

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет прикладных коммуникаций

Кафедра связей с общественностью в бизнесе

**Информационное сопровождение политики «мягкой силы»
Республики Корея**

Курсовая работа
студента 2 курса
магистратуры
направления «Реклама и связи с общественностью»

Ким Сеулки

Научный руководитель:

Старший преподаватель, кандидат политических наук

Таранова Ю.В.

Санкт-Петербург

2016

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. Политика «мягкой силы»: сущность, средства реализации и информационное сопровождение	
1.1 «Мягкая сила»: сущность и основные характеристики.	
Истоки и причины возникновения концепции «мягкой силы»	
1.2. средства реализации политики «мягкой силы»	
1.3. информационное и коммуникационное сопровождение политики «мягкой силы»	
Глава 2. Информационное сопровождение политики «мягкой силы» Республики Корея	
2.1 Республика Корея: ресурсы и возможности для реализации политики «мягкой силы»	
2.2. Способы реализации политики «мягкой силы» в международных коммуникациях Республики Корея	
2.3. Информационное сопровождение политики «мягкой силы» Республики Корея в российских СМИ	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ-----	
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ-----	8

Введение

Историю международных отношений можно понимать, как историю борьбы за господство. Чтобы иметь превосходство в этой борьбе нужно обладать силой. С незапамятных времён и практически на всём протяжении истории разные страны пытались завоевать чужие территории и поработить другие народы, распространяя своё влияние повсеместно. После установления главенства международного права физическая интервенция на другие территории не приветствуется, но важности такого влияния никто не отменял. Следовательно, решено было действовать через мягкую силу, которая базируется на культуре, духовных ценностях и т.д. Иными словами, произошёл переход от прямой интервенции к опосредованной, то есть установлению контроля за образом мысли и духовными приоритетами отдельно взятой нации. Понимая важность «мягкой силы», мировые державы прилагают все больше усилий для её разработки и распространения. Республика Корея также занимается информационным сопровождением политики «мягкой силы» на международной арене. По мнению специалистов, республика Корея является одним из двух государств, где разработанные наилучшие программы информационной политики.

Целью данной работы является анализ информационного сопровождения политики «мягкой силы» Республики Корея .

Объект работы - технологии «мягкой силы» во внешней политике государства.

Предмет работы – информационное сопровождение политики мягкой силы Республики Корея

В ходе работы планируется выполнение следующих задач:

- 1) определить сущность «мягкой силы» и возможности её применения на современном этапе для реализации государственных интересов.

- 2) Описать информационное и коммуникационное сопровождение политики «мягкой силы»;
- 3) Выявить каналы и инструменты информационного сопровождения политики «мягкой силы»
- 4) Представить политику «мягкой силы», проводимую Республикой Корея, и определить её основные методы и возможности.
- 5) дать оценку информационному сопровождению и разработать рекомендации.

Эмпирическая база- результаты исследования государственными учреждениями, статистические данные, материалы СМИ (Известия, Российская газета, Новая газета), и другие источники .

Теоретической базой послужили работы, посвященные «мягкой силе»: Дж. Най,. Лазутина И.В., Леонова О, Лю Цзайци, Михневич С. В, Сахаров А. Г. др, работы, связанные с исследованием дипломатий Мошняга П. А, работы связанные с исследованием информационного сопровождения Чазова.С. А, Ядрышников Е. В. И т.д.

Новизна этой работы связана с недостаточной изученностью заявленной темы, с результатами, полученными по итогам проведенного исследования, а также с авторскими предложениями и рекомендациями.

В работе применяются методы анализа документов, мониторинг, сравнения, классификации и т.д.

Структура работы состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложения.

Первая глава посвящена исследованию порождения «мягкой силы», её основных составляющих и характеристик (в том числе её критики), анализу основных инструментов, используемых при реализации «мягкой силы» в мире и рассмотрению понятия информационного и коммуникационного сопровождения политики «мягкой силы»

Во второй главе изучаются ресурсы и источники для реализации политики «мягкой силы» Республики Корея посредством анализа применения таковой в пространстве международных коммуникаций, а также выделяются основные инструменты, используемые для реализации «мягкой силы» Республики Корея и рассматривается информационное сопровождение политики «мягкой силы» Республики Корея для российской аудитории посредством мониторинга средств массовой информации.

и информационное сопровождение

1.1 «Мягкая сила»: сущность и основные характеристики.

Истоки и причины возникновения концепции «мягкой силы»

На русский язык ‘soft power’ переводится как «**мягкая сила**», «**мягкая власть**», «**мягкая мощь**», «**гибкая сила**», «**гибкая власть**» и т.д. В данной работе мы будем употреблять ‘soft power’ - «**мягкая сила**».

Истоки и причины возникновения концепции «мягкой силы»

Дважды приняв участие в мировых войнах, США приобрели не только экономическую силу, но и военную мощь, что позволило им по окончании Второй Мировой войны стать мировой державой.

С 1970-х годов ученые в сфере мировой политики предлагали теории о гегемонии и проводили активные исследования в этом направлении. В 1980 годах в сфере мировой политики появилась важная тема для обсуждения о наличии возможности падения США и устройстве мирового порядка после случившегося.¹

На самом деле неоднократно задавалось вопрос о низложении США. В 1957 году СССР успел запустить в космос искусственный спутник раньше, чем США, во время нефтяного шока, в начале 1970 вызванный войной на Ближнем Востоке, в 1975 году падение Южного Вьетнама поднимали вопрос о спаде в США.² Хотя в 1980 годах казалось, что экономика США более или менее восстанавливается, но появилось новое опасение. Некоторые эксперты предполагали, что

¹ 김태현, 판 깨지 않는 현실패권주의 지속 [Электронный ресурс] Режим доступа:

[http://newslibrary.naver.com/viewer/index.nhn?](http://newslibrary.naver.com/viewer/index.nhn?articleId=1998010300289107001&edtNo=5&printCount=1&publishDate=1998-01-03&officeId=00028&pageNo=7&printNo=3082&publishType=00010)

[articleId=1998010300289107001&edtNo=5&printCount=1&publishDate=1998-01-03&officeId=00028&pageNo=7&printNo=3082&publishType=00010](http://newslibrary.naver.com/viewer/index.nhn?articleId=1998010300289107001&edtNo=5&printCount=1&publishDate=1998-01-03&officeId=00028&pageNo=7&printNo=3082&publishType=00010)(дата обращения: 10.04.2016).

² 손병권, [글로벌 포커스-손병권] 미국 쇠퇴론의 안과 밖 (Глобал фокус- Сон Вён Гуон-Внутри и снаружи о падении США)(Глобал фокус-Сон Вён Гуон Мигук Шотоэронэ ангуа бак) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0922695983&code=11171331&cp=nv> (дата обращения: 30.05.2015).

вместо геополитики важное место будет занимать геоэкономика, и Германия с Японией станут новой угрозой для США.³

В 1988 году американский историк Пол Кеннеди опубликовал книгу «Подъем и падение великих держав» («The Rise and Fall of The Great Powers»). В этой книге автор предсказал гибель СССР и относительное падение США через концепцию «перенапряжение» (Overstretch), державы расширяют военную мощь терпя финансовый дефицит⁴. Через 2 года, после издания этой книги, действительно СССР распался, у которого было ядерное оружие, и люди были обеспокоены, не распадется ли США, как и Советский Союз.

Джозеф Най сомневался о падении США и подумал, что этот взгляд не правильный, так как он думал, что кроме военных сил у США есть ресурсные силы. Это ресурсная сила является «мягкой силой», которая является противоположностью «жесткой силы».

Получив влияние от статьи (the second face of power), которую написали Питер Бахрах и С. Мортон Барац, Джозеф Най предложил концепцию «мягкой силы» в первый раз в периодическом издании (Foreign Policy). В том же году дописал книгу «Bound to Lead: The Changing Nature of American Power» и разделил силу государства на «жесткую» (hard power) и «мягкую» силу (soft power), и в частности подробно объяснил о концепции «мягкой силой» .

В 1998 году, Джозеф Най и Роберт Кеейн в издании (Foreign Affairs) публиковали «Power and Interdependence in the Information Age» и более конкретно повествовали о «мягкой силе», и в 2002 году Джозеф Най , на основе концепции «мягкой силы», написал книгу «The Paradox of American

³조흥윤. 정치학석사 학위논문 세종학당을 통한 한국의 소프트 파워 연구: 중국 서안 (西安) 세종학당을 사례로. 가톨릭대학교 대학원 국제학과 국제관계학 전공. 2014. p. 18-20 Джо Хын Юн. Исследование корейского мягкой силы: через пример Сечжон Института в Сиани Китая (Седжонхакдангыл тонхан хангукэ софт пао ёнгу : джунгук соан седжонхакдагыл сареро). The Catholic University of Korea. 2014. С 19
⁴김선우, 강대국의 흥망' 저자 폴 케네디 교수 단독 인터뷰 (Ким Сон У, эксклюзивное интервью с Пол Кеннеди, автор «Подъем и падение великих держав»). ('Гандэгукгэ хынгманг' джоджа Пол Кеннеди Гесу дандок интовю) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://news.donga.com/3/all/20060915/8351181/1> (дата обращения: 30.05.2015).

power:Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone» и развил свою точку зрения об этой концепции. В 2004 году в книге «Soft Power: The Means to Success in World Politics» он систематизировал «мягкую силу» и объяснил о передвижении силы, также последовало обсуждение «мягкой силы» с разных аспектов . В 2005 году Джозеф Най выпустил «Hard Power and Soft Power». В этой книге через сравнение «жесткой силы» с «мягкой силой» он вычеркнул другой механизм действия «мягкой силы».

По мнению Джозефф Ная, сила мировой политики передвигается с «жесткой силы» (hard power), которая принуждает и тесняет как военные силы, так и экономические силы, на «мягкую силу» (soft power), действующую на основе культуры, идеологии, дипломатии и т.д процессом уговора и согласия.⁵

Сущность

В мире существовало многие государства. Некоторые среди них стали сильными странами и среди них некоторые стали даже сверхдержавами, у которых есть всемирное доминирование. Что общего было у этих стран, которые стали сильными державами?

Organski считал военную мощь Пол Кеннеди считал военную мощь и экономическая сила и т.д. считали важными элементами для сверхдержавами

Эми Чуа отвечает на этот вопрос в своей книге « Day of Empire: How Hyperpowers Rise to Global Dominance - and Why They Fall». рассматривая историю такие страны как: Великая Персидская империя, Римская империя, династия Тан Великая Монгольская империя(The Great Mongol Empire) , Испания, Республика Семи Объединённых

⁵조훈윤. 정치학석사 학위논문 세종학당을 통한 한국의 소프트 파워 연구: 중국 서안 (西安) 세종학당을 사례로. 가톨릭대학교 대학원 국제학과 국제관계학 전공. 2014. p. 18-20 Джо Хын Юн. Исследование корейского мягкой силы: через пример Сечжон Института в Сиани Китая(Седжонхакдангыл тонхан хангукэ софт пао ёнгу : джунгук соан седжонхакдагыл сареро). The Catholic University of Korea. 2014.С. 18-20

Нижних земель, Британская империя, Османская империя, Империя Мин, Империя Великих Моголов(Mughal empires) и т.д. нашла ответ в “толерантности”. У этих стран было “толерантности” и стали сверхдержавами. Тогда возникает вопрос а почему многие из них не стали на земле больше? Эми Чуа нашла ответ на этот вопрос тоже в “толерантности”. Даже стали сверхдержавами, когда ты потерял “толерантность” начал падение и в итоге погибели эти страны.

Те силы, которые обращали внимание ученые как Organski, Пол Кеннеди: такие как военную мощь, экономическую силу-«жесткая сила»(Hard Power).

А те силы, которые обращали внимание Эми Чуа такие как: толерантности, восприимчивость и т.д. - «мягкая сила»(soft power).

Хотя пользование мягких способов уже давно было но Джозеф Най дал им термин и систематировал.

Основатель концепции «мягкой силы» Джозеф Най определил «мягкую силу» как:

«способность убедить других хотеть того же, чего хочешь ты или как непрямой/вовлекающий (co-optive) метод осуществления власти.»⁶

«способность убедить других желать того же, чего хочешь ты»⁷

«способность получать желаемые результаты в отношениях с другими государствами за счет привлекательности собственной культуры, ценностей и внешней политики, а не принуждения или финансовых ресурсов.

привлекательная сила. Без ясных угроз или обменов она делает так, чтобы другие государства согласились с твоими целями. Другими

⁶ Joseph Nye Jr. The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone //Oxford University Press, 2002. P. 8.

⁷ Там же

словами «невидимая привлекательность» управляет поведением других стран.»⁸

«способность добиваться желаемого на основе добровольного участия союзников, а не с помощью принуждения или подачек».⁹

«способность влиять на другие государства с целью реализации собственных целей через сотрудничество в определенных сферах, направленное на убеждение и формирование положительного восприятия»¹⁰

Манойло Андрей сказал то, что добровольное подчинение других субъектов производится, когда страны осознают абсолютное превосходство других стран в сфере идеологии, политики, экономики, морали.¹¹

«Мягкая сила» противопоставлена концепции «жесткой силы».

«Жесткая сила»(Hard Power) представляет собой способность нации диктовать свою волю другим нациям, используя экономические и военные средства.

«Мягкая сила»(soft power) – это способность нации достигать поставленных целей через дипломатическое воздействие, прибегая к глубокому знанию культуры и истории.¹²

Для применения «жесткой силы» используется метод «кну́та»(threats 'sticks') и «пряника»(inducements 'carrots'). А «мягкая сила» использует убеждение и притягательность, чтобы добиться результатов.

Например, одна успешная страна может получить желаемый

⁸ Nye, Joseph S. Soft Power: The Means to Success in World Politics // Public Affairs. 2004. P.7

⁹ Най Дж. «Мягкая сила» и Америко - Европейские отношения // Свободная мысль—XXI. 2004. №10.

¹⁰ Nye, Joseph. The Future of Power, 2011).

¹¹ Манойло Андрей, Мирное разрешение международных конфликтов: национальные концепции, модели, технологии // Власть, vol. № 8, 2008. С.82.

¹² О разумной силе, общественной дипломатии и социальных сетях как факторах международной политики в эпоху глобализации [Электронный ресурс] URL: http://www.academia.edu/4024595/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F_%D0%9A%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8B%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%B0 (дата обращения: 06.05.2015)

результат, применяя «мягкую силу». Другие страны захотят следовать за ней, восхищаясь ее ценностями, подражая ее примеру, стремясь к ее уровню процветания. В этом случае важно определить ключевое понятие. «Мягкая сила» - это способность без принуждения определить поведение объекта согласно своим принципам и целям.

«Мягкая сила» основывается на способности формирования предпочтений других сторон. Это обычно связано с невидимыми активами такими как: привлекательная личность, культура, политические ценности и институты, а также собственно политики, которые рассматриваются как легитимный или моральный авторитет.

Нельзя считать «мягкую силу» таким же самым влиянием, как и «жесткая сила», так как она не может действовать путём угроз или финансового давления. «Мягкая сила» больше чем просто убеждение или способность двигать людей силой аргументов. Это способность притягивать. Можно сказать, что «мягкая сила» - привлекающая сила. Если без явных угроз или обменов другое государство реализует волю воздействующей на него страны, то можно считать, что «мягкая сила» срабатывает.

На самом деле, «жесткая сила» и «мягкая сила» связаны между собой. Если у одного государства возникают трудности в экономике и военной мощи, то скорее всего оно потеряет способность формировать «мягкое» международное влияние и свою привлекательность. Тем не менее, «мягкая сила» не базируется на «жесткой силе». В этом можно удостовериться на примерах Ватикана и Советского Союза. Сталин смеялся над Ватиканом: «А сколько у Ватикана дивизий?», - но у Ватикана была «мягкая сила». Советский Союз обладал сформировавшейся экономикой и внушительными военными ресурсами, которые продолжали расти, но утратил «мягкую силу» из-за своих жестоких политиков. В этом случае возвышение «жесткой силы» ведёт к снижению роли «мягкой

силы».¹³

«Мягкая сила» не относится к государству в той же степени, как и «жесткая сила». Некоторые активы «жесткой силы» неоспоримо государственные, такие как: вооруженные силы, природные ресурсы (нефть и минералы). Вместе с тем, ресурс «мягкой силы» отделяется от государства и только их часть соответствует его целям. Когда США участвовали в войне во Вьетнаме, массовая культура США часто подвергала критике официальную государственную политику. В последнее время фундаментальная христианская группа критикует ислам, как неприемлемую религию. Данные процессы остаются вне контроля государства в свободном сообществе.¹⁴

«Мягкая сила» тесно связана с информационными технологиями. Информационные и коммуникационные технологии, которые стремительно развиваются с конца 20 века, заставляют по-новому воспринимать силу, которая есть у государства или индивида. По Роберту Кеейну и Джозефу Наю, в 21 веке информационные технологии стала самым сильным источником силы.¹⁵ Они утверждают, что в эпоху информационной революции, информацией обмениваются через границы и это возвышает важность «мягкой силы». В то же время, постепенно увеличивается «мягкая сила» у надежных государств.¹⁶ Основываясь на этом, автор статьи «Кыргызстан и «мягкая сила»» утверждает, что «ядром «мягкой силы» являются: нематериальность, информативность и подвижность». Кроме того, он отметил, что концепция «мягкой силы» понимается по-разному в странах, где ее культивируют. Сильно отличаются способы использования и ожидания от применения «мягкой силы». Еще добавил, что «Разные

¹³ Nye, Joseph S. Soft Power: The Means to Success in World Politics // Public Affairs. 2004. P.5-9

¹⁴ Там же. С. 14-15

¹⁵ 이진영. 세계화 시대 한국의 소프트 파워 : 한류확산 연구 // 전남대학교. 2006. P.16 Ли Джин Ён Мягкая сила Кореи в эпоху глобализации: Исследование о расширении корейской волны. (Сэгхва сидэ хангуге софт пао: ханлюхвасан ёнгу). Chonnam national university. С.16

¹⁶ Большой политический словарь 21 века [Электронный ресурс] URL: <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=727784&cid=42140&categoryId=42140>

субъекты обладают разными возможностями и способностями проецировать и мультиплицировать «мягкую силу».

Он вывел итог, что «Мягкая сила» представляет собой разнонаправленные идейно-ценностные структуры, которые произрастают из разных культур, политических практик и являются продуктом той среды, в которой они сформировались, со своим специфическим видением мира и своего места в нем.»¹⁷

«Мягкая сила» использует не прямое влияние. Она не действует непосредственно, как военные угрозы или экономическое давление. Но субъект действия подводит поведение объекта к желаемому направлению посредством привлекательной силы. Джозеф Най настаивал, что такой принцип работает эффективнее, чем заставляющая сила, однако, так как он существует в универсальных ценностях, таких как: демократия, право человека, открытость - это вызывает трудности в непосредственном использовании.¹⁸

Другими словами влиянием «мягкой силы» является: «добровольное участие другой страны в основных мероприятиях внешней политики государства – объекта влияния, в его геополитических проектах, принятие общих целей и иллюзия достижения общего результата, интенсивные коммуникативные потоки».¹⁹

Также используется манипуляции. Он ориентируется на воздействие на сознание. Чтобы воздействовать на сознание больших масс людей, формируются нужные манипулятору образы и символы. Это процесс начинается с изменения исторической памяти и заканчивается миром символов-смыслов. На самом деле, мысло-символический мир более

¹⁷ Кыргызстан и «мягкая сила» [Электронный ресурс] URL: <http://ia-centr.ru/expert/19937/> (дата обращения: 05.05.2015)

¹⁸ Wikimedia [Электронный ресурс] URL: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/17/%EC%86%8C%ED%94%84%ED%8A%B8_%ED%8C%8C%EC%9B%8C.pdf (дата обращения: 04.05.2015)

¹⁹ Мягкая сила – ресурс внешней политики государства. [Электронный ресурс] URL: http://www.observer.materik.ru/observer/N4_2013/027_040.pdf (дата обращения: 04.05.2015)

важен, так как на него в существенной степени ориентируется социальная память.

Также использует ненасильственной обработки властных и иных групп. Этот метод применяют для формирования определенного мировоззрения и влияния на поведение людей.²⁰

Обобщая все вышесказанное одним словом «мягкая сила» - способность убедить других хотеть того же, чего хочешь ты или как не прямой/вовлекающий (co-optive) метод осуществления власти.²¹

Теперь рассмотрим «мягкую силу» по формуле Лассуэлла.

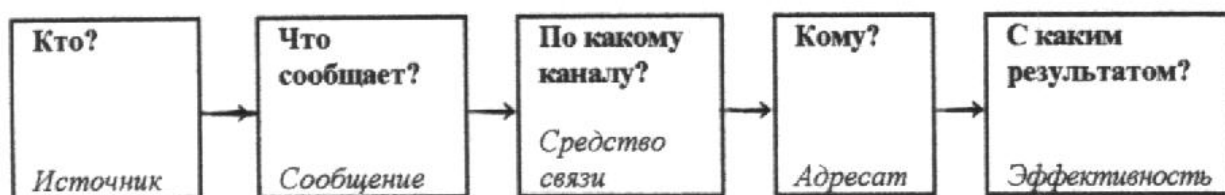


Рисунок 1²²

Источник(Субъект)

Изначально Джозеф Ная разделил 'государственную' силу на «жесткую»(hard power) и «мягкую» (soft power).²³ Поэтому можно считать источником «мягкой силы» государство.

Сообщение

²⁰ Железная хватка «мягкой силы» [Электронный ресурс] URL: <http://www.odnako.org/magazine/material/zheleznaaya-hvatka-myagkoj-sili/> (дата обращения: 07.05.2015)

²¹ Joseph Nye Jr. The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone //Oxford University Press, 2002. P. 8.

²² Модель Лассуэлла [Электронный ресурс] URL: http://its-journalist.ru/Articles/model._lassue-lla.html (дата обращения: 02.06.2015)

²³ Nye J. 2003. The Power of Persuasion: Dual components of US leadership. The conversation with J. Nye. – Harvard International Review, Winter p.46

Субъект «мягкой силы» сообщает о привлекательности своей культуры и образа жизни, идеологии и институтов. Он пропагандирует общепринятость и универсальность своей культуры, образа жизни, идеологии и институтов, чтобы внедрить определенные стандарты, правила и нормы поведения в объекте «мягкой силы».

Канал

Массовая культура, информационные технологии являются каналом сообщения «мягкой силы».²⁴

Массовая культура является механизмом оказывания влияния на идеи и эмоции огромной аудитории. Литература, кино и музыка могут влиять на поведение аудитории к определенному направлению и ее отношение к чему-либо (как протестному, так и лояльному).²⁵

В эти дни информация является ключевым ресурсом «мягкой силы», поэтому важно хорошо использовать этот инструмент во внешней политике и дипломатии, международном, научном и образовательном сотрудничестве для информирования своей «мягкой силой».²⁶ В этом деле используются личные сетевые контакты, Интернет, масс-медиа²⁷ и т.д.

Воздействие на образовательную систему тоже может использоваться для проникновения ценностей государства.²⁸

²⁴Ковалева. Д. М Концепт soft power как предмет изучения современной политической науки и теоретическая основа внешнеполитических стратегий //Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2013. Том 13. Вып. 1.С.121

²⁵ Мендкович Никита. Слабости нашей «мягкой силы» [Электронный ресурс] URL: <http://www.odnako.org/magazine/material/slabosti-nashey-myagkoj-sili/> (дата обращения: 04.06.2015)

²⁶Хитирхеев Г. И Информационные технологии в политике России и Турции [Электронный ресурс] URL: <http://www.moluch.ru/archive/78/13618/> (дата обращения: 04.06.2015)

²⁷Казанцев А.А., Меркушев В.Н. Россия и постсоветское пространство: перспективы использования «мягкой силы». Полис. 2008. № 2.С.8

²⁸Столбов В.А, Шарыгин. М.Д. Идея «мягкой силы» в системе парадигм регионального развития// Вестник арга. 2013. (2). С.68

Адресат

Адресат можно называть по - другому аудиторией.

В первую очередь, целевой аудиторией «мягкой силы» являются те страны, которые заинтересованы в сотрудничестве со страной субъекта «мягкой силы» , как потенциальные или реальные стратегические партнеры. Разумно разделить целевую аудиторию и внутри населения определенной страны , так как разные слои общества интерпретируют сообщение по - разному.

Для максимальной эффективности советуют выбрать такие группы, которые умеют ретранслировать воспринятые сообщения на более широкую аудиторию внутренней страны(лидеры мнений, политическая и бизнес-элита, экспертное сообщество) и молодежь.²⁹

Эффект

После процесса коммуникации «мягкой силы», объект «мягкой силы» свободно и добровольно подчиняется субъекту «мягкой силы», воспринимая предписания субъекта «мягкой силы», как результат своего самостоятельного выбора.

Не используя внешнее материализованное насилие, переформатирует в нужном направлении ментальных структур объекта «мягкой силы»³⁰ и расширит пространство для политического действия.³¹

²⁹Наумов А.О. «Мягкая сила» и внешнеполитический имидж Российской Федерации [Электронный ресурс] URL:

http://www.perspektivy.info/rus/gos/magkaja_sila_i_vneshnepoliticheskij_imidzh_rossijskoj_federacii_2015-03-30.htm (дата обращения: 02.06.2015)

³⁰Русакова О.Ф. Концепт «мягкой» силы (soft power) в современной политической философии// Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2010. Вып. 10. С.174

³¹Лузин Павел. Космос как инструмент мягкой силы внешней политики России// Индекс безопасности. 2012. № 3–4 (102–103), Том 18.С.203

Реализация политики «мягкой силы» в итоге повышает совокупную государственную силу.³²

В эти дни концепция «мягкой силы», считается одним из наиболее эффективным инструментом расширения политического влияния государства. Но, на самом деле, «мягкая сила» образовывается не только из политического, но и из экономического и культурного влияния .³³

Как правило, для того, чтобы подготовить и провести «мягкую силу», требуется время. Но ее эффект продолжится долго.³⁴

Современное состояние

Мы живем в эпохе, которая называется глобализацией. Под влиянием глобализации происходило переформирование геополитического пространства, создалась новая иерархическая система, были постановлены новые геополитические оси. На этом фоне государства нуждались в новых инструментах и способах для выполнения своих стратегических целей и достижения национальных интересов с учетом измененных реалий.

На этом фоне «мягкая сила» актуализировалась в эпоху глобализации. Являясь внешнеполитическим ресурсом и специфическим инструментом, она латентно управляет международными процессами.

«Мягкая сила» дает возможность странам влиять на международные процессы, не завися от наличия международного авторитета, военных сил и географии.³⁵

³²Лю Цзайци. Мягкая сила в стратегии развития Китая// Полис (Политические исследования). 2009. № 4 С.150

³³Меркушина Я. С., «Мягкая сила» как инструмент формирования национально-культурной идентичности Китая // Всероссийский журнал научных публикаций, vol. № 5 (20), 2013.с. 74,

³⁴Манойло Андрей, Мирное разрешение международных конфликтов: национальные концепции, модели, технологии // Власть, vol. № 8, 2008. С.81

По этой причине в нынешнем многополярном мире различные государства пользуются своей «собственной» «мягкой силой».³⁶

Ресурсы и контенты «мягкой силы» каждого государства различаются, так как они формировались из собственных разных политических, экономических и социокультурных условий.

Вследствие этого каждое государство имеет уникальные стратегии для «мягкой силы».

Например:

- «доминирующая мощь США (dominant power of the USA);
- привлекательная сила Европы (attractive of Europe);
- мудрая сила Китая (wise power of China);
- утонченная, изысканная сила Индии (sophisticated power of India);
- мистическая сила Востока (mysterious power of the East).»³⁷

И через них(стратегии) стараются расширить свое влияние на международной арене.

«Мягкая сила» подвергается критике.

С научной точки зрения, концепция «мягкой силы», неоднозначна, в ней присутствуют неопределенности.³⁸ Люди задают вопросы, такие как: «мягкая сила» - это какая-то власть или просто инструмент, которым

³⁵Леонова О) «Мягкая сила» – ресурс внешней политики государства // Научно-аналитический журнал «Обозреватель» – OBSERVER. 2013. № 4.С.28

³⁶Лагутин. М.М., Богачев. А.М. «Мягкая сила» русской цивилизации на постсоветском пространстве [Электронный ресурс] URL: <http://kprf.ru/history/soviet/125858.html> (дата обращения: 04.06.2015)

³⁷Леонова О) «Мягкая сила» – ресурс внешней политики государства // Научно-аналитический журнал «Обозреватель» – OBSERVER. 2013. № 4.С. 33

³⁸EAI • CCGA • Joongang Ilbo. Soft Power in East Asia // EAI общественный брифинг. 2008. №32. С. 1

пользуется определенное государство, чтобы достичь национальных интересов? Часто критикуют сложность измерения результатов «мягкой силы». Даже если произошли изменения в какой-то стране, нет уверенности, что данные изменения произошли благодаря проведению политики «мягкой силы», или же другие факторы повлияли на изменения.³⁹

Непрерывно задают вопрос о том, может ли «мягкая сила» в полной мере осуществлять эффект без «жесткой силы».⁴⁰ Наряду с этим вопросом задаются и иные вопросы, например: можно ли осуществлять «мягкую силу» без «жесткой силы»? Рост «мягкой силы» неизбежно сопровождается использованием «жесткой силы»? Если иметь сильную «жесткую силу» и пользоваться этим, то «мягкая сила» будет увеличиться или уменьшиться?⁴¹ В этом отношении, некие эксперты предупреждают о переоценивании «мягкой силы». Они говорят, что надежда, которая обещает наверстать недостаток «жесткой силы» наращиванием «мягкой силы», может быть миражом, если нет определенного уровня «жесткой силы». Если слабая страна чрезмерно увлеклась в концепции «мягкой силы» и отказывается содействовать развитию «жесткой силы», может возникнуть общий подрыв государственной власти.⁴²

«Джозеф Най предложил в качестве показателей «мягкой силы» следующее: иммигранты, иностранные ученые, книгоиздание, музыка, веб-сайты, лауреаты Нобелевской премии, Индекс Научного Цитирования, индекс качества жизни, патенты на душу населения, ВВП по сравнению с отношением R & D, развитие науки и техники, кино, телевидения,

39 Взлет и Падение «мягкой силы» [Электронный ресурс] URL: http://communitarian.ru/publikacii/bolshoy_blizhniy_vostok/vzlet_i_padenie_myagkoy_sily_30082014/ (дата обращения: 04.05.2015)

40 김준형, "한국을 이스라엘처럼 만들고 싶은가?" Ким Джун Хён, Хочешь ли делать Корею как Израиль?(Хангугыл исраэлчором мандылго сипынга?) Хочешь ли делать Корею как Израиль? [Электронный ресурс] URL: <http://www.pressian.com/news/article.html?no=61716> (дата обращения: 04.05.2015)

41 Лекция и круглый стол мудрецов по «мягкой силе» [Электронный ресурс] URL: <http://newsletter.kf.or.kr/korean/print.asp?no=1000> (дата обращения: 04.05.2015)

42 김상배, 소프트파워와 21세기 권력:네트워크 권력론의 모색,한울아카데미, 2009,p10, Ким Сан Бэ., Син Джин Ук., Сон Ёл., Хан Джун., Хон Тэ Ён., Джод Джэ Сон., Ким Ён Мин., Джан Док Джин. Мягкая сила и власть 21-го века- поиск теории власти сети // Ханул Академия. 2009. С. 10

принципы демократии, системы корпоративного управления и т.д.»⁴³

Еще трудно получить быстрый результат, такой как при пользовании «жесткой силой», и успех применения «мягкой силы» сильно зависит от особенностей объекта. Кроме этого, нелегко создавать международные правила или возглавлять политическую повестку дня, с которыми международное сообщество может согласиться.⁴⁴

Как мы рассмотрели в этой главе, у концепции «мягкой силы» есть преимущества и недостатки. Если принято решение об использовании «мягкой силы», то лучше отметить несколько моментов.

Во-первых, возможно ждать долгое время для достижения цели.

«Мягкая сила» или привлекательность не является концепцией, где можно сразу увидеть эффект, если страна или организация искусно использует свои ресурсы в определенных обстоятельствах, ими трудно манипулировать в определенном направлении. «Мягкая сила» накапливается в течение длительного периода времени внутри организации и вносит свой вклад в создание обстоятельств, для достижения успеха ее политики.

Во-вторых, «мягкая сила» не заменит «жесткую силу», и здесь необходимо помнить, что они дополняют друг друга. Поэтому нужно исследовать как соединить «мягкую и жесткую силу».

В-третьих, усилие на увеличение «мягкой силы» должно производиться не только в культурном аспекте, а также следует проводить совершенствования системы.

В-четвёртых, то, что для повышения уровня «мягкой силы» не

43 김상배, 소프트웨어와 21세기 권력: 네트워크 권력론의 모색, 한울아카데미, 2009, p8 김 Сан Бэ., Син Джин Ук., Сон Ёл., Хан Джун., Хон Тэ Ён., Джод Джэ Сон., Ким Ён Мин., Джан Док Джин. Мягкая сила и власть 21-го века- поиск теории власти сети // Ханул Академия. 2009. С.8

44 이영학. 중국 소프트파워 외교의 전개, 성과 및 한계 : 제 2 차 북핵위기를 중심으로 동서연구 연세대학교 동서문제연구원. 제 21 권 제 1 호 (2009년 6월) pp.146 Ли Ён Хак. Развитие дипломатии «мягкой силы» Китая, достижение и предел: По поводу второму северному ядерному кризису(Джунгук софтпао оэгы джонгэ, сонква мит ханге: джэ ича букэуйгырыл джунсимыроЛи Ён Хак. Развитие дипломатии «мягкой силы» Китая, достижение и предел: По поводу второму северному ядерному кризису // Журнал исследований Востока и Запада. 2009. Том 21 № 1. С. 146

требуется большой бюджет - это недоразумение.⁴⁵ Государство, у которого есть «мягкая сила» как привлекательность, должно прилагать соответствующие усилия и оплачивать расходы, чтобы сохранить и эффективно использовать «мягкую силу». Не надо думать что, имеющаяся «мягкая сила» может быть сразу использоваться на международной арене.⁴⁶

1.2 средства реализации политики «мягкой силы»

По мнению Джозефа Ная, в основном, «мягкая сила» государства основывается на трех ресурсах: культура (где она привлекательная другим), политические ценности (когда люди живут, следуя этим ценностям дома и за границей), нынешние политики(когда они рассматриваются как легитимные и имеют нравственный авторитет)

Культура - это набор ценностей и практики, которые имеют значение для одного общества.

Обычно Культура делится на две части: «высокая культура» (high culture) как литература, арт, образование, которые апеллируют элитам и «массовая культура»(popular culture), которая фокусируется на массовом развлечении.

Если в культуре одной страны включены универсальные ценности, и они продвигаются через политиков в другие страны, то возможности получить желаемый результат увеличивается. Маловероятно, что страна где узкие ценности создает «мягкую силу».⁴⁷

Некие аналитики считают «мягкую силу» как сила массовой

45 임경훈, 박승호. 소프트 파워 향상을 위한 육군 리더십 발전방향 .서울대학교사회과학연구원 . 한국사회과학 제 29 권 (2007 년) pp.7-8 1226-7325 Лим Гён Хун. Пак Сын Хо. Направление развития лидерства сухопутных войсках для повышения «мягкой силы»(Софт пао хянсаныл уйхан юккун лидошип балджонбанхян)Лим Гён Хун. Пак Сын Хо. Направление развития лидерства сухопутных войсках для повышения «мягкой силы» // Центр по социальной науке Сеульского национального университета. 2007. Социальная наука Корея Том 29. С. 7-8

46 박종대. 한국의 소프트파워와 대개도국 외교정책. P.20 경남대학교.2009. Пак Джон Дэ Внешняя политика мягкой силы Кореи по отношению к развивающимся странам(Хангуге софтпаоа дэгэдугук ойгёджджнчэк) С. 20

47 Nye, Joseph S. Soft Power: The Means to Success in World Politics // Public Affairs. 2004. С.16

культуры. Но это их ошибка, нельзя приравнивать поведение «мягкой силы» с культурными ресурсами, которые иногда помогают производить её.

Нельзя путать культурные ресурсы с поведением привлечения. Диктатор северной Кореи Ким Чен Ир, любил пиццу и американское видео, но это не влияло на его ядерные программы.

Часто «Массовая культура»(popular culture) является ресурсом, который создает «мягкую силу», но эффективность ресурса зависит от контекста. Например, Американское кино делает США привлекательными в Китае или в Латинской Америке, но может вызвать противоположный эффект в Саудовской Аравии или в Пакистане.

Но в целом, опросы показывают, что «Массовая культура» (popular culture) делает для других их страну интересной, экзотической, богатой, мощной, устанавливающей тенденции, передовые технологии современности и инновации, и такой имидж привлекает. Люди хотят принять участие в той хорошей жизни.

через Коммерция, личный контакт, посещения, обмены можно передать культура.

Идейные ценности можно сожаты в ум, тем через образование и работая в стране.

Ценности, которые государство стремится сформировать в поведении внутренней стране (как демократия), в международных организациях (работать с другими), во внешней политике (содействовать миру и правам человека) сильно влияют на предпочтение других. Это тоже является ресурсом «мягкой силы».

Домашние и внешние политики тоже являются ресурсами «мягкой силы». В 1950 годах, расовая сегрегация в стране подрезала «мягкую силу» США в Африке. В эти дни проведения смертных казней и слабый закон над контролем огнестрельного оружия уменьшал «мягкую силу» США в Европе. Так же, внешняя политика сильно влияет на «мягкую

силу». Примером является политик прав человека Джимми Картер. С помощью своего государственного влияния он продвигал демократию в администрацию Рейгана и Клинтона. Срок эффекта политики зависит от изменения контекста.⁴⁸ Политика прав человека США отказалась от военного правительства Аргентины 1970 годов, чем создали значительную «мягкую силу» через два десятилетия, когда изменилась власть в Аргентине. Государство Аргентины поддерживало политику США в ООН и на Балканах.

Государственные политики могут укреплять или растрчивать «мягкую силу» у страны. Внутренние и внешние политики, которые кажутся лицемерными, высокомерными, равнодушными, по мнению других или базирующиеся на узком подходе к национальным интересам могут подрывать «мягкую силу». Резкий спад привлекательности США наблюдается в опросах, которые проведены после войны в Ираке 2003 года. Значительное большинство во многих стран отвечало, что им не нравится рост влияния США в их странах.⁴⁹

Георгий Филимонов раздели средства реализации политики «мягкой силы» на две части: официальный и неофициальный уровень. В официальном уровне используются средства, такие как: публичная дипломатия, внешняя культурная политика, культурная дипломатия.

средства неофициального уровня– кинематограф, СМИ, прежде всего, телевидение, музыкальная индустрия, молодежные субкультуры, «питающие» массовую культуру. Он отметил что, люди часто забывают о воздействии массовой культуры но ее влияние более эффективно действует, чем официальные политические попытки или экономическое влияние.⁵⁰

48 Nye, Joseph S. Soft Power: The Means to Success in World Politics // Public Affairs. 2004. С. 17

49 Nye, Joseph S. Soft Power: The Means to Success in World Politics // Public Affairs. 2004. С. 18

50[□] Филимонов Г.Ю. Роль «мягкой силы» во внешней политике США. Москва .2013. С. 22-23

Геннадий Гатилов, заместитель главы Министерства иностранных дел России, отметил ряд мер, способствующий реализации «мягкой силы». «Расширение культурно-гуманитарного и информационного присутствия за рубежом, усиление позиции на мировом рынке образовательных услуг, работу с соотечественниками, а также содействие реализации миграционных программ.»⁵¹

1.3. информационное и коммуникационное сопровождение политики «мягкой силы»

Чтобы очаровать другие государства и нации своей «мягкой силой», необходимо хорошо информировать о своей привлекательности. Для этого н у ж н о «информационное сопровождение» и «коммуникационное сопровождение».

«Информационное сопровождение государственной политики – тактическая деятельность структур государственной власти по созданию информационно-коммуникационной платформы и инфраструктуры, электронных систем политико-государственного управления, а также распространение сведений среди общественных групп с помощью средств и каналов массовой коммуникации»⁵²

«Коммуникационное сопровождение» - это комплекс эффективных действий по управлению информацией, осуществляемых PR-специалистами с целью формирования благоприятного имиджа объекта сопровождения и дальнейшего поддержания его репутации.»⁵³

51[□]МИД: Использование "мягкой силы" способствует реализации интересов РФ [Электронный ресурс] URL: <http://www.ig.ru/2012/10/31/gatilov-anons.html> (дата обращения: 07.05.2015)

52[□]Ядрышников Е. В. ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ИНТЕРНЕТЕ. – 2015. Грамота, № 3 (53): в 3-х ч. Ч. I .2015.. С. 208

53[□] Хадыева Элина Ирековна. Специфика коммуникационного сопровождения в сфере спорта [Электронный ресурс] URL: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2015/data/6996/uid82818_report.pdf (дата обращения: 11.01.2016)

Основные источники (субъекты) информационного и коммуникационного сопровождения политики «мягкой силы»

Информационное и коммуникационное сопровождение политики «мягкой силы» можно разделить на государственные и не государственные.⁵⁴

В первую очередь данным вопросом занимаются органы государственной власти - обычно МИД страны. В эпоху информации важность сопровождения политики «мягкой силы» растет у неправительственных организаций: предприятия, институты гражданского общества, разные фонды,⁵⁵ общественная палата, глобальные СМИ, образовательные учреждения, религиозные институты и т.д.⁵⁶

Сообщения

В информационном и коммуникационном сопровождении политики «мягкой силы» субъект продвигает действующий политический режим (например демократию), лучший образ жизни, где существует свобода действий, благоприятные ценности (работа для общего блага человечества), привлекательность своей культуры и т.д.⁵⁷

Целевая аудитория

⁵⁴ «Мягкая безопасность» по джозефу наю [Электронный ресурс] URL: <http://www.intertrends.ru/seventh/014.htm> (дата обращения: 01.01.2016)

⁵⁵ 이진영. 세계화 시대 한국의 소프트 파워 : 한류 확산 연구 = Soft Power of Korea in Global Era : A Study on the Expansion of Korea Wave. // 전남대학교. 2006. С.18 Ли Джин Ён, «мягкая сила» Кореи в эре глобализации: исследование на распространение корейской волны (Ли Джин Ён. Сегхва сидэ хангуге софт пао: Ханлюхвасан Ён гу// Джоннамдэхаккё. 2006. Р.18)

⁵⁶ Наумов. А.О «Мягкая сила» и внешнеполитический имидж Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: http://www.perspektivy.info/rus/gos/magkaja_sila_i_vneshnepoliticheskij_imidzh_rossijskoj_federacii_2015-03-30.htm (дата обращения: 01.01.2016)

⁵⁷ Бобыло А.М. «Мягкая сила» в международной политике: особенности национальных стратегий Вестник БГУ. №14. 2013. С.131

Прежде всего, аудиториями «мягкой силы» являются те страны, которые объективно заинтересованы в сотрудничестве и потенциальные стратегические партнеры.⁵⁸

Целесообразно выделить целевые аудитории и внутри населения определенной страны. Так как, разумеется, что разные слои общества будут принимать сообщение «мягкой силы» по-разному.⁵⁹

Поэтому очень важно правильно выбрать язык подачи материала. Это называется «тонкая настройка» (fine-tuning). Это нужно для того, чтобы получить поддержку ключевой аудитории.⁶⁰

Традиционной целевой аудиторией являлись лидеры общественного мнения. По данным политологов, это примерно 10–12% населения каждой страны, которые характеризуются социальной активностью, относительной обеспеченностью, высоким уровнем образования, стремлением обладать информацией из разных источников, обычно состоящие в браке и воспитывающие детей. Лидеры ретранслируют свои впечатления в остальные части общества путем личных контактов. Сograждане доверяют их мнению. И еще дипломаты обращались к политической и бизнес элите, экспертным сообществам.

Но, прогресс технологий массовой коммуникации представил возможность дипломатам напрямую обращаться ко всем слоям зарубежного общества. Среди них молодежь имеет особую ценность по двум причинам.

Во-первых, она является будущим данной страны. По этой причине страны стараются привлечь иностранных студентов в страну. Организация обменных программ позволяет формирование долгосрочных связей. Это рассчитано в будущем на лояльность новых

58[□]Леонов. О. Мягкая сила – ресурс внешней политики государства // Обозреватель, 2013. № 4. С. 39

59[□]«Мягкая сила» и внешнеполитический имидж Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: http://www.perspektivy.info/rus/gos/magkaja_sila_i_vneshnepoliticheskij_imidzh_rossijskoj_federacii_2015-03-30.htm (дата обращения: 09.05.2015)

60[□]Панова Е. П. Сила привлекательности: использование «мягкой власти» в мировой политике Вестник МГИМО университета. 2010. Выпуск № 4. С.93.

лидеров.⁶¹ Во-вторых, на ее сознание легче работает внешнее воздействие, чем на сознание взрослых. Но обращение к массовому сознанию требует более простых форм и более простого материала, чем коммуникация между национальными элитами. Для этого используется поп-культура. Она производит гораздо больший резонанс в принимающих странах, чем высокая культура. У элитных групп имеются массовые стереотипы в значительной степени.⁶²

Для эффективности, нужно проанализировать свои целевые аудитории. Затем рассмотреть, что сейчас предлагается аудитории. После этого, продумать какие аргументы нужно привести аудитории, чтобы аудитория разделяла предлагаемые ценности.⁶³

Акцент делает более на внешнюю, зарубежную аудиторию:⁶⁴ НПО, экспертное сообщество, научно-исследовательские круги, обычные граждане,⁶⁵ служащих международных СМИ - лидеры мнения. Они могут активизировать внимание к стране на международной арене.⁶⁶

Каналы- «специальный маршрут или технология, используемая для передачи сообщения получателю».⁶⁷

Сам основатель теории «мягкой силы», Джозеф Най, считал, что «телевидение, интернет, мобильные средства связи способны передавать

61[□] Панова Е. П. Высшее образование как потенциал мягкой власти государства. Вестник МГИМО университета. 2011. Выпуск № 2. С.160

62[□] Козлов Л. Е. Применение культурных инструментов в современной внешнеполитической практике. Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 12 (266). Политические науки. Востоковедение. Вып. 12. С. 7–13

63[□] Великая А. Формирование образа России за рубежом как элемент «мягкой силы» //Право и управление. XXI век. 2013. №3 (28). С. 87

64[□] Леонова О. Г. Мягкая сила – ресурс внешней политики государства //Обозреватель–Observer. .2013. №. 4. С. 38

65[□] Сухарев А. И. Политическое становление субъектов сетевых гуманитарных взаимодействий в международных отношениях глобального мира. // [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://test.vak.ed.gov.ru/common/img/uploaded/files/SukharevAI.pdf> (дата обращения: 12.01.2016)

66[□] 최수문. [Culture&Life] 김재원 해외문화홍보원장.(Цой Су Мун. [Culture&Life] Ким Джэ Вон Director of Korean Culture and Information Service)(Цой Су Мун. [Culture&Life] Ким Джэ Вон Хэоэунхоахонбоонджан) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://economy.hankooki.com/lpage/entv/201503/e20150313211502120450.htm> (дата обращения: 11.01.2016)

67 <http://www.portal-u.ru/kommunikacii/vupravlennii/sredstvakkommunikacii>

образ жизни, политическую культуру, демократические нормы и ценности другим народам и способствовать подсознательному приобщению к ним».⁶⁸

Выделенные каналы Джозефом Наем являются основными каналами коммуникации. К основным каналам можно добавить журналы, газеты, рекламы, листовки и т.д.

Другой источник выделяет каналы «мягкой силы» такие как:

- Публичная дипломатия
- Внешняя культурная политика
- Культурная дипломатия
- Информационная политика (в том числе с использованием социальных сетей и иных инновационных медиа-ресурсов)
- Международная образовательная политика
- Сетевое гуманитарное взаимодействие на уровне НПО (в плане реализации т.н. высоких гуманитарных технологий в т.ч. организации "цветных революций")
- Использование финансово-экономических инструментов (экономическая помощь в обмен на лояльность и "управляемость" элиты государства-реципиента и доступ в экономическую инфраструктуру страны, основываясь на ярких примерах обширного опыта работы ЦРУ и Госдепартамента США)
- Работа по привлечению иностранных инвестиций и формированию благоприятного инвестиционного климата
- Экспорт продукции массовой и потребительской культуры (кинематограф, музыкальная индустрия, шоу-бизнес и т.д.).⁶⁹

Эти каналы не для общих коммуникаций, а сконцентрированы на «мягкой силе».

⁶⁸Зобнин А. В. Информационная сила в международной политике: основы анализа // Пространство и время в мировой политике и международно-ных отношениях : материалы 4 Конвента РАМИ. В 10 т. М. : МГИМО-Университет. 2007. С.52

⁶⁹Актуальные вопросы формирования стратегии "Мягкой силы" во внешней политике Российской Федерации (июнь 2013). [Электронный ресурс] URL: <http://www.georgefilimonov.com/articles/important-issues-of-soft-power-strategy-in-the-foreign-policy-of-the-russian-federation/> (дата обращения: 09.05.2015)

Каналы можно делить на формальные и неформальные.

Формальные каналы коммуникаций — каналы, которые определены, установлены государством. Линии, связывающие должностных лиц и подразделения организационной структуры государства.

Неформальные каналы коммуникаций— каналы, которые определены, установлены не государством. Неформальные каналы обычно передают информацию быстрее формальных каналов коммуникаций.⁷⁰

Средства

Средства информационное и коммуникационное сопровождение политики «мягкой силы», по большому счету, можно делить на 3 категории: Медиарилейшнз, мероприятия, SMM.

Медиарилейшнз(media relations, MR)

«Это часть паблик рилейшнз (ПР), которая «отвечает» за донесение информации нужной аудитории через средства массовой информации»⁷¹

Один источник определяет медиарилейшнз как сказано выше. Мы рассмотрим медиарилейшнз государства для реализации «мягкой силы» .

Медиарилейшнз государства выделяет средства массовой информации (СМИ) в отдельную целевую группу, с которой они должны работать. Для того, чтобы провести успешный медиарилейшнз, нужно обязательно иметь информационную открытость, то есть информация о государстве должна быть доступной.

Цель медиа-рилейшнз государства – сделать СМИ верными партнерами, чтобы создать репутацию государству.

Задача медиа-рилейшнз государства – производство информации, направленной на массу, а также специализированную аудиторию, в которой заинтересована государство.

⁷⁰ <http://www.portal-u.ru/kommunikacii/vupravlenii/sredstvakkommunikacii>

⁷¹Назайкин.А.Н. Организация медиарилейшнз [Электронный ресурс] URL: <http://www.mediascope.ru/node/471> (дата обращения: 02.06.2015)

«Принципы медиа-рилейшнз:

- принцип доверительности;
- принцип достоверности информации;
- принцип двустороннего соблюдения интересов; »⁷²

Для создания позитивного общественного мнения, бренда, имиджа и репутации государство формирует свой образ, и через информационные ресурсы государство транслирует его.

Информационные ресурсы представляют собой инструменты и методы, с помощью которых происходит позиционирование государства в публичном пространстве.

Информационные ресурсы государства можно разделить на две группы – собственные информационные ресурсы и внешние информационные ресурсы.

Базовым собственным информационным ресурсом государства является пресс-служба. Она не только создает официальную информацию, а также создает условия для диалога государства и общества.

Пресс-служба государства проводит информационную и организационную деятельность.

Информационная деятельность включает создание и распространение информационных материалов о государстве.

К этой работе относятся:

- распространение пресс-релизов и заявлений для прессы
- подготовка информационных и аналитических материалов для СМИ,
- предоставление для журналистов необходимой

72Медиа-рилейшнз

[Электронный

ресурс] URL:

http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_m/media_relations/index.php (дата обращения: 02.06.2015)

информации, создание новостей и информационных поводов

разъяснение журналистам особенностей той или иной

инициативы

обозначение основных информационных приоритетов

наполнение веб-сайта государства

подготовка материалов к пресс- конференциям и брифингам, телевизионным и радиоэфиром

создание информационного фона, сопровождающего принятие того или иного социально значимого решения государства

спичрайтинг

Организационная деятельность создает условия для информационной деятельности.

Организационная деятельность пресс- службы выполняется посредством создания условий для эффективных взаимоотношений государства и прессы.

Относятся к этому виду деятельности:

- организация пресс-конференций, брифингов, интервью государства;
- аккредитация журналистов;
- создание журналистских пулов.

В деле взаимодействия с обществом главным внешним информационным ресурсом исторически являлись СМИ.⁷³

В последнее время государства все чаще стали активно

⁷³Бурова. Ю.Е. Информационные ресурсы власти как инструменты транслирования её образа// Политология. Гуманитарный вектор. 2013. № 3 (35). С.136-137

пользоваться медиарилейшнз для создания своего образа.⁷⁴

Мероприятия

Государство разрабатывает и реализует мероприятия, чтобы транслировать образцы своей национальной культуры для зарубежной аудитории.⁷⁵

Проекты, которые разработаны для создания благоприятного имиджа государства можно делить на несколько основных направлений:

- Экономические проекты: прежде всего экономические форумы.

Цели проектов: формирование благоприятного инвестиционного климата, усиление экономического сотрудничества, создание имиджа о государстве , как верный и стабильный партнер.

- Культурные, научные, образовательные проекты: международные культурные сотрудничества, конференции, круглые столы, поддержка студентов, академический обмен, гранты, «перекрестные дни/месяцы/годы культуры; визиты деятелей культуры и искусства, проведение фестивалей, выставок и других культурных мероприятий за рубежом, сотрудничество с министерствами образования стран-партнеров для совершенствования системы обучения языку.»

Поддержка соотечественников и диаспор за рубежом является одним из важных направлений политики «мягкой

⁷⁴Виноградова.С. М. Медиарилейшнз в контексте взаимодействия публичной дипломатии, PR и GR: концептуальные аспекты// управленческое консультирование. 2012. № 4.С.100.

⁷⁵Козлов Л. Е. Применение культурных инструментов в современной внешнеполитической практике. Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 12 (266). Политические науки. Востоковедение. Вып. 12. С. 7

силы».⁷⁶

Социальные проекты: обширное участие в различных социальных международных проектах, например программ по борьбе со СПИДом и наркоманией и оказании гуманитарной помощи странам, которые страдают от бед.⁷⁷

Спортивные проекты: Спорт становится важным направлением внешней культурной политики большинства государств. Даже есть «спортивная дипломатия». Многие страны претендуют провести спортивные соревнования такие как: олимпийские игры, чемпионаты мира и другие международные и региональные первенства своей страны, так как это не только привлекает зарубежных инвесторов в свою страну, а также повышает международный авторитет на международном сообществе.⁷⁸

SMM(Social Media Marketing)

«Деятельность, целью которой является увеличение лояльности целевой аудитории к бренду и его узнаваемости посредством работы в соцсетях, форумах, блогосфере.»⁷⁹

⁷⁶Лазутина И.В., Нагорнов В.А., Рахмангулов М.Р., Сахаров, А.В. Шелепов А.Г.. Систематизация лучших зарубежных подходов к реализации политики «мягкой силы» // Вестник международных организаций. 2014. Т. 9. № 2. С. 234

⁷⁷Василенко.И.А. Имидж России: концепция национального брендинга// Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование., 2012, 5.4 (24).С.71

⁷⁸Боголюбова.Н. М., Николаева.Ю. В. К вопросу о культурных связях в современной социокультурной ситуации// Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2011. № 3. С.183

⁷⁹Маркетинг в социальных сетях <http://smm.ingate.ru/>

Репутация страны формируется на длительное время чаще по делам, которые страна совершила на международной арене, так и во внутренних делах. Репутацию страны можно называть аналитической работой, которую проводят отдельные индивиды или группы людей, по пониманию поведения страны.⁸⁰

Для максимальной успеваемости проведения SMM нужно проводить продвижение в социальных сетях и управление репутацией в социальных медиа.

Продвижение в социальных сетях включает такие дела:

- проведение исследований;
- формирование стратегии и бренд-платформы;
- наполнение бренд-платформы полезным уникальным контентом;
- привлечение целевой аудитории;
- организация общения потребителей, консультация посетителей бренд-платформы;
- отчетность и контроль результативности;
- аудит рекламной кампании.

К управлению репутацией в социальных медиа относятся:

- проведение исследований;
- разработка стратегии;
- формирование списка приоритетных блогов, форумов и других площадок;

⁸⁰Фёдоров. О. Д. Международные образовательные программы в инструментарии политики государства// Человек и образование. 2014. № 2 (39). С. 128

анализ инфополя бренда в социальных медиа;
нивелирование негатива и коммуникации с целевой аудиторией;
размещение информации о бренде на приоритетных площадках;
клиентская поддержка потребителей;
отчетность и контроль результативности;
аудит рекламной кампании.»⁸¹

В социальных медиа, государство формирует отношение с целевой аудиторией через коммуникацию и создает сетевой эффект.⁸²

Форма диалога, который проводится в информационных порталах, социальных сетях между государством и представителями зарубежного общества называется «цифровой дипломатией». Это тоже один из способов реализации «мягкой силы» и она привлекает зарубежных стран к ценностям государства.⁸³

Сейчас рассмотрим on line стратегии.

On line стратегии

Одним из видов On line стратегии является: «цифровая дипломатия», «интернет дипломатия», «дипломатия социальных

⁸¹ Маркетинг в социальных сетях <http://smm.ingate.ru/>

⁸² 송영우.한희. 소셜미디어 마케팅 전략: 4 가지 모델과 39 가지 사례의 마케팅 인사이트. (Сон Ён У, Хан Хы стратегии маркетинга социальных Медиа: marketing insight 4 моделей и 39 примеров).(Сосиал медио макетинг джонряк нэгади моделгуа самсибгугади сарепы макетин инсайт) [Электронный ресурс] URL: <https://play.google.com/books/reader?id=Itp1BAAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=ko&pg=GBS.PP16.w.1.0.54> (дата обращения: 04.06.2015)

⁸³ Цветкова.Н.А. Публичная дипломатия США: теории и концепции// Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. 4: С.188.

сетей» и «Web 2.0 дипломатия». Они широко используют информационно-коммуникационные технологии (ИКТ). К ним относятся новые медиа, социальные сети, блоги и тому подобные медиа площадки в глобальной сети. Это поддерживает государственные органы в выполнении функций и коммуникаций по вопросам, связанным с внешнеполитической повесткой дня.

Рассмотрим On line стратегии «мягкой силы» через «цифровую дипломатию».

В настоящее время программы «цифровой дипломатии» проводятся во многих государствах.

«Цифровая дипломатия» - применение социальных сетей в дипломатической деятельности для обеспечения взаимодействия дипломатов с зарубежными пользователями интернета. Она ориентирована на привлечение в дипломатическую практику широких слоев населения, а не на взаимодействие с политической и дипломатической элитой зарубежных государств.

Методами «цифровой дипломатии» являются: размещение радио и теле - передач в сети интернет, распространение в открытом доступе литературы о государстве в цифровом формате, мониторинг дискуссий в блог-пространстве, создание персонифицированных страничек членов правительства в социальных сетях, а также рассылка информации через мобильные телефоны»

Суть «цифровой дипломатии» - технологический инструмент. Это важно понять.

Философские основы «цифровой дипломатии» изложила Энн-Мэри Слотер. по мнению Слотер, государства, которые обладают наиболее налаженными и разветвленными информационными каналами и коммуникациями, способны определять глобальную повестку дня.

Главные цели «цифровой дипломатии» такие :

- Информационная дискредитация идеологии против проводящего государства «цифровой дипломатии» и других различных анти движений

- Борьба против политических режимов других стран через мобилизации протестного молодежного движения и нового движения диссидентов.

- Программы «цифровой дипломатии» могут проводится различными ведомствами.

Пример списка задач «цифровой дипломатии»:

- Дискредитация идеологических противников проводящего государства «цифровой дипломатии»

- Противодействие информационной деятельности противников в интернете

- Ограничение медиа присутствия противников на определенном пространстве

- Противодействие внешней культурной политики противников, осуществляемой через социальные сети

- Поддержка молодежных движений. Это одно из наиболее успешных, благодаря социальной сети.

Кроме того, реализация программ «цифровой дипломатии» предполагает следующие направления деятельности:

- Финансирование проектов по созданию и распространению новых технологий, позволяющих обходить цензуру в сети

- Создание информационных сервисов, направленных на поддержку оппозиции в авторитарных странах

- Создание систем теневого интернета и независимых сетей мобильной связи, развертывание которых на территории третьих стран позволит борцам с авторитарными режимами обмениваться

информацией в режиме онлайн, обходя запреты властей.»⁸⁴

Государство может открыть официальный блог, правительственный портал, виртуальное веб-посольство⁸⁵ посредством которого может представлять информации для достижения своих целей.

Слабая способность обеспечить информационную безопасность является фатальным недостатком государства. Это действует на уровень доверия государства и его деятельности. Нужно развивать технологии для безопасности информации и нужно систематически формировать системы для безопасности каждого поля.⁸⁶

Off line стратегии

В ходе анализа действия «мягкой силы» Китая, США, Германии, Великобритании и ЕС выделить инструменты политики, реализуемые странами по пяти направлениям

- «1) культура и продвижение языка
- 2) сотрудничество в области образования, науки и техники
- 3) развитие деловых связей
- 4) развитие общественной дипломатии
- 5) содействие международному развитию»⁸⁷

Рассмотрим инструменты по функциям.

Культура и продвижение языка

⁸⁴ Зиновьева, Е. Цифровая дипломатия, международная безопасность и возможности для России. Индекс безопасности. № 1 (104), Том 19. С. 213-215

⁸⁵ Дипломатия будущего [Электронный ресурс] URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=334#top-content (дата обращения: 10.05.2015)

⁸⁶ Стратегии укрепления «мягкой силы» с использованием ИКТ // Национальное агентство по вопросам информационного общества Республики Корея. 2009. IT&Future Strategy № 16. С.16

⁸⁷ И.В. Лазутина, В.А. Нагорнов, М.Р. Рахмангулов, А.Г. Сахаров, А.В. Шелепов. Систематизация лучших зарубежных подходов к реализации политики «мягкой силы» // Вестник международных организаций. 2014. Т. 9. № 2. С. 231

Обучение языку можно называть «важной государственной задачей, решение которой вносит вклад в обеспечение целостности государства, достижение межнационального согласия»⁸⁸,

Для продвижения и популяризации языка государства создают такие организации, как культурно-образовательный центр,⁸⁹ агентство по культуре и т.п.

Один из примеров такой программы является:

«1) программа по изучению языка для иностранцев, постоянно проживающих внутри страны;

2) программа поддержки местного обучения языку;

3) организация фонда поддержки преподавания языка для беженцев;

4) обучение языку репатриантов из других государств;

5) улучшение содержания и методов преподавания языка.»⁹⁰

Проводит конкурс языка тоже один пример.⁹¹

Сотрудничество в области образования, науки и техники;

«Развитие зарубежной сети школ, создание совместных вузов,»⁹²
«улучшение системы образования для иностранных студентов, диалога между экспертами»⁹³ и т. д.

Развитие деловых связей.

88[□]Бессарабова И. С. РОЛЬ РОДНОГО ЯЗЫКА В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ ОБРАЗОВАНИИ РОССИИ И США // Современные наукоемкие технологии . 2008. №8. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-rodного-yazyka-v-polikulturnom-obrazovanii-rossii-i-ssha> (дата обращения: 13.01.2016)

89[□]Елена Василенко. Культурная дипломатия как инструмент «мягкой силы» государства [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.perspektivy.info/oikumena/europe/kulturnaja_diplomatija_kak_instrument_magkoj_sily_gosudarstva_2015-11-23.htm (дата обращения: 11.01.2016)

90[□]Мошняга П. А. ВНЕШНЯЯ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА ЯПОНИИ // Власть . 2009. №6. С.160

91[□]Михневич Сергей Владимирович ПАНДА НА СЛУЖБЕ ДРАКОНА: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И МЕХАНИЗМЫ ПОЛИТИКИ «МЯГКОЙ СИЛЫ» КИТАЯ // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика . 2014. №2. С.106

92[□]Сеидов Урхан. Мягкая сила Азербайджана [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://1news.az/authors/oped/20150909103156261.html> (дата обращения: 13.01.2016)

93[□]Разумов Ярослав. Россия без «мягкой силы» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://ni.globalaffairs.ru/gossiya-bez-myangkoj-sily/> (дата обращения: 13.01.2016)

Установление прямых контактов между предприятиями страны - носителями «мягкой силы» и предприятиями в странах, целевой аудиторией, выставочная деятельность.⁹⁴

Развитие общественной дипломатии;

Культурный обмен, отправление за границу,⁹⁵ проведение крупных мероприятий, как олимпиада,⁹⁶ официальная помощь в целях развития.⁹⁷

Содействие международному развитию

Сотрудничество с другими государствами в целях решения транснациональных вопросов: глобальное изменение климата, международное право, права человека, проведении миротворческих акций».⁹⁸

Если рассмотреть инструменты «мягкой силы» по основным направлениям можно понять, что это комплексная взаимосвязанная система. И анализ составляющих ее инструментов позволяет хорошо понять эту систему. Они связаны друг друга и взаимно дополняют

94[□]САХАРОВ А. Г. «Мягкая сила» Италии //Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2014. Т. 9. №. 2. С.68

95[□]이승미.한국의 공공외교(Public Diplomacy) 연구 : 공공외교의 주체와 전략적 수단을 중심으로 = A Study on Korea's Public Diplomacy :Mainly Focused on the Actors and Strategic Means of Public Diplomacy // 경희대학교. 2011. С.11 Ли Сын Ми, исследование на публичную дипломатию Кореи: акцентируя на субъекты публичной дипломатии и стратегические инструменты.// Кёнхидэхаккё. (Ли Сын Ми. Хангуге Гонгонойгё Енгу: Гонгонойгё Джучеа Джонряджог Суданыл Дужнсимро// Гёбхидэхаккё. 2011. Р.11)

이진영.세계화 시대 한국의 소프트 파워 : 한류확산 연구 = Soft Power of Korea in Global Era : A Study on the Expansion of Korea Wave. // 전남대학교.2006. С.18 Ли Джин Ён, «мягкая сила» Кореи в эре глобализации: исследавание на распространение корейской волны.(Ли Джин Ён. Сегехва сидэ хангуге софт пао: Ханлюхвасан Ён гу// Джоннамдэхаккё.2006. Р.18)

96[□]서은영.중국의 문화적 국가홍보 전략 : 공익광고 <<中國夢·講文明樹新風>> 을 중심으로// 연세대학교 대학원. 2014.С.14 Со Ын Ён. Культурная стратегия КНР в связи с общественностью акцентируя внимание на социальную реклам <<中國夢·講文明樹新風>>// Ёнсе университет. (Со Ын Ён Джунгугэ мунхоаджог гукгахонбо джонряк: Гоникгоанго <<中國夢·講文明樹新風>> ы джнсимыро // Ёнседэхаккё дэхагон. 2014.С.14)

97[□]“공공외교, 한국같은 중견국의 맞춤형 외교수단” (публичиная димломатия, подходящий вариант в дипломатии для средних держав, как Корея)(Гонгонойгё, Хангугатын джунгёнгугэ мачумён ойгёсудан) [Электронный ресурс] Режим доступа: http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20131122000284&md=20131125003452_BL (дата обращения: 13.01.2016)

98[□]Российско-американское сотрудничество в сфере образования на современном этапе [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.diplomy.su/shop/105.html> (дата обращения: 13.01.2016)

себя. Ключ успеха «мягкой силы» зависит от оптимизации «взаимосвязи» и «взаимодополняемости». ⁹⁹

Целевой аудиторией являются различные целевые группы в странах-партнерах такие как: «

- органы власти (национальные, региональные, муниципальные, а также отраслевые структуры)
- различные институты (университеты, академии наук, компании, НПО)
- граждане (предприниматели, исследователи, преподаватели, студенты, активная молодежь). »¹⁰⁰

Важно воздействовать на все группы тогда может ожидать устойчивое влияние. Для этого нужно объединить 5 факторов: нормативно-правовую базу, ресурсное обеспечение, механизмы координации, специальные визовые режимы и коммуникативную и PR-стратегии. ¹⁰¹

Выводы к главе 1

Долгое время для господства в мире государства в основном пользовались «жесткой силой», которая, принуждая через давление, ограничение или компенсации, влияет на действия других государств. Тем не менее, в эпоху глобализации пришло осознание ограничений, вызываемых «жесткой силой», и США нуждались в новых силах, чтобы расширить свое влияние на международной арене. Джозеф Най называл эту силу «мягкой силой».

⁹⁹ И.В. Лазутина, В.А. Нагорнов, М.Р. Рахмангулов, А.Г. Сахаров, А.В. Шелепов. Систематизация лучших зарубежных подходов к реализации политики «мягкой силы» // Вестник международных организаций. 2014. Т. 9. № 2. С. 235

¹⁰⁰ И.В. Лазутина, В.А. Нагорнов, М.Р. Рахмангулов, А.Г. Сахаров, А.В. Шелепов. Систематизация лучших зарубежных подходов к реализации политики «мягкой силы» // Вестник международных организаций. 2014. Т. 9. № 2. С. 236

¹⁰¹ И.В. Лазутина, В.А. Нагорнов, М.Р. Рахмангулов, А.Г. Сахаров, А.В. Шелепов. Систематизация лучших зарубежных подходов к реализации политики «мягкой силы» // Вестник международных организаций. 2014. Т. 9. № 2. С. 236

«Мягкая сила» - сила притяжения, которая вызывает добровольное участие других государств через привлечение к своей культуре и ценностям. В эти дни «мягкая сила» имеет тесную связь с информационными технологиями. Владелец развитых информационных технологий имеет все возможности для эффективного использования «мягкой силы». Как важно развивать информационные технологии, так важно и обеспечить информационную безопасность.

Для реализации «мягкой силы» используются разные методы и средства. Можно разделить средства «мягкой силы» на официальные и неофициальные. Нельзя не отметить эффективность неофициальных средств «мягкой силы».

«Мягкая сила» является коммуникацией, и стратегии нужно составлять, понимая это. Как и в случае с другими коммуникациями сначала нужно хорошо проанализировать целевую аудиторию. Получив представление об особенностях каналов, нужно выбрать самый подходящий вариант для выбранной целевой аудитории.

На самом деле, «мягкая сила» это долгосрочный процесс и для применения «мягкой силы» необходимо столько же усилий, как и для «жесткой силы». При этом, «мягкая сила» не может заменить «жесткую силу», поэтому нужно искать способ для их совмещения.

Информационное и коммуникационное сопровождение политики «мягкой силы» работает на создание правильного и привлекательного образа страны в мире.

Ученые определяют по-разному каналы информационного и коммуникационного сопровождения политики «мягкой силы»

Основными средствами являются медиарелейшнз, мероприятия, SMM.

Так как информационное и коммуникационное сопровождение политики «мягкой силы» тоже является коммуникацией, нужно хорошо

продумать стратегию для эффективного общения, которую делим на две части: on-line, off line стратегии.

Глава 2. Информационное и коммуникационное сопровождение политики «мягкой силы» Республики Корея

2.1 Республика Корея: ресурсы и возможности для реализации политики «мягкой силы»

В этой главе мы будем говорить о реализации политики «мягкой силы» Республики Корея через анализ данных государственных учреждений или аккредитованных при правительстве организациях Республики Корея и анализ документов служащих Республики Корея.

По документу «Cultural Diplomacy Manual», который написан министерством иностранных дел и торговли Республики Корея (бывшая форма министерства иностранных дел Республики Корея), до 20 века, дипломатия Республики Корея составлялась на основе «жесткой силы» (политика, экономика), но поняв важность «мягкой силы», сформировалась дипломатия Республики Корея 21 века на 3 оси (политика, экономика, культура).¹⁰²

Английский журнал (Monocle), продаваемый почти в 80 странах, публиковал рейтинг «мягкой силы» государств за последние годы. 19 место (2010 года), 14 место (2011 года),¹⁰³ 15 место (2014/2015 года)¹⁰⁴ - рейтинг «мягкой силы» Республики Корея. Monocle проводит опрос, кто лучше

102-외교통상부.문화외교메뉴얼. Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея. Мануал «культурной дипломатии. (Оэгётонсанбу. Мунхойуэгё мэнюол.).2010.С.8

103 박길성, [여의도포럼-박길성] 한류, 소프트 파워, 그리고 공공외교 (Пак Гил Сон, [Йоидо форум - Пак Гил Сон] Халлю, Мягкая силы и общественная политика) ([Йоидофорум- Пакгилсон] Халлю, Софт пао, Ёриго Гонгоноэгё) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0007627812&code=11171316> (дата обращения: 06.06.2015).

104 Soft Power Survey 2013[Электронный ресурс] URL: <http://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2013/> (дата обращения: 06.06.2015)

может привлечь другие народы через культуру, спорт, кухни, дизайн, дипломатии и т.д.¹⁰⁵

Тогда, рассмотрим понимание «мягкой силы» Республики Корея.

Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея определило «мягкую силу» как «способность получить то, чего ты хочешь через 'захват сердца человека' нежели 'принуждение или вознаграждение'», выделило основные активы «мягкой силы», такие как культура, ценности и институты, человеческие ресурсы, туризм и разделило на 3 контейнера, в которых вкладывает «мягкую силу».

1 Публичная дипломатия(Public Diplomacy)

Понятие верхнего уровня, наиболее большая миска, содержащая «мягкую силу»

2 Культурная дипломатия (Cultural Diplomacy)

- Суб-концепция публичной дипломатии
 - дипломатическая деятельность по средствам культуры.
- Включается в публичную дипломатию

③Национальный брендинг (Nation-brand)

- Имеет дифференциацию с более широким понятием публичной дипломатии так как, национальный брендинг нацелен на экономический аспект, чтобы повысить национальную конкурентоспособность¹⁰⁶

По сути анализа документа «Cultural Diplomacy Manual» и сайта министерства иностранных дел Республики Корея, для выполнения политики «мягкой силы» Республика Корея в основном использует «публичная дипломатия», «культурная дипломатия»

¹⁰⁵ Soft Power Survey 2014/15 [Электронный ресурс] URL: <http://monocle.com/film/Affairs/soft-power-survey-2014-15/>(дата обращения: 06.06.2015)

¹⁰⁶외교통상부.문화외교메뉴얼. Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея. Мануал «культурной дипломатии. (Оэгётонсанбу. Мунхойуэгё мэнюол.).2010. С.12.

Министерство иностранных дел Республики Корея понимает ресурсы «публициная дипломатия» такие как:

1) Опыт развития

Республика Корея достигла в одно время роста экономики и демократизации и могла быть примером для развивающихся странах. Она может передать свой опыт для развития и играть роль как мост между развитыми странами и развивающимися странами. Основатель концепции «мягкой силы», Джозеф Най тоже предлагал более активно использовать этот ресурс в развивающихся странах.¹⁰⁷

2) национальный бренд

Как любящая мир страна, нет истории нападения на другое государство, 정(Чжон) «приязнь»¹⁰⁸, трудолюбивый имидж

3) Разнообразие контента и динамизм, оригинальность, универсальность, добродетельный круг современности и традиции

4) Халлю (социальный и культурный феномен, который растет интерес и предпочтения к корейской музыке, драме, фильмам и т.д.)¹⁰⁹ и современная и традиционная культура¹¹⁰

Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея обозначило ресурсы «культурной дипломатии»:

- Культура
- Спорт
- Туризм

107 박강호, [독자 칼럼] 한국, '소프트 파워' 키우려면(Пак Кан Хо, [Колонка читателя] Республика Корея, чтобы повышать «мягкую силу» (Пак Ган Хо, [Докджа Калом] Хангук, Софт Пао Киуремён.) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://blog.naver.com/sinji021/61763132> (дата обращения: 06.06.2015).

108 Юшина Людмила Юрьевна. Понятия “чжон” 정 и “сонпён” 송편 в свете диалога корейской и русской культур. 노어노문학(Ноономунхак), 2014, 26.5: С 179-202.

109 한국문화관광연구원. 한류 연구과제 개발을 위한 기초조사. Korea Culture & Tourism Institute.

Основные исследования для разработки Исследовательских проектов

Халлю(Хангукмунохоагуангуанёнгуон. Хан лю ёнгугуазэ гэбалыл уйхан гичогонса.) 2005.С.3

110 <http://www.mofa.go.kr/trade/cultural/public/>

- Образование¹¹¹

Министерство иностранных дел Республики Корея и Arirang TV проводили видео конкурс под названием “I love Korea, because...”. Всего 1424 видео участвовали в этот конкурс 110 стран, ответили причины их любви к Республике Корея по численности:

- 1) К-Pop(современная популярная корейская музыка)
- 2) пейзаж и туристические места
- 3)Корейская кухня
- 4)традиционная культура
- 5)драмы, фильмы
- 6)корейцы
- 7) экономическое развитие и передовые технологии
- 8) корейский язык
- 9)история
- 10) спорт

Кроме этого, корейская мода, косметика и системы общественного транспорта тоже были обозначены как причины любви к Республике Корея.¹¹²

2.2 Способы реализации политики «мягкой силы» в международных коммуникациях Республики Корея

Как выше сказали, Республика Корея в общем использует для реализации политики «мягкой силы» рычаги «публичной дипломатии» и «культурной дипломатии». Здесь тоже рассмотрим способы для расширения реализации политики «мягкой силы» в международных коммуникациях Республики Корея по формулу Лассуэлла.

111 [37].С.23

112 Young Sam Ma Ambassador for Public Diplomacy Republic of Korea. Korea and Public Diplomacy : Strategies & Programs. 2012. С.7

Способ «публициная дипломатия»

Источник (Субъект)

Министерство иностранных дел Республики Корея объясняет разницу между «традиционной дипломатией», «публициной дипломатией 20 века», «новой публициной дипломатией 21 века».

Субъектами последнего являются: Государство и различные факторы разных уровней: каждый гражданин, НПО, предприятия, муниципалитеты, государственные учреждения.

Сообщение

Очарование нематериальных активов как культура, искусство, помощь, знания, язык, спорт, ценности.¹¹³

Канал

Информационные технологии, средства коммуникации.

Благодаря данным каналам, можно в виртуальном пространстве иметь интерактивное общение без ограничений национальной границей.

Например, в интернете строят ваб-сайты для того чтобы предоставлять информацию не только на родном языке, а также на иностранных языках, рекламировать основные политики и через проведения опросов общественного мнения или через политические форумы можно узнавать мнение. В этом смысле, интернет не только канал связи с общественностью для дипломатии, а становится и средством проведения дипломатической деятельности. В связи с этим, Кибер-публициная дипломатия признается одной из новых сфер публичной дипломатии в эре информации. Средства общения между людьми, как расширенных дипломатических целей. По изменению средства

¹¹³ http://www.mofa.go.kr/trade/cultural/public/index.jsp?mofat=001&menu=m_30_170_100

коммуникации, осведомленности и усилия государства для достижения дипломатических целей тоже диверсифицировались.¹¹⁴

Адресат

В основном, «публичная дипломатия» направляется к общественности других стран, НПО • Университет • Средства Массовой Информации также включены в объект «публичной дипломатии» так как, они играют важную роль в формировании общественного мнения. Кроме того, в последние годы в соответствии понимание и поддержка своих граждан стало важным для внешней политики, есть тенденция включать в объект «публичной дипломатии» своих граждан и организации, учреждений также имеют тенденцию.¹¹⁵

Эффект

- Очаровать и затронуть граждан других государств
- Подведение к пониманию и поддержке политики Республики Корея
- В достаточной мере сообщить о Республике Корея через знания и информацию
- Наладить хорошее дружеское отношение посредством вклада и служения

Через это укрепляется государственный имидж и национальный бренд и повышается влияние Республики Корея на международной арене.¹¹⁶

114외교통상부.한국 공공외교 수행체계 연구. Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея. Исследование системы выполнения общественной дипломатии Республики Корея.(Оэгётонсанбу. Хангус Гонгоноэгё сухэнчеге ёнгу) 2012. С.6

115 http://www.mofa.go.kr/trade/cultural/public/index.jsp?mofat=001&menu=m_30_170_100

116외교부. 21세기 외교환경 변화와 공공외교. Министерство иностранных дел Республики Корея.Изменение дипломатической среды 21 века и общественная политика. (Оэгёбу. Исибилсэги оэгёхангён бёнхаоа гонгонуэгё).2013

Способ «Культурная дипломатии»

Источник (Субъект)

Источники можно разделить на две части: органы, находящиеся в Республике Корея или находящиеся за границей.

Находящиеся органы в Республике Корея: В центре, бюро «культурной дипломатии» министерства иностранных дел Республики Корея, центральные правительства(министерство культуры, спорта и туризма Республики Корея, министерство образования, науки и техники Республики Корея и т.д.), Правительственные учреждения(Korea Foundation, Korean Culture and Information Service, Korea Arts & Culture Education Service и.т.д), к тому же, местные правительства и частные секторы тоже вносят вклад в «культурную дипломатию».

Находящиеся органы за границей: главное учреждение для «культурной дипломатии» являются дипломатические представительства по всему миру. В каждом дипломатическом представительстве, дипломат, отвечающий за культуру, связь с общественностью, контролирует в целом «культурную дипломатию» и проводит деятельности «культурной дипломатии», которые подходят к стране и местным особенностям, где он находится. Помимо того Korean cultural centers, которые находятся в основных базах, как США, Франция, Япония, Китай, отвечают «культурную дипломатию».¹¹⁷

Сообщение

Имидж Республики Корея - страна наполненная очарованием

- где гармония между традицией и высокотехнологиями
- общество, которое дружелюбно и заботливо к иностранцам.
- Полнота достоинств государства и долгожительства
- Культурные традиции

117외교통상부.문화외교메뉴얼. Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея. Мануал «культурной дипломатии. (Оэгётонсанбу. Мунхойуэгё мэнюол.).2010.С.29

- Философия развития¹¹⁸

Канал

Активно используя средства коммуникации, повышает воздействия и усиливает эффективность «культурной дипломатии»

Через новые медиа, как интернет, который можно прислать one-to-many (в один раз многим) сразу, может эффективно контактировать с большим числом зрителей со всего мира.

Телевещание имеет ценности, в том, что можно в короткое время распространить культурный код, для потребителя сравнительно дешево и можно повторное воспроизведение.¹¹⁹

Адресат

Другие государства и его граждане, диаспора Республики Корея.¹²⁰

Эффект

- Реализация цели национальной стратегии
- Укрепление дипломатии в традиционном смысле (в сферах: политика, безопасность, экономика и торговля)
- В других странах или на международной арене повышение влияния проводящего государства «культурной дипломатии»
- Через содействие диалогу между государствами содействует росту взаимопонимания и миролюбия между

118 외교통상부. 한국의 문화외교 강화를 위한 추진 전략 및 지역별 차별화 방안. Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея. Стратегии по укреплению культурной дипломатии Республика Корея, и меры для региональной дифференциации.(Оэгётонсанбу. Хангугэ муноаозгё ганхоарыл уйхан чудин джонряк мит диёгбёл чабёлхоа банан.).2009.С.114

119외교통상부. 문화예술을 통한 21 세기 문화외교의 새로운 지평. Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея. Новая перспектива«культурной дипломатии» 21 века через культуру и искусство. (Оэгётонсанбу . Мунхойёсульыл тонхан исибилсэги мунхоауэгё сэроун дипён). 2013.С.3

120외교통상부. 한국외교 60년 : 1948-2008. Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея. 60 лет дипломатия Республики Корея: 1948-2008. (Оэгётонсанбу. Хангуккоэгё юксибён: 1948-2008. 2009. С.310

гражданами других стран¹²¹

Сейчас рассмотрим средства реализации политики «мягкой силы».

Средства «публичной дипломатии»

Для создания правильного образа и мнения о государстве Корея использует такие средства:

- Семинар, форум, выставки, представления - показывают привлекательность Кореи.
- Караван, который едет в провинциальные города и информирует о Республики Корея.
- Проект построения 'Korea Corner'(информационное бюро о Республики Корея, которое пользуется передовые информационные технологии Республики Корея) в основных университетах, библиотеках, культурных центрах.
- Назначения известных иностранцев почетным посолом для PR Республики Корея.
- Проведение мероприятий, чтобы узнать Корею для рабочих, которые работают в корейских фирмах в других странах.
- Визит в посольство и встреча с послом

Для активизирования участия иностранцев:

- Проведение Quiz on Korea, K-food World Festival, K-pop World Festival
- Проект K-lover- строить инфраструктуру, чтобы любящие иностранцы Республики Корея добровольно делали PR о Республики Корея. Любящим камаются: кружок корейской культуры, кружок Тхэквондо(корейское боевое искусство), учившие, работавшие в

¹²¹외교통상부.문화외교메뉴얼. Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея. Мануал «культурной дипломатии. (Оэгётонсанбу. Мунхойуэгё мэнюол.).2010. С.10

Республики Корея.

В образовании:

- Расширение содержания о Республике Корея в учебниках иностранных школ¹²²
- Стараются чтобы в программе высшего образования было официальный предмет- Корейский язык.

Со СМИ:

- Приглашение в Корею power blogger других стран
- Снять о жизни корейской диаспоры в той стране и трансляция данного сюжета

Официальная помощь в целях развития:

- Привести в порядок район трущоб
- Проведение бесплатного репетиторства, связан с культурой и искусством подросткам в развивающихся странах¹²³

Средства «культурной дипломатии»

Средства «культурной дипломатии» изменились со временем. Здесь будем рассматривать средства 2000 годах.

В связи с культурой:

- Заключение культурного соглашения с другим государством
- Проведение мероприятий направленных на установление дружеских отношений с государством.
- Активное участие в деятельности ЮНЕСКО: на различных межправительственных комитетах и Генеральной Ассамблеи

¹²² <http://www.publicdiplomacy.go.kr/introduce/public.jsp>

¹²³ ³ 외교통상부. 한국 공공외교 수행체계 연구. Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея. Исследование системы выполнения общественной дипломатии Республики Корея. (Огётонсанбу. Хангус Гонгоноэгё сухэнчеге ёнгу) 2012. С.6

ЮНЕСКО для того, чтобы отразить позиции Республики Корея. И старается вкладывать корейские активы в мировое наследие ЮНЕСКО, чтобы сообщить превосходство природного и культурного наследия Корея.

- Постановить отдела о Корее в музеях за границей
- Проведение проектов интерактивных культурных обменов: не только Республика Корея передает свою культуру, но и Корею представляются новые интересные культуры и традиции других стран.
- Сделать дипломатическое представительство как Культурно-выставочный зал: чтобы распространить оригинальность, превосходство культуры Корея, правительство Республики Корея выдает различные высококачественные произведения искусства в дипломатические представительства.

В связи со спортом:

- Проведение и привлечение основных мировых соревнований: кубок мира, азиатские игры, Чемпионат мира по легкой атлетике, Летняя Универсиада, олимпиада

В связи с образованием:

- Поддержка корееведения за рубежом: Поддержка проведения курсов корейского языка, исследований о Корее, Южная Корея корееведение связанных курсы и лекции оперативную поддержку, исследовательная деятельность, проведение научных семинаров, публикации статей о Корее и т.д.
- Обмен между подростками¹²⁴

124외교부.2014 외교 백서. Министерство иностранных дел Республики Корея. 2014 diplomatic white paper.(Оэгёбу. 2014 Оэгё бэк со.) 2014. С.299-306.

2.3 Информационное сопровождение политики «мягкой силы» Республики Корея в российских СМИ

По мнению специалистов, республика Корея выбрана одним из двух государств, где разработаны наилучшие программы информационной политики¹²⁵ Возникает необходимость проверки качества разработанных программ.

В данном разделе проведен мониторинг российских СМИ на предмет наличия сообщений, формирующих представление о Республике Корея для российской аудитории.

«Мониторинг -

- система сбора данных о сложном явлении, процессе, которые описываются с помощью определенных ключевых показателей в целях оперативной диагностики состояния объекта исследования и оценки его в динамике
- сбор и обработка информации и подготовка рекомендаций по развитию реформы и внесению необходимых корректив и др».¹²⁶

Целью проведения мониторинга СМИ является определение текущего имиджа Республики Корея в российских СМИ. Для этого автор установил последующие задачи:

- 1) выделить релевантные СМИ
- 2) выделить временной период исследования
- 3) проанализировать выделенные СМИ за обозначенный период
- 4) проанализировать собранные публикации
- 5) выявить ключевые темы и слова, тональность публикаций.

На сайте «медиалогия» можно увидеть рейтинг самых цитируемых

¹²⁵Чазова.С. А. Государственные стратегии в области информационной политики// Вестник МГУКИ. 2013 .2 (52). С.59

¹²⁶Ганеева. Ж.Г. Определение понятия «мониторинг» в различных сферах его применения//вестник Челябинского государственного университета 2005.№ 1. том 8. С. 32

СМИ за определенный период. Автор выбрал СМИ, учитывая рейтинг на ноябрь 2015 года.

Автором выбраны следующие СМИ:

- Известия
- Российская газета
- Новая газета

Автор выделил временной период исследования по первому кварталу 2015 года.

Первое анализируемое СМИ - «Известия»

«Известия» представляет себя в своей социальной сети как: «российская общенациональная ежедневная газета, учрежденная в марте 1917 года.

Тематика издания – освещение событий в России и за рубежом, аналитика и комментарии, обзор вопросов бизнеса и экономики, событий культурной и спортивной жизни. Материалы, публикуемые в «Известиях», основаны на информации первоисточников, а также расследованиях собственных корреспондентов. Редакционная политика предусматривает представление различных точек зрения, актуальность и объективность публикуемых материалов.»¹²⁷

На сайте посольства Республики Корея «Известия» охарактеризовано, как лидирующее инновационное российское СМИ, которое защищает рыночную экономику и демократию, в ней содержится много статей, связанных с корейским полуостровом и тональность статей – позитивная.¹²⁸

Автор выбрал СМИ «Известия» как представителя либеральных СМИ и по объяснению посольства РК в РФ, в нем присутствует много статей о корейском полуострове.

127 https://www.facebook.com/izvestia.ru/info?tab=page_info

128 <http://rus-moscow.mofa.go.kr/webmodule/htsboard/template/read/korboardread.jsp?typeID=15&boardid=2287&seqno=559556>

На интернет сайте «Известий» , с января по март 2015 года опубликовано 13 статей, связанных с Республикой Корея.

Автор проводил мониторинг СМИ и составил таблицу в хронологическом порядке по пунктам: ключевые слова, тональность публикации, тематика.

Классификация тем:

- Политика
- Социальная
- Экономика
- Культура
- Спорт
- Наука

Методология исследования

В данном разделе проведен мониторинг российских СМИ на предмет наличия сообщений, формирующих представление о Республике Корея для российской аудитории.

«Мониторинг -

- система сбора данных о сложном явлении, процессе, которые описываются с помощью определенных ключевых показателей в целях оперативной диагностики состояния объекта исследования и оценки его в динамике

- сбор и обработка информации и подготовка рекомендаций по развитию реформы и внесению необходимых корректив и др».¹²⁹

Целью проведения мониторинга СМИ является определение текущего имиджа Республики Корея в российских СМИ. Для этого

¹²⁹Ганеева. Ж.Г. Определение понятия «мониторинг» в различных сферах его применения//вестник Челябинского государственного университета 2005.№ 1. том 8. С. 32

автор установил последующие задачи:

- 1) выделить релевантные СМИ
- 2) выделить временной период исследования
- 3) проанализировать выделенные СМИ за обозначенный период
- 4) проанализировать собранные публикации
- 5) выявить ключевые темы и слова, тональность публикаций.

На сайте «медиалогия» можно увидеть рейтинг самых цитируемых СМИ за определенный период. Автор выбрал СМИ, учитывая рейтинг на ноябрь 2015 года.

Автором выбран последующие СМИ:

- Известия
- Российская газета
- Новая газета

Автор выделил временной период исследования по первому кварталу 2015 года.

Первое анализируемое СМИ - «Известия»

«Известия» представляет себя в своей социальной сети как: «российская общенациональная ежедневная газета, учрежденная в марте 1917 года.

Тематика издания – освещение событий в России и за рубежом, аналитика и комментарии, обзор вопросов бизнеса и экономики, событий культурной и спортивной жизни. Материалы, публикуемые в «Известиях», основаны на информации первоисточников, а также расследованиях собственных корреспондентов. Редакционная политика предусматривает представление различных точек зрения, актуальность и объективность публикуемых материалов.»¹³⁰

На сайте посольства Республики Корея «Известия»

¹³⁰ https://www.facebook.com/izvestia.ru/info?tab=page_info

охарактеризовано, как лидирующее инновационное российское СМИ, которое защищает рыночную экономику и демократию, в ней содержится много статей, связанных с корейским полуостровом и тональность статей – позитивная.¹³¹

Автор выбрал СМИ «Известия» как представителя либеральных СМИ и по объяснению посольства РК в РФ, в нем присутствует много статей о корейском полуострове.

На интернет сайте «Известий» , с января по март 2015 года опубликовано 13 статей, связанных с Республикой Корея.

Автор проводил мониторинг СМИ и составил таблицу в хронологическом порядке по пунктам: ключевые слова, тональность публикации, тематика.

Классификация тем:

- Политика
- Социальная
- Экономика
- Культура
- Спорт
- Наука

С таблицей анализа публикаций с января по март можно ознакомиться в приложении работы.

Если посмотреть динамику количества статей можно составить такую таблицу.

	январь	февраль	март	итого
Количество статей	5	3	5	13

**Табл.2. Динамика количества статей относительно РК в «Известия»
(январь-марта 2015г.)**

¹³¹ <http://rus-moscow.mofa.go.kr/webmodule/htsboard/template/read/korboardread.jsp?typeID=15&boardid=2287&seqno=559556>

По этой таблице можно построить линейный график

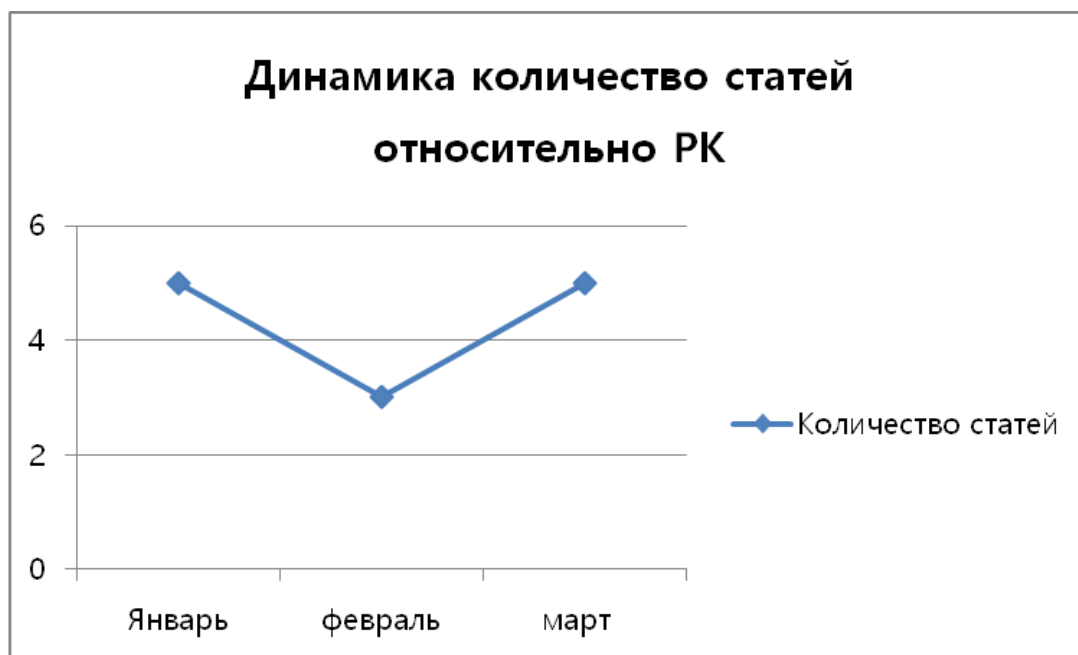


Рис.1. Динамика количества статей относительно РК в «Известия» (январь-март 2015г.)

В этом графике больших изменений в количестве публикаций относительно РК за первый квартал 2015 г. не наблюдается.

Дальше классифицируем темы публикаций о Республики Корея по первому кварталу 2015 года.

	Политика	социальная	экономика	культура	спорт	наука	Итого
Количество статей	5	1	2	0	3	2	13

Табл.3. Темы публикаций о РК в «Известия» (январь-марта 2015г.)

По таблице 3 сделали круговую диаграмму.



Рис.2. Темы публикаций о РК в «Известия» (январь-марта 2015г.)

В СМИ «Известия» , больше всех написаны статьи по теме политики (39%), далее следует экономика (15%) и наука (15%).

Из 13 статей только в 3 статьях (23%) используется Республика Корея как ключевое слово, а в остальных статьях – в качестве перечисления примером или просто упоминание в одной. Например «В финальном матче наша команда одержала волевою победу над сверстниками из **“Республики Корея”** со счетом 2:1»¹³², «В список государств, чьи граждане смогут пересекать границу с Индонезией без дополнительных формальностей, кроме России также включены США, Китай, Япония, **“Республика Корея”**, Польша, Венгрия, Оман, ОАЭ и др. »¹³³ В таком плане.

В 3х статьях, где является Республика Корея одно из ключевых слов, пишут об обстановке корейского полуострова. В двух статьях пишут о совместных учениях Республики Корея с США, важно отметить, в одной из 3 статей автор крайне резок насчет Северной Кореи. Он оскорбляет эмигрантов, которые свидетельствуют о ситуации в Северной Кореи, одним словом «несет пургу». Приведу один пример -

¹³² «Кипиани и Мелкадзе способны стать лидерами сборной России»

URL: <http://izvestia.ru/news/581706#ixzz3w1NyawDj>(дата обращения: 31.01.2015)

эмигранты говорят: «Власти Северной Кореи убивают всех инвалидов», а автор говорит о существовании паралимпийской команды КНДР.

По-моему, автор не рассматривает возможность, что Северная Корея специально составила эту команду для опровержения свидетельства эмигрантов. Пользуясь этим, формировать свой имидж, говоря, что у нас все порядке с правами человека, на чем и настаивает автор.

Также автор описывает Ким Чен Ына, как жаждущего объединения Кореи, а правительство Республики Корея характеризует как марионетку США. Но нужно знать, что Северная Корея придерживается концепции «одна страна — две политические системы», а Республика Корея «одна страна — один политический режим».¹³⁴ Возможно, автор ввиду отсутствия полной информации опубликовал такую статью. Тогда Республика Корея должна стараться предоставить правильную полноценную информацию.

Подведем итог по тональности публикации в «Известия».

Издание	Тональность публикации			Всего статей
	Позитивная	Негативная	Нейтральная	
Известия http://izvestia.ru/	1	3	9	13

Табл.4.анализ тональности публикации в «Известия» (январь-марта 2015г.)

Таблица 4 в виде кольцевой диаграммы:

¹³⁴ <http://izvestia.ru/news/582992>



Рис.3. Образ РК в «Известия» (январь-марта 2015г.)

В итоге мы видим что, образ РК в «Известия» является самым нейтральной из всех. Так как в большинстве статей «Известия», Республика Корея лишь упомянута в перечислении, такой результат естественный. В сравнении с информацией от сайта посольства РК в РФ, тон публикаций «Известия» о Республики Корея не позитивный и количество статей о Корейском полуострове не так много.

Второе изученное СМИ - «Российская газета»

«Российская газета» информирует о себе в одной из социальной сети таким образом: ««Российская газета» — общественно-политическое издание, учрежденное Правительством РФ. После публикации в "РГ" вступают в силу государственные документы. Ежедневно на www.rg.ru - новости, важные события, интервью первых лиц, комментарии экспертов, фото и видеорепортажи.»¹³⁵ Посольство Республики Корея в Российской федерации сообщит о том, что в них мало публикуются статьи о корейском полуострове и если пишут, то во основном о делах главных сотрудничествах между правительствами Республики Корея и Российской федерации. Также есть партнерство с

¹³⁵ <http://vk.com/rgru>

южнокорейскими СМИ "Дэхан мяиль синбо".¹³⁶

СМИ «Российская Газета» выбран автором как представитель СМИ публикованные государством.

Примечательно, на сайте этих СМИ есть отдельная секция по Южной Корее. В этой секции в хронологическом порядке, убирая статьи, где отмечены заметкой фото, видео, сделан анализ по первому кварталу 2015 года, 144 статей.

По динамике количества статей относительно РК в «РГ» (январь-марта 2015г.) составлена следующая таблицу.

	Январь	февраль	Март	Итого
Количество статей	46	50	48	144

Табл.6. Динамика количества статей относительно РК в «РГ» (январь-марта 2015г.)

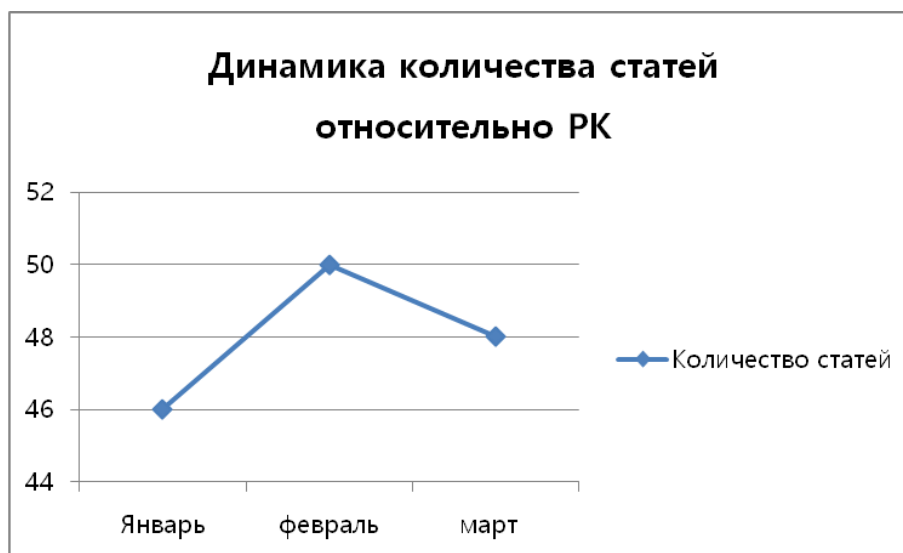


Рис.4. Динамика количества статей относительно РК в «РГ» (январь-марта 2015г.)

В периоде с января по март 2015 года, сильного изменения в количества публикаций статей не видим.

Следующая таблица сделана по анализу публикаций о РК в «РГ»

¹³⁶ <http://rus-moscow.mofa.go.kr/webmodule/htsboard/template/read/korboardread.jsp?typeID=15&boardid=2287&seqno=559556>

по темам по первому кварталу 2015 года.

	Политика	социальная	экономика	культура	спорт	наука	Итого
Количество статей	85	41	7	3	2	6	144

Табл.7. Темы публикаций о РК в «РГ» (январь-марта 2015г.)

Далее круговую диаграмму сделана по таблице 7.

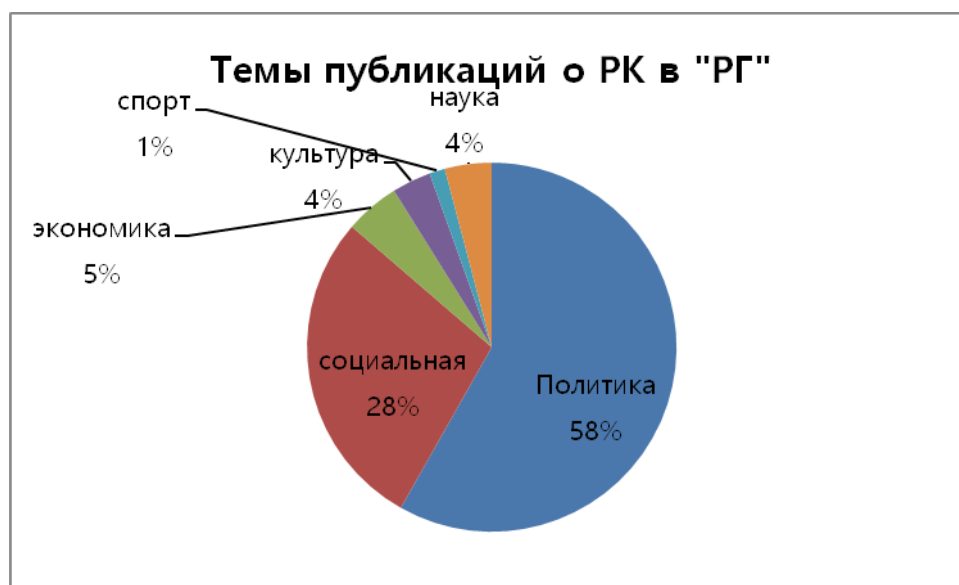


Рис.5. Темы публикаций о РК в «РГ» (январь-март 2015г.)

СМИ «РГ» также больше всего обращает свое внимание на сферу политики (58%, 85 статей). Многие темы связаны со специальной ситуацией корейского полуострова: нападение на посла США, совместные учения Республики Корея с США, межкорейской технопаркой в Кэсоне, размещении на территории Корейского полуострова противоракетных комплексов THAAD США и т.д. СМИ «РГ» как государственные СМИ, много обсуждали приезд президента Пак Кын Хе в Москву и возможным межкорейским саммитом. И как государственные СМИ уделяли внимание внешней и внутренней

политике бывших и нынешних президентов Республики Корея. Прозвучали такие термины, как "дипломатии природных ресурсов", "Евроазиатскую инициативу", "смена министров" и т.д.

В социальной сфере авторы много писали о происшествии, которые носят трагический характер, как пожар, ДТП, самоубийство, стрельбы и т.д. Также во многих статьях упомянуто о крушении "Севоль". Среди происшествий наибольшее внимание уделяется скандалу "с солеными орешками". Проблемы спортивной тематики также затронуты: применение запрещенных препаратов, плохая подготовка к олимпиаде.

Стоит отметить, одна статья была полностью посвящена корейской культуре.

Посмотрим тональность публикации СМИ «РГ»

Издание	Тональность публикации			Всего статей
	Позитивная	Негативная	Нейтральная	
Российская Газета http://www.rg.ru/	31	46	67	144

Табл.8.анализ тональности публикации в «РГ» (январь-марта 2015г.)

За один квартал 144 статьей – думаю, немало.

Сделаем Таблицу 8 в форме кольцевой диаграммы.



Рис.6. Образ РК в «РГ» (январь-марта 2015г.)

Как в СМИ «Известия», так и в СМИ «РГ» одинаковая очередь - нейтральная, негативная, позитивная. Во многих статьях СМИ «РГ», авторы выражает свое недовольство по поводу дружбы Республики Кореи с США. Такая же реакция наблюдается во многих статьях из-за приезда президента Республика Корея Пак Кын Хе. В социальной теме часто затрагиваются трагические происшествия, складывается ощущение, что СМИ наняло человека, специализирующегося на трагедиях. Статьи о трагических происшествиях скорее оставляет негативный осадок о Корее, представляя Корею, как опасную страну, в которой постоянно что-то случается. Лучше бы писали о теме ознакомления с культурой и т.д. Необходимо присутствие постоянного представителя СМИ Республики Корея в Российской Федерации для публикации статей, связанных с культурой, спортом и другими аспектами общественной жизни. В этом направлении необходимо координировать свои действия с российскими СМИ, налаживая контакты двустороннего сотрудничества..

Хотя СМИ «РГ» особо выделили чрезвычайные происшествия, также были предложены разные темы, как медицине, туризм и т.д.

Как в СМИ «Известия», здесь тоже обнаружена разница между

информацией посольства РК в РФ и реальной ситуацией. СМИ «РГ» пишут много о корейском полуострове, больше всех СМИ, выбранных автором.

Третье изученное СМИ - «Новая Газета»

««Новая Газета» - Общественно-политическое издание, существует с 1993 года, выходит по понедельникам, средам и пятницам»¹³⁷

Выбранное С М И «РГ» имеет государственный взгляд на Республику Корею, вследствие чего автор выбрал СМИ «Новая Газета», как СМИ для мониторинга, ожидая увидеть в них более свободные точки зрения о Республике Корея. Известно, что многие работники в СМИ «Новая Газета» терпели угрозы или убиты.

За первый квартал 2015 года, в интернет сайте СМИ - «Новая Газета» вышло 6 статей, связанные с Республикой Корея.

Рассмотрим динамику количества статей относительно РК в «НГ» (январь-марта 2015г.) по таблице 10.

	Январь	февраль	март	Итого
Количество статей	2	3	1	6

Табл.10. Динамика количества статей относительно РК в «НГ» (январь-марта 2015г.)

По таблице 10 нарисован линейный график.

¹³⁷ https://www.facebook.com/novgaz/info?tab=page_info

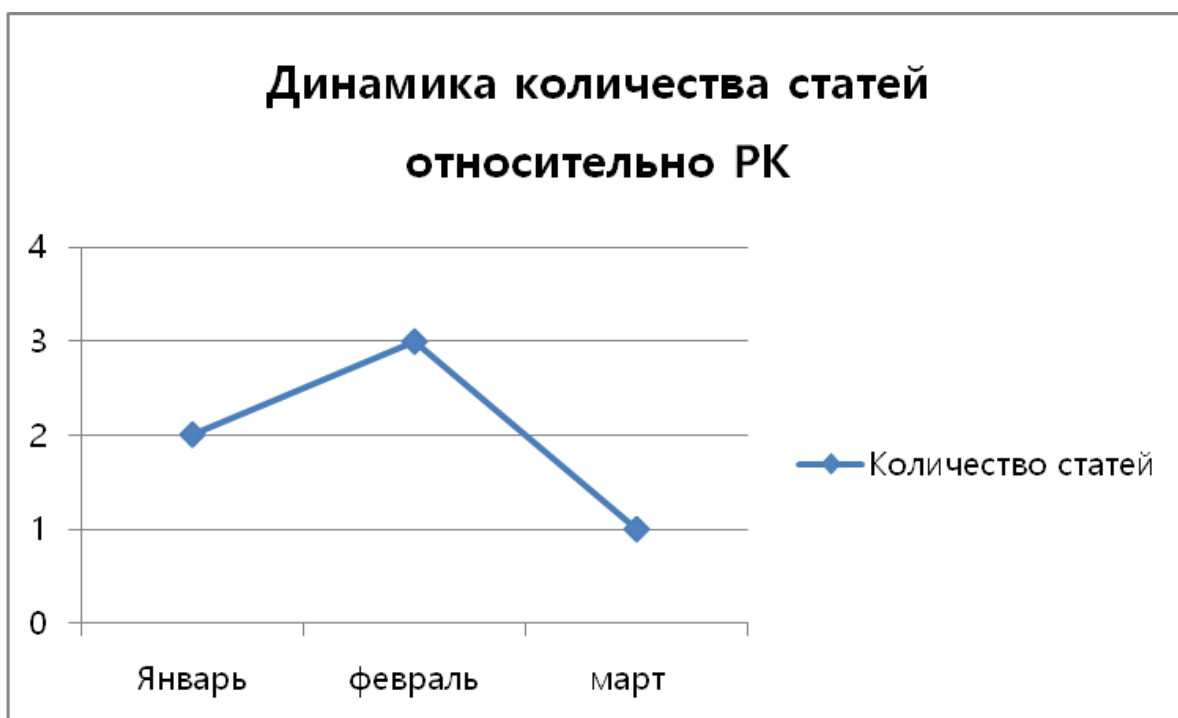


Рис.7. Динамика количества статей относительно РК в «РГ» (январь-март 2015г.)

Между месяцами нет большой разницы в количестве статей о РК.

Таблица 11 сделана по темам публикаций РК в «НГ» за период (январь-март 2015г.)

	Полит ика	социал ьная	эконо мика	культ ура	сп ор т	на ук а	Ит ого
Количе ство статей	2	1	0	2	1	0	6

Табл.11. Темы публикаций о РК в «НГ» (январь-март 2015г.)

Еще раз посмотрим темы публикаций о РК в «НГ» через круглую диаграмму .



Рис.8. Темы публикаций о РК в «НГ» (январь-март 2015г.)

СМИ «НГ» больше всех писали о политике, культуре Республики Корея - по одинаковым процентам 33%, далее поровну (17%) разделили темы спорта и социальные тема. А экономика, наука Республики Корея совсем не заинтересовали авторов публикаций «НГ».

Среди 6 статей только в одной статье (17%) Республики Корея является главной темой. В остальных статьях, СМИ «НГ» Республике Корею больше внимание уделяют, чем СМИ «Известия», но суть не меняется, Республика Корея не является даже ключевым словом в статьях.

В статьях полностью посвященных Республике Корею писали о нападении на посла США.

В статьях с упоминанием Республики Корея - мигранты из России, предположение объявления о войне Северной Кореи, о олимпиаде в городе Пхёнчхан и т.д.

Анализ тональности публикации в «НГ» можно увидеть в следующей таблице.

Издание	Тональность публикации			Всего статей
	Позитивная	Негативная	Нейтральная	
Новая Газета http://www.novayagazeta.ru/	0	1	5	6

Табл.12. анализ тональности публикации в «НГ» (январь-март 2015г.)

Рассмотрим анализ тональности публикации в «НГ» посредством кольцевой диаграммы.



Рис.9. Образ РК в «НГ» (январь-марта 2015г.)

Небольшое количество статей (всего 6) и так по факту и для объективного анализа. Нужно стимулировать авторов «НГ», чтобы писать о Республике Корея. Одновременно, стоит задуматься над тем, что ни в какой статье Республика Корея не отражается позитивной.

Результаты исследования и выводы

В этом разделе мы суммируем все результаты мониторинга «Известия», «РГ», «НГ» и сделаем из этого выводы.

Издание	Январь	Февраль	Марта	Всего
«Известия»	5	3	5	13
«РГ»	46	50	48	144
«НГ»	2	3	1	6
Итого	53	56	54	163

Табл.13. Динамика количества статей относительно РК в «Известия», «РГ», «НГ» (январь-марта 2015г.)

Для лучшего понимания составим таблицу в виде линейного графика.

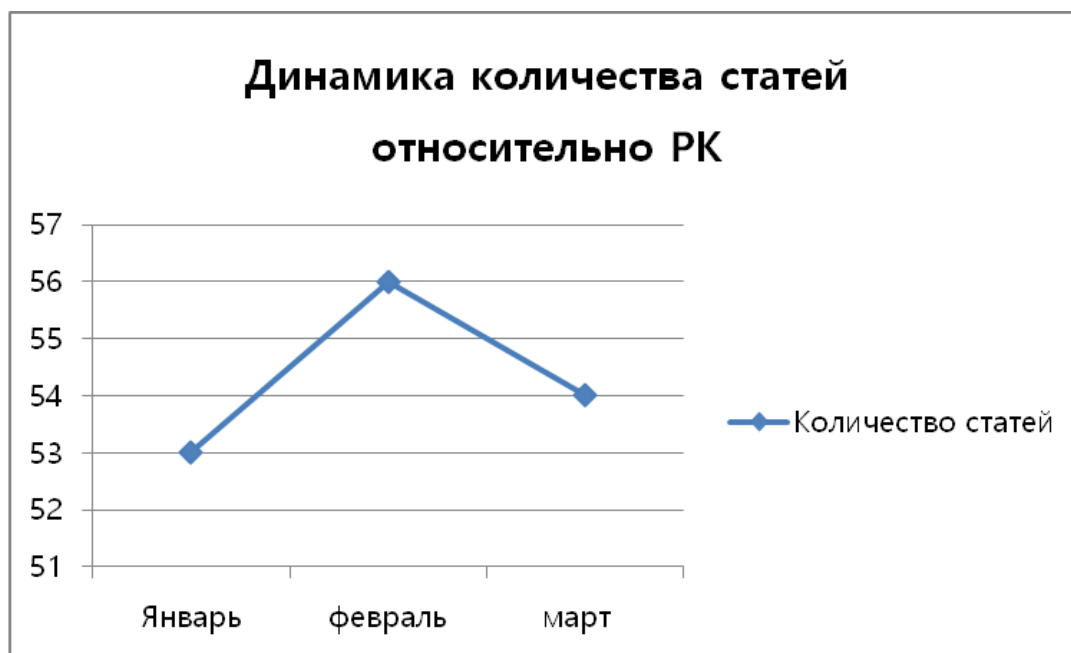


Рис.10. Динамика количества статей относительно РК в «Известия», «РГ», «НГ» (январь-март 2015г.)

Сравнивая количество дней по месяцам - в день 1.817 статей (почти 2 статьи) в день написано в этот период о Республике Корея в трех Российских СМИ.

Следующая таблица сделана по темам публикаций РК в «Известия», «РГ», «НГ» за первый квартал 2015 года.

Издан	Полит	социал	эконом	культ	сп	на	Вс
ие	ика	ьная	ика	ура	ор	ук	его
					т	а	

«Известия»	5	1	2	0	3	2	13
«РГ»	85	41	7	3	2	6	144
«НГ»	2	1	0	2	1	0	6
Итого	92	43	9	5	6	8	163

Табл.14. Темы публикаций о РК в «Известия», «РГ», «НГ» (январь-март 2015г.)

Дальше ее круговая диаграмма.

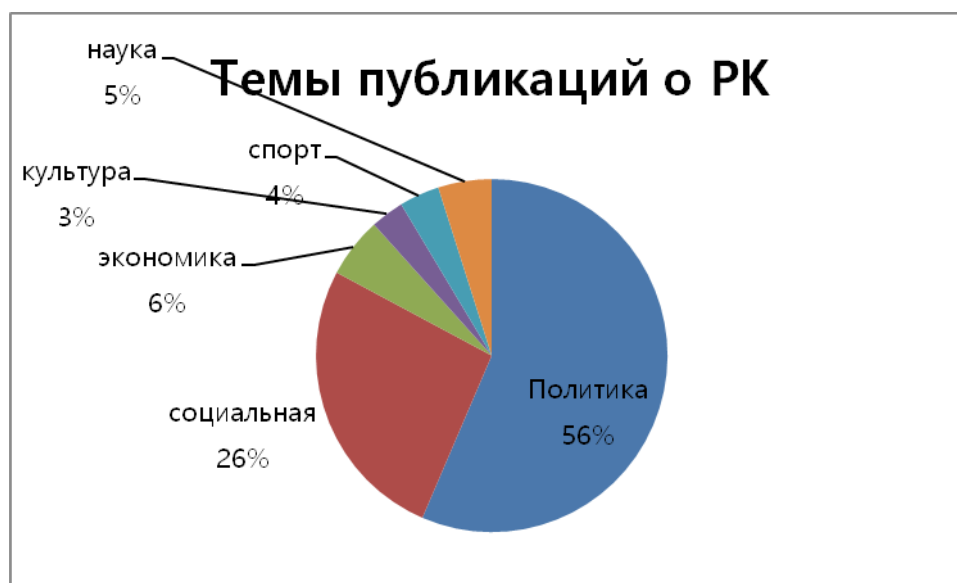


Рис.11. Темы публикаций о РК в «Известия», «РГ», «НГ» (январь-март 2015г.)

За первый квартал 2015 года, в 3 российских СМИ «Известия», «Российская Газета», «Новая Газета» статей, связанных с Республикой Корея, всего 163. Большинство написано на темы: политика, социальная, экономика, наука, спорт, культура. По специальной обстановке корейского полуострова статьи были написаны за первый квартал 2015 года. Если подробнее делить тему в политике можно выделить 2 подтемы: дипломатия и оборона. Самые обсуждаемые вопросы в этих темах: поездка президента в Москву на день победы, вхождение в Азиатский банк инфраструктурных инвестиций (АИВ), размещение комплексов противоракетной обороны THAAD, совместные

учения РК с США.

По социальной теме, авторы о законах: существующий закон, внесении изменений закона.

О событиях, которые в Корее пробудили большой резонанс "скандал с солеными орешками", много писали и следили за судебным процессом. Журналисты уделяли особое внимание об информировании о трагедиях, произошедших в Республике Корея.

Про экономику часто писали о совместных проектах с другими странами такие как: межкорейский технопарк в Кэсоне, "камчатский проект", проект "Хасан-Раджин", совместные животноводческие зоны и т.д.

Жаль, что хорошие инструменты для переадресации мягкой силы: наука, спорт, культура занимали самые низкие проценты статей.

По теме наука упомянуто о высоком уровне технологий в Республике Корея, ее достижения: создание собственного лунохода, истребитель собственного производства.

В сфере спорта Республики Корея российские журналисты писали о различных турнирах, футбольных матчах, где Республика Корея проиграла России, скандал известного спортсмена, использование запрещенных препаратов, а также олимпиада в городе Пхёнчхан

По культуре можно считать ключевым словом было Восточный новый год.

Издание	Тональность публикации			Всего статей
	Позитивная	Негативная	Нейтральная	
«Известия» http://izvestia.ru/	1	3	9	13
«Российская газета» http://www.rg.ru/	31	46	67	144
Новая Газета http://www.novayagazeta.ru/	0	1	5	6
Итого	32	50	81	163

**Табл.15. анализ тональности публикации в «Известия», «РГ», «НГ»
(январь-арт2015г.)**



Рис.9. Образ РК в «Известия», «РГ», «НГ» (январь-март 2015г.)

По Рисунку 9 - в российских СМИ «Известия», «РГ», «НГ» отражается нейтральный образ Республики Корея. По мнению автора, это естественно. Так как кроме «РГ» в статьях «Известия», «НГ» просто упомянуто слово Республика Корея, как один из элементов для перечисления. Нет необходимости иметь позитивное или негативное отношение к такому незначимому объекту. В «Известия», «НГ» очень мало публикаций, связанных с Республикой Корея, публикаций с главной темой – Республика Корея еще меньше. В «Известия» из 13 статей только 2 (15.38%) статьи писали о Республике Корея как о главной теме. В «НГ» из статей, связанных с Республикой Корея из 6 статей 1 статья (16.67%) написана о Республике Корея, полностью посвященной ей.

Еще в российских СМИ наблюдалось то, что одна из важных задач МИД Республики Корея не до конца сработало. Во многих статьях, используется название «Японское море» вместо «Восточное море». МИД Республики Корея, ссылаясь на историческую легитимность названия «Восточное море», предлагает хотя бы

параллельное употребление. Над этим МИД Республики Корея усердно работает.

После проведения мониторинга оценка на информационное сопровождение политики «мягкой силы» Республики Корея для российской аудитории - отрицательная

Так как

- маленькое количество публикаций, связанных с РК. а также маленький интерес к Корее, как к главной, ключевой теме
- Во многих статьях РК имеет плохой образ
- одна из главных задач МИД Республика Корея – не донесено российским СМИ

После проведения мониторинга на российские СМИ, автор понял, Республика Корея требуется в обновлении информации о тенденции нынешних СМИ. Нужно ввести мониторинга на российские СМИ и выделить текущие позиции российских СМИ к Республике Корея.

Нужно составить медиа карту с авторами, темами, которые они публикуют чаще всего. Далее – разработать стратегию по устранению негативной тональности опубликованных статей.

И можно организовать специальные события как пресс-тур для создания информационного повода. Если считается это очень грандиозное дело хотя бы сами нужны написать пресс релиз прислать их российским СМИ.

И нельзя забывать о обновлении новыми информациями сайт посольство РК в РФ, где есть устаревшая информация.

В конце предложим таблицу, какие темы можно использовать для дальнейшего информационного сопровождения «мягкой силы» Республики Корея.

Представим Краткий список наиболее позитивных тем по «мягкой силе» РК представлен в трех российских СМИ.

Тематика	Ключевые темы по сопровождению мягкой силы
Политика	"Евроазиатская инициатива", практически у каждой госструктуры, помимо официальных веб-сайтов в обязательном порядке имеются аккаунты в основных соцсетях, объединение
Социальная	одно из назначения мигрантов, безопасная страна, гуманитарная помощь, одна из самых развитых страной в плане проникновения интернета,
экономика	Межкорейский технопарк, совместный проект
Культура	Праздник, традиционная одежда
спорт	Олимпиада в городе Пхёнчхан
Наука	Международная конференция, высокая технология

Табл.15 Краткий список наиболее позитивных тем по «мягкой силе» РК представлен в трех российских СМИ

Выводы к главе 2

До XX века внешняя политика Республики Корея проводилась на основе «жесткой силы» (политика, экономика), но после осознания важности «мягкой силы», в XXI веке осуществляется на основе 3 осей (политика, экономика, культура).

Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея определило «мягкую силу», как «способность получить то, чего ты хочешь через 'захват сердца человека', а не 'принуждение или вознаграждение'» ,

которая оперирует культурой, ценностями, институтами, человеческими ресурсами, туризмом, в качестве главных активов «мягкой силы» и выделило 3 пула, в которые вкладывает «мягкую силу»:

- 1 Публичная дипломатия(Public Diplomacy)
- 2 Культурная дипломатия (Cultural Diplomacy)
- 3 Национальный брендинг (Nation-brand)

Результаты исследования продемонстрировали приоритет публичной и культурной дипломатии при создании благоприятного имиджа Республики Корея.

Министерство иностранных дел Республики Корея выделяет следующие ресурсы «публичной дипломатии»:

- 1)Опыт развития
- 2) национальный брендинг
- 3)Разнообразие контента и динамизм, оригинальность, универсальность, синтез современности и традиции
- 4) Халлю

Еще Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея обозначило ресурсы «культурной дипломатии»:

- Культура
- Спорт
- Туризм
- Образование

По проводимому опросу МИДом Республики Корея иностранцы испытывают симпатию к Республике Корея, исходя из разных причин. Так же, по мнению специалистов республика Корея выбрана одним из двух государств, где разработаны наилучшие программы информационной политики. Автор решил узнать как проводится информационное сопровождение политики «мягкой силы» Республики Корея в России и проводил мониторинг российских СМИ на предмет наличия сообщений,

формирующих представление о Республике Корея для российской аудитории. В результате мониторинга, автор

Автор предлагает провести мониторинг нынешних российских СМИ, сделать медиа карту, наладить отношения с журналистами, которые часто пишут о Республике Корея, особо выделив авторов с негативной оценкой Республики Корея в статьях.

Если не можем никак влиять на тональность изображения Республики Корея, то можно создать интересные события, чтобы сами журналисты пришли и писали о Республике Корея. Таким образом, по возможно улучшить публикации как по количеству, так и по качеству.

Заключение

На сегодняшний день концепция «мягкой силы» является одним из наиболее эффективных инструментов расширения влияния государства на международной арене. Эта политика осуществляется путем добровольного подчинения других субъектов себе через транслирование информации о своей культуре, образе жизни, идеологии и институтах. Для успешной реализации политики «мягкой силы» важно выбирать подходящие средства передачи сообщения выбранной целевой аудитории.

Как многие другие страны, государство Республика Корея также делает акцент на «мягкой силе». Для реализации этой политики в Республике Корея в основном используются два инструмента: «публичная дипломатия» и «культурная дипломатия». У Республике Корея есть свои специальные ресурсы и know-how для проведения политики «мягкой силы», которые отличаются от других и это является её большим преимуществом. Республика Корея в общем достаточно успешно проводит политику «мягкой силы» благодаря эффективному сотрудничеству государства и неправительственных структур.

Подводя итоги исследования, хотелось бы предложить несколько пунктов для повышения эффективности проведения политики «мягкой силы»

1. Единая система координации действий

Различные государственные органы, учреждения проведут разные проекты по реализации «мягкой силы». С одной стороны, это предопределяет разнообразие и станет положительным фактором, а с другой стороны, это

ведет к отсутствию системности при координировании осуществляемых действий.

2.Активизация информационного сопровождения политики «мягкой силы» в России.

В остальных странах мира информационное сопровождение политики «мягкой силы» Республики Корея получает не плохую оценку, в то время как в России наблюдается её сравнительная слабость.

Причины, по которым мы считаем в России слабо проводится информационное сопровождение политики «мягкой силы» Республики Корея

- маленькое количество публикаций, связанных с РК. а также маленький интерес к Корее, как к главной, ключевой теме
- Во многих статьях РК имеет негативный образ
- одна из главных задач МИД Республика Корея – не донесено российским СМИ

Республике Корея нужно провести мониторинг российских СМИ и выделить текущую позицию российских СМИ в отношении Республике Корея.

Нужно составить медиа карту с авторами, темами, которые они публикуют чаще всего. Далее – разработать стратегию по устранению негативной тональности в публикуемых статьях.

Кроме того, можно организовать специальные мероприятия, как пресс-тур для создания благоприятного информационного фона. Нельзя забывать об информационном обновлении сайта Посольства РК в РФ, где есть устаревшая информация.

В Корее есть пословица: «보기 좋은 떡이 먹기도 좋다, что в переводе означает - "Хорошо выглядящую лепёшку приятно есть". Эта пословица говорит о важности украшения какого-либо содержания.. В сфере «мягкой силы» тоже можно применить это пословицу. Вкусная лепёшка- это хороший, разнообразный контент, который может очаровать другие нации. Упаковка и украшение - «информационное сопровождение», «коммуникативное сопровождение».

Представление о государстве создается не самим государством. Уже созданное представление менять очень сложно. Одни из факторов, которые влияют на формирование представления о государстве- СМИ. Многие люди воспринимают мир через созданный фрейм, окно, через СМИ. В связи с этим, со СМИ необходимо работать.

Список использованной литературы

Статистические и информационные базы данных:

1. Soft Power Survey 2013 [Электронный ресурс] URL: <http://monocle.com/film/affairs/soft-power-survey-2013//> (дата обращения: 06.06.2015)
2. Soft Power Survey 2014/15 [Электронный ресурс] URL: <http://monocle.com/film/Affairs/soft-power-survey-2014-15/>(дата обращения: 06.06.2015)

Список литературы:

На русском языке

1. Боголюбова.Н. М., Николаева.Ю. В. К вопросу о культурных связях в современной социокультурной ситуации// Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2011. № 3. С. 181-185
2. Бобыло А.М «Мягкая сила» в международной политике: особенности национальных стратегий Вестник БГУ. №14. 2013.С.129-135
3. Бурова. Ю.Е. Информационные ресурсы власти как инструменты транслирования её образа// Политология. Гуманитарный вектор. 2013. № 3 (35). С. 135-139
4. Василенко.И.А. Имидж России: концепция национального брендинга// Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование., 2012, 5.4 (24).С.66-78
5. Великая А. Формирование образа России за рубежом как элемент «мягкой силы» //Право и управление. XXI век. 2013. №3 (28). С. 87-92

6. Виноградова.С. М. Медиарилейшнз в контексте взаимодействия публичной дипломатии, PR и GR: концептуальные аспекты// управленческое консультирование. 2012. № 4.С. 99-107
7. Ганеева. Ж.Г. Определение понятия «мониторинг» в различных сферах его применения//вестник Челябинского государственного университета 2005.№ 1. том 8. С. 30-33
8. Зиновьева. Е. Цифровая дипломатия, международная безопасность и возможности для России .Индекс безопасности. № 1 (104), Том 19. С. 213-228
9. Зобнин А. В. Информационная сила в международной политике: основы анализа // Пространство и время в мировой политике и международных отношениях : материалы 4 Конвента РАМИ. В 10 т. М. : МГИМО-Университет. 2007. С.52
- 10.Казанцев А.А., Меркушев В.Н. Россия и постсоветское пространство: перспективы использования «мягкой силы». Полис. 2008. № 2.С.1-19
- 11.Ковалева. Д. М. Концепт soft power как предмет изучения современной политической науки и теоретическая основа внешнеполитических стратегий //Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2013. Том 13. Вып. 1.С.118-132
- 12.Козлов Л. Е. Применение культурных инструментов в современной внешнеполитической практике. Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 12 (266). Политические науки. Востоковедение. Вып. 12. С. 7–16
- 13.Лазутина И.В., Нагорнов В.А., Рахмангулов М.Р., Сахаров, А.В. Шелепов А.Г.. Систематизация лучших зарубежных подходов к реализации политики «мягкой силы» // Вестник международных организаций. 2014. Т. 9. № 2. С. 229-245

- 14.Леонова О) «Мягкая сила» – ресурс внешней политики государства // Научно-аналитический журнал «Обозреватель» – OBSERVER. 2013. № 4.С. 27-40
- 15.Лузин Павел. Космос как инструмент мягкой силы внешней политики России// Индекс безопасности. 2012. № 3–4 (102–103), Том 18.С.203-208
- 16.Лю Цзайци. Мягкая сила в стратегии развития Китая// Полис (Политические исследования). 2009. № 4 С.149-155
- 17.Манойло Андрей, Мирное разрешение международных конфликтов: национальные концепции, модели, технологии // Власть, vol. № 8, 2008 С.79–83.
- 18.Меркушина Я. С., «Мягкая сила» как инструмент формирования национально-культурной идентичности Китая // Всероссийский журнал научных публикаций, vol. № 5 (20), 2013.с. 74–76
- 19.Михневич Сергей Владимирович ПАНДА НА СЛУЖБЕ ДРАКОНА: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И МЕХАНИЗМЫ ПОЛИТИКИ «МЯГКОЙ СИЛЫ» КИТАЯ // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика . 2014. №2.С. С.95-129
- 20.Мошняга П. А. ВНЕШНЯЯ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА ЯПОНИИ // Власть . 2009. №6. С.159-161
21. Най Дж. «Мягкая сила» и Америко - Европейские отношения // Свободная мысль—XXI. 2004. №10.
- 22.Панова Е. П. Высшее образование как потенциал мягкой власти государства.Вестник МГИМО университета. 2011. Выпуск № 2. С.157-161
- 23.Панова Е. П.Сила привлекательности:использование «мягкой власти» в мировой политике Вестник МГИМО университета. 2010. Выпуск № 4. С.91-97

24. Русакова О.Ф. Концепт «мягкой» силы (soft power) в современной политической философии// Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2010. Вып. 10. С. 173-192
25. САХАРОВ А. Г. «Мягкая сила» Италии //Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2014. Т. 9. №. 2. С. 59-71
26. Столбов В.А, Шарыгин. М.Д. Идея «мягкой силы» в системе парадигм регионального развития// Вестник арго. 2013. (2). С. 60-73
27. Фёдоров. О. Д. Международные образовательные программы в инструментарии политики государства// Человек и образование. 2014. № 2 (39). С. 128
28. Филимонов Г.Ю. Роль «мягкой силы» во внешней политике США. Москва .2013. С. 22-23
29. Цветкова.Н.А. Публичная дипломатия США: теории и концепции// Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. 4: С.188.
30. Чазова.С. А. Государственные стратегии в области информационной политики// Вестник МГУКИ. 2013 .2 (52). С.59
31. Юшина Людмила Юрьевна. Понятия “чжон” 정 и “сонпён” 송편 в свете диалога корейской и русской культур. 노어노문학 (Ноономунхак), 2014, 26.5: С 179-202.
32. Ядрышников Е. В. ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ИНТЕРНЕТЕ. – 2015. Грамота, № 3 (53): в 3-х ч. Ч. I .2015.. С. 208

На английском языке :

33. Amy Chua. Day of Empire: How Hyperpowers Rise to Global Dominance--and Why They Fall .2009.
34. EAI • CCGA • Joongang Ilbo. Soft Power in East Asia // EAI
общественный брифинг. 2008. №32. P. 40
35. Nye, Joseph S. Soft Power: The Means to Success in World Politics // Public Affairs. 2004. P.191
36. Nye, Joseph. The Future of Power, 2011 P.300
37. Nye J. The Power of Persuasion: Dual components of US leadership. The conversation with J. Nye. – Harvard International Review, Winter 2003.p.4
38. Joseph Nye Jr. The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone // Oxford University Press, 2002. P. 222 p.
39. Young Sam Ma Ambassador for Public Diplomacy Republic of Korea. Korea and Public Diplomacy : Strategies & Programs. 2012. C.1-23

На корейском языке:

40. 김상배, 소프트파워와 21세기 권력: 네트워크 권력론의 모색, 한울아카데미, 2009, p16, 김 Сан Бэ., Син Джин Ук., Сон Ёл., Хан Джун., Хон Тэ Ён., Джод Джэ Сон., Ким Ён Мин., Джан Док Джин. Мягкая сила и власть 21-го века- поиск теории власти сети // Ханул Академия. 2009. С. 28-29
41. 박종대. 한국의 소프트파워와 대개도국 외교정책. P.20 경남대학교. 2009. Пак Джон Дэ Внешняя политика мягкой силы Кореи по отношению к развивающимся странам(Хангуге софтпаоа дэгэдогук ойгёджнчэк) С. 20
42. 서은영. 중국의 문화적 국가홍보 전략 : 공익광고 <<中國夢·講文明樹新風>> 을 중심으로 // 연세대학교 대학원. 2014. С.14 Со Ын Ён.

Культурная стратегия КНР в связи с общественностью акцентируя внимание на социальную рекламу <<中國夢·講文明樹新風>> // Ёнсе университет. (Со Ын Ён Джунгугэ мунхоаджог гукгахонбо джонряк: Гоникгоанго <<中國夢·講文明樹新風>> ы джнсимыро // Ёнседэхаккё дэхагон. 2014.С.14)

43. 이승미. 한국의 공공외교(Public Diplomacy) 연구 : 공공외교의 주체와 전략적 수단을 중심으로 = A Study on Korea's Public Diplomacy :Mainly Focused on the Actors and Strategic Means of Public Diplomacy // 경희대학교. 2011. С.11 Ли Сын Ми, исследование на публичную дипломатию Кореи: акцентрируя на субъекты публичной дипломатии и стратегические инструменты. // Кёнхидэхаккё. (Ли Сын Ми. Хангуге Гонгонойгё Енгу: Гонгонойгёы Джучеоа Джонрякджог Суданыл Джунсимро // Гёбхидэхаккё. 2011. Р.11)
44. 이영학. 중국 소프트파워 외교의 전개, 성과 및 한계 : 제 2 차 북핵위기를 중심으로 동서연구 연세대학교 동서문제연구원. 제 21 권 제 1 호 (2009 년 6 월) pp.139-181 Ли Ён Хак. Развитие дипломатии «мягкой силы» Китая, достижение и предел: По поводу второму северному ядерному кризису(Джунгук софтпао оэгёы джонгэ, сонква мит ханге: джэ ича букэкуйгырыл джунсимыро) // Журнал исследований Востока и Запада. 2009. Том 21 № 1. С. 139-181
45. 이진영. 세계화 시대 한국의 소프트 파워 : 한류확산 연구 //전남대학교. 2006. Р.16 Ли Джин Ён Мягкая сила Кореи в эпоху глобализации: Исследование о расширении корейской волны.(Сэгехва сидэ хангуге софт пао: ханлюхвасан ёнгу). Chonnam national university.С.16
46. 임경훈, 박승호. 소프트 파워 향상을 위한 육군 리더십 발전방향 .서울대학교사회과학연구원 . 한국사회과학 제 29 권 (2007 년) pp.3-25 1226-7325 Лим Гён Хун. Пак Сын Хо. Направление развития

лидерства сухопутных войсках для повышения «мягкой силы»(Софт пао хянсаныл уйхан юккун лидошип балджонбанхян) // Центр по социальной науке Сеульского национального университета. 2007. Социальная наука Корея Том 29. С. 3-25

47..조흔윤. 정치학석사 학위논문 세종학당을 통한 한국의 소프트 파워 연구: 중국 서안 (西安) 세종학당을 사례로.가톨릭대학교 대학원 국제학과 국제관계학 전공. 2014. p. 18-20 Джо Хын Юн. Исследование корейского мягкой силы: через пример Сечжон Института в Сиани Китая(Седжонхакдангыл тонхан хангукэ софт пао ёнгу : джунгук соан седжонхакдагыл сареро). The Catholic University of Korea. 2014.С 19

48.ICT 를 활용한 소프트파워 강화전략 .한국정보화진흥원.2009. IT&Future Strategy № 16. P.16 Стратегии укрепления «мягкой силы» с использованием ИКТ(ICTрыл харенхан софтпао ганхваджонряк) //Национальное агентство по вопросам информационного общества Республики Корея. 2009. IT&Future Strategy № 16. С.16

Список электронных ресурсов

На русском языке:

49.Актуальные вопросы формирования стратегии "Мягкой силы" во внешней политике Российской Федерации (июнь 2013). [Э л е к т р о н н ы й р е с у р с] URL: <http://www.georgefilimonov.com/articles/important-issues-of-soft-power-strategy-in-the-foreign-policy-of-the-russian-federation/> (д а т а обращения: 09.05.2015)

- 50.** Бессарабова И. С. РОЛЬ РОДНОГО ЯЗЫКА В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ ОБРАЗОВАНИИ РОССИИ И США // Современные наукоемкие технологии . 2008. №8. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-rodnogo-yazyka-v-polikulturnom-obrazovanii-rossii-i-ssha> (дата обращения: 13.01.2016)
- 51.** Василенко Елена. Культурная дипломатия как инструмент «мягкой силы» государства [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.perspektivy.info/oykumena/europe/kulturnaja_diplomatija_kak_instrument_magkoj_sily_gosudarstva_2015-11-23.htm (дата обращения: 11.01.2016) Взлет и Падение «мягкой силы» [Электронный ресурс] URL: http://communitarian.ru/publikacii/bolshoy_blizhniy_vostok/vzlet_i_padenie_myagkoj_sily_30082014/ (дата обращения: 04.05.2015)
- 52.** Дипломатия будущего [Электронный ресурс] URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=334#top-content (дата обращения: 10.05.2015)
- 53.** Железная хватка «мягкой силы» [Электронный ресурс] URL: <http://www.odnako.org/magazine/material/zheleznaya-hvatka-myagkoj-sily/> (дата обращения: 07.05.2015)
- 54.** «Кипиани и Мелкадзе способны стать лидерами сборной России» URL: <http://izvestia.ru/news/581706#ixzz3wINyawDj> (дата обращения: 31.01.2015)
- 55.** Кыргызстан и «мягкая сила» [Электронный ресурс] URL: <http://ia-centr.ru/expert/19937/> (дата обращения: 05.05.2015)
- 56.** Лагутин. М.М., Богачев. А.М. «Мягкая сила» русской цивилизации на постсоветском пространстве [Электронный ресурс] URL: <http://kprf.ru/history/soviet/125858.html> (дата обращения: 04.06.2015)

57. Лекция и круглый стол мудрецов по «мягкой силе» [Электронный ресурс] URL: <http://newsletter.kf.or.kr/korean/print.asp?no=1000> (дата обращения: 04.05.2015)
58. Маркетинг в социальных сетях <http://smm.ingate.ru/>
59. Медиа-рилейшнз [Электронный ресурс] URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_m/media_relations/index.php (дата обращения: 02.06.2015)
60. Мендкович Никита. Слабости нашей «мягкой силы» [Электронный ресурс] URL: <http://www.odnako.org/magazine/material/slabosti-nashey-myagkoj-sili/> (дата обращения: 04.06.2015)
61. МИД: Использование "мягкой силы" способствует реализации интересов РФ [Электронный ресурс] URL: <http://www.rg.ru/2012/10/31/gatilov-anons.html> (дата обращения: 07.05.2015)
62. Модель Лассуэлла [Электронный ресурс] URL: http://its-journalist.ru/Articles/model_lassue-lla.html (дата обращения: 02.06.2015)
63. «Мягкая безопасность» по Джозефу Наю [Электронный ресурс] URL: <http://www.intertrends.ru/seventh/014.htm> (дата обращения: 01.01.2016)
64. «Мягкая сила» и внешнеполитический имидж Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: http://www.perspektivy.info/rus/gos/magkaja_sila_i_vneshnepoliticheskij_imidzh_rossijskoj_federacii_2015-03-30.htm (дата обращения: 09.05.2015)
65. Мягкая сила – ресурс внешней политики государства. [Электронный ресурс] URL: http://www.observer.materik.ru/observer/N4_2013/027_040.pdf (дата обращения: 04.05.2015)

- 66.**Назайкин.А.Н. Организация медиарилейшнз [Электронный ресурс]
URL: <http://www.mediascope.ru/node/471> (дата обращения:
02.06.2015)
- 67.**Наумов. А.О «Мягкая сила» и внешнеполитический имидж
Российской Федерации [Электронный ресурс] URL:
[http://www.perspektivy.info/rus/gos/magkaja_sila_i_vneshnepoliticheskij
_imidzh_rossijskoj_federacii_2015-03-30.htm](http://www.perspektivy.info/rus/gos/magkaja_sila_i_vneshnepoliticheskij_imidzh_rossijskoj_federacii_2015-03-30.htm) (дата обращения:
01.01.2016)
- 68.**О разумной силе, общественной дипломатии и социальных сетях как
факторах международной политики в эпоху глобализации
[Э л е к т р о н н ы й р е с у р с] URL:
[http://www.academia.edu/4024595/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F_%D0%9A%D0%BE
%D1%81%D1%82%D1%8B%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%B0](http://www.academia.edu/4024595/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F_%D0%9A%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8B%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%B0)
(дата обращения: 06.05.2015)
- 69.**Российско-американское сотрудничество в сфере образования на
современном этапе [Электронный ресурс] Режим доступа:
<http://www.diplomy.su/shop/105.html> (дата обращения: 13.01.2016)
- 70.**Сеидов Урхан. Мягкая сила Азербайджана [Электронный ресурс]
Р е ж и м д о с т у п а :
<https://1news.az/authors/oped/20150909103156261.html> (дата
обращения: 13.01.2016)
- 71.**С р е д с т в а и к а н а л ы к о м м у н и к а ц и й [http://www.portal-
u.ru/kommunikacii/vpravlennii/sredstvakkommunikacii](http://www.portal-u.ru/kommunikacii/vpravlennii/sredstvakkommunikacii)
- 72.**Сухарев А. И. Политическое становление субъектов сетевых
гуманитарных взаимодействий в международных отношениях
глобального мира. // [Электронный ресурс] Режим доступа:
<http://test.vak.ed.gov.ru/common/img/uploaded/files/SukharevAI.pdf>
(дата обращения:12.01.2016)

- 73.Разумов Ярослав. Россия без «мягкой силы» [Электронный ресурс]
Режим доступа: <http://ni.globalaffairs.ru/rossiya-bez-myagkoj-sily/>
(дата обращения: 13.01.2016)
- 74.Хадыева Элина Ирековна. Специфика коммуникационного
сопровождения в сфере спорта [Электронный ресурс] URL:
[http://lomonosov-
msu.ru/archive/Lomonosov_2015/data/6996/uid82818_report.pdf](http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2015/data/6996/uid82818_report.pdf) (дата
обращения: 11.01.2016)
- 75.Хитирхеев Г. И Информационные технологии в политике России и
Турции [Электронный ресурс] URL:
<http://www.moluch.ru/archive/78/13618/> (дата обращения: 04.06.2015)

На корейском языке:

- 76.“공공외교, 한국같은 중견국의 맞춤형 외교수단” (публициная
димломатия, подходящий вариант в дипломатии для средних
держав, как Корея)(Гонгонойгё, Хангугатын джунгёнгугэ мачумён
ойгёсудан) [Электронный ресурс] Режим доступа:
[http://news.heraldcorp.com/view.php?
ud=20131122000284&md=20131125003452_BL](http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20131122000284&md=20131125003452_BL) (дата обращения:
13.01.2016)
- 77.김선우, 강대국의 흥망' 저자 폴 케네디 교수 단독 인터뷰 (Ким Сон
У, эксклюзивное интервью с Пол Кеннеди, автор«Подъем и падение
великих держав»).(‘Гандэгукгэ хынгманг' джоджа Пол Кеннеди Гесу
дандок интовю) [Электронный ресурс] Режим доступа:
<http://news.donga.com/3/all/20060915/8351181/1> (дата обращения:
30.05.2015).
- 78.김준형, "한국을 이스라엘처럼 만들고 싶은가?" Ким Джун Хён,
Хочешь ли делать Корею как Израиль?(Хангугыл исраэлчором
мандылго сипынга?) [Электронный ресурс] URL:

<http://www.pressian.com/news/article.html?no=61716> (дата обращения: 04.05.2015)

79. 김태현, 판 깨지 않는 현실패권주의 지속(Ким Тэ Хён, продолжение гегемонию)(Пан Кэди аннын хёнсилпэкуонджуу диск) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://newslibrary.naver.com/viewer/index.nhn?articleId=1998010300289107001&edtNo=5&printCount=1&publishDate=1998-01-03&officeId=00028&pageNo=7&printNo=3082&publishType=00010>(дата обращения: 10.04.2016).
80. 박강호, [독자 칼럼]한국, '소프트 파워' 키우려면(Пак Кан Хо, [Колонка читателя] Республика Корея, чтобы повышать «мягкую силу» (Пак Ган Хо, [Докджа Калом] Хангук, Софт Пао Киуремён.) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://blog.naver.com/sinji021/61763132> (дата обращения: 06.06.2015
81. 박길성, [여의도포럼-박길성] 한류, 소프트 파워, 그리고 공공외교 (Пак Гил Сон, [Йоидо форум - Пак Гил Сон] Халлю, Мягкая силы и общественная политика)([Йоидофором- Пакгилсон] Халлю, Софт пао, Гыриго Гонгоноэгё) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0007627812&code=11171316> (дата обращения: 06.06.2015).
82. 연성권력 Мягкая сила[Электронный ресурс] URL: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/17/%EC%86%8C%ED%94%84%ED%8A%B8_%ED%8C%8C%EC%9B%8C.pdf (дата обращения: 04.05.2015
83. 손병권, [글로벌 포커스-손병권] 미국 쇠퇴론의 안과 밖 (Глобал фокус- Сон Вён Гуон-Внутри и снаружи о падении США)(Глобал фокос-Сон Вён Гуон Мигук Шотоэронэ ангуа бак) [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?>

arcid=0922695983&code=11171331&cp=nv (дата обращения:
30.05.2015).

- 84. 송영우, 한희.** 소셜미디어 마케팅 전략: 4 가지 모델과 39 가지 사례의
마케팅 인사이트. (Сон Ён У, Хан Хы стратегии маркетинга
социальных Медиа: marketing insight 4 моделей и 39 примеров).
(Сосиал медио макетинг джонряк нэгади моделгуа самсибгугади
сареры макетин инсайт) [Электронный ресурс] URL:
[https://play.google.com/books/reader?
id=ltplBAAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=ko&pg=G
BS.PP16.w.1.0.54](https://play.google.com/books/reader?id=ltplBAAAQBAJ&printsec=frontcover&output=reader&hl=ko&pg=GBS.PP16.w.1.0.54) (дата обращения: 04.06.2015)
- 85. 최수문.** [Culture&Life] 김재원 해외문화홍보원장.(Цой Су Мун.
[Culture&Life] Ким Джэ Вон Director of Korean Culture and
Information Service)(Цой Су Мун. [Culture&Life] Ким Джэ Вон
Хэоэмунхоахонбоонджан) [Электронный ресурс] Режим доступа:
[http://economy.hankooki.com/lpage/entv/201503/e201503132115021204
50.htm](http://economy.hankooki.com/lpage/entv/201503/e20150313211502120450.htm) (дата обращения: 11.01.2016)
- 86. 하드 파워, 소프트 파워** Большой политический словарь 21 века
[Электронный ресурс] URL: [http://terms.naver.com/entry.nhn?
docId=727784&cid=42140&categoryId=42140](http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=727784&cid=42140&categoryId=42140)

Другие документы:

- 87. 외교부.** 2014 외교 백서. Министерство иностранных дел Республики
Корея. 2014 diplomatic white paper.(Оэгёбу. 2014 Оэгё бэк со.) 2014.
С.299-306
- 88. 외교부.** 21 세기 외교 환경 변화와 공공외교. Министерство
иностраных дел Республики Корея.Изменение дипломатической
среды 21 века и общественная политика. (Оэгёбу. Исибилсэги
оэгёхуангён бёнхаоа гонгонуэгё).2013

- 89.외교통상부. 문화예술을 통한 21 세기 문화외교의 새로운 지평.**
 Министерство иностранных дел и торговли Республики Корея.
 Новая перспектива «культурной дипломатии» 21 века через культуру
 и искусство. (Оэгётонсанбу . Мунхойёсулыл тонхан исибилсэги
 мунхоауэгёы сэроун дипён). 2013.С.3
- 90.외교통상부.문화외교메뉴얼.** Министерство иностранных дел и
 торговли Республики Корея. Мануал «культурной дипломатии.
 (Оэгётонсанбу. Мунхойуэгё мэнюол.).2010.С.8
- 91.외교통상부.한국 공공외교 수행체계 연구.** Министерство
 иностранных дел и торговли Республики Корея. Исследование
 системы выполнения общественной дипломатии Республики Корея.
 (Оэгётонсанбу. Хангус Гонгоноэгё сухэнчеге ёнгу) 2012. С.6
- 92.외교통상부. 한국외교 60년 : 1948-2008.** Министерство
 иностранных дел и торговли Республики Корея. 60 лет дипломатия
 Республики Корея: 1948-2008. (Оэгётонсанбу. Хангукоэгё юксибнён:
 1948-2008. 2009. С.310
- 93.외교통상부. 한국의 문화외교 강화를 위한 추진 전략 및 지역별 차
 별화 방안.** Министерство иностранных дел и торговли Республики
 Корея. Стратегии по укреплению культурной дипломатии
 Республика Корея, и меры для региональной дифференциации.
 (Оэгётонсанбу. Хангугэ муноаоэгё ганхоарыл уйхан чудин джонряк
 мит диёгбёл чабёлхоа банан.).2009.С.114
- 94.한국문화관광연구원. 한류 연구과제 개발을 위한 기초조사.**
 Korea Culture & Tourism Institute. Основные исследования для
 разработки Исследовательских проектов
 Халлю(Хангукмунохоагуангуанёнгуон. Хан лю ёнгугаузэ гэбалыл
 уйхан гичогонса.) 2005.С.3

