

Санкт-Петербургский государственный университет

**Выпускная квалификационная работа**

**ГРЕФ Юлия Сергеевна**

**Публичная дипломатия РК**

Уровень образования: магистратура

Направление 41.03.05 «Международные отношения»

Основная образовательная программа ВМ.5561. «Международные  
отношения»

Научный руководитель:

доцент кафедры американских исследований  
Факультета международных отношений СПбГУ

И.С. Ланцова

Рецензент:

зав. кафедрой международных отношений  
СЗИУ РАНХиГС, руководитель образовательного  
направления «Международные отношения»

Санкт-Петербург

2021

## Оглавление

Введение .....	3
1 Теоретические аспекты публичной дипломатии, исторический контекст ....	9
1.1 Понятие «публичная дипломатия» .....	9
1.2 Эволюция понятия «публичная дипломатия» и его существенные признаки .....	12
2 Особенности публичной дипломатии РК и стратегии развития области ....	21
2.1 Правительственные меры РК для поддержания мягкой силы, исторический контекст .....	21
2.2 Концепция «новой публичной дипломатии» РК и роль корейских СМИ в мировой политике (роль НПО) .....	38
3 Публичная дипломатия РФ и РК .....	47
3.1 Сравнительный анализ публичной дипломатии РФ и РК .....	47
3.2 Роль публичной дипломатии РК в современных международных отношениях .....	65
Заключение .....	75
Список использованных источников и литературы .....	79

## Введение

Известно, что публичная дипломатия является одним из видов дипломатических методов того или иного государства. Существующие определения, которые характеризуют дипломатию в целом, имеют как главную цель («искусство мирного разрешения международных конфликтов»), так и главных «агентов» («ведение отношений между суверенными государствами посредством аккредитованных представителей»), а также главную функцию («управление международными отношениями путем переговоров»). Более инклюзивное представление о дипломатии как о «механизме представительства, коммуникации и переговоров, посредством которого государства и другие международные субъекты осуществляют свою деятельность», по-прежнему предполагает тщательно отобранную международную среду, состоящую из ряда четко идентифицируемых игроков<sup>1</sup>.

В международных отношениях термин «публичная дипломатия» появился для описания аспектов международных отношений, которые проявляются вне взаимодействия между государственными структурами. Термин «публичная дипломатия» был введен в научный оборот в 1965 г., когда Эдмунд Гуллион создал Центр общественной дипломатии Эдварда Р. Мэрроу. Центр охарактеризовал этот термин как «влияние формирования общественного мнения и осуществления внешней политики». Этот термин включает в себя аспекты международных отношений за пределами традиционной дипломатии, формирование общественного мнения в других странах; взаимодействие между частными группами интересов в разных странах публичной информации о международных делах и их влияние на внутреннюю политику; взаимодействие между теми органами, чьей основной функцией является общение; как дипломаты и иностранные журналисты;

---

<sup>1</sup> Melissen, J. The New Public Diplomacy. Soft power in International Relations / J. Melissen – L.: Houndmills, 2005. - P.5.

процесс межкультурного общения. Вскоре термин стал полезным для правительства США, предлагая необходимый термин для организации так называемого «внешнего бизнеса» или «внешних отношений» Америки.<sup>1</sup>

Публичная дипломатия Южной Кореи на сегодняшний день является одним из важнейших принципов построения отношений между странами, а также вносит большой вклад в развитие дипломатических отношений и укрепления связей между странами, в частности, России и Кореи. Благодаря географическому положению, а также природно-ресурсному и историко-культурному потенциалу обеих стран, Южная Корея и Россия находят точки соприкосновения во многих сферах, тем самым косвенным образом способствуя официальной дипломатии и международному сообществу в поднятии имиджа России для Южной Кореи, а также улучшению внутреннего положения страны и укреплению отношений между странами.

Поэтому целью исследования является изучение и выявление роли публичной дипломатии РК в мировой политике и в России в частности, а также сравнение методов и характеристик публичной дипломатии РФ и РК.

Для достижения вышеизложенной цели поставлены следующие задачи:

1. Изучить теоретическую базу понятия «публичная дипломатия»
2. Проанализировать особенности методов публичной дипломатии в разные периоды развития РК
3. Определить влияние и динамику развития публичной дипломатии РК на РФ
4. Оценить роль мягкой силы в целом и публичной дипломатии в частности в контексте современного положения в международных отношениях
5. Сравнить основные черты публичной дипломатии РФ и РК

---

<sup>1</sup> Zavoeanu, Raluca-Gabriela. The role and importance of public diplomacy, Romania case study in the context of integration into NATO / Raluca-Gabriela Zavoeanu. URL: <http://eujournal.org/index.php/esj/article/viewFile/1277/1286> (дата обращения: 23.04.2020).

6. Исследовать практическую значимость публичной дипломатии РК для РФ

**Объектом** исследования работы является сфера публичной дипломатии в межгосударственных отношениях РФ и РК.

**Предмет исследования** – это роль публичной дипломатии РК и РФ и их составляющие.

**Хронологические рамки** работы охватывают период со второй половины XX в. как одной из важнейших вех в истории дипломатического взаимодействия РК, и по настоящее время (2021 г.)

В данной работе используются такие **методы исследования**, как нарративный, статистический (при сборе, обработке и анализе данных развития публичной дипломатии), а также историко-генетический (при изучении понятия «публичная дипломатия» и его изменчивости на разных этапах развития с точки зрения исторических явлений). При проведении исследования применяются методы научного анализа и синтеза исторической информации. Основными принципами являются принцип историзма и научной объективности.

Говоря о **степени научной разработанности темы**, можно сказать, что тема публичной дипломатии в целом относительно исследована, но область публичной дипломатии Республики Кореи более обширна и специфична, и в силу ее особенностей должна быть оценена в контексте ее изменений за весь период времени. Также нужно учитывать то, что, как и любая другая область взаимодействия между различными акторами, данный вид дипломатии постоянно находится в движении, и необходимо постоянно отслеживать изменения для качественного анализа и обновления данных. Большинство научных работ рассматривают область публичной дипломатии РК слишком широко, что затрудняет вычленение положений и установление связей Республики Кореи, в частности, например, с Россией. На сегодняшний день существуют различные источники и статистические данные, которые

позволяют делать опору на конкретную область и проводить анализ динамики развития публичной дипломатии между странами.

При изучении понятия публичной дипломатии и его особенностей в РК **теоретической и методологической основой исследования** являлись научные статьи на русском, английском и корейском языках о дипломатических отношениях, которые содержат сведения о публичной дипломатии. Для описания видов публичной дипломатии в третьей главе в качестве эмпирической базы были выделены работы зарубежных ученых (Koetler, P., Stanley T. и др.). Также во второй и третьей главе для более полной характеристики рассматриваемого вопроса именно в сфере публичной дипломатии РК были изучены работы известных корееведов, в частности Пак Б. Б., Торкунова А. В. и др. На русском языке также при описании видов публичной дипломатии РК были изучены работы Боголюбовой Н.М. и Николаевой Ю.В.

Большая часть публикаций и статей, появившихся в настоящее время, сводится к комментированию отдельных положений законодательства и рассмотрению вопросов публичной дипломатии как в целом в мировом сообществе, так и между РФ и РК, но данная работа представляет научную ценность также и практическим значением, так как существует возможность описывать динамику развития в настоящем времени. Несомненно, все положения различных исследований на эту тему сохраняют свою практическую ценность и в настоящее время, однако серьезные изменения в российской и международной правовых и культурных системах, а также в системе Республики Кореи, произошедшие за последние годы, требуют современного подхода к рассмотрению данного вопроса.

В данной работе предпринята попытка изучения и сравнения источников (положений и документов на корейском языке), с того момента, как их начали публиковать, и до 2020 г. В данной работе источники Южной Кореи в области публичной дипломатии сравниваются с источниками Российской Федерации на русском языке за тот же период, выделяются

особенности публичной дипломатии обеих стран и то, как с правительственной точки зрения проявляется поддержка публичной дипломатии и ее развитие в обеих странах.

**Эмпирическую базу исследования** можно поделить на две группы – источники, темой которых является публичная дипломатия в целом. В качестве источников в данной группе можно выделить базу The Soft Power 30, на основе которой были выведены критерии сравнения публичной дипломатии в мире, а также сайт Ministry of Foreign Affairs для понимания функций и роли публичной дипломатии для государства. При описании наиболее популярных видов публичной дипломатии в настоящее время была использована информативная база различных русских и зарубежных агентств.

Ко второй группе относятся статьи и монографии, которые затрагивают сферу публичной дипломатии РК. Данную группу составляли отчеты с сайта 외교부 с 2007 по 2020 г., Diplomatic White Paper (2007-2020), а также различные постановления РК в течение последних лет, в частности одним из главных государственных документов РК, определяющим основные цели, задачи и принципы использования мягкой силы, является выпущенный в 2010 году Министерством иностранных дел и торговли «Руководство по культурной дипломатии». Также в рамках расширения культурной дипломатии правительство РК в лице Министерства иностранных дел и торговли в 2009 году начало реализацию плана «Глобальная Корея» (англ. Global Korea), который также необходимо учитывать и оценивать с точки зрения анализа его влияния на международные отношения. В качестве дополнительной базы данных по данному исследованию были использованы также данные Международной программы социальных исследований, данные Азиатского барометра, а также на базу данных ВЦИОМ и банка социологических данных ИС РАН, так как тема моего исследования также подразумевает анализ данных РК (<http://www.issp.org>,

<http://www.asianbarometer.org>,

<https://wciom.ru/database/>,

<http://www.isras.ru/Databank.html>).

**Структура работы.** Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников и литературы. Во введении описываются основные позиции, упомянутые в работе, описываются ее цели и задачи, а также источниковая база и актуальность данной работы. Первая глава содержит терминологические аспекты публичной дипломатии. Вторая глава состоит из основных методов правительственной поддержки публичной дипломатии РК, и описания роли корейский СМИ в мировой политике. Третья глава сравнивает публичную дипломатию РК и РФ, а также описывает роль публичной дипломатии РК в мировой политике. В заключении подводятся итоги влияния публичной дипломатии РК на современные международные отношения.



# **1 Теоретические аспекты публичной дипломатии, исторический контекст**

## **1.1 Понятие «публичная дипломатия»**

В связи с ростом количества глобальных проблем и их актуальности именно во второй половине XX в. в мире возросло значение международных переговоров как средств решения различных международных конфликтов, а также увеличилось число ведущихся в мире переговоров. Расширилась их проблематика, усложнилась тематика и их структура. Все это способствовало повышению роли дипломатии в мире, и, соответственно, повышению интереса к данному термину.

Термин «публичная дипломатия» широко известен и играет важную роль в дипломатических отношениях всех стран. В современном мире международные отношения не могут регулироваться только деятельностью государственных и международных органов власти, а должны опираться и на общественные силы - этим обуславливается роль публичной дипломатии в контексте общей терминологии дипломатии.

Известно, что публичная дипломатия является одной из видов дипломатических методов того или иного государства, потому прежде всего нужно понимать, что представляет собой дипломатия. Существующие определения, которые характеризуют дипломатию в целом, имеют как главную цель («искусство мирного разрешения международных конфликтов»), так и главных «агентов» («ведение отношений между суверенными государствами посредством аккредитованных представителей»), а также главную функцию («управление международными отношениями путем переговоров»). В некотором смысле такие определения не учитывают изменения среды, в которой работает именно эта дипломатия. Более инклюзивное представление о дипломатии как о «механизме представительства, коммуникации и переговоров, посредством которого

государства и другие международные субъекты осуществляют свою деятельность», по-прежнему предполагает тщательно отобранную международную среду, состоящую из ряда четко идентифицируемых игроков.

Концепция дипломатии эквивалентна диалогу. Дипломатия как метод противоположна войне и политике силы в целом. С научной точки зрения, цель дипломатии - изучение политических и правовых отношений различных государств и их интересов. Как искусство, дипломатия направлена на международное управление бизнесом, которое предполагает умение упорядочивать и вести политические переговоры<sup>1</sup>.

Основными задачами дипломатии, как они определены международным правом, являются представление, переговоры и наблюдение. Третья статья Венской конвенции (1961 г.)<sup>2</sup> о дипломатических миссиях определяет функции дипломатических представительств как таковые: представление государства иностранным акторам; защита интересов государства и его граждан в принимающем государстве; переговоры с правительством принимающей страны, ознакомление всеми законными способами с условиями и ходом событий в принимающей стране и сообщение об этом правительству другой страны; продвижение и развитие дружеских отношений.

Публичная дипломатия представляет собой несколько основных переходов от традиционной дипломатии. Во-первых, публичная дипломатия выходит за рамки межправительственных переговоров и включает в них представителей иностранных государств. Традиционно правительства стремились убедить тех, кто находился на самом высоком политическом уровне в целевой стране. Однако начиная с 1960-х годов, правительства начали признавать ценность влияния на людей других стран, а не на их

---

<sup>1</sup> Ross, C. For an assertive public diplomacy and promoting the image of a country Polirom Publishing House / C.Ross - Bucharest, 2008. - P.60.

<sup>2</sup> Венская конвенция о дипломатических сношениях. URL: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/dip\\_rel.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/dip_rel.shtml) (дата обращения 15.09.2020).

правительства. Также одна из отличительных черт публичной дипломатии это то, что она включает в себя как правительственные, так и неправительственные заинтересованные стороны (частные корпорации и НПО).

Понятие заинтересованных сторон в публичной дипломатии претерпело значительную трансформацию с тех пор, как эта концепция впервые появилась. Первоначально правительства пытались распространять свои идеи, идеалы и политику среди иностранных граждан для достижения своих целей. Однако по мере того, как глобализация и технологии меняли социально-политическую среду, публичная дипломатия была расширена за счет привлечения негосударственных субъектов. Это развитие публичной дипломатии иногда называют «новой публичной дипломатией» (о которой я буду подробнее говорить позже), «публичной дипломатией 2.0», «сетевой публичной дипломатией» и «совместной публичной дипломатией». Примечательно, что участие неправительственных субъектов не означает, что роль правительства становится менее важной, и более того, большое значение приобретает ее регулирование правительством. То есть, хотя неправительственные субъекты участвуют в формировании восприятия своей страны среди иностранной общественности, правительство должно обеспечивать направление, координировать заинтересованные стороны и поощрять соответствующую деятельность.

Существуют различные определения публичной дипломатии, но, тем не менее, они все сходятся в ключевых позициях. Публичную дипломатию рассматривают как средство, при помощи которого правительства, частные группы и отдельные лица меняют установки и мнения других народов и правительств таким образом, чтобы оказать влияние на их внешнеполитические решения<sup>1</sup>. Американский дипломат Ганс Тач определяет

---

<sup>1</sup> What is Public Diplomacy? // The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy. URL: <http://fletcher.tufts.edu/murrow/diplomacy> (дата обращения: 25.02.2020).

публичную дипломатию как «процесс общения правительства с зарубежной аудиторией, цель которого заключается в том, чтобы иностранная общественность понимала идеи и идеалы нации, имела представление об институтах и культуре данной страны, а также о национальных целях и современной политике». <sup>1</sup>

## **1.2 Эволюция понятия «публичная дипломатия» и его существенные признаки**

Нельзя не отметить, что публичная дипломатия неизбежно связана с властью. Работа Дж. Ная хорошо известна в дипломатических кругах, особенно его упоминания так называемой «мягкой силы». Мягкая сила «основана на нематериальных или косвенных воздействиях, таких как культура, ценности и идеология». Это, пожалуй, самый упоминаемый термин в публичной дипломатии, хотя его распространенность и не означает, что все согласны с его определением и применением.

Термин «мягкая сила» был впервые введен Дж. Наем в 1990 г. Он писал, что Соединенные Штаты должны инвестировать в меры, которые приведут к улучшению связей между государствами, а также повысят международное влияние каждого из них. Он утверждал, что необходимо увеличить инвестиции в «мягкую силу, а не в «жесткую силу», то есть новые дорогостоящие системы вооружений <sup>2</sup>. Активы жесткой силы относятся к военным и экономическим возможностям, а активы мягкой силы включают в себя привлекательность ценностей нации, эффективность с точки зрения развития и глобального влияния, ее традиционную и современную культуру, репутацию и т.д. Считается, что активы мягкой силы имеют особое значение для стран, которые не обладают достаточными ресурсами жесткой силы для

---

<sup>1</sup> Hans, T. *Communicating with the world: U.S. Public Diplomacy Overseas* / T. Hans - N.Y.: Palgrave Macmillan, 1990. - P. 3.

<sup>2</sup> Taylor, Philip M. "Public Diplomacy and Strategic Communications," in Nancy Snow and Philip M. Taylor (eds.). URL: [https://www.academia.edu/322384/Routledge\\_Handbook\\_of\\_Public\\_Diplomacy](https://www.academia.edu/322384/Routledge_Handbook_of_Public_Diplomacy) (дата обращения: 25.02.2020).

достижения своих желаемых политических и экономических целей, и инструменты мягкой силы могут служить альтернативными средствами оказания влияния на другие страны.

Если говорить об историческом аспекте появления данного термина, можно сказать, что публичная дипломатия сегодня, безусловно, является одним из ключевых инструментов мягкой силы, и это было признано в дипломатической практике задолго до современных дебатов о публичной дипломатии. Соединенные Штаты, бывший Советский Союз и три крупнейшие державы Европы особенно много вложили в свои «коммуникации с миром» во время холодной войны. Хотя обычная дипломатическая деятельность и публичная дипломатия в основном осуществлялись параллельно, становилось все труднее понять, как первая может быть эффективной, не уделяя достаточного внимания второй. Фактически, еще в 1917-1918 годах существовали случаи осуществления вызовов на уровне мягкой силы, задолго до того, как некоторые страны превратились в глобальные сверхдержавы и начали сталкиваться в военной и экономической областях.<sup>1</sup>

Хотя этот термин редко использовался во время Второй мировой войны, сразу после войны, в октябре 1946 г., министр иностранных дел Бельгии с энтузиазмом говорил на первой сессии Генеральной Ассамблеи ООН о публичной дипломатии. В 1953 году Липпман отстаивал другую позицию, написав, что практика публичной дипломатии, пропаганды и психологической войны стала подобна чуме, и что основные советско-американские переговоры должны проводиться в частном порядке. Более позитивным он считал понятие публичной дипломатии, высказанное Генеральным секретарем ООН Дагом Хаммаршельдом, который, выступая летом 1958 года, подчеркнул, что ценность публичной дипломатии в Организации Объединенных Наций будет

---

<sup>1</sup> Melissen, J. The New Public Diplomacy. Soft power in International Relations / J. Melissen - L.: Houndmills, 2005. - P.5.

в решающей степени зависеть от деятельности пресс-секретарей и взаимодействия с аудиторией. Другими словами, с годами публичная дипломатия отделилась от государственных дел, больше обращаясь к внутриполитической деятельности и программам, направленным на общение и передачу сообщений внутренней аудитории.

Хотя борьба ценностей и идей, доминировавшая в международных отношениях во второй половине XX века, переросла в соперничество в сфере жесткой силы, а не наоборот, тем не менее, мировое дипломатическое сообщество поздно осознало фундаментальные проблемы общения с зарубежной общественностью, а не привычного тогда международного диалога с иностранными официальными лицами. Дипломатическая культура, в конце концов, принципиально ориентирована на равноправие, и доминирующая реалистическая парадигма в дипломатических кругах была побочным продуктом долгой истории рассмотрения международных отношений с точки зрения экономической и военной мощи. Сейчас же вопрос о том, как министерства иностранных дел могут инструментализировать мягкую силу, в полной мере проверяет гибкость их дипломатов.<sup>1</sup>

Развитие публичной дипломатии быстро усилилось с развитием технологий массовой коммуникации, то есть кино, радио и телевидения. Такой прогресс был особенно заметен после Второй мировой войны и после холодной войны. После окончания холодной войны роль публичной дипломатии снизилась, сменившись, соответственно, *soft power*. Но в 2001 г. после терактов произошло возвращение данного термина. Так, например, власти США стремились к улучшению международного имиджа, и желание наладить связи с общественностью привели к возрождению актуальности данного вопроса. В то же время и в других странах начали активизировать и актуализировать данное понятие. Расширились масштабы публичной

---

<sup>1</sup> Melissen, J. *The New Public Diplomacy. Soft power in International Relations* / J. Melissen - L.: Houndmills, 2005. - P.6.

дипломатии, в результате чего появилась широкая осведомленность об изменениях в технологиях, обществе и политическом мире. Это положение требовало новых технологий, идей, парадигм и, возможно, новых институтов.

В Европе публичная дипломатия также стала основным инструментом в международных делах. В докладе министерства иностранных дел Германии «Auswärtiges Amt»<sup>1</sup> за 2002 год был сделан исторический вывод о роли посольств ЕС в других государствах - «в Европе публичная дипломатия рассматривается как приоритет номер один по всему спектру вопросов»<sup>2</sup>. Это говорит о том, что со временем в регионах, характеризующихся значительной экономической и/или политической взаимозависимостью, а также высоким уровнем взаимосвязанности на уровне гражданского общества, публичная дипломатия прежде всего стала неотъемлемой частью дипломатических отношений.

В работе «The New Public Diplomacy. Soft power in International Relations»<sup>3</sup> употребляют такое понятие, как «the new public diplomacy» («Новая публичная дипломатия»). Авторы говорят о том, что мир, в котором публичная дипломатия ранее считалась одним из составных частей дипломатического диалога, стремительно исчезает. Для того, чтобы правильно понять новую публичную дипломатию, бесполезно цепляться за прошлые образы дипломатии, а также нецелесообразно делить проекцию исторических практик на современную международную среду (в случае приравнивания публичной дипломатии к традиционной пропаганде). Здесь уместно упомянуть, что автор уделяет особое внимание понятию «пропаганды» в публичной дипломатии, и говорит о том, что некоторые акторы строят свою публичную дипломатию на основе так называемых традиций ведения пропаганды. В свою очередь, «новая

---

<sup>1</sup> Auswärtiges Amt. URL: <https://link.springer.com/content/pdf/bfm%3A978-3-322-92249-6%2F1.pdf>

<sup>2</sup> «Исторические отцы пр»: первые практические опыты публичной дипломатии. URL: <https://docplayer.ru/71471684-Nauchnye-stati-veksler-a-f-istoricheskie-otcy-pr-pervye-prakticheskie-opyty-publichnoy-diplomatii.html> (дата обращения: 15.01.2021).

<sup>3</sup> Melissen, J. The New Public Diplomacy. Soft power in International Relations / J. Melissen – L.: Houndmills, 2005. - P.10.

публичная дипломатия» становится все более стандартным компонентом общей дипломатической практики и будет больше, чем формой пропаганды, проводимой дипломатами.

Если говорить подробнее об элементах пропаганды в публичной дипломатии, то можно сказать, что публичная дипломатия состоит не только из информирования в смысле передачи объективной, «нейтральной» информации, но, скорее, фундаментально определяется именно ее «преднамеренностью» или ее намерением убедить. Поэтому можно сравнить два определения - убеждение и пропаганда. Убеждение - это сложный непрерывный интерактивный процесс, в котором коммуникатор пытается повлиять на партнера по общению, чтобы принять предложенные позиции и модели поведения (убежденный должен расширить или изменить свое восприятие событий в мире). В отличие от этого, понятие пропаганды использует и злоупотребляет моделью убедительной коммуникации взаимозависимости, чтобы создать видимость равноправного, двустороннего общения и удовлетворения потребностей и интересов общественности. Многие авторы предупреждают о взаимосвязанности этих процессов, говорят о взаимосвязи между терминами публичной дипломатии, пропаганды, связей с общественностью и рекламы.

Некоторые авторы при анализе роли пропаганды в публичной дипломатии утверждают, что термин «пропаганда» был бы наиболее подходящим, если бы он использовался в его первоначальном значении и не был бы обременен многочисленными исторически обусловленными негативными коннотациями. Тем не менее, в публичной дипломатии пропаганду рассматривают как международную, общение национальных государств с целью повлиять на политически значимое поведение люди других наций и стран. «Однако в нашем понимании этой модели убеждения-пропаганды жесткая сила в принципе исключена, в то время как публичная дипломатия использует преимущественно так называемую мягкую силу как



способность достигать желаемых внешнеполитических целей путем создания привлекательного имиджа политики, убеждения и определения медиа-структурами общественности с целью трансформации предпочтений других стран, их следования и согласования с желаемой деятельностью»<sup>1</sup>.

Помимо этого, публичная дипломатия характеризуется средством осуществления внешней политики, с помощью которого государство в соответствии со своими целями пытается воздействовать на международную среду или влиять на нее и, следовательно, по определению направлено в первую очередь на иностранную публику. Следовательно, в своей основной концепции публичная дипломатия не может быть альтернативным термином для классических отношений правительства с общественностью внутри государства (таких как, например, «public diplomacy within the government»<sup>2</sup> (публичная дипломатия в правительстве) или осуществления деятельности правительств только внутри государства, и, в частности, когда это в какой-то мере определяется внутривластным убеждением или пропагандой. В США, например, закон Смита-Мундта от 1948 года запрещал деятельность публичной дипломатии на внутренней территории. В современное время коммуникативно-информационной взаимосвязанности и взаимозависимости, которая также выражается в тенденциях сближения внутренней и внешней политики и интернационализации современной жизни, такое строгое различие между коммуникационной деятельностью для отечественной и зарубежной общественности становится соответственно менее возможным.

Если говорить об особенностях публичной дипломатии Южной Кореи, то можно сказать, что по сравнению с другими развитыми странами, которые имели более длительный опыт употребления публичной дипломатии, Южная

---

<sup>1</sup> Nye Jr., Joseph S. and Owens, William A. (1996) America's Information Edge. The Power Resource of the Future/ Joseph S. Nye Jr., William A..Owens. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/1996-03-01/americas-information-edge> (дата обращения: 10.11.2020).

<sup>2</sup> Public diplomacy: basic concepts and trends. URL: <https://www.ifimes.org/en/8020-public-diplomacy-basic-concepts-and-trends> (дата обращения: 17.11.2020).

Корея проходила этот путь более длительно. Если мы проследим истоки корейской публичной дипломатии в истории, мы можем обнаружить, что одним из первых случаев так называемой корейской публичной дипломатии был еще в четвертом веке, когда по приказу короля королевства Пэкче и по просьбе японского короля учитель Ван был отправлен в Японию, где он преподавал литературу и моральную философию (древнейшую философскую систему конфуцианства) японцам. Учитель Ван по-прежнему считается родоначальником японской литературы. Фактически, в 1937 году японцы установили памятник в парке Уэно<sup>1</sup> в Токио в память о его вкладе, считая его корейским Конфуцием.

Однако, если мы вспомним утверждение Гарольда Николсона о том, что современная концепция дипломатии возникла только после создания системы дипломатических миссий за рубежом, исторически первый случай публичной дипломатии в Корее можно проследить в деятельности делегации в январе 1888 года, когда говорили о том, что корейская культура речи и одежды мистера Пака перевернула Вашингтон с ног на голову. В тот период было большое количество разных делегаций, назначенных королем и отправленных в зарубежные страны. Тем не менее, случай посла Пака можно назвать первым успешным примером публичной дипломатии, поскольку он завершил свою дипломатическую миссию в качестве независимого дипломата, который произвел большое впечатление на свою зарубежную аудиторию. Другими словами, Пак испытал и предсказал возможность Корейской волны и других популярных на сегодняшний день течений.

Публичную дипломатию Южной Кореи можно поделить на три этапа, начиная с момента создания современного корейского правительства и заканчивая настоящим. Первый этап - с 1948 по 1960 гг., второй - с 1970 по

---

<sup>1</sup> Парк Уэно. [URL:https://ru.wikichi.ru/wiki/Ueno\\_Park](https://ru.wikichi.ru/wiki/Ueno_Park) (дата обращения: 22.01.2021).

1990 гг. и с 2000 г. до сегодняшних дней. Подробнее о каждом периоде я буду говорить в дальнейшем, сейчас хотелось бы кратко осветить каждый из них.

В течение 1940-х, 50-х и 60-х гг. был реализован широкий спектр мероприятий публичной дипломатии, включая публикацию и распространение периодических изданий, посвященных корейской культуре, организации культурных выставок, а также программам студенческого и спортивного обмена. Среди периодических и государственных изданий - Korea Today, Korean Arts и Korean Survey, также средства массовой информации, такие как англоязычная газета Korea Times и ежемесячный англоязычный журнал Pictorial Korea, которые распространялись среди иностранных агентств и частных лиц через корейские зарубежные дипломатические миссии. Выставки и обмены, посвященные культуре, включали передачу в дар музеям традиционных корейских свадебных костюмов, а также широкое распространение фотографий, музыки, фильмов, книг, поделок и традиционной одежды среди посольств Кореи за рубежом.

Начиная с 1947 года, когда первые три корейских студента прибыли в США для учебы, количество и диапазон программ обмена постепенно росли. В октябре 1968 года корейское правительство не только открыло Центр социальной культуры Азиатско-Тихоокеанского совета в Сеуле, но и реализовало широкий спектр культурных программ.

С 1970 по 1990 гг. корейские программы культурного обмена расширились с исключительной ориентации на развитые страны на глобальный подход. К концу 1998 года в музеях мира имелся корейский выставочный зал, а с созданием Корейского фонда в 1991 году количество классов по корейскому языку увеличилось.

Сейчас усилия правительства в области публичной дипломатии также сосредоточены на развитии новой эры деятельности публичной дипломатии,

Как упоминалось ранее, этот термин никогда не использовался официально до 2010 г., но с учреждением Бюро культурного сотрудничества Министерства иностранных дел и торговли, которое затем стало Бюро по делам культуры (Бюро культурной дипломатии), было формализовано использование термина культурной дипломатии в корейском языке. Бюро культурной дипломатии с тех пор претерпело несколько реорганизаций. Но в целом для обеспечения стабильной и успешной реализации программы публичной дипломатии была создана правовая инфраструктура посредством законодательства, инициированного Национальным собранием, а в 2016 году был принят первый в Корее закон о публичной дипломатии.

Публичная дипломатия в наше время также остается в рамках определенных задач и функций, принимая во внимание конкретный аспект общественного достояния: так, например, современный дипломат публично представляет и интерпретирует позиции своей собственной страны (СМИ и т.д.), сообщает и комментирует атмосферу общественного мнения и средств массовой информации в принимающем государстве, сотрудничает со средствами массовой информации и лидерами общественного мнения, поддерживает контакты с представителями экономики, групп интересов, науки, академических институтов и т. д.

Таким образом, публичная дипломатия с течением времени становится полноправным фактором мирового политического процесса. Она дает уникальный инструментарий для расширения международных общественных связей государства. Потому исследование роли народной дипломатии и механизмов ее взаимодействия с другими факторами в мировом политическом процессе - актуальная задача сегодняшнего времени. Не менее актуальным является изучение ее видов и форм осуществления на конкретном примере РК.

## **2 Особенности публичной дипломатии РК и стратегии развития области**

### **2.1 Правительственные меры РК для поддержания мягкой силы, исторический контекст**

Рассмотрев понятие публичной дипломатии и его эволюцию, мы можем сделать вывод, что на сегодняшний день во всем мире все больше признают важность публичной дипломатии. В частности, считается, что публичная дипломатия играет важную роль в укреплении взаимопонимания между народами. Южная Корея официально приняла концепцию публичной дипломатии в 2010 году и с тех пор прилагает значительные усилия для продвижения своих активов мягкой силы. Корейское правительство стремится к активному распространению инструментов мягкой силы, и потому стремится поддерживать и использовать ее развитие.

Прежде всего, хотелось бы сказать, что согласно оценкам исследователей, в мировой политике возросло значение социально-гуманитарного фактора, что связано с переосмыслением и повышением роли человека в мировой политике и остальных сферах, и его вовлечением в транснациональные отношения. Сегодня данный компонент рассматривают не только как сугубо внутренний фактор, но и как фактор влияния и воздействия на другие страны. И сегодня, безусловно, в условиях транснационализации отношений открываются новые возможности и площадки как для публичной дипломатии, которая осуществляется в социально-гуманитарном поле мировой политики, так и для политической активности негосударственных участников мировой политики. В Южной Корее, в свою очередь, публичная дипломатия прошла долгий путь реформирования и преобразований, и возможность повысить роль социально-гуманитарного фактора появилась благодаря реформации в различных сферах публичной дипломатии, особенно со второй половины XX в., и хотелось бы рассказать подробнее об основных изменениях каждого периода.

После освобождения страны от японского колониального господства существовала потребность в модернизации. В течение 1940-х, 50-х и 60-х годов был осуществлен целый ряд мер публичной дипломатии, включая публикацию и распространение периодических изданий, посвященных корейской культуре, культурные выставки, а также программы студенческого и спортивного обмена. Периодические издания и правительственные издания включали, среди прочего, Korea Today, Korean Arts и Korean Survey. Правительство также приобретало средства массовой информации (Korea Times, англоязычный журнал Korea), распространяя их среди иностранных агентств и частных лиц через корейские зарубежные дипломатические миссии. Культурные выставки и обмены включали в себя пожертвование различные пожертвования, а также происходило широкое распространение фотографий, музыки, фильмов, книг, ремесел и традиционной одежды корейским посольствам за рубежом. Наконец, начиная с 1947 года, когда первые три корейских студента прибыли в США на учебу, количество и спектр программ обмена постепенно росли.

В Таблице 1 приведены основные черты публичной дипломатии каждого из периодов развития РК. Ниже подробнее будут рассмотрены каждый из периодов.

Таблица 1. Правительственные меры в области публичной дипломатии РК.

Правительство	Срок полномочий	Меры публичной дипломатии
Ли Сын Ман	1948-1960 гг.	Указ о создании республиканского комитета международной организации, а также

		расширение межкультурного обмена, ориентация на Запад
Пак Чжон Хи	1962-1979 гг.	Принципы «национального возрождения». Стык традиционных ценностей и новых веяний. Выросло национальное самосознание
Чон Ду Хван	1980-1988 гг.	Рост национального самосознания Подготовка Олимпийских игр
Ро Дэ У	1988-1993 гг.	Появление новых ростков общественного сознания (на первом месте духовные ценности). Процесс интеграции в культуре Проведение Олимпийских игр
Ким Ен Сам	1993-1998 гг.	Реформирование всех сфер корейского

		<p>общества и государства.</p> <p>Переориентация направлений политики (увеличение финансирования в сфере культуры и т.д.)</p>
Ким Тэ Чжун	1998-2003 гг.	<p>Первое правительство РК, объявившее продвижение культурных индустрий национальной целью.</p> <p>Распространение японской культуры</p>
Но Му Хен	2003-2008 гг.	<p>Признание потенциала культуры как инструмента мягкой силы, с помощью которого Корея могла бы повысить свой статус суверенного государства.</p> <p>2002 г. – учреждение Национального комитета по имиджу.</p> <p>Основание Корейского Фонда обмена культурными индустриями (KOFICE)</p>



Ли Мен Бак	2008-2013 гг.	<p>Учреждение Президентского Совета по национальному брендингу (PCNB). Развитие национального брендинга. Принятие концепции публичной дипломатии, 2010 г. Решение территориальных споров (Токто) методами публичной дипломатии</p>
Пак Кын Хе	2013-2017 гг.	<p>Организация «Креативной экономики» - политики, направленной на стимулирование новых отраслей промышленности и содействие инновациям. Активная популяризация корейской культуры.</p>

		Поддержание и активное содействие Корейскому институту культуры и туризма (КСТИ), Корейской культурно-информационной службе (KCISA) и Корейскому фонду обмена азиатской культуры (KOFACE).
Мун Чжэ Ин	2017 г. – настоящее время	Объявление 100 приоритетов политики РК, в том числе распространение методов публичной дипломатии. Расширение обмена и сотрудничества на международном уровне. Активное распространение Корейской волны.

В целом, первый этап, начавшийся с 1948 г., характеризовался крушением традиционных ценностей и определенной неравномерностью. Когда Ли Сын Ман (1948-1960 гг.) подписал Указ о создании республиканского комитета международной организации, занимающейся

вопросами развития культуры, это способствовало в свою очередь расширению межкультурного обмена не только студенческого, но и в области спорта и творчества, например. Так, в 1956 г. корейское правительство направило за границу 22 спортивные делегации с момента первой отправки четырех спортсменов на Международный чемпионат по конькобежному спорту в декабре 1948 г. В феврале 1958 г. 136 художников были отправлены в Юго-Восточную Азию как посланники искусства доброй воли<sup>1</sup>. Все это также способствовало знакомству корейцев с достижениями современной западной культуры, что затем имело свои последствия. В частности, ориентация на Запад привела к упадку собственной культуры, что, как мы можем видеть на сегодняшний день, звучит удивительно в контексте современной Южной Кореи.

Затем принципы «национального возрождения» Пак Чжон Хи (1962-1979 гг.) и его реформы привели к тому, что произошли изменения в традиционных ценностях, которые находились на стыке с новыми веяниями. Происходило частичное принятие определенных моментов преобразований. Во время правления Чон Ду Хвана (1980-1988 гг.), особенно в последние годы президентского правления, отмечались качественные изменения в духовной содержательности страны, обусловленными прежде всего ростом национального самосознания.

Но особенно социально-гуманитарный фактор в своих интересах использовали особенно с конца 1980-х гг. В частности, Летние Олимпийские игры в Сеуле (1988 г.) явились примером использования этого фактора для того, чтобы заявить о себе как об экономически успешном и динамически развивающемся государстве. Будучи экспортоориентированной экономикой, Южная Корея активно действовала в социально-гуманитарной области,

---

<sup>1</sup> Choi, Kwang-jin. The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy: History and Current Status / Kwang-jin Choi. URL: [file:///C:/Users/1/Downloads/The%20Republic%20of%20Korea\\_s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready\\_2.3.19.pdf](file:///C:/Users/1/Downloads/The%20Republic%20of%20Korea_s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready_2.3.19.pdf) (дата обращения: 15.03.2021).

проводя культурную дипломатию, носившую преимущественно коммерциализированный характер, и была направлена, в первую очередь, на оказание поддержки южнокорейских компаний за рубежом<sup>1</sup>.

Во время президенства Ро Дэ У (1988-1993 гг.), начался сильный процесс интеграции в культуре, и появилось три направления духовной деятельности – традиционный (конфуцианский), западный и синтетический (традиции + новации). Также были подписаны договоры о культурном сотрудничестве со многими странами Европы, Азии и Америки. Важнейшим шагом президента было подписание в апреле 1991 года договора о сотрудничестве между СССР и Республикой Корея. Политика расширения международных культурных связей была продолжена следующим правительством во главе с Ким Ён Самом (1993-1998 гг.).

Также корейское агентство международного сотрудничества (КОИСА) было создано в апреле 1991 г. с целью развития дружественных отношений сотрудничества и взаимных обменов с Кореей и развивающимися странами и поддержки экономического и социального развития в развивающихся странах. Штаб-квартира КОИСА находится в Соннаме, при этом имеет 45 зарубежных офисов в 44 странах, включая Азию, Африку, Латинскую Америку, Ближний Восток и Центральную Азию<sup>2</sup>. Кроме того, более 2000 волонтеров, называемых WFK (Word Friends Korea), активно работают в развивающихся странах.

Отдельно хотелось бы сказать о методах поддержки правительством национального производителя в тот период. С 1980 г. политика в области культуры и создании фильмов Южной Кореи фокусируется на создании и поддержке функционирования действительно строгих механизмов не только

---

<sup>1</sup> Diplomatic White Paper 2007. URL: <file:///C:/Users/1/Downloads/part-6%20Enhancing%20Diplomatic%20Capacity%20to%20Serve%20the%20People.pdf> (дата обращения 18.03.2021).

<sup>2</sup> Роль корейских организаций, направленных на международное сотрудничество. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-koreyskih-organizatsiy-napravlennyh-na-mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo/viewer> (дата обращения 10.08.2020).

сохранения, но и поощрения создания фильмов и проведения выставок. Например, Закон о кино, принятый в 1985 г., предусматривал тот факт, что импортеры иностранных фильмов могут получить лицензию на импорт только тогда, когда ими производится или поддерживается прибыль от киноиндустрии домашнего региона. Два года спустя то же условие было принято для иностранных компаний, желающих снимать, производить и распространять непосредственно в Корее.<sup>1</sup> С 1996 г. кинотеатры были обязаны определенное количество дней показывать только фильмы производства Южной Кореи - «экранная квота». Обычно квота удерживалась на уровне 50 дней, но в Южной Корее обязательная минимальная квота составляла 106 дней в году и государство поощряло кинотеатры, увеличивающие срок до 146 дней, в течение которых кинотеатр показывал кино, произведенное только внутри страны. Это помогало ограничить доступ к экрану основных конкурентов, и, соответственно, снизить эту конкуренцию.

При Ким Ен Саме (1993-1998 гг.) и «Новой Корее» реформированию были подвержены практически все сферы корейского общества и государства, и такие демократические преобразования можно охарактеризовать как один из важнейших этапов в истории южнокорейского государства. Было увеличено финансирование культуры в стране, и примерно 1% бюджета выделялся на финансирование в сфере культуры. Также начали массово открываться кафедры культуры, в том числе происходило переориентирование направлений политики, в результате чего возросла популярность методов публичной дипломатии.

Но все-же администрация Ким Тэ Чжуна (1998-2003 гг.) была первым правительством Южной Кореи, объявившим продвижение культурных индустрий национальной целью. Среди прочего, президент Ким Тэ Чжун с вниманием относился к распространению японской культуры. Тем самым он

---

<sup>1</sup> Буреаев, Д.И. Гармаханов М.Ц. Корейская волна и мягкая сила. стратегия развития и распространения / Д.И. Буреаев, М.Ц. Гармаханов. URL: <https://docplayer.ru/31171705-D-i-buraev-m-c-garmahanov-koreyskaya-volna-i-myagkaya-sila-strategiya-razvitiya-i-rasprostraneniya.html> (дата обращения 10.08.2020).

способствовал обмену творческим содержанием между двумя странами. По его мнению, культура в самом широком ее понимании - важнейшая отрасль развития страны в новом XXI веке.

Затем, администрация Но Му Хена (2003-2008 гг.) признала потенциал культуры как инструмента мягкой силы, с помощью которого Корея могла бы повысить свой статус суверенного государства, широко признаваемого всеми странами мира. В 2002 году администрация учредила Национальный комитет по имиджу и назначила премьер-министра его председателем. Консультативные члены в основном состояли из правительственных чиновников, но также включали представителей частного сектора.<sup>1</sup> Но Му Хен также основал Корейский Фонд обмена культурными индустриями (KOFICE). Фонд стремился облегчить коммуникацию между государственным и частным секторами, а также способствовать взаимодействию с зарубежной общественностью. В его деятельность включались, в частности, научные конференции и музыкальные фестивали.

Также активно реформировалась система образования страны, в результате чего образовательную систему Южной Кореи называют одной из самых эффективных. Новый современный подход в контексте так называемого «Participatory Government» был значительно более либеральным и ориентировался на повышение международной конкурентоспособности корейского образования, а не просто на удовлетворение внутренних потребностей, и в дальнейшем этот подход только развивался.

Когда президент Ли Мен Бак вступил в должность в 2008 году, Национальный комитет по имиджу был распущен. Вместо этого новая администрация в 2009 году учредила президентский Совет по национальному брендингу (PCNB). Публичная дипломатия понималась исключительно в

---

<sup>1</sup> Choi, Kwang-jin. The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy: History and Current Status / Kwang-jin Choi. URL: [file:///C:/Users/1/Downloads/The%20Republic%20of%20Korea\\_s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready\\_2.3.19.pdf](file:///C:/Users/1/Downloads/The%20Republic%20of%20Korea_s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready_2.3.19.pdf) (дата обращения: 15.03.2021).

маркетинговых терминах, как средство брендинга Кореи как привлекательной страны. На самом деле создание положительного имиджа Кореи рассматривалось как конечная цель, а маркетинговая стратегия бренда предполагала одностороннюю коммуникацию с целевой аудиторией. Корейское правительство стремилось улучшить восприятие своей страны через культуру и рассматривало национальный брендинг как эффективный подход. Но Совет был закрыт менее чем за четыре года<sup>1</sup>.

Рассмотрим в качестве кейса территориальный спор о Токто. В этот период, этот вопрос был особенно актуален. Территориальный спор о Токто рассматривают как один из показательных элементов значимости публичной дипломатии как средства достижения целей в Южной Кореи. Острова Токто или Такесима (острова Лианкур) - это группа небольших островов, расположенных в западной части Японского моря, в 217 км от материковой Кореи и в 250 км от Японии<sup>2</sup>. Изначально корейские требования были частично основаны на упоминаниях о корейских островах, называемых Усандо в различных исторических записях и картах, и были отнесены к сегодняшним островам Лианкур, в то время как японская сторона придерживалась мнения, что они должны быть отнесены к другому острову, который сегодня называется Чукто - небольшому острову, расположенному в непосредственной близости от ближайшего крупнейшего корейского острова Уллындо.

С 2008 года, несмотря на статус-кво спорных островов, правительство Южной Кореи в попытке повлиять на мировое общественное мнение, делало это с помощью инициатив публичной дипломатии - с помощью различных финансируемых правительством мероприятий неправительственных

---

<sup>1</sup> Пугачева, О.С. Роль социально-гуманитарного фактора во внешней деятельности Южной Кореи в контексте корейского урегулирования /О.С. Пугачева. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sotsialno-gumanitarnogo-faktora-vo-vneshney-deyatelnosti-yuzhnoy-korei-v-kontekste-koreyskogo-uregulirovaniya/viewer> (дата обращения: 10.08.2020).

<sup>2</sup> Hangang Network & Ministry of Foreign Affairs. Korea's Soft Power and Public Diplomacy. URL: [https://www.researchgate.net/publication/321874044\\_Korea's\\_Soft\\_Power\\_and\\_Public\\_Diplomacy](https://www.researchgate.net/publication/321874044_Korea's_Soft_Power_and_Public_Diplomacy) (дата обращения: 20.09.2020).

организаций, местных правительственных подразделений и академических кругов. Кроме того, частные лица также участвовали в инициативах публичной дипломатии, включая рекламу и пропаганду в международных СМИ. Такие усилия в области публичной дипломатии могли бы провоцировать стремление Японии решить вопрос с помощью международного суда и таким образом придать этому спору более глобальный характер.

Среди так называемых неофициальных рычагов давления было воздействие на общественное мнение частными лицами ("Singer Kim Jang-hoon puts ad", 2011 г., "Stop Dokdo Ads", 2013 г., а также организация Dokdo foundation, выставки Dokdo Art Show (которая проходила в Китае, Шанхае и др.) и создание информационного сайта Dokdo. Корейцы из-за рубежа также воздействовали на позиции общественного мнения, например, в 2008 г. представители корейской диаспоры в Америке сформировали группу по вопросу восприятия проекта Токто, и активно распространяли позицию.

В качестве основных организаций, получающих финансирование со стороны государства и проводивших деятельность публичной дипломатии в этом вопросе со второй половины 2000-х годов, являются Фонд истории Северо-Восточной Азии (NAHF) и сеть добровольных агентств Кореи (VANK)<sup>1</sup>.

Президент Пак Кын Хе вступила в должность в 2013 году, и появилась «Креативная экономика» - политика, направленная на стимулирование новых отраслей промышленности и содействие инновациям. Было выделено 33,5 млрд вон с целью популяризации корейской культуры. В 2016 году президент подчеркнул, что «главными приоритетами администрации являются креативные индустрии и культурное обогащение». Тогда правительство

---

<sup>1</sup> Hangang Network & Ministry of Foreign Affairs. Korea's Soft Power and Public Diplomacy. URL: [https://www.researchgate.net/publication/321874044\\_Korea's\\_Soft\\_Power\\_and\\_Public\\_Diplomacy](https://www.researchgate.net/publication/321874044_Korea's_Soft_Power_and_Public_Diplomacy) (дата обращения: 20.09.2020).



выдвинуло целый ряд инициатив в области поддержки его креативной содержательной стратегии, включая публичные кампании и бизнес центры.

Один из главных проектов президента Пак Кын Хе по продвижению «Креативной экономики» это так называемый «Culture and Creativity Fusion Belt» («Пояс слияния культуры и творчества») <sup>1</sup>. Проект призван функционировать как «культурная экосистема», и в феврале 2015 года был запущен Центр конвергенции культуры и творчества. Центр отвечает за планирование и развитие культурного наследия. Еще одна особенность данного проекта - это Культурно-творческий комплекс, который поддерживал создание культурных особенностей страны. Кроме того, была создана Академия культуры и творчества, которая направлена на воспитание и обучение личностей с творческими талантами. Правительство выделило на этот проект бюджет в размере 1,4 трлн вон и ожидалось, что в течение следующих пяти лет будет создано более 53 000 рабочих мест. В дополнение к созданию новых организаций и кампаний, правительство Пак Кын Хе также поддерживали ранее созданные программы, такие как Корейский институт культуры и туризма (КСТИ), Корейская культурная информационная служба (KCISA) и Корейский фонд обмена азиатской культуры (KOFACE).

С приходом к власти правительства Мун Чжэ Ина в 2017 г. было объявлено о 100 приоритетах политики Республики Корея. План новой региональной стратегии был представлен Комитетом по внешней политике и национальной безопасности и состоял из трех основных направлений: Платформы мира и сотрудничества в Северо-Восточной Азии, Новой северной политики и Новой южной политики<sup>2</sup>. Также сотрудничество со странами Меконга позволило провести первый саммит «Корея-Меконг», что позволило укрепить связи между странами и обсудить приоритеты и стратегии

---

<sup>1</sup> Халипов, В.Д. Формирование креативной экономики: опыт Республики Корея / В.Д. Халипов. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-kreativnoy-ekonomiki-opyt-respubliki-koreya/viewer> (дата обращения: 22.09.2020).

<sup>2</sup> Прыгункова А.С. Публичная дипломатия республики Корея / А.С. Прыгункова. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/publichnaya-diplomatiya-respubliki-koreya/viewer> (дата обращения: 16.02.2020).

сотрудничества. В 2020 г. Министерство иностранных дел РК провело конкурс на создание эмблемы и лозунга, которые больше всего подходят для описания сотрудничества РК и стран Меконга, приз за который был достаточно внушителен.

На сегодняшний день Южная Корея благодаря успешной стратегии развития во всех областях является ведущим производителем стали, судов и автомобилей. В 1996 г. Южная Корея вступила в Организацию экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)<sup>1</sup>. Благодаря экономическим успехам страны, повышается интерес к ней как к участнику международного политического процесса, что способствует росту сотрудничества между странами.

Но, если рассматривать эволюцию отношения к публичной дипломатии внутри страны, можно сказать, что несмотря на экономические успехи, с 2011 г. появилось осознание необходимости трансформации идеи публичных внешнеполитических отношений. В частности, было понятно, что в условиях раскола Корейского полуострова и противостояния Юг-Север-Юг в центре внимания корейских внешнеполитических отношений были холодная, конфронтационная и ориентированная на выживание дипломатия, которая служила фактором сосредоточения внимания на силовой политике и дипломатии, которая была сосредоточена на великих державах<sup>2</sup>. И на тот момент изменения в международном порядке XXI века, обусловленные демократизацией, делают необходимым повторное признание общественной сферы международных отношений. В корейской дипломатии методы публичной дипломатии были недооценены, однако сейчас Корея достигла той

---

<sup>1</sup> Ансон Но, Отарчиев А.М. Роль корейских организаций, направленных на международное сотрудничество. / Но Ансон, А.М. Отарчиев. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-koreyskih-organizatsiy-napravlennyh-na-mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo/viewer> (дата обращения: 18.02.2021).

<sup>2</sup> 한국공공외교 추진체계연구 및 전략 수립 『한국 공공외교의 거버넌스 시스템 개혁을 위한 제언』. URL: file:///C:/Users/1/Downloads/한국%20공공외교의%20거버넌스%20시스템%20개혁(박철희).pdf (дата обращения: 16.03.2020).

Исследование системы продвижения корейской публичной дипломатии и разработка стратегий. Предложения по реформе системы управления корейской публичной дипломатией.

стадии, когда ей необходимо серьезно развивать общественные международные отношения и сферу публичной дипломатии.

В дополнение к этим изменениям в международных и внешних факторах, есть несколько внутренних изменений в значении публичной дипломатии в Корее. Прежде всего, это глобализация дипломатического статуса Кореи. В отличие от американо-японской дипломатии эпохи холодной войны, соседних держав, (таких как Китай и Россия), а также региональных стран, (таких как Юго-Восточная Азия, Индия, Австралия и Новая Зеландия), развивающихся стран и стран на Ближнем Востоке, в Африке, Центральной и Южной Америке, и даже небольших стран, связанных с Организацией Объединенных Наций, Корея стала особенным дипломатическим направлением. Южная Корея достигла стадии, когда она не может эффективно управлять глобальной дипломатией без своей собственной национальной стратегии и четкого послания.

В корейской дипломатии подчеркивают важность ее особенных черт – это дипломатия знаний и дипломатия содержания, то есть симбиоз осознанного развития и уникального прошлого. Существует необходимость установить «личность» корейской дипломатии, так как значение ее публичной дипломатии возрастает по мере того, как Корея растет на международном уровне. В то время, когда Южная Корея была слабой страной или только ступающей на путь особенного развития, корейская дипломатия была лишь пассивным ответом международным вызовам. В отличие от, например, дипломатии Соединенных Штатов или Китая, которые могут объединить мягкую и жесткую силу в своей дипломатии, или полностью переориентировать направление политики, существует растущая потребность в создании уникального имиджа и идентичности в Корее с помощью мягкой силы, и ее роли «координатора» в регионе. Иными словами, необходим переход от пассивной самонаправленной дипломатии к активной дипломатии,

и прежде всего, такое развитие предполагает ориентацию на сферу публичной дипломатии.

Но, тем не менее, на 2011 г. существующая в Южной Корее публичная дипломатия - путь ограничений. Несмотря на растущее значение публичной дипломатии в корейской дипломатии, существовавший подход к публичной дипломатии имел много возможностей для совершенствования. Во-первых, корейская общественная дипломатия ориентирована на культурную дипломатию, ввиду чего, существуют области, которые были исключены или проигнорированы в области публичной дипломатии, и ее цель в определенный момент не была четко определена и не содержала до определенного момента специальных стратегий.

Безусловно, культурная дипломатия является одной из приоритетных областей практически для каждой страны. Культурная дипломатия - это метод проведения публичной дипломатии, но, тем не менее, только область культурной дипломатии не может быть публичной дипломатией сама по себе. Соответственно, в Южной Корее активизация корейской публичной дипломатии требовала большой трансформации идей, выходящих за рамки культурной дипломатии<sup>1</sup> - развитие содержания публичной дипломатии, включающей в себя исторический опыт, ценности и культуру Кореи, которые на тот момент еще находились в разработке. Этот вопрос был актуален, так как в конечном счете успех публичной дипломатии зависит от улучшения состава и качества корейского имиджа, который стремится воплотить публичная дипломатия. Для того чтобы сделать качественный скачок в корейской публичной дипломатии, необходимо было внедрить инновационные стратегии

---

<sup>1</sup> 한국공공외교 추진체계연구 및 전략 수립 『한국 공공외교의 거버넌스 시스템 개혁을 위한 제언』. URL: file:///C:/Users/1/Downloads/한국%20공공외교의%20거버넌스%20시스템%20개혁(박철희).pdf (дата обращения: 16.03.2020).  
Исследование системы продвижения корейской публичной дипломатии и разработка стратегий.  
Предложения по реформе системы управления корейской публичной дипломатией.

преодоления вышеперечисленных моментов, что сподвигло правительство РК предпринять меры по расширению своего влияния в публичной дипломатии.

Иными словами, в дипломатической деятельности РК были сформированы определенные проблемные области - Арктическая научная дипломатия («Arctic Science Diplomacy»), миротворческие операции ООН, кибербезопасность в глобальном сетевом управлении и т.д. В качестве инициативы публичной дипломатии в 2014 г. была создана глобальная сеть публичной дипломатии (the Global Public Diplomacy Network (GPDNet)) для того, чтобы развить сотрудничество между слабо определенными средними державами, вносящими свой вклад в международное сообщество через культурные инициативы и инициативы гражданского общества, не допуская при этом верховенства таких «гигантов», как Великобритания или Германия. Среди членов этой организации выделяют Венгрию, Нигерию, Филиппины, Швецию и т.д.

Что касается культурного сотрудничества и обменов, то Корея расширила обмен и сотрудничество с российскими местными и федеральными органами власти, продвигая корейскую культуру во время городских мероприятий в Ростове-на-Дону, Владивостоке и Калининграде. В русле усилий по расширению основ развития корейско-российских отношений и углублению взаимопонимания народов планируется создание «Российско-корейского общества», представляющего собой организацию, состоящую из российских дружественных сетей к Корее, с целью реализации публичной дипломатии.<sup>1</sup>

Таким образом, корейское правительство проявляет активное участие в деятельности публичной дипломатии. С конца 1980-х гг. оказывалась обширная поддержка развитию культурного продукта, и, хотя успех феномена Корейской волны не был изначально запланирован, в начале роста

---

<sup>1</sup> Securing Peace and Stability on the Korean Peninsula. URL: [file:///C:/Users/1/Downloads/2013\\_part2.pdf](file:///C:/Users/1/Downloads/2013_part2.pdf) (дата обращения: 20.03.2020).

популярности корейской культуры за рубежом корейское правительство сумело разглядеть открывающиеся возможности и воспользоваться ими. С начала появления «Халлю» корейское правительство играло активную роль в содействии средствам массовой информации в пропаганде корейской народной культуры во всем мире, и сегодня эти усилия приносят свои плоды.

## **2.2 Концепция «новой публичной дипломатии» РК и роль корейских СМИ в мировой политике (роль НПО)**

Усилия публичной дипломатии в Корее, особенно «новой публичной дипломатии», начали активно проявляться в конце 2000-х годов. В 2008 году министр иностранных дел Мен Хван сделал акцент на «дипломатии мягкой силы», «укрепление национального бренда и увеличение влияния в международном сообществе», а министр иностранных дел и торговли Ким Сон Хван, вступивший в должность в 2010 году, сказал: «Публичная дипломатия является ключевым элементом комплексной дипломатии, которую проводит наше правительство, и для достижения целей нашей дипломатии все правительственные ведомства, компании, гражданское общество должны работать в комплексе». Приверженность министра иностранных дел этой политике как раз таки повлекла за собой изменения в корейской дипломатии.<sup>1</sup>

Концепция «новой публичной дипломатии» включает в себя более развитый информационный и сетевой компонент. В XXI в. "новая публичная дипломатия" - это традиционная дипломатия XX в., а также некоторые ее отличительные черты. Во-первых, дипломатические субъекты и их направленность диверсифицируются. Конец XX в., мир быстрого прогресса и демократии с распространением и включением традиционных

---

<sup>1</sup> 한반도 통일공공외교 추진전략(II) 황병덕·박영호·임강택·전병곤·조한범 강동완·김갑식·김태환·이기태. 통일연구원, 2013. - P.24.

Стратегия продвижения общественной дипломатии Объединения на Корейском полуострове

государственных акторов в публичную дипломатию в дополнение к международным организациям, НПО, бизнесу и даже частным лицам, подъем так называемой «народной власти» не только привел к появлению частных негосударственных акторов в качестве активных субъектов общественных и международных отношений, но и привел к более широкой и фрагментированной сфере деятельности данных организаций.<sup>1</sup>

Во-вторых, стратегия «открытой» дипломатии и в целом мягкая сила, которая стала важным иностранным активом в XXI в., является дипломатическим средством, которое, в отличие от жесткой силы, сравнительно легко доступно частным структурам. Мягкая сила может быть охарактеризована как средство с относительно недорогими ресурсами и затратами, а также, например, в случае с цифровыми ресурсами, более широким охватом распространения. Новые средства массовой информации вскоре стали важным средством международных связей, и «новая публичная дипломатия» может быть охарактеризована, как средство «открытого общения». Дипломатия прошлого века отличалась односторонней формой публичной дипломатии и информационного дефицита, исключительностью доступа к информации. Однако в условиях информационно-коммуникационной революции XXI в. способ доставки информации характеризуется горизонтальностью, двунаправленностью и симметрией, в отличие от методов прошлого века, и потому мы можем говорить о процессе «открытой коммуникации», являющегося ядром симметричного обмена и диалога, а не односторонней коммуникации, отражающей эти характеристики. Таблица 2<sup>2</sup> показывает различия между традиционными международными и

---

<sup>1</sup> Ibid. P.15.

<sup>2</sup> 통일공공외교 추진전략(II): 한국의 주변 4국 통일공공외교의 실태 연구(총괄보고서). URL:

file:///C:/Users/1/Downloads/한반도%20통일공공외교%20추진전략(II).pdf (дата обращения 20.10.2020).

Стратегия продвижения общественной дипломатии Объединения (ii): Изучение фактического положения общественной дипломатии в четырех соседних странах Кореи(Общий доклад).

публичными международными отношениями XX в. и «новой публичной дипломатией» XXI в., сравнивая ключевые элементы дипломатии.

Таблица 2. Традиционная дипломатия и публичная дипломатия в 20 в., новая публичная дипломатия 21 в.

Элементы дипломатии	Традиционная дипломатия	Публичная дипломатия 20 в.	Новая публичная дипломатия 21 в.
Предмет	Правительство	Правительство	Правительство, неправительственные организации
Объект	Правительство	Неправительственные организации	Неправительственные организации, глобальное пространство
Ресурсы и активы	Жесткая сила	Жесткая сила, мягкая сила	Мягкая сила
Элементы дипломатии	Традиционная дипломатия	Публичная дипломатия 20 в.	Новая публичная дипломатия 21 в.
СМИ, информационное пространство	Диалог со СМИ на правительственном уровне	Кампания по продвижению проверенных СМИ и источников	Диверсификация цифровых медиа
Тип отношений	По горизонтали (межправительственный)	Вертикальный односторонний, ассиметричный	Горизонтальный двунаправленный, симметричный
Форма общения	Закрытые переговоры	Закрытые переговоры	Открытое общение



Мы можем видеть, что в качестве субъектов «новой публичной дипломатии» выделяют не только правительство, как в традиционной дипломатии и в публичной дипломатии XX в., но и различные неправительственные субъекты. В качестве ресурсов, если ранее преобладала все-же жесткая сила, опора «новой публичной дипломатии», соответственно, исключительно мягкая сила. В качестве методов «новой публичной дипломатии», в отличие, например, от дипломатии XX в., определяются медиа и цифровые пространства, которые играют большую роль в сегодняшней публичной дипломатии РК.

Известно, что СМИ, по мере развития, традиционно оказывали влияние на международные отношения, на ход конфликтов и поиск путей их разрешения. В первую очередь, СМИ сегодня воспринимают как метод воздействия на общественное мнение, возможность усиления или распространения определенных позиций, а также убеждения в их актуальности или необходимости. Соответственно нынешний этап развития общества «новой публичной дипломатии», характеризующийся широким распространением информационных технологий, создает новые возможности для разрешения конфликтов за счет использования новых каналов коммуникации и воздействия на конфликтующие стороны методом цифровой коммуникации или электронной среды (Интернет), который как-раз таки создает условия для глобальной коммуникации. Это позволяет синтезировать, выработать или распространить новые знания или определенные актуальные.

В условиях информационной революции существенные изменения претерпевают как средства массовой коммуникации, так и сама международная политика. На современном этапе развития информационного общества важную роль играют Web 2.0 технологии (наиболее известны среди них социальные сетевые сервисы Facebook, Twitter, ВКонтакте и др.)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Публичная дипломатия. Теория и практика. URL: <https://mgimo.ru/upload/iblock/c2e/Макет%20Публичная%20дипломатия.pdf> (дата обращения: 28.07.2020).

Влияние таких социальных медиа как элементов «новой публичной дипломатии» может быть разным, в частности, они могут как способствовать развитию публичной дипломатии и сотрудничеству между странами, так и провоцировать конфликты.

В Южной Корее популярность использования методов публичной дипломатии резко возросла с конца 1990-х гг. Разразившийся финансовый кризис 1997 г. показал большие возможности публичной дипломатии. Стало понятно, что опора корейского правительства на экономические аспекты ненадежна, многие из корейских компаний на тот момент разорились или переориентировались. Например, популярная компания «Самсунг» начали заниматься цифровым телевидением и мобильными телефонами. Те компании, которые не имели возможности оставаться на рынке, исчезли. И внимание корейского правительства и инвестиции в индустрию развлечений появилось, когда стало понятно, что рост популярности национальных артистов способствует притоку туристов, что позволяет вывести страну на «новый уровень» методами исключительно публичной дипломатии.

На данный момент Южная Корея является одним из ведущих мировых экспортеров культуры наряду с Японией и Великобританией. Корейское правительство финансирует перевод сериалов на различные языки, которые затем выгодно продаются. Южная Корея показывает нам эффективный путь продать людям не только культуру, но и целую индустрию на своих условиях. Сегодня популярная корейская музыка (k-pop) стала для Южной Кореи одним из основных способов диалога страны с миром, а также важной частью экономики страны, наравне, например, с компаниями «Самсунг» и «Хёндай».

Сегодня корейские артисты являются «проводниками» Южной Кореи в мировой политике. В 2018 году группа артистов выступала с речью на церемонии запуска программы ЮНИСЕФ Generation Unlimited, а также популярные корейские музыкальные группы выступали на церемонии

закрытия Зимних Олимпийских игр в Пхёнчхане в 2018 году. Все это является заслугами Корейской волны («Халлю»).

Корейская волна, начавшаяся с 1990-х гг., в корне изменила восприятие и общий национальный образ Южной Кореи. Изначально корейская волна была простым культурным явлением в конкретном регионе, однако рост и влияние значительно превзошли ожидания. Сегодня, Южная Корея имеет одну из самых больших историй национального успеха XX в.<sup>1</sup> Тем не менее, успех корейской волны объясняется тем, что корейские компании, связанные с индустрией развлечений, способны финансировать производство шоу и фильмов с бюджетом гораздо выше, чем в большинстве стран Азии. В свою очередь, Азиатские новостные сайты подчеркивают важность национального ребрендинга, произошедшего благодаря Корейской волне.

Можно сказать, что сегодня Азия ассоциируется (особенно в плане культуры) не с Японией или с Китаем, а с Южной Кореей. Южная Корея имеет свой уникальный продукт, в котором, в отличие от японской ориентации на исключительно национальные особенности во всех отраслях культуры, или от китайского смешения восточных традиций с западной культурой, ориентирована на тенденции массовой культуры со смешиванием культурных особенностей, но не на исключительной ориентации на них. Это позволяет корейскому культурному продукту идти вперед.

Корейская волна позволяет улучшить имидж страны, распространить свою культуру гораздо быстрее, чем, например, стандартные методы воздействия в РФ. Сейчас эксперты говорят о стабильном росте экспорта корейского культурного продукта в долгосрочной перспективе. Во многом Корейская волна обязана развитию социальных сетей (Facebook, Line, KakaoTalk) и онлайн видео-платформ (YouTube, Dailymotion). Именно они

---

<sup>1</sup> Буреав, Д.И. Гармаханов М.Ц. Корейская волна и мягкая сила. стратегия развития и распространения / Д.И. Буреав, М.Ц. Гармаханов. URL: <https://docplayer.ru/31171705-D-i-buraev-m-c-garmahanov-koreyskaya-volna-i-myagkaya-sila-strategiya-razvitiya-i-rasprostraneniya.html> (дата обращения: 10.08.2020).

помогли корейской индустрии развлечений достичь успеха у зарубежной аудитории и заручиться поддержкой западных спонсоров.

Как уже было упомянуто выше, медиа-пространство и СМИ играли большую роль в распространении «Халлю», и в формировании имиджа страны на международной арене в частности. Корейская пресса появилась в 1883 г., и корейские журналисты являлись своего рода «голосом родины». Затем, информатизация общества и распространение интернет-технологий дали импульс к появлению и распространению крупных поисковых и новостных порталов, таких, как «Нейвер» («Naver») и «Даум» («Daum»), а также сейчас набирают популярность такие источники новостей, как интернет-подкасты, например, «PAPAI» и «MAMAI», и они оказываются более влиятельными, чем традиционные СМИ.

В целом, в Южной Корее СМИ сегодня играют большую роль, так как страна широко известна сегодня своими популярными инфо-продуктами, а также большое количество людей сегодня составляют интернет-пользователи, в соответствие с которыми меняются направления и приоритеты развития в области. Образованный слой населения Южной Кореи сегодня поддерживает свободу СМИ. И несмотря на то, что формально цензуры в стране нет, государство ведет жесткий контроль за всеми источниками информации в стране, включая интернет, который в настоящее время может не только конкурировать с популярными СМИ-каналами, но и в некоторой мере обгонять их. Тем не менее, в 2004 г. правительство сняло большую часть запретов медиа-сферы, при этом оставив наиболее устойчивые их положения (например, было запрещено транслировать японские сериалы по телевидению).

Что касается вопроса освещения российских новостей в СМИ Республики Корея, то здесь выявляются сложности: во-первых, нехватка корейских корреспондентов, работающих в России; во-вторых, дефицит достоверных новостей о России; в-третьих, получение новостей о России из

западных СМИ и, как следствие, искажённое представление о российской действительности в Республике Корея. В настоящее время существует объективная необходимость в изложении реальной российской действительности в корейских СМИ, так как развитие дипломатических отношений демонстрирует высокий уровень, однако, до сих пор население обеих стран мало знает друг о друге. Необходима более полная и объективная информация, как о политике России, так и о её культуре, науке и других областях<sup>1</sup>.

Если сравнивать материалы русских и корейских СМИ в целом, можно сказать, что чаще всего русские СМИ, упоминая в своих материалах Южную Корею, пишут об исторических особенностях страны и корейского общества, научных открытиях и инновациях, а также о путешествиях по Южной Корее и национальном спорте. В свою очередь, корейские СМИ чаще всего освещают материалы культурной и политической направленности.

Журналисты Южной Кореи чаще всего раскрывают определенные темы для создания определенного образа России, который впоследствии имеет большое значение при культурном диалоге двух стран, что, в свою очередь, является непосредственно прямым доказательством того, насколько большую роль играют НПО и сфера публичной дипломатии в международных отношениях. Самыми популярными темами и в корейских, и в русских СМИ в последние годы являются политика, культура и путешествия.

Сегодня нельзя отрицать роль СМИ как метода воздействия публичной дипломатии, и то, что СМИ являются одним из основных каналов межкультурной коммуникации. СМИ имеют возможность формировать положительный и отрицательный образы государств, поддерживать их имидж, или создавать стереотипы, которые затем трудно разрушить. Особенно диалог

---

<sup>1</sup> Чой, Е.А. Особенности функционирования СМИ Республики Корея (на примере освещения российских новостей) / Е.А. Чой. URL: <https://scipress.ru/philology/articles/osobennosti-funktsionirovaniya-smi-respubliki-koreya-na-primere-osveshheniya-rossijskikh-novostej.html> (дата обращения: 5.05.2020).

Южной Кореи и России, с помощью которого страны могут формировать определенный облик и косвенно влиять на ситуацию как внутри страны, так и за ее пределами.

### 3 Публичная дипломатия РФ и РК

#### 3.1 Сравнительный анализ публичной дипломатии РФ и РК

В связи с глобализацией, развитием коммуникационных технологий и необходимостью расширения внешних связей, интерес к публичной дипломатии возрастал. Публичная дипломатия в России является относительно «новым» понятием, и, по сравнению с Южной Кореей, проходила по своему собственному уникальному пути.

Известно, что методы публичной дипломатии использовались государствами во внешней политике на протяжении веков, однако лишь в XX веке начало появляться осознанное отношение и внимание к данному явлению. В СССР термины «мягкая сила» и «публичная дипломатия» соответственно не были так распространены, как, например, в США, хотя в СССР были заложены институциональные основы «мягкой силы» современной России, вновь ставшие актуальными и востребованными после начавшегося в 2000-х гг. возрождения державы. Уже в 1920-е гг. в Советском Союзе появились институты, которые сегодня можно было бы охарактеризовать как систему «мягкой силы» и публичной дипломатии внешнеполитической направленности<sup>1</sup>. Основными направлениями были образование, наука, культура и информационно-пропагандистская деятельность.

В СССР были созданы культурно-просветительские организации - Союз советских обществ дружбы и культурной связи с зарубежными странами (ССОД) и Всесоюзное общество культурной связи с заграницей (ВОКС), образованными в 1958 и 1925 годах соответственно. Всесоюзное общество культурной связи с заграницей (ВОКС) занималось вопросами культурных связей с зарубежными странами и координировало эту работу в масштабе

---

<sup>1</sup> Наумов, А.О. От Советского Союза к Российской Федерации: эволюция отечественной системы «мягкой силы» и публичной дипломатии / А.О. Наумов. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-sovetskogo-soyuza-k-rossiyskoy-federatsii-evolyutsiya-otechestvennoy-sistemy-myagkoy-sily-i-publichnoy-diplomatii/viewer> (дата обращения: 1.03.2020).

государства. В 1958 году многочисленные общества дружбы были объединены в Союз советских обществ дружбы (ССОД), который стал правопреемником ВОКС.<sup>1</sup> Продолжателем деятельности данных организаций в РФ стала РАМС.

В РФ к концу XX в. публичная дипломатия стала трансформироваться в государственную политику, имевшую солидную теоретическую, законодательную и материальную базы. В 1992 г. был создан международный союз общественных объединений - Российская ассоциация международного сотрудничества (РАМС), цель которой была координация работы российских негосударственных структур в сфере публичной дипломатии. Затем был создан Российский центр международного научного и культурного сотрудничества при Министерстве иностранных дел Российской Федерации (Росзарубежцентр)<sup>2</sup>, благодаря которому в дальнейшем был осуществлен широкий комплекс мероприятий – Дни России в странах Латинской Америки (2008 год), Год русского языка (2007 год), и т.д.

Что касается Южной Кореи, Служба культуры и информации Кореи (KOCIS) была основана в 1971 году и, как таковая, является одной из самых первых общественных инициатив по продвижению культуры в Корею. Согласно официальной веб-странице, KOCIS «служит коммуникационным мостом для того, чтобы продвигать Южную Корею за рубежом, распространять и расширять международные культурные обмены и т.д.». Сегодня KOCIS имеет 32 культурных центра по всему миру в 27 странах<sup>3</sup>, и делает все возможное, чтобы сыграть важную роль в улучшении общего имиджа Кореи, широко продвигая корейский национальный бренд по всему миру. Что касается самого термина «публичная дипломатия», в РК он не употреблялся на официальном уровне до 2010 г.

---

<sup>1</sup> Российская ассоциация международного сотрудничества. URL: <http://rams-international.ru/history> (дата обращения: 19.07.2020).

<sup>2</sup> Краткая историческая справка. URL: <https://reading-hall.ru/publication.php?id=2525M> (дата обращения: 10.01.2020).

<sup>3</sup> Ministry of Culture, Sports and Tourism / Korean Culture and Information Service. URL: <http://www.kocis.go.kr/eng/openGreetings.do> (дата обращения: 10.01.2020).



В целом, в РК проводится обширная культурная политика. У внешней культурной политики существует ряд специфических задач: содействие осуществлению процесса межкультурного взаимодействия, развитие культурных связей, установление взаимопонимания между народами через организацию культурных обменов, обогащение собственной национальной культуры за счет приобщения к лучшим культурным достижениям человечества, сохранение культурного разнообразия в мире<sup>1</sup>. Цель внешней культурной политики это распространение собственной культуры в мире, а также формирование предоставления граждан и их знакомство с достижениями в области науки, культуры и образования других стран.

Итак, сравнивая публичную дипломатию РФ и РК в конце XX в., можно сказать об особенностях «Халлю» (Корейская волна). В Южной Корее в конце 1990-х годов Корейская волна впервые распространилась по всей Восточной Азии, когда корейская телевизионная драма «Что такое любовь» стала популярна в Китае и Вьетнаме, а также к тому моменту корейские музыкальные группы становились более популярными. С того момента драмы и корейская музыка обретали популярность за пределами Восточной Азии и распространялись в таких странах, как Мексика, Малайзия, Египет, Россия, Узбекистан, Монголия, США и еще в ряде европейских стран. Успех Корейской волны объясняют как внутренними, так и внешними факторами. Внутри страны корейская культура поддерживалась экономически (инвестициями в первую очередь). Также не исключают американское влияние на развитие корейской культуры, что способствовало в дальнейшем ее зарубежному распространению, а также ее «универсальности». «Корейская волна» в дальнейшем способствовала росту туризма, иммиграции и экспорта.

На тот момент в РФ не существовало аналогов Корейской волны, и на протяжении 1990-х - начала 2000-х гг. образованные ранее институты «мягкой

---

<sup>1</sup> Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. Выработка определения внешней культурной политики в современном научном дискурсе. URL: <https://www.gramota.net/materials/3/2012/4-1/5.html> (дата обращения: 4.09.2020).

силы» и публичной дипломатии функционировали скорее по инерции, страдая от хронического недофинансирования, кадрового голода и множества других проблем. Но в 2000-х гг. ситуация в РФ начала меняться.

В 2000-е годы в Концепции внешней политики Российской Федерации в первый раз было упомянуто о публичной дипломатии, а в 2008 году в обновленной версии Концепции РФ появляется понятие «публичная дипломатия». В 2003 г. в ходе опросов было выявлено, что, на основе осведомленности иностранцев о российских брендах, единственными брендами, о которых могли подумать иностранцы, были автоматы Калашникова и коктейли Молотова.<sup>1</sup> Тогда 12 июля 2004 г. на пленарном заседании совещания послов и постоянных представителей России В.В. Путин заявил, что представления о России в мире очень часто далеки от реальности, в связи с чем «посольства и другие зарубежные представительства должны принять активное участие в формировании непредвзятого благоприятного представления о внутренней и внешней политике Российской Федерации, о ее истории, о ее культуре, о сегодняшнем развитии»<sup>2</sup>. С того момента начинает возрастать актуальность публичной дипломатии в РФ, и именно с этого момента активно начинают финансироваться различные инициативы по созданию положительного образа России за рубежом.

В Южной Корее к тому моменту, также в связи с растущей ядерной угрозой со стороны Северной Кореи в 2000-х гг., корейское правительство решило сосредоточить свои усилия на необходимости мира и возможного воссоединения на корейском полуострове. С этой целью корейское правительство активно участвовало в деятельности широкого круга международных организаций. Она также участвовала в международных

---

<sup>1</sup> Evans, J. Spinning Russia // Foreign Policy / J. Evans. URL: <http://foreignpolicy.com/2005/12/01/spinning-russia/> (дата обращения: 26.06.2020).

<sup>2</sup> Выступление на пленарном заседании совещания послов и постоянных представителей России // Официальный сайт Президента России. URL: <http://archive.kremlin.ru/text/appears/2004/07/74399.shtml> (дата обращения: 18.04.2021).

диалогах по таким вопросам, как сокращение вооружений, экономическое развитие, а также терроризм и права человека.

К 2005 г. в РК основными объектами политики была «открытая дипломатия». МОФАТ активизировал интерактивный диалог с общественностью, чтобы заручиться поддержкой и пониманием народа в вопросах внешней политики. В рамках таких усилий он также расширил интерактивный обмен мнениями с местными организациями и НПО. Кроме того, опираясь на позитивный имидж Корейской волны, МОФАТ занимается общественной дипломатией, активизируя культурную и пропагандистскую деятельность для дальнейшего укрепления национального имиджа как ведущей страны в культурной дипломатии.<sup>1</sup> Также Южная Корея стала первой страной, которая создала Консульский колл-центр<sup>2</sup>, укрепив систему организации рабочей силы в консульских делах.

Были сформированы и направлены Группы быстрого реагирования для защиты граждан за рубежом в случае инцидентов. Учитывая меняющиеся дипломатические требования в эпоху глобализации и информации, МОФАТ предпринял решительные меры по реорганизации системы, в полной мере преследуя свои национальные интересы и постоянно стремясь построить более конкурентоспособное и перспективное министерство XXI в.

Корейская ассоциация публичной дипломатии продвигает проекты в трех областях: продвижение Кореи посредством знаний и публичной дипломатии, улучшение понимания основных направлений политики Кореи посредством публичной дипломатии и культурная публичная дипломатия, которая активно использует «Халлю» и К-Поп культуру. Корейская волна была в центре маркетинговой кампании Global Korea, и можно сказать, что

---

<sup>1</sup> Diplomatic White Paper 2006. URL: [file:///C:/Users/1/Downloads/586\\_file\\_2006\\_eng%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/1/Downloads/586_file_2006_eng%20(1).pdf) (дата обращения: 23.05.2020).

<sup>2</sup> Ibid.

благодаря Корейской волне изменились восприятие и образ Южной Кореи в мире.

Бесспорно, информационная составляющая является важным компонентом публичной дипломатии, но помимо нее существует огромное количество других элементов, например, популяризация языка. Именно для этой цели в 2007 г. был создан фонд «Русский мир», учредителями которого выступили Министерство иностранных дел РФ и Министерство образования и науки РФ<sup>1</sup>. В соответствии с тенденцией укрепления публичной дипломатии, которая наблюдалась при запуске Фонда, публичная дипломатия с корейской стороны развивается более обширно с точки зрения ее широты и содержания, особенно в области культуры. В РК, вместе с продвижением южнокорейской культуры и южнокорейского развлекательного контента, также осуществляется популяризация корейского языка и привлекаются иностранные студенты в университеты Южной Кореи. Корейский язык преподаётся в корейских культурных центрах (ККЦ), подведомственных Министерству культуры, спорта и туризма.

В РК, как упоминалось ранее, термин «публичная дипломатия» не использовался официально до тех пор, пока корейское правительство не объявило 2010 год первым годом корейской публичной дипломатии. Был создан Корейский форум публичной дипломатии, а Закон о публичной дипломатии был принят и вступил в силу в 2016 году после назначения посла в области публичной дипломатии, установления политики публичной дипломатии и содействия реализации пилотных проектов в области публичной дипломатии. Между тем, Бюро культурного сотрудничества стало Бюро по делам культуры (Бюро культурной дипломатии на корейском языке), тем самым формализовав использование термина культурная дипломатия на корейском языке. С тех пор Бюро культурной дипломатии претерпело

---

<sup>1</sup> Указ Президента РФ от 21 июня 2007 г. «О создании фонда «Русский мир» // Российская газета. - 23.06.2007. - URL: <http://www.rg.ru/2007/06/23/fond-dok.html> (дата обращения: 15.05.2020).

несколько реорганизаций, и сегодня оно называется Бюро общественной дипломатии и культуры, и состоит из пяти отделов и одной команды: культурное сотрудничество, региональная публичная дипломатия и др.

Итак, для обеспечения стабильной и успешной реализации программы публичной дипломатии в РК была создана правовая инфраструктура с помощью законодательства, инициированного Национальным Собранием, а в 2016 году был принят первый Закон Кореи о публичной дипломатии.<sup>1</sup> Стратегия корейской публичной дипломатии публично объявлена и полностью основана на Первом Генеральном плане корейской публичной дипломатии (2017-2021 гг.), принятом Комитетом публичной дипломатии 10 августа 2017 г. Генеральный план описывает текущее состояние и проблемы деятельности корейской публичной дипломатии, а также возможности роста в данной области.

Что касается законодательной структуры РФ в области публичной дипломатии, согласно Концепции внешней политики Российской Федерации от 2016 г., неотъемлемой составляющей современной международной политики становится использование для решения внешнеполитических задач инструментов «мягкой силы», прежде всего возможностей гражданского общества, информационно-коммуникационных, гуманитарных и других методов и технологий, в дополнение к традиционным дипломатическим методам.<sup>2</sup> В документе (по сравнению с текстом Концепции 2013 г.) была подчеркнута значительная роль инструментов «мягкой силы». Информационные факторы влияния государства на международную политику были актуализированы, и, по сравнению с Концепцией 2013 г., в 2016 г. был

---

<sup>1</sup> Указ Президента РФ от 21 июня 2007 г. «О создании фонда «Русский мир» // Российская газета. - 23.06.2007. - URL: <http://www.rg.ru/2007/06/23/fond-dok.html> (дата обращения 15.05.2020).

<sup>2</sup> Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена Президентом Российской Федерации В.В.Путиным 30 ноября 2016 г.). URL: [https://www.mid.ru/foreign\\_policy/official\\_documents/-/asset\\_publisher/CptICk6BZ29/content/id/2542248](https://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICk6BZ29/content/id/2542248) (дата обращения: 15.06.2020).

сделан акцент на особую роль «мягкой силы», а не как на противоправный компонент вмешательства в дела государства.

Также 9 декабря 2013 г. Владимир Путин подписал Указ «О некоторых мерах по повышению эффективности деятельности государственных средств массовой информации». В соответствии с ним, основным направлением деятельности федерального государственного унитарного предприятия «Международное информационное агентство «Россия сегодня» является освещение за рубежом государственной политики Российской Федерации и общественной жизни в Российской Федерации.

Влиятельная группа в системе «мягкой силы» России это отечественные акторы публичной дипломатии, работающие в медийном и информационном пространстве: «Россия сегодня» и основанное им новостное агентство «Спутник», интернет-ресурсы МИД и других правительственных ведомств. Новостные сайты «Спутника» переведены на более чем тридцать языков. Также популярны социальные сети агентства. Еще один действенный инструмент мягкой силы РФ - это информационный телеканал RT, запущенный в 2005 г. под названием «Russia Today». Это один из популярных средств массовой информации, работающий на подачу информации в глобальном масштабе.

В 2013 г. RT стал первым в мире новостным телеканалом, преодолевшим миллиардную отметку просмотров на YouTube. В январе 2017 г. RT официально вошел в число телеканалов, которые транслируются в штаб-квартире Организации Объединенных Наций<sup>1</sup>. Сегодня очень активно RT действует в рамках публичной дипломатии 2.0, используя для этого целый ряд аккаунтов в социальных сетях на иностранных языках, разного рода приложения и т.п. Большое внимание уделяется развитию цифровой дипломатии и на уровне отдельных российских госструктур.

---

<sup>1</sup> RT войдет в официальную телесеть ООН. URL: <https://tass.ru/obschestvo/3946428> (дата обращения: 10.07.2020).

На тот момент Республика Корея прикладывала большие дипломатические усилия для реализации своего видения "Глобальной Кореи" в последний год правления администрации Ли Мен Бака, одновременно справляясь с различными вызовами на уровне Корейского полуострова, Северо-Восточной Азии и мирового сообщества в быстро меняющейся дипломатической обстановке. В частности, в рамках этих усилий правительство РК сосредоточилось на решении основных дипломатических вопросов и выполнении задач в соответствии со своими четырьмя ключевыми внешнеполитическими направлениями: «дипломатия безопасности, завоевывающая общественное доверие», «дипломатия, способствующая глобальному процветанию», «дипломатия, обеспечивающая будущий рост власти», «дипломатия, служащая обществу».<sup>1</sup>

В 2015 году корейское правительство начало туристическую кампанию «Visit Korea 2016-2018». Одной из примечательных особенностей этой кампании была автобусная K-Travel программа, которая предлагала туристам возможность совершить экскурсии с гидом по всей Корее. Места назначения включали в себя среди прочего места съемок различных известных дорам.

В настоящее время корейские субъекты публичной дипломатии включают в себя национальное правительство, правительственные учреждения, местные органы власти и участников частного сектора. К национальным государственным структурам относятся прежде всего Министерство иностранных дел, Министерство культуры, спорта и туризма, Министерство образования и т. д. В число правительственных учреждений входят, в частности, Корейский фонд и Национальный институт международного образования. Генеральный план оценивает корейскую публичную дипломатию в соответствии с тем, что с развитием глобализации,

---

<sup>1</sup> Diplomatic White Paper 2013 (part1-2). URL: [http://www.mofa.go.kr/eng/brd/m\\_5684/list.do?page=2&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi\\_itm\\_seq=0&itm\\_seq\\_1=0&itm\\_seq\\_2=0&company\\_cd=&company\\_nm=](http://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_5684/list.do?page=2&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=) (дата обращения: 07.10.2020).

информационных технологий и демократизации число участников публичной дипломатии значительно возросло<sup>1</sup>.

Краткая история публичной дипломатии в Корее говорит о том, что мало кто из граждан понимают ее деятельность, природу и предназначение. И для того, чтобы преодолеть эти проблемы, правительство Кореи решили поднять общественное признание публичной дипломатии и поддержать ее систему реализации. Правительство также способствовало признанию и распространению общественного консенсуса в отношении публичной дипломатии.

Принимая во внимание все эти факторы, корейское правительство сформулировало свое видение публичной дипломатии как «донесение привлекательности Кореи до всего мира». Для реализации этого видения оно поставило следующие четыре цели: 1) повысить национальный престиж и имидж за счет использования богатых культурных ценностей, таких как «Халлю», зимние Олимпийские игры 2018 года в Пхенчхане, а также туризма; 2) распространить современные знания и понимание Кореи путем исправления фактических ошибок в иностранных учебниках и продвижения корейских исследований и курсов корейского языка за рубежом.; 3) создать благоприятную стратегическую среду для своей политики путем повышения уровня понимания нашей политики иностранными лидерами общественного мнения и постоянно проживающими иностранцами в Корее; 4) улучшить возможности субъектов публичной дипломатии, и, тем самым, создать систему взаимного сотрудничества.<sup>2</sup>

Россия, в свою очередь, сегодня развивает публичную дипломатию. Российский МИД ведет работу с российскими НПО, раз в год происходят

---

<sup>1</sup> Choi, Kwang-jin. The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy: History and Current Status / Kwang-jin Choi. URL: [file:///C:/Users/1/Downloads/The%20Republic%20of%20Korea\\_s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready\\_2.3.19.pdf](file:///C:/Users/1/Downloads/The%20Republic%20of%20Korea_s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready_2.3.19.pdf) (дата обращения: 15.03.2021).

<sup>2</sup> Ibid.



встречи министра С. Лаврова с представителями НПО, даются разъяснения относительно внешнеполитических интересов России за рубежом, чтобы российские НПО в своей деятельности не действовали вопреки российским интересам из-за своей неосведомленности об этих интересах. Специфика взаимодействия НПО со специализированными международными организациями заключается в том, что НПО из-за своей неосведомленности иногда мешают работе МПО, так как отстаивают интересы конкретных игроков и не понимают специфики обсуждаемых проблем. Например, экологические НПО часто не знакомы с конкретной спецификой, скажем, в Арктике<sup>1</sup>. В ходе одного из интервью было высказано мнение, что общество само не должно заниматься публичной (народной) дипломатией. Не факт, что гражданин одного государства за рубежом будет высказывать мнение, соответствующее национальным интересам. Поэтому существует мнение, что публичной дипломатией должны заниматься только дипломаты, которые понимают всю систему национальных интересов.

Как РФ, так и РК сегодня имеют стремления и возможности для развития публичной дипломатии, хотя обе страны развиваются в данном направлении непрерывно. Спортивная дипломатия стран как элемент их неповторимого развития с каждым годом становится более популярной, и ее рассматривают как частный случай дипломатии. Тем не менее, несмотря на то, что понятие «спортивная дипломатия» недостаточно разработано в современной науке, на практике существует немало примеров, когда спорт принимал на себя дипломатические функции и способствовал установлению отношений между государствами или, по крайней мере, помогал преодолеть напряженность между ними<sup>2</sup>. Многие виды спорта использовались в разные

---

<sup>1</sup> Публичная дипломатия: Теория и практика: Научное издание / Под ред. М. М. Лебедевой. - М.: Изд-во «Аспект Пресс», 2017. - С. 16.

<sup>2</sup> Боголюбова, Н. М., Николаева, Ю. В. Геополитика спорта и основы спортивной дипломатии. / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. - М.: Юрайт. 2018, С. 6.

годы в разных странах в качестве способов решения осложнений отношений между государствами.

Спорт является одной из важнейших и неотъемлемых частей человеческой культуры, а спортивные контакты являются частью культурных контактов любой страны – в этом значение спортивной дипломатии и ее «родство» с культурной дипломатией. В концепции внешней культурной политики России заявлено, что «важным средством взаимопонимания, выражением доброй воли и укрепления отношений между народами должны рассматриваться связи в сфере физической культуры и спорта. Контакты по линии спортивных федераций, обществ, клубов путем обмена спортивными делегациями, тренерами и специалистами, а также посредством участия спортсменов и команд в международных спортивных состязаниях создают благоприятный климат для межгосударственного взаимодействия»<sup>1</sup>.

Как и внешняя культурная политика и национальный брендинг, спортивная дипломатия способствует улучшению восприятия страны в мире. Это ее роднит также с другими инструментами «мягкой силы». Потенциал спорта велик, и спортивная дипломатия имеет все шансы стать эффективным способом решения многих глобальных проблем, привлекая к ним внимание мирового сообщества.

В РК систематически реализуемые стратегии публичной дипломатии в области спорта привели к некоторым заметным успехам. Зимние Олимпийские игры в Пхенчхане фактически получили больше цифровых просмотров, чем любые другие зимние Олимпийские игры в истории - на 124 процента больше, чем Сочи (2014) и на 870 процентов больше, чем Ванкувер

---

<sup>1</sup> Тезисы «Внешняя культурная политика России - год 2000» // Дипломатический вестник. 2000 № 4 (апрель). Основные направления политики Российской Федерации в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества (Приложение № 1 к Концепции внешней политики Российской Федерации) от 18 декабря 2010. URL: <http://www.mid.ru/ns-psmak.nsf/processQueryBl?OpenAgent>. (дата обращения: 20.03.2021).

(2010). Они также пользовались самым широким вещательным освещением в истории зимних Олимпийских игр. В целом, Олимпийские игры в Пхенчхане продемонстрировали лучшее из корейских стратегий публичной дипломатии. Во время Олимпиады были максимально использованы «мягкие» и «умные» инструменты силы Кореи. Олимпиада способствовала объединению страны через изображение ее сильных сторон, и укрепила международный имидж Кореи. Наконец, она заложила основу для мирного диалога между Северной и Южной Кореей и Соединенными Штатами, несмотря на эскалацию ядерной напряженности в регионе и во всем мире.<sup>1</sup>

Публичный успех Зимних игр отчасти стал результатом хорошо организованной и реализованной правительством Кореи национальной стратегии публичной дипломатии в соответствии с Законом о публичной дипломатии. Комитет публичной дипломатии эффективно координировал это мероприятие, объединяя всех - от Президента до центральных и местных органов власти и отдельных граждан. Тема «Олимпиады мира», открытая Президентом Мун Чжэ Ин в Берлинской декларации от 6 июля 2017 г. систематически и эффективно поддерживал соответствующие министерства, местные органы власти, предприятия и 22 400 добровольцев из всех слоев общества. Более того, в результате общенациональной поддержки и эффективных усилий публичной дипломатии стоимость мероприятия была относительно низкой, составив 10 миллиардов долларов - в пять раз меньше, чем стоимость Сочинской Олимпиады 2014 года. Олимпиада также способствовала развитию национального брендинга в РК.

Национальный брендинг определяют как сознательное усилие повлиять на восприятие страны, на ее репутацию. Брендинг и публичная дипломатия

---

<sup>1</sup> Тезисы «Внешняя культурная политика России - год 2000» // Дипломатический вестник. 2000 № 4 (апрель). Основные направления политики Российской Федерации в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества (Приложение № 1 к Концепции внешней политики Российской Федерации) от 18 декабря 2010. URL: <http://www.mid.ru/ns-psmak.nsf/processQueryBI?OpenAgent>. (дата обращения: 20.03.2021).

тесно взаимосвязаны, поскольку публичная дипломатия может стать сильнейшим инструментом брендинга территории. Мнения людей о том или ином месте, которыми они обмениваются в интернете, существенным образом влияет на формирующийся имидж места<sup>1</sup>. Концепция брендинга берет свое начало в бизнес-маркетинге и относится к попытке компаний создать благоприятный имидж среди своих клиентов посредством маркетинга. В настоящее время правительства также прилагают усилия для повышения международного профиля через меры брендинга, и с каждым годом это понятие становится все более популярным. У бренда государства, также как и у коммерческого бренда есть своя сущность, атрибуты и ценности. Для его выражения и позиционирования используются визуальноаудиально-кинестетические средства, характеристики транслируются через информационно-коммуникационные каналы<sup>2</sup>.

Свидетельствуя о растущем признании национального брендинга, Анхольт разработал «Индекс национальных брендов Anholt/GfK Roper»<sup>3</sup>. Индекс количественно определяет ценность бренда между странами в соответствии со следующими шестью критериями: общественность, туризм, экспорт, управление, культура и наследие, инвестиции и иммиграции. Сегодня корейская поп-культура считается одним из основных источников внедрения мягкой силы в экономику. Можно говорить о распространении национального брендинга, так как популярность корейского контента выросла в миллиардную индустрию, с популярностью и распространением за пределами национальных границ Южной Кореи. Для сравнения, в 1995 году за границу было экспортировано всего 15 корейских фильмов. К 2004 году это их

---

<sup>1</sup> Никифорова, Г.Ю. Мазуренко, А.В. Брендинг и публичная дипломатия как факторы устойчивого развития территории в условиях глобализации / Г.Ю. Никифорова, А.В. Мазуренко. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/brending-i-publichnaya-diplomatiya-kak-factory-ustoychivogo-razvitiya-territorii-v-usloviyah-globalizatsii/viewer> (дата обращения: 19.05.2020).

<sup>2</sup> Васильева, О.А. Концептуальные основы национального брендинга / О. А. Васильева. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnye-osnovy-natsionalnogo-brendinga/viewer> (дата обращения: 19.05.2020).

<sup>3</sup> Зобов, А.М. Васильева О.А. Дегтерева Е.А. Международные рейтинги в контексте продвижения российских промышленных компаний на рынки развивающихся стран / А.М. Зобов, О.А. Васильева, Е.А. Дегтерева. URL: <file:///C:/Users/1/Downloads/12975-12418-1-PB.pdf> (дата обращения: 8.04.2020).

количество выросло более чем в 12 раз при экспорте 193 фильмов, что говорит о том, что популярность национального бренда РК растет.

Президентский совет по национальному брендингу (PCNB) будет представлен в качестве пример организационной структуры, которая стремилась координировать публичную дипломатию для развития структуры. Как упоминалось ранее, PCNB был создан бывшим президентом Ли Мен Бак в 2009 году и демонтирован президентом Пак Кын Хе в 2013 году. Эта структура дала ценные уроки для развития централизованного управления публичной дипломатией, и этот Совет показывал собою особые черты публичной дипломатии РК, и ее особенностей. Так, например, Совет располагался на самом высоком правительственном уровне. Как таковой он подчинялся непосредственно президенту и консультировал его по вопросам соответствующей политики.

Высокое положение Совета отражает тот высокий приоритет, который ему был придан. Вторая примечательная особенность - состав Совета. В соответствии что касается публичной дипломатии, то комитет был представлен различными заинтересованными сторонами. В частности, комитет из 47 членов состоял из 13 правительственных чиновников и 34 гражданских членов. Большинство представителей правительства были министрами, в то время как большинство гражданских членов представляли частный сектор. Данный Совет привлекал представителей неправительственных организаций, и президент направил центр внимания на публичную дипломатию, и особенно национальный брендинг. Совет привел к многочисленным активностям на разных уровнях - статьи в корейских газетах, выступления СМИ на тему национального брендинга, непрекращающиеся общественные дебаты, визиты иностранных экспертов и конференциям в Сеуле. Можно сказать, что Совет обеспечил важные стратегические последствия для политики в области публичной дипломатии. Независимо от того, была ли политика PCNB проведена эффективно или нет, ее

централизованный подход к национальному брендингу предоставлял возможность для координации, оптимизации и содействия деятельности в области публичной дипломатии между правительственными и неправительственными организациями.

Корейские телевизионные дорамы стали популярны, и в период с 1995 по 2004 год экспорт увеличился с 5,5 миллиона долларов до 71,4 миллиона долларов. Корейская дорамы привлекали огромную фанатскую базу в соседних странах, что способствовало развитию туризма и повышению имиджа РК соответственно. Среди туристов примерно 2 миллиона приехали из Китая. В 2016 году корейская дорама «Потомки Солнца» также стала главным хитом как внутри страны, так и за рубежом, на международном уровне, и производственная компания New Entertainment World (NEW) продала права на трансляцию дорамы более 30 странам Европы, Азии и Океании.

Что касается национального брендинга в РФ, формирование имиджа РФ подразделяют на несколько сфер – экономические проекты, спортивные проекты, социальные проекты, культурные и образовательные проекты, проект «церковная дипломатия», «празднества», и «медийные проекты»<sup>1</sup>. В последние годы были заметны шаги, предпринимаемые с целью создания более позитивного имиджа России. Таким примером может служить членство в международных организациях - БРИКС и ВТО, а также организация и проведение спортивных соревнований мирового уровня - Олимпиады и ЧМ по футболу. Однако нередко предпринимаемые шаги наталкиваются на барьеры в виде коррупции и агрессивной бизнес-среды, отталкивающие потенциальных инвесторов.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Гамалева, М. Формирование образа России как аспект публичной внешней политики / М. Гамалева. URL: <http://www.advertology.ru/index.php?name=News&file=article&sid=33457> (дата обращения: 17.03.2021).

<sup>2</sup> Каганович, А.А. Сущностные характеристики и компоненты национального брендинга: формирование бренда современной России в условиях глобальной конкуренции / А.А. Каганович. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnostnye-harakteristiki-i-komponenty-natsionalnogo-breninga-formirovanie-brenda-sovremennoy-rossii-v-usloviyah-globalnoy/viewer> (дата обращения: 15.01.2021).

По сравнению с РК, в РФ отрасль туризма менее популярна, и занимает не более 3 % от общего ВВП. Согласно выводам GfK, главной опорой национального бренда России является ее культура - по данному показателю Россия занимает 9-ю строчку в мировом рейтинге, по итогам 2017 года Россия заняла 23 место в рейтинге самых сильных национальных брендов, заняв тем самым лидирующую позицию среди стран BRICS. Тем не менее, в последние два десятилетия руководство страны сделало довольно много, чтобы российская внешняя политика стала более открытой для общества.

Традиционно россияне признали Южную Корею маленькой культурной страной на Дальнем Востоке с прекрасной природой, и большая часть этого образа опирается на путешествия русского писателя Ивана Александровича Гончарова по Корее, а также записи о путешествиях выдающегося японского специалиста Николая Конрада по Корее.

Еще одним важным направлением публичной дипломатии РК является научная дипломатия – реализация проектов, цель которых повысить имидж и привлекательность РК в мире. «Международный квиз» - это викторины на знание Кореи для иностранцев. Это позволяет повысить заинтересованность международного сообщества и помочь в формировании определенных качеств и критериев. Предварительные раунды проводятся в дипломатических представительствах республики по всему миру, и победитель из каждой участвующей страны приглашается в Корею, чтобы познакомиться с традиционной корейской культурой и принять участие в финальном раунде<sup>1</sup>.

Также Министерство иностранных дел РК продвигает популярность корейского языка за рубежом, сотрудничая с Министерством образования и учебными учреждениями для организации международных обменов. Немалое значение в научной дипломатии РК занимает экзамен на знание корейского языка (ТОPIC). Он был впервые проведен в 1997 г., и с того момента

---

<sup>1</sup> Прыгункова А.С. Публичная дипломатия республики Корея / А.С. Прыгункова. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/publichnaya-diplomatiya-respubliki-koreya/viewer> (дата обращения: 16.02.2020).

количество сдающих данный экзамен неуклонно растет. Например, в 2019 г. в 2019 году во всем мире было проведено шесть тестов, а общее число человек составило 375 871 тыс. человек<sup>1</sup>. Также создается аудиогид на корейском языке по туристическим объектам для того, чтобы корейским гражданам было проще, легче и доступнее понимать зарубежную культуру.

Россия сегодня располагает огромным потенциалом для развития национального бренда и публичной дипломатии. Это и немалый международный авторитет отечественной науки и культуры, и накопленный с советских времен опыт, кадры и инфраструктура культурных центров по всему миру, и «Русский мир» - все это привлекательная и притягательная Россия, русский язык и ее культура.

РК, в свою очередь, решили сами «растить» своего потребителя, не ориентируясь на спрос, а делая все возможное, чтобы их качественное предложение было востребовано все больше и больше. По некоторым оценкам, продажа прав на корейские драмы приносит стране около 200 млн. долларов в год, не считая в том числе продвижения товаров и культуры. Популярную «Халлю» в итоге «поймала» молодежь Китая, Тайваня, Гонконга, Индии, Таиланда, обеих Америк, Европы, стран Ближнего Востока и Северной Африки. Корейская литература - еще один сегмент корейского творческого содержания, который имеет испытывал растущую популярность за рубежом. В 2011 году автор Син Ген Сук выиграл Man Asian Literary Prize за книгу «Please Look After Mom». Также корейский писатель Хан Кан стал лауреатом престижной Международной премии за роман «Вегетарианец».

---

<sup>1</sup> Прыгункова А.С. Публичная дипломатия республики Корея / А.С. Прыгункова. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/publichnaya-diplomatiya-respubliki-koreya/viewer> (дата обращения: 16.02.2020).



### **3.2 Роль публичной дипломатии РК в современных международных отношениях**

Южная Корея как средняя держава сталкивается с некоторыми трудностями своего положения на мировой арене. Средние державы не являются сверхдержавами с точки зрения военного, культурного или экономического влияния, но, тем не менее, имеют присутствие и влияние на международной арене.

Согласно индексу The Soft Power 30, РФ на 2017 г. имела индекс 49.60, в 2018 г. 51.10, а в 2019 г. 48.64<sup>1</sup>. По сравнению с Южной Кореей РФ занимает 30 место (индекс использования 48,64), в то время как Южная Корея занимает в мировом рейтинге мягкой силы 19 место (с индексом 63,00). На 2019 г. на первом месте находится Франция, затем Великобритания, Германия, Швеция, США, Швейцария, Канада, Япония, Австралия, Нидерланды, Италия и др. Южная Корея улучшила свои показатели с 58.40 на 2017 г. до 63.00 в 2019 г., также из года в год улучшался субиндекс правительства, и высокими баллами оценивалась эффективность правительства и индивидуальных свобод. В сочетании с обширной туристической кампанией, возглавляемой звездами К-поп, признанными во всем мире, Южная Корея активно приглашала посетителей знакомиться с их уникальной культурой и общаться с местными жителями, что способствовало укреплению глобальных связей на международном уровне. В контексте внешней политики исторический саммит Трампа-Кима и межкорейский саммит также привели к формированию более благоприятных взглядов на внешнюю политику Южной Кореи.

Ключевой задачей публичной дипломатии Южной Кореи является продвижение южнокорейской позиции по корейскому урегулированию. Поиск путей решения ядерной проблемы Корейского полуострова осуществляется главным образом по линии классической дипломатии путём

---

<sup>1</sup> The Soft Power 30. URL: [https://softpower30.com/country/russian-federation/?country\\_years=2017,2018,2019](https://softpower30.com/country/russian-federation/?country_years=2017,2018,2019) (дата обращения: 7.07.2020).

политических переговоров, в том числе осуществлявшихся многосторонний формат, - шестисторонние переговоры с участием Республики Корея, КНДР, США, Китая, России и Японии. Однако, несмотря на предпринимаемые усилия по политической линии и жёсткий режим санкций в отношении КНДР, северокорейская ядерная и ракетная программы продолжали развиваться<sup>1</sup>. В 2019 г. вопрос денуклеаризации КНДР оставался камнем преткновения между США и КНДР, несмотря на состоявшиеся в июне 2018 г. и феврале 2019 г. встречи между президентом США Дональдом Трампом и главой КНДР Ким Чен Ыном.

Данный вопрос имеет непосредственное влияние на межкорейские отношения. Несмотря на предпринимаемые усилия (подписание двусторонних документов для регулирования межкорейских отношений, итоги проведенных саммитов), периоды снижения напряжённости на Корейском полуострове сменялись возобновлением конфронтации. Поэтому возникала необходимость в применении других способов организации диалога, в частности, использования методов публичной дипломатии.

Южная Корея использует публичную дипломатию для обеспечения своих интересов по корейскому вопросу. По словам президента Корейского фонда Ли Си Хёна, обмен мнениями путем публичной дипломатии имеет первостепенное значение для рационализации дебатов и сокращения политических эксцессов<sup>2</sup>. Продвижение южнокорейской позиции по корейскому урегулированию является одной из ключевых составляющих её публичной дипломатии<sup>3</sup>, при этом активность в области публичной дипломатии по корейскому урегулированию направлена, прежде

---

<sup>1</sup> Пугачева, О.С. Роль социально-гуманитарного фактора во внешней деятельности Южной Кореи в контексте корейского урегулирования /О.С. Пугачева. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sotsialno-gumanitarnogo-faktora-vo-vneshney-deyatelnosti-yuzhnoy-korei-v-kontekste-koreyskogo-uregulirovaniya/viewer> (дата обращения: 10.08.2020).

<sup>2</sup> Joel Lee. Herald Interview. "Public Diplomacy Critical for Peace in Perilous Times" / Lee Joel. URL: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20180409000750> (дата обращения: 20.04.2021).

<sup>3</sup> Joel Lee. Ibid.

всего, на те страны, позиция которых способна повлиять на положение дел на Корейском полуострове: США, Китай, Россия, Япония, а также ЕС<sup>1</sup>.

Что касается отношений РФ и РК, стремление к политическому сотрудничеству в интересах стабильности и мира на Корейском полуострове, и многостороннее сотрудничество в области безопасности в Северо-Восточной Азии стали основным направлением. Самым центральным вопросом политики является принцип «денуклеаризации Корейского полуострова» и стремление решить ядерную проблему Севера шестисторонними переговорами и дипломатическими, мирными средствами. Дипломатия между странами продвигалась с учетом основных интересов и приоритетов как России на Корейском полуострове, так и в обратную сторону.

Корейский вопрос в РФ имеет свои предпосылки. Корейский вопрос являлся и является объектом столкновения интересов многих государств, которые имеют свои интересы в Азиатско-Тихоокеанском регионе, и более всего активные попытки решения данной проблемы предпринимали США и СССР.

В РК, правительство Но Му Хена продвигало северокорейскую политику «Политики мира и процветания», а дипломатия объединения Корейского полуострова также отдавала приоритет примирению и сотрудничеству между Севером и Югом в рамках расширения северокорейской политики правительства Ким Тэчжуна.

Правительство Ли Мен Бака продвигало северокорейскую политику, подчеркивая взаимность в отношениях между Севером и Югом. Она унаследовала основные линии Базового соглашения Север-Юг, подчеркивая при этом ось Корейско-американского альянса. В сентябре 2008 года, после визита президента Ли Мен Бака в Россию, Россия и Южная Корея достигли «Стратегического партнерского сотрудничества», которое предоставило

---

<sup>1</sup> Shin Hyon-hee. New Law to Boost Public Diplomacy / Hyon-hee Shin. URL: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20160804000679> (дата обращения: 4.04.2020).

возможность заниматься не только северокорейской ядерной проблемой, но и глобальными проблемами, такими как терроризм, международная окружающая среда и изменение климата. С другой стороны, Россия была обеспокоена продолжающимся кризисом в отношениях между Севером и Югом во время правления Ли Мен Бака, и потому возникла негативная оценка политике предыдущего правительства в отношении Северной Кореи.

В то же время с момента появления научных конференций (Корея-Китай-Россия), инициированных корейско-российской академической конференцией 2008 г.<sup>1</sup>, на которой делегация МГИМО предложила трем странам проводить регулярные трехсторонние встречи, обмениваясь мнениями по различным темам (сотрудничество в области безопасности в Восточной Азии и его будущих перспективах, экономическое сотрудничество между Кореей, Китаем и Россией в Северо-Восточной Азии и т.д.), было положено начало разработке практических планов по укреплению сотрудничества между тремя странами, а также по обеспечению мира и стабильности на Корейском полуострове и в Северо-Восточной Азии.

Правительство Пак Кын Хе опиралось на «принцип доверия» на Корейском полуострове и инициативу мирного сотрудничества в Северо-Восточной Азии как основу политики безопасности Северной Кореи. В сентябре 2013 года после саммита G20 в Санкт-Петербурге состоялся Российско-корейский саммит. 12-13 ноября В. В. Путин объявил об усилении направления по укреплению корейско-российского партнерства в области стратегического сотрудничества. Кроме того, это послужило основой для решения ядерной проблемы Севера путем возобновления шестисторонних переговоров и получения поддержки «Евразийской инициативы» по решению проблем стабильности, мира и воссоединения Корейского полуострова между Северной и Южной Кореей в будущем.

---

<sup>1</sup> 국립외교원. URL: <http://www.knda.go.kr/knda/hmpg/eng/bbs/NewsBbsView.do> (дата обращения: 6.03.2020).  
Национальный институт иностранных дел.

В прошлом параграфе было упомянуто о национальном брендинге РК. Безусловно, сравнивать национальный брендинг двух стран, в частности РФ и РК представляется достаточно сложным, так как есть риск субъективного восприятия или По состоянию на 2012 г., коэффициент использования корейской продукции находился на разных уровнях в разных странах - в России (93,1%), Китае (84,4%), Франции (60,2%), Германии (51,2%), а удовлетворенность используемой корейской продукцией являлась самой высокой в России.<sup>1</sup> В 2013 году тематическое исследование «Восприятие Кореи в российском общественном мнении», проведенное по заказу Левада-центра Корейским фондом международного обмена, показало, что с этого момента некоторые ключевые образы Южной Кореи в России изменились. На вопрос - «какой первый образ приходит на ум, когда говорят о РК?» - наиболее приоритетными областями в этом вопросе были корейские товары (автомобили (27%), мобильные телефоны (24%), бытовая техника (18%) и компьютерные устройства (16%), которые были в подавляющем большинстве высокими в опросе 2007 года, а также корейская еда (23%), разделенные страны (19%), Корейская война (10%) и Сеул (9%))<sup>2</sup>, которые были относительно высокими в опросе 2007 года, показали, что рейтинг на тот момент менялся и снижался.

Признание российским народом корейско-российского сотрудничества имеет большое значение для географически смежных стран, а Дальний Восток, где расположена Южная Корея, до недавнего времени оставался периферией российской политики, экономики и культуры. Уровень осведомленности россиян о корейско-российском сотрудничестве был долгое время невысок. Кроме того, две державы Северо-Восточной Азии, Китай и Япония, издавна исторически и культурно имели связи с Россией, поэтому интерес к Южной

---

<sup>1</sup> 한반도 통일공공외교 추진전략(II) 황병덕·박영호·임강택·전병곤·조한범 강동완·김갑식·김태환·이기태. 통일연구원, 2013. - P.26.

Стратегия продвижения общественной дипломатии Объединения на Корейском полуострове

<sup>2</sup> Там же.

Корее был относительно слабым. Однако благодаря корейским продуктам, ставшим ведущими брендами на российском рынке, таким как Hyundai Motor, Samsung Electronics, LG Electronics, Lotte Hotel, Orion Choco Pie и Faldo Bento Ramen, узнаваемость Южной Кореи неуклонно росла, укрепляя имидж Кореи как экономически развитой страны, в частности для россиян.

Однако, несмотря на имидж Южной Кореи как экономически развитой страны, восприятие Южной Кореи как партнера по сотрудничеству все еще невелико. Не все признают корейскими такие бренды, как Samsung, LG и Hyundai, потому существует необходимость в использовании своих позиций в качестве центра глобальных инноваций. До сих пор в обмене и сотрудничестве между Южной Кореей и другими странами доминировала форма монолога, а не диалога или сотрудничества. Для того, чтобы должным образом признать важность взаимного сотрудничества для народов стран в настоящее время, необходимы усилия по диверсификации направления публичной дипломатии от монолога к диалогу и от диалога к сотрудничеству, а также по созданию успешных историй сотрудничества.

Сегодня РК участвует в различных программах и деятельности ЮНЕСКО. Например, объекты всемирного культурного и природного наследия: (Исторические районы Пэкче (2015), Санса, буддийские горные монастыри в Корее (2018), Исторические деревни Кореи: Хахо и Янгдун (2010), Вулканический остров Чеджу и лавовые трубы (2007), Сайты Гочан, Хвасун и Ганхва Долмен (2000) и т.д.), глобальные геопарки (Чхондо (2017) и Чеджу (2010)).<sup>1</sup>

Цифровые технологии остаются самой сильной стороной Южной Кореи, поскольку она удерживает пятое место в цифровом субиндексе благодаря своей цифровой инфраструктуре мирового класса. Идеальный результат Южной Кореи по индексу цифрового участия показывает, что правительство

---

<sup>1</sup> Ministry of Foreign Affairs. URL: [https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m\\_22832/contents.do](https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_22832/contents.do) (дата обращения: 5.05.2020).

активно поощряет участие граждан, улучшая доступ к информации и государственным услугам в цифровом мире. Несмотря на то, что Южная Корея опустилась на одну строчку в субиндексе предприятий, она продолжает опережать все остальные страны по количеству поданных глобальных патентов относительно размера ее экономики и расходов на публичную дипломатию в процентах от ВВП.

Результаты опросов остаются сравнительно низкими по сравнению с другими сферами публичной дипломатии РК, и, используя свои сильные цифровые активы, Южная Корея может организовать более доступную среду для международной аудитории и лучше сформулировать свой вклад во внешний мир в качестве надежного партнера.

Особое значение публичная дипломатия Южной Кореи приобрела в связи с пандемией 2020 г. В период пандемии страна успешно запустила кампанию по продвижению национального бренда, чтобы укрепить свое положение на мировой арене за счет обмена и передачи материальных ресурсов (медикаменты), а также нематериальных ресурсов (идеи, информация, передовой опыт, политика и знания), которые она подготовила и извлекла в ответ на COVID-19<sup>1</sup>.

Методы Южной Кореи по борьбе с пандемией повысили имидж страны и спровоцировали сотрудничество в области общественного здравоохранения и безопасности граждан, и укрепили национальную репутацию страны. В целом, Республика Корея одна из первых справилась с кризисом COVID-19. Корейские центры по контролю и профилактике заболеваний (KCDC) также были модернизированы за счет увеличения численности персонала и профессиональной подготовки, особенно в области эпидемиологии. Созданы специализированные подразделения для оценки рисков, чрезвычайных

---

<sup>1</sup> Трифонов, К.Г. Публичная дипломатия Южной Кореи в период пандемии / К.Г. Трифонов. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/publichnaya-diplomatiya-yuzhnoy-korei-v-period-pandemii/viewer> (дата обращения: 10.05.2021).

операций, кризисной связи и координации партнеров. Больницы также укрепили свой потенциал в области профилактики инфекционных заболеваний и борьбы с ней; это снизило риск инфицирования для работников здравоохранения во время кризиса.

Если говорить о влиянии Южной Кореи на международную политику во время пандемии, можно сказать, что поддержка Южной Кореей других стран во время пандемии имела свое влияние на положение Южной Кореи в мире. С 2018 года KCDC работает с Корейским агентством международного сотрудничества (KOICA), двусторонним агентством по развитию страны, над проектами, связанными с инфекционными заболеваниями, в рамках вклада страны в глобальную повестку дня в области общественного здравоохранения. КТ, крупная корейская компания в области информационных технологий, разработала свою Глобальную платформу по профилактике эпидемий (GEPP), платформу профилактики инфекционных заболеваний, которую она пилотизировала в Гане и Кении, с планами расширения в Восточной Азии. Приложение предупреждает пользователей мобильных телефонов о близлежащих вспышках и позволяет им сообщить о своем состоянии здоровья властям. Южнокорейские конгломераты LG Group, Hyundai Motor Corporation и CJ Group, также предложили поддержку Индонезии, пожертвовав тестовые комплекты, защитное снаряжение, средства гигиены и продукты питания<sup>1</sup>.

Республика Корея относится к числу государств, в которых в 2020 г. отмечался экономический спад, однако в гораздо меньших размерах, чем в США и странах - членах ЕС. Согласно данным Министерства экономики и финансов, к 2021 г. будет выделено 1,68 триллионов вон для осуществления мероприятий публичной дипломатии и на развитие культуры. Поэтому правительство РК после пандемии стремится к развитию новых способов и

---

<sup>1</sup> Prasyda, Y. Emergency aid from South Korea reaches virus crippled Indonesia // Jakarta Post: [сайт] / Y. Prasyda.  
URL: [https://www.thejakartapost.com/news/2020/04/16/emergency-aid-from-south-korea-reach es-virus-crippledindonesia.html](https://www.thejakartapost.com/news/2020/04/16/emergency-aid-from-south-korea-reach-es-virus-crippledindonesia.html) (дата обращения: 24.04.2021).



форматов осуществления публичной дипломатии, которые будут приспособлены к условию пандемии. На конференции министров экономики G20 в июле 2020 г., Республика Корея представила свой план укрепления исследовательской и промышленной инфраструктуры с целью развития цифровой экономики. С этой целью в период до 2025 г. будет направлено 25 млрд долл.<sup>1</sup>.

Что касается культуры, в 2021 г. по данным министерства финансов будет значительно увеличен бюджет для продвижения Корейской волны, поскольку корейская поп-культура пользуется растущей популярностью во всем мире<sup>2</sup>. В июне 2020 г. концерт К-поп группы BTS стал крупнейшим в мире платным музыкальным событием по количеству зрителей, и потому правительство РК планирует содействовать развитию корейской культуры, особенно в период пандемии, путем создания онлайн концертных залов.

Таким образом, роль публичной дипломатии РК сегодня достаточно велика. Безусловно, сегодня роль публичной дипломатии РК возросла, особенно в связи с особенностями вызовов современного мира, и развитие РК по уникальному пути симбиоза традиций и технологий, а также позитивного влияния и динамики культурной дипломатии, и, в частности, Корейской волны, позволяет говорить о том, что РК сегодня занимает одно из главенствующих мест среди конкурентов в этой области. Публичная дипломатия направлена на расширение диалога между гражданами своей страны и зарубежными партнерами, на активизацию международных обменов путем развития культурных, образовательных, информационных, спортивных контактов. В отличие от классических форм дипломатии публичная дипломатия апеллирует к мягким формам воздействия на аудиторию, основанным на коммуникации, взаимном интересе, чувстве

---

<sup>1</sup> Федоровский А.Н. Вызовы пандемии COVID-19 и приоритеты экономического развития Республики Корея / А.Н. Федоровский URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vyzovy-pandemii-covid-19-i-prioritety-ekonomicheskogo-razvitiya-respubliki-koreya/viewer> (дата обращения 5.05.2021).

<sup>2</sup> Korea to hike 2021 promotional budget for «Korean Wave» (Korean culture). URL: <https://www.habkorea.net/korea-to-hike-2021-promotional-budget-for-korean-wave-korean-culture/> (дата обращения 5.05.2021).

симпатии. Исходя из такого понимания публичной дипломатии вполне может стать эффективным средством достижения целей публичной дипломатии.

## Заключение

В заключении своего исследования подведем итоги и сделаем краткие выводы. В теоретической части работы нами было изучено понятие публичной дипломатии, проанализированы основные подходы к определению, а также проведен анализ тенденций развития данного термина. Можно сделать вывод, что, несмотря на многогранность данных определений, публичную дипломатию рассматривают как средство, при помощи которого могут быть изменены установки и мнения других народов и правительств таким образом, чтобы оказать влияние на их внешнеполитические решения методами мягкой силы. Изучив истоки публичной дипломатии РК, можно выделить, что одним из первых случаев использования нынешних методов публичной дипломатии РК был в четвертом веке, а дипломатическую миссию 1888 г. можно назвать первым успешным примером публичной дипломатии, поскольку результат соответствовал заявленным целям и был заложен своего рода фундамент для развития области, которая на тот момент еще официально не существовала как «публичная дипломатия», но, тем не менее, методы воздействия уже были проявлены.

Эволюция термина «публичная дипломатия» была рассмотрена тремя этапами - с 1948 по 1960 гг., с 1970 по 1990 гг. и с 2000 до сегодняшних дней. На каждом из этапов был реализован широкий спектр мероприятий (организации культурных выставок, организация программ студенческого и спортивного обмена, публикация и распространение периодических изданий и т.д.), но правовая инфраструктура публичной дипломатии РК была создана посредством законодательства, инициированного Национальным собранием, и в 2016 году был принят первый в Корее «Закон о публичной дипломатии».

С 1948 г. происходило крушение традиционных ценностей и неравномерное развитие публичной дипломатии. Ориентация на Запад приводила к упадку собственной культуры, и создавала смешение традиционных ценностей и новых влияний, в частности, принципы «национального возрождения» Пак Чжон Хи были приняты частично, и

традиционные ценности все-же преобладали. Популярность использования методов публичной дипломатии возросла с конца 1990-х гг., и, по причине финансового кризиса 1997 г. появилось осознание, что опора корейского правительства только на экономические аспекты недостаточно надежна, и существовала необходимость в разработке или развитии новых методов, и потому с течением времени корейское правительство все больше начинало проявлять активное участие в деятельности публичной дипломатии.

В частности, был рассмотрен территориальный спор о Токто, и можно назвать это как один из показательных элементов значимости публичной дипломатии как средства достижения целей в Южной Корее, и, благодаря рассмотрению предпринятых мер в пределах этого кейса, можно сказать, что с 2008 года, несмотря на статус-кво спорных островов, правительство Южной Кореи в попытке повлиять на мировое общественное мнение, делало это с помощью инициатив публичной дипломатии. Также в качестве неофициальных рычагов давления были предприняты меры воздействия частными лицами и организациями, что до этого не было так широко использовано в решении данных вопросов.

Также при изучении влияния СМИ и медиапространства на публичную дипломатию, был сделан вывод о том, что медиа-пространство и СМИ играли большую роль в распространении «Халлю», и в формировании имиджа страны на международной арене в частности. Корейская пресса появилась в 1883 г., и корейские журналисты являлись своего рода «голосом родины», а в XXI в., особенно с появлением «новой публичной дипломатии», роль медиапространства, безусловно, вышла на новый уровень, и стала восприниматься как «рычаг давления» или «воздействия».

Упомянув Корейскую Волну, хотелось бы уточнить, что в данной работе мы рассматриваем различные методы и виды публичной дипломатии. С начала появления «Халлю» корейское правительство играло активную роль в содействии средствам массовой информации в пропаганде корейской народной культуры во всем мире, и эти усилия приносят свои плоды. Но,

кроме культурной дипломатии и «Халлю», особую популярность также приобретали методы спортивной дипломатии РК. С конца 1980-х гг. Летние Олимпийские игры в Сеуле (1988 г.) явились примером использования публичной дипломатии для того, чтобы заявить о себе как об экономически успешном и развивающемся государстве. Параллельно с конца 1980-х гг. оказывалась обширная поддержка развитию культурного продукта, и, хотя успех феномена Корейской волны не был изначально запланирован, в начале роста популярности корейской культуры за рубежом корейское правительство сумело разглядеть открывающиеся возможности и воспользоваться ими.

Наконец, рассмотрев публичную дипломатию РФ и РК, а также выделив основные критерии и особенности публичной дипломатии стран, можно сказать, что как РФ, так и РК имеют собственную историю развития публичной дипломатии, и сегодня, безусловно, имеют стремления и возможности для развития публичной дипломатии. Хотя обе страны развиваются в данном направлении непрерывно, в некоторых отраслях РФ развивается отлично от РК, и, например, успешный феномен Корейской волны и создание своего собственного видения культуры и ее продвижения позволяет РК успешно вести свою политику с помощью данных методов, что, в свою очередь, нельзя сказать об РФ. Хотя в РФ и происходит распространение и популяризация русской культуры и языка за рубежом в том числе (международные обмены, «Русский мир» и т.д.), в РФ стратегии публичной дипломатии не распространены настолько. Насколько это происходит в РК.

Говоря о национальном брендинге РФ и РК, можно сказать, что РФ располагает огромным потенциалом для развития национального бренда и публичной дипломатии. Международный авторитет отечественной науки и культуры, и накопленный с советских времен опыт, кадры и инфраструктура культурных центров по всему миру, инициатива «Русский мир» - все это вносит свой вклад в развитие национального брендинга. РК, в свою очередь, решили сами «растить» своего потребителя, не ориентируясь на спрос, а делая

все возможное, чтобы их качественное предложение было востребовано все больше и больше. Таким образом каждая страна, концентрируясь на своем уникальном темпе и пути развития, проходит путь признания и распространения ее национального бренда.

Также в данной работе затронута тема влияния пандемии на развитие публичной дипломатии РК. В период пандемии РК успешно запустила кампанию по продвижению национального бренда, чтобы укрепить свое положение на мировой арене за счет обмена и передачи материальных ресурсов, а также нематериальных ресурсов, которые были подготовлены и извлечены в ответ на COVID-19.

Подводя итог, можно сказать, что, в отличие от классической дипломатии, решающей вопросы закрыто на двустороннем (или многостороннем) уровне, публичная дипломатия использует неправительственные и общественные организации для решения определенных вопросов. В РК публичная дипломатия все чаще используется для решения гуманитарных проблем, и, согласно индексу The Soft Power 30, с каждым годом индекс использования «мягкой силы» динамично повышается (в частности, Южная Корея в 2019 г. занимала в мировом рейтинге мягкой силы 19 место (с индексом 63,00)).

Публичная дипломатия РК основана на трех основных направлениях - культура, образование и политика, и в рамках этих направлений реализуется большое количество мероприятий (ТОРИС, международные саммиты, фестивали культуры, программы по поддержанию корейского спорта и языка за рубежом и т.д.), направленных на формирование и продвижение позитивного имиджа РК за рубежом. Это говорит о том, что в будущем, возможно, мы сможем увидеть новые стратегии продвижения публичной дипломатии РК, а также ее активного внедрения в сферу мировой политики.

## Список использованных источников и литературы

### Источники

1. Концепция внешней политики Российской Федерации. – Раздел 1. Ст. 3. URL: [http://www.mid.ru/ru/foreign\\_policy/news/-/asset\\_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248](http://www.mid.ru/ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248) (дата обращения: 10.03.2021).
2. Тезисы «Внешняя культурная политика России - год 2000» // Дипломатический вестник. 2000 № 4 (апрель). Основные направления политики Российской Федерации в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества (Приложение № 1 к Концепции внешней политики Российской Федерации) от 18 декабря 2010. URL: <http://www.mid.ru/ns-psmak.nsf/processQueryBl?OpenAgent>. (дата обращения: 20.03.2021).
3. Diplomatic White Paper 2013 (part1-2). URL: [http://www.mofa.go.kr/eng/brd/m\\_5684/list.do?page=2&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi\\_itm\\_seq=0&itm\\_seq\\_1=0&itm\\_seq\\_2=0&company\\_cd=&company\\_nm=](http://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_5684/list.do?page=2&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=) (дата обращения 07.10.2020).
4. Foundation Act // Korean Foundation. 2013. URL: <http://en.kf.or.kr/?menuno=524> (дата обращения: 15.03.2020).
5. Ministry of Foreign Affairs. URL: [https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m\\_22832/contents.do](https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_22832/contents.do) (дата обращения 5.05.2020).
6. The First Master Plan for Korean PD: 2017-2021. Ministry of Foreign Affairs, 2017, URL: <http://www.publicdiplomacy.go.kr/introduce/public.jsp> (дата обращения: 29.03.2021).
7. The Soft Power 30. URL: [https://softpower30.com/country/russian-federation/?country\\_years=2017,2018,2019](https://softpower30.com/country/russian-federation/?country_years=2017,2018,2019) (дата обращения: 7.07.2020).
8. UNWTO World Tourism Barometer. URL: <http://mkt.unwto.org/en/barometer> (дата обращения: 15.04.2020).

9. 10.법률 제 3825 호, 1986, 일부개정. 국가법령정보센터. URL: <http://www.law.go.kr/LSW/lsInfoP.do?lsiSeq=8132&chrClsCd=010202#0000>.  
(дата обращения: 9.07.2020).  
[Закон № 3825, 1986. Некоторые поправки. Национальный центр правовой информации]
- 10.공공외교 소식. URL: <http://www.publicdiplomacy.go.kr/index.jsp> (дата обращения: 7.07.2020).  
[Новости публичной дипломатии]
- 11.외교부. URL: [http://www.mofa.go.kr/trade/cultural/public/index.jsp?menu=m\\_30\\_170\\_100#confirm](http://www.mofa.go.kr/trade/cultural/public/index.jsp?menu=m_30_170_100#confirm) (дата обращения: 18.05.2020).  
[Министерство иностранных дел]
- 12.한국공공외교협회. URL: [https://koreapda.org/?page\\_id=12360&ckattempt=1](https://koreapda.org/?page_id=12360&ckattempt=1)  
(дата обращения: 10.07.2020).  
[Корейская Ассоциация общественной дипломатии]
- 13.한반도 통일공공외교 추진전략(II) 황병덕·박영호·임강택·전병곤·조한범  
강동완·김갑식·김태환·이기태. 통일연구원, 2013. - P.217.  
[Стратегия продвижения общественной дипломатии Объединения на Корейском полуострове]

## Литература

- 14.Анализ Положения культурного обмена между Россией и республикой Корея  
// Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. –  
СПб., 2009. - № 4. – С.12-17.



15. История дипломатии /под ред. А. А. Громыко. – М.: Госполитиздат, 1963. – С.15-18.
16. Курбанов, С. О. Россия и Корея. Ключевые моменты в истории российско-корейских отношений середины XIX – начала XX столетий. СПб. 2009. – URL: <https://koryo-saram.ru/kurbanov-s-o-rossiya-i-koreya-klyuchevy-e-momenty-v-istorii-rossijsko-korejskih-otnoshenij-serediny-xix-nachala-xx-stoletij/>.
17. Ковалева (Ковба) Д.М. Мягкая сила образования как средство установления культурных связей и достижения политических целей // Россия и Восток: культурные связи в прошлом и настоящем: материалы Международной научной конференции (IX Колосницынские чтения, 16 – 17 апреля 2014 г.). – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2014. - С.33–36.
18. Мартышенко, Н. С. Условия и тенденции развития международного туризма в Южной Корее. Практический маркетинг / Н.С. Мартышенко, Е.Е Катриченко. – 2012. – № 12. – С. 33-48.
19. Мартыненко, Е. В. Публичная (общественная) дипломатия в контексте современного межгосударственного общения / Е.В. Мартыненко// Вестник РУДН. – 2012. – №1. – С.57-60.
20. Николаевская, Ю. В. Состояние инфраструктуры туризма в Приморском крае//Ю.В. Николаевская // Вестник ТГЭУ. – 2009. – №4. – С.21-33.
21. Пак, Б. Д. Россия и Корея / Б.Д. Пак. – М.: ИВ РАН, 2004 (ППП Тип. Наука РАН). – 519 с.
22. Черевичко, Т. В. Туризм как инструмент публичной дипломатии/ Т.В.Черевичко. – Саратов.: Саратовский государственный университет, 2014. – С. 93 - 95 .
23. Ковба Д.М. Теоретическая и практическая адаптация концепта «мягкой силы» восточноазиатскими государствами // Пространство и время. 2014. № 4 (18). С.111–118.
24. Русакова О.Ф. Soft power как стратегический ресурс и инструмент формирования государственного бренда: опыт стран Азии // Известия

- Уральского федерального университета. 2013. Сер.3. Общественные науки. № 3 (118). С.52–61.
- 25.Русакова О.Ф. Методологические проблемы категориального и инструментального анализа soft power // Дискурс-Пи: научный журнал. 2014. № 1 (14). С.68–74.
- 26.Abduazimov, V., Muzaffar S. «Public Diplomacy: Reappraising the South Korean Case through an Evolutionary Approach» // Korea Journal. – 2017 – Vol. 57, № 3. – P. 83-111.
- 27.Bunakov, O. Tourism as a method of “soft power” in modern diplomacy on the example of the russian federation / O. Bunakov, B. Eidelman, L. Fakhrutdinova, N. Gabdrakhmanov. [Electronic resource]. – URL: <http://helix.dnares.in/2018/02/01/tourism-as-a-method-of-soft-power-in-modern-diplomacy-on-the-example-of-the-russian-federation/>.
- 28.Carbone, F. International tourism and cultural diplomacy: A new conceptual approach towards global mutual understanding and peace through tourism / F. Carbone. – 2017. – Vol. 65, № 1. – P. 61-74.
- 29.Janelli R.L. Soft power, Korea, and the politics of culture // Institute of East Asian Studies.2007. URL: [http://ieas.berkeley.edu/events/pdf/2007.10.05\\_Janelli\\_and\\_Yim.pdf](http://ieas.berkeley.edu/events/pdf/2007.10.05_Janelli_and_Yim.pdf) (дата обращения: 15.04.2020).
- 30.Kwang-jin Choi. The Republic of Korea’s Public Diplomacy Strategy:History and Current Status.2019. 36 p.
- 31.Lee G. A theory of soft power and Korea’s soft power strategy // The Korean Journal of Defense Analysis. 2012. N 21(2). P.205–218.
- 32.Melissen, J. The New Public Diplomacy // Soft power in International Relations / J. Melissen. – Hampshire: Houndmills, 2005. – 221 p.
- 33.Ma Young Sam. Korea’s public diplomacy: a new initiative for the future // Issue Brief: The Asian Institute for policy studies. 2012. N 29. P.1–25.
- 34.Nye Jr., Joseph S. and Owens, William A. (1996) America's Information Edge. The Power Resource of the Future. Foreign Affairs 75 (2), 20-37.

35. Ross, C. For an assertive public diplomacy and promoting the image of a country  
Polirrom Publishing House/ C. Ross. – Bucharest, 2008. – 60 p.
36. Roeder Ph.G. Where nation-states come from: Institutional change in the age of  
nationalism. Princeton: Princeton university press, 2007. – 30 p.
37. Stanley, T. The Growing Russia-South Korea Partners. URL:  
<https://thediplomat.com/2018/05/the-growing-russia-south-korea-partnership/>  
(дата обращения: 23.03.2020).
38. Taylor, Philip M. «Public Diplomacy and Strategic Communications», in Nancy  
Snow and Philip M. Taylor (eds.) // Routledge Handbook of Public Diplomacy. –  
Routledge, 2009. – 403 p.
39. Young Cho, Yun. Public Diplomacy and South Korea's Strategies / Yun, Young  
Cho // The Korean Journal of International Studies. – 2012. – 296 p.
40. Yoo, Iang-hee. Strategies for Promoting Korea's Service Exports / Jang-hee Yoo.  
Seoul: Korea foundation, 2009. – 105 p.
41. 이재영, 이성봉, Kuznetsov A., 민지영. 러시아의 해외직접투자 패턴과 한국의  
투자 유치 확대방안. - 2012. - 283 쪽.  
[Структура прямых иностранных инвестиций России и расширение  
инвестиционных возможностей в Корее]

### **Публикации в электронных СМИ**

42. Венская конвенция о дипломатических сношениях. URL:  
[https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/dip\\_rel.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/dip_rel.shtml) (дата  
обращения: 15.09.2020).
43. Ким Г. Казахстанско-корейские отношения и публичная дипломатия Кореи  
/ Г. Ким. URL: <https://www.academia.edu/3167101/Korean->

- Kazakhstan\_Relations\_and\_Koreas\_Public\_Diplomacy\_ (дата обращения: 20.03.2020).
44. Малолетко, А. В. Народная дипломатия: настоящее и будущее России и Республики Корея. URL: <http://docplayer.ru/30396735-Narodnaya-diplomatiya-nastoyashchee-i-budushchee-rossii-i-respublika-koreya.html> (дата обращения: 8.03.2020).
45. Наумов, А.О. От Советского Союза к Российской Федерации: эволюция отечественной системы «мягкой силы» и публичной дипломатии / А.О. Наумов. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-sovetskogo-soyuza-k-rossiyskoy-federatsii-evolyutsiya-otechestvennoy-sistemy-myagkoj-sily-i-publichnoy-diplomatii/viewer> (дата обращения: 1.03.2020).
46. Парк Уэно. URL: [https://ru.wikichi.ru/wiki/Ueno\\_Park](https://ru.wikichi.ru/wiki/Ueno_Park) (дата обращения: 22.01.2021).
47. Прыгункова А.С. Публичная дипломатия республики Корея / А.С. Прыгункова. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/publichnaya-diplomatiya-respubliki-koreya/viewer> (дата обращения: 16.02.2020).
48. Трифонов, К.Г. Публичная дипломатия Южной Кореи в период пандемии / К.Г. Трифонов. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/publichnaya-diplomatiya-yuzhnoy-korei-v-period-pandemii/viewer> (дата обращения: 10.05.2021).
49. Заявление Министра иностранных дел России С.В. Лаврова в ходе совместной пресс-конференции по итогам переговоров с Министром иностранных дел Республики Корея Кан Гён Хва, Москва, 17 июня 2019 года. URL: [https://www.mid.ru/ru/maps/kr/-/asset\\_publisher/PR7UbfssNImL/content/id/3686129](https://www.mid.ru/ru/maps/kr/-/asset_publisher/PR7UbfssNImL/content/id/3686129) (дата обращения: 10.05.2021).
50. Федоровский А.Н. Вызовы пандемии COVID-19 и приоритеты экономического развития Республики Корея / А.Н. Федоровский URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vyzovy-pandemii-covid-19-i-prioritety-ekonomicheskogo-razvitiya-respubliki-koreya/viewer> (дата обращения: 5.05.2021).

51. Korea to hike 2021 promotional budget for «Korean Wave» (Korean culture).  
URL: <https://www.habkorea.net/korea-to-hike-2021-promotional-budget-for-korean-wave-korean-culture/> (дата обращения: 5.05.2021).
52. Prasyda, Y. Emergency aid from South Korea reaches virus crippled Indonesia // Jakarta Post: [сайт] / Y. Prasyda.  
URL: <https://www.thejakartapost.com/news/2020/04/16/emergency-aid-from-south-korea-reaches-virus-crippledindonesia.html> (дата обращения: 24.04.2021).
53. Public diplomacy: basic concepts and trends. URL: <https://www.ifimes.org/en/8020-public-diplomacy-basic-concepts-and-trends> (дата обращения: 17.11.2020).
54. Shin Hyon-hee. New Law to Boost Public Diplomacy / Hyon-hee Shin. URL: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20160804000679> (дата обращения: 4.04.2020).
55. What is Public Diplomacy? // The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy. URL: <http://fletcher.tufts.edu/murrow/diplomacy> (дата обращения: 25.02.2020).
56. Zavoeanu, Raluca-Gabriela. The role and importance of public diplomacy, Romania case study in the context of integration into NATO / Zavoeanu Raluca-Gabriela. URL: <http://eujournal.org/index.php/esj/article/viewFile/1277/1286>. (дата обращения: 9.03.2020).
57. 통일공공외교 추진전략(II): 한국의 주변 4 국 통일공공외교의 실태 연구(총괄보고서). URL: [file:///C:/Users/1/Downloads/한반도%20 통일공공외교%20 추진전략\(II\).pdf](file:///C:/Users/1/Downloads/한반도%20통일공공외교%20추진전략(II).pdf) (дата обращения: 20.10.2020).
- [Стратегия продвижения общественной дипломатии Объединения (ii): Изучение фактического положения общественной дипломатии в четырех соседних странах Кореи (Общий доклад)]

58. 관광과

문

URL:

<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2083662&cid=44412&categoryId=444>

12. (дата обращения: 2.05.2021).

[Культура туризма]

59. 문화재·주민이

공존하는

역사도시로.

URL:

<http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2019061401031627000001> (дата

обращения: 19.05.2021).

[Город истории, в котором сосуществуют жители и культурные ценности]