Значимость деятельности крупнейших южнокорейских корпораций (Samsung, LG, Kia Motors и др.) в реализации внешнеполитических задач Республики Корея сложно переоценить. Благодаря адекватной, тактически и стратегически структурированной политике «мягкой силы» финансово-промышленные группы Южной Кореи позиционируют не только свой лидерский потенциал в области научно-технических и социальных инноваций, которые повышают привлекательность и узнаваемость национального тренда, но и оказывают выраженное влияние на решение внешнеполитических задач Республики Корея на мировой арене [2].

Таким образом, Республика Корея является страной, которая эффективно использует свой потенциал для реализации стратегии «мягкой силы» при этом, применяя финансовые, трудовые, временные ресурсы. Результатом таких усилий является существенный вклад в экономику страны, продвижение своего национального бренда (традиционной культуры и поп-культуры, популяризация южнокорейского языка, расширение образовательных контактов с другими странами, поддержка диаспоральных сообществ, развитие общественной дипломатии), увеличение рынков сбыта собственных продуктов за рубеж, а также расширение привлекательного образа и конкурентоспособности страны на международной арене. Южная Корея своим примером доказывает, что с помощью популяризации своей культуры, привлекательности и репутации, то есть «мягкой силы», можно добиться мирового влияния и признания.

ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Бураев Д.И., Гармаханов М.Ц. Корейская волна и мягкая сила. Стратегия развития и распространения. [Электронный ресурс]. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/v/koreyskaya-volna-i-myagkaya-sila-strategiya-razvitiya-i-rasprostraneniya>

2. Бокова Ю.И. «Мягкая сила» во внешней политике Республики Корея [Электронный ресурс]. URL: <http://ashpi.asu.ru/ic/?p=4303>
3. Джанаева А.Э. «Мягкая сила» как современная стратегия Южной Кореи [Электронный ресурс]. URL: https://lomonosov-msu.ru/file/uploaded/3000/report/uid68941_report.pdf
4. Корейская волна: как музыканты из Южной Кореи зарабатывают \$57 млн в год на песнях о депрессии и подростковых комплексах [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/382149-koreyskaya-volna-kak-muzykanty-iz-yuzhnoy-korei-zarabatyvayut-57-mln-v-god-na>
5. Русакова О.Ф., Ковалева Д.М. «Мягкая сила» и «умная власть»: концептуальный анализ [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/myagkaya-sila-i-umnaya-vlast-kontseptualnyy-analiz>