

Социальные сети как политический инструмент мягкой силы Республики Корея

Билинская София Сергеевна,
бакалавр.

*ФБГОУ ВО «Владивостокский государственный университет»
Россия, г. Владивосток.
E-mail: basya1313@mail.ru
Ул. Гоголя д. 41, г. Владивосток, Приморский края, Россия, 690014.*

В XXI веке политика мягкой силы доказала собственную целесообразность и эффективность во всем мире, и стала широко применяемым политическим инструментом на территории различных государств, включая Республику Корея. Одним из возможных инструментов политики мягкой силы является использование социальных сетей руководством страны в целях продвижения политической позиции. Анализ этой практики посвящено настоящее исследование.

Ключевые слова и словосочетания: политика мягкой силы, политика Республики Кореи, социальные сети, виды социальных сетей в Республике Кореи.

Social networks as a political tool of soft power of the Republic of Korea

Bilinskaya Sofiya Sergeevna,
bachelor.

*FBGOU VO "Vladivostok State University"
Russia, Vladivostok.
E-mail: basya1313@mail.ru
st. Gogol, 41, Vladivostok, Primorsky Territory, Russia, 690014.*

In the 21st century, the soft power policy has proved its viability and effectiveness throughout the world, and has become a widely used political tool on the territory of various states, including the Republic of Korea. One of the possible tools of soft power policy is the use of social networks by the leadership of country in order to promote a political position. This study is devoted to the analysis of this practice.

Key words and phrases: soft power policy, politics of the Republic of Korea, social networks, types of social networks in the Republic of Korea.

На протяжении достаточно длительного периода времени в науке международных отношений и политологии широко обсуждается практика применения политики мягкой силы для достижения внешнеполитических целей США. При этом, долгое время на мировой арене не было государства, которое бы столь эффективно использовало в политике социальные сети в качестве инструментов мягкой силы. Однако, в настоящее время ситуация кардинальным образом меняется. На ведущие роли в данном вопросе выходит Республика Корея, культура которой в первые два десятилетия нового века приобрела поистине широкую популярность во всем мире. В том числе и благодаря использованию социальных сетей. При этом, практика применения политики мягкой силы Южной Кореей посредством использования социальных сетей не получила широкого научного осмысления на сегодняшний день, и потому настоящее

научное исследование, посвященное указанной теме, представляется автору данного исследования весьма актуальным и значимым.

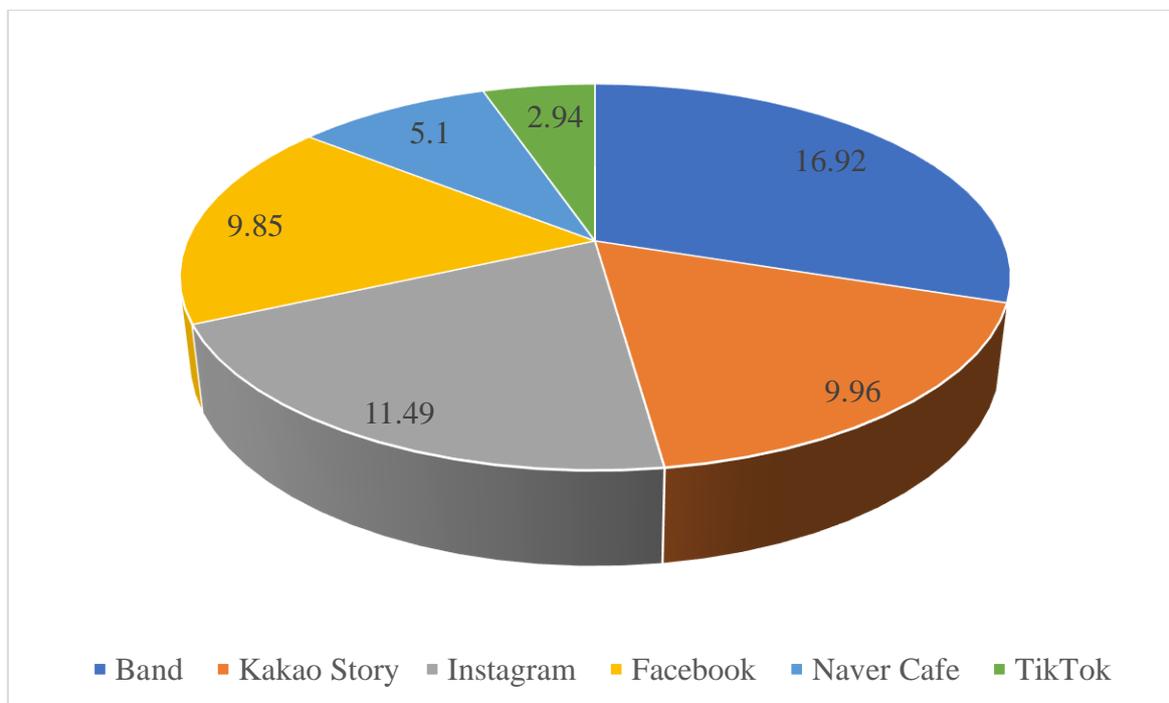
Автору представляется, что за неимением большого арсенала силовых инструментов продвижения собственной внешней политики на мировой арене, приверженность к политике мягкой силы со стороны руководства Южной Кореи скорее вынужденная мера. Если обратиться к истории, то можно увидеть, что первые идеи экспорта корейской культуры в целях разрешения задач внешней политики корейского государства были озвучены еще в период пребывания у власти президента Пак Чонхи (1963–1979 гг.). Лидер транслировал идею о необходимости повышения международного престижа страны через мировую популяризацию *тхэквондо* как символа корейской культуры [1]. Тем не менее, на высшем уровне политика мягкой силы получила распространение лишь в 1994 году, когда президент Ким Ёнсам поставил перед правительством задачу по использованию положительного образа корейской культуры в целях продвижения государства на мировом уровне [2]. Вскоре стало совершенно очевидно, что корейская культура в силу собственной самобытности и уникальности способна стать центральным элементом политики мягкой силы Кореи и укрепить ее позиции на международной арене, что отмечается рядом ученых-политологов, в том числе, и профессором департамента коммуникаций факультета социальных наук Сеульского Национального Университета Хон Соккён [3].

При рассмотрении специфических технологий (инструментов) реализации политики мягкой силы руководством Республики Корея, используемых на современном этапе, то среди них можно выделить социальные сети, которые пользуются поистине огромной популярностью не только на территории данного государства, но и во всем мире. Их профессиональное использование является весьма эффективным для популяризации корейской культуры в других странах. Так, наиболее распространенными из них являются *Vand*, которой пользуются 16,92 млн корейцев, *Instagram* – 11,49 млн жителей страны, последующие места занимают *Kakao Story* - 9,96 млн корейцев), *Facebook* – 9,85 млн, а *Naver Cafe* и *TikTok* соответственно 5,1 млн и 2,94 млн. [4]. В целях визуального восприятия информации соответствующие статистические сведения будут отражены нами ниже в содержании настоящего научного исследования (См. рис. 1)

К слову, специфическими агентами реализации политики мягкой силы в социальных сетях становятся не только корейские государственные органы, имеющие соответствующие официальные аккаунты, но и огромное число корейских граждан, которые используют социальные сети в повседневной деятельности, зачастую объединяясь с гражданами других государств по интересам в определенные Интернет-сообщества, именуемые фандами (фанатами чего-либо, например, корейских мультипликационных фильмов). Так, к примеру, именно создание так называемых в науке международных отношений и политологии фандомов, привело к широкой и массовой популяризации известнейшей во всем мире *BTS — ARMY*. Сами фанаты музыкальной группы, являющиеся как корейскими гражданами, так и гражданами других государств, выступили в роли активного субъекта продвижения указанной группы и повышения ее популярности в Интернет-пространстве, и, как следствие, во всем мире. Фанаты в инициативном порядке создают огромное количество контента, связанного с *BTS*, включая:

- 1) переводческий контент (перевод текстов песен, видео, влогов, постов);
- 2) контент-реакции (контент, содержащий реакцию фанатов на выход клипа или выступления);
- 3) реконструированный контент (кавер-дэнсы или каверы на песни).

Кроме того, фандом *BTS* известен своей активностью в сфере организации различных мероприятий в честь *BTS* (годовщины создания группы, получение наград, дни рождения участников). Немаловажно и то, что *ARMY* активно участвуют в благотворительности, повышая тем самым позитивный имидж любимой группы. Поэтому многие эксперты отмечают, что успех *BTS* был бы невозможен без их фандома (*ARMY*).[4]



Музыкальная группа BTS, которой удалось добиться глобальной популярности благодаря умелому использованию вышерассмотренных элементов мягкой силы, является символом халлю (Корейская волна). Правительство РК стало использовать группу в качестве еще одного инструмента наращивания дальнейшего интереса к корейской культуре.

Примерами тому служат:

1) сотрудничество BTS и их агентства Big Hit Entertainment с ЮНИСЕФ в 2017 г. в рамках кампании LOVE MYSELF и #ENDviolence с целью борьбы с насилием и обеспечением безопасной и здоровой жизни детей и молодежи;

2) назначение в 2021 г. бывшим президентом РК Мун Чжэином BTS «специальными посланниками президента по вопросам будущих поколений и культуры»;

3) выступление BTS на заседании Генеральной Ассамблеи ООН в 2018 г. и 2021 г.;

4) участие лидера группы Ким Намджуна в записи аудиогuida для выставки современного корейского искусства The Space Between The Modern in Korean Art в 2022 г.

Изначально правительство Республики проводило политику продвижения халлю, ориентируясь исключительно на Азию. В настоящий момент популярность корейской волны растет в разных регионах мира, в том числе в России. Это доказывает возможность успешного применения политики мягкой силы незападным (азиатским) государством. На данный момент трудно однозначно сказать, достигла она своего пика или будет расти дальше. Очевидно одно, Республика Корея — одно из государств, наиболее умело использующих во внешней политике стратегию мягкой силы. Амбиции Южной Кореи по усилению своего регионального и глобального значения возрастают. В подобных условиях понимание механизмов реализации корейской мягкой силы и ее влияния на население других стран — важная геополитическая задача, в первую очередь для других государств, в том числе для России.

Литература

1. Андреев И. А. «Мягкая сила» на Западе и на Востоке: проблема эффективности // Власть. 2021. Том. 29. № 4. С. 102–108.
2. Бураев Д. И., Гармаханов М. Ц. Корейская волна и мягкая сила. Стратегия развития и распространения // Вестник Бурятского государственного университета. 2014. № 8. С. 115–120.

3. Емельянова Н. Н. «Мягкая сила» как концепт: критический анализ // Международная аналитика. 2018. № 3 (25). С. 7–24.
4. Белая Е. К., Кашина М. А. Сравнительный анализ южнокорейской и американской практики мягкой силы в мировой политике. Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2022;16(4): 106-120. <https://doi.org/10.22394/2073-2929-2022-04-106-120>