

случалось при администрации Трампа (2017–2021 гг.). Будь то вопросы свободы судоходства в Южно-Китайском море, демократических прав в Гонконге, войны Трампа с компанией Huawei, устойчивости цепочек поставок или системы противоракетной обороны, корейцам приходилось выходить из «зоны комфорта» и вместо этого делать выбор. Также эта пословица может означать ситуацию, когда из-за действия (поступков) одних, страдают другие. Например: правители ссорятся, гибнут (страдают) простые люди с двух сторон [3].

В корейском языке есть еще одна похожая пословица: «두꺼비 싸움에 파리 치인다» (дословно: «В драке между жабами мухи раздавлены»). Она означает, что в момент противостояния двух сильных соперников, несправедливо страдают безвинные.

Таким образом, проведя исследование, мы доказали, что корейские пословицы и поговорки играют значительную роль в политическом дискурсе Южной Кореи, выполняют не только культурно-историческую функцию, но и являются важным инструментом в дипломатической и политической коммуникации. Анализ материалов южнокорейских СМИ и речей политических лидеров показал, что пословицы и поговорки активно используются для усиления убедительности выступлений, установления эмоциональной связи с аудиторией и передачи сложных идей в доступной форме. Таким образом, корейские пословицы и поговорки являются не только важным элементом национальной культуры, но и мощным инструментом в политическом дискурсе, способствующим укреплению международных связей и преодолению культурных барьеров. Их изучение открывает новые перспективы для дальнейших исследований в области политической лингвистики и межкультурной коммуникации.

---

1. Зиненко П.В. Функционирование пословицы как аргумента в политических речах А. Меркель и В.В. Путина // *Дневник науки*. – 2019. – №2.

2. Си Цзиньпин принял в Пекине президента Южной Кореи // *Regnum* [сайт]. – URL: <https://regnum.ru/news/2814953> (дата обращения: 10.03.2025)

3. Шеховцова Т.А. Функции корейских пословиц в политическом дискурсе англоязычных СМИ Южной Кореи. // *Litera*. – 2023. – №12. – С. 124.

4. Iranian envoy hopes to mend ties with Korea // *The Korea Herald*. – URL: <https://www.koreaherald.com/article/3060541> (дата обращения: 06.03.2025).

5. Ivory Coast reiterates commitment to bilateral ties with Korea at 62nd Independence Day // *The Korea Herald*. – URL: <https://www.koreaherald.com/article/2931713> (дата обращения: 06.03.2025).

6. Restrictive immigration may dampen Southeast Asian interest in Korea // *The Korea Herald*. – URL: <https://www.koreaherald.com/article/3829631> (дата обращения: 10.03.2025).

7. 김, 종 석. 대통령의 성격유형과 리더십 스타일에 관한 사례 연구: 박정희·김영삼 대통령을 대상으로 / 종 석 김 // *행정논총*. – 2010. – Т. 48, № 3. – С. 113-141.

УДК 327.8

## О КИТАЙСКИХ РЕАЛИЯХ, КАК ИСТОЧНИКЕ КИТАЙСКОЙ МЯГКОЙ СИЛЫ

**А.Е. Илькина, В.С. Пилявец, бакалавры  
И.Ф. Анкудинова, старший преподаватель**

*Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия*

**Аннотация.** *Статья посвящена исследованию и анализу степени влияния китайской «мягкой силы» на российское общество, популярности китайской музыкальной индустрии и киноиндустрии, а также литературы.*

**Ключевые слова:** *«мягкая сила», китайская «мягкая сила», Россия, Китай, влияние, популярность, спрос.*

## CHINESE REALITIES AS A SOURCE OF CHINESE SOFT POWER

**Abstract.** *The article is devoted to the study and analysis of the degree of influence of Chinese soft power on Russian society, the popularity of the Chinese music and film industries, as well as literature.*

**Keywords:** *soft power, chinese soft power, Russia, China, influence, popularity, demand.*

**Актуальность исследования** определяется важностью оценивания масштаба влияния «мягкой силы» Китая на Россию, так как отношения между этими странами становятся всё более тесными. Китай может воздействовать на Россию не только экономически, но и культурно-политически. Анализ помогает оценить степень влияния китайской «мягкой силы» на российское общество и показать популярность китайских продуктов на российском рынке.

**Цель исследования** – оценить и проанализировать степень влияния китайской «мягкой силы» на российский рынок.

**Задачи исследования:**

Провести исследование степени влияния китайской «мягкой силы» на российского потребителя.

Провести опрос, соответствующий аспектам, рассматриваемым в статье.

**Научная новизна:** получение актуальных данных об уровне влияния «мягкой силы» на российское общество посредством проведения опроса. В опросе, по состоянию на март 2025 года, участвовало 90 респондентов, где преобладающее большинство – девушки от 16 до 25 лет. У 60% респондентов возраст составляет от 16 до 20 лет; вторая по величине часть – 13% от 21 до 25 лет; возраст остальных участников составляет от 26 и выше 65 лет. Выборка была размещена в форме онлайн опроса, в котором большинство респондентов из Приморского края.

**Методы и методики исследования:** теоретические и эмпирические.

Впервые термин «мягкая сила» появился в XX веке, его разработчиком является Джозеф Най – американский политолог и один из ведущих экспертов по международным отношениям. Джозеф Най определяет «мягкую силу» как «способность получать то, чего ты хочешь за счет привлекательности, а не принуждения или выплат». В 2011 году он дополняет понятие данного термина: «Влияние на других с помощью средств кооптации, формирование повестки дня, убеждение и вызывание положительной привлекательности с целью достижения предпочтительных результатов» [1]. Наряду с термином «мягкая сила» существует также «жесткая сила», которая основывается на материальных ресурсах и которую можно измерить этими параметрами, например, деньги или военная сила. На основе этих ресурсов ведётся сотрудничество. «Мягкую силу» можно измерить привлечением к совместным целям, внесением своего вклада в достижение этих целей и справедливостью [1]. К такому выводу можно прийти исходя из того, что «мягкая сила» включает в себя три основных источника: культуру, политические ценности и внешнюю политику. Таким образом, чтобы получить способность влияния на объект в международных отношениях, нужно стать для него привлекательным [1].

Китайская сторона определяет «мягкую силу»: во-первых, как экономическую индустрию и создание нематериальных благ; во-вторых, как образование и науку (экспорт и импорт образования); в-третьих, культуру как бренд (использование культуры с ознакомительными целями для распространения уникальной китайской культуры в международном пространстве) [2].

Мэнь Хунхуа – представитель китайского научного сообщества кратко выделяет пять элементов «мягкой силы»: культуру, ценности, модель развития, международные институты, например, институт Конфуция, и международный образ страны [3]. Другие эксперты выделяют такие факторы как: идеи, мышление и принципы; построение международной и государственной системы; стратегия и политика как государственная, так и народная, а также политика предприятий и неправительственных организаций.

Российские исследователи О.Н. Борох и А.В. Ломанов считают, что в отличие от США китайский вариант «мягкой силы» опирается на собственную уникальную и древнюю культуру [4].

Китай до настоящего времени формировал свою концепцию влияния «мягкой силы» на Россию в два этапа. Первый приходится на 1990-е гг. XX в., где «мягкая сила» основывается на культурном подходе. Второй период приходится на 2000-х гг. XXI в., когда происходит разработка концепции «мягкой силы» с китайской спецификой, основанной на политологическом подходе [5].

## Музыка

Музыка является важным элементом культурного обмена между странами и может служить мощным инструментом «мягкой силы».

Наш опрос показал, что 24,7% российских пользователей слушают китайских исполнителей, несмотря на языковые барьеры и недостаток международного маркетинга.

Наибольшее количество пользователей, согласно нашему опросу, слушают музыку на таких площадках, как YouTube и VK. Проанализировав среднее количество просмотров видео с китайской музыкой на YouTube, мы выявили, что их примерное количество составляет около 10 тысяч под каждым роликом, а в VK по 5 тысяч на один плейлист [5]. При этом наибольшую популярность среди российских слушателей на площадках YouTube и VK имеет китайская классическая музыка (особенно исполняемая на китайских народных инструментах). Единственным отличием является то, что в российской соцсети также представлено большое количество саундтреков из китайских аниме и дорам, которые не всегда можно найти в публичном доступе.

Наш опрос также показал, что российские слушатели мало знакомы с китайскими музыкантами и не имеют пристрастий к определенным исполнителям. Дважды респонденты упомянули лишь одного исполнителя – китайского певца Lay (张艺兴, Zhāng Yìxīng), который в своих песнях сочетает английский и китайский языки и работает в современных жанрах, таких как k-pop, mandopop, r&b, c-pop. Его популярность на таких площадках как qq音乐 и YouTube (39,45 млн и 1,7 млн слушателей соответственно) свидетельствует о том, что для того, чтобы продвинуть свою музыку за рубежом, китайским исполнителям необходимо придерживаться современных трендов в музыке и писать композиции, которые будут привычны на слух и людям вне азиатской культуры.

В заключение можно сказать, что китайская музыкальная культура в российском медиапространстве распространена недостаточно. На каждой из российских платформ, предоставлена та музыка, которая на данный момент не является актуальной в Китае. Хотя классика и имеет свою аудиторию, современные направления требуют большего внимания. Для успешной интеграции китайской музыкальной культуры в российский контекст важно упрощать доступ к разнообразным жанрам и поддерживать инициативы, способствующие их популяризации. Поэтому, мы приходим к выводу, что в сфере музыки Китай не обладает достаточной «мягкой силой», чтобы оказывать ощутимое влияние на российских слушателей.

## Слушаете ли Вы китайскую музыку?

90 ответов

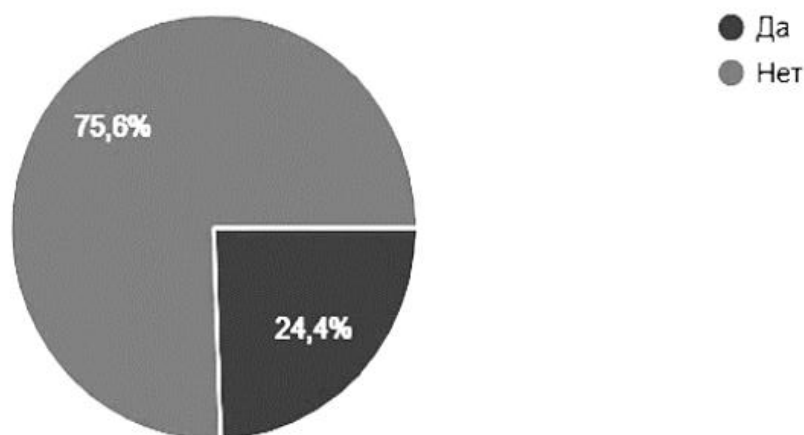


Рис. 1. Количество слушателей китайской музыки

На каких площадках Вы слушаете китайскую музыку? Если их нет, напишите "нет".

90 ответов

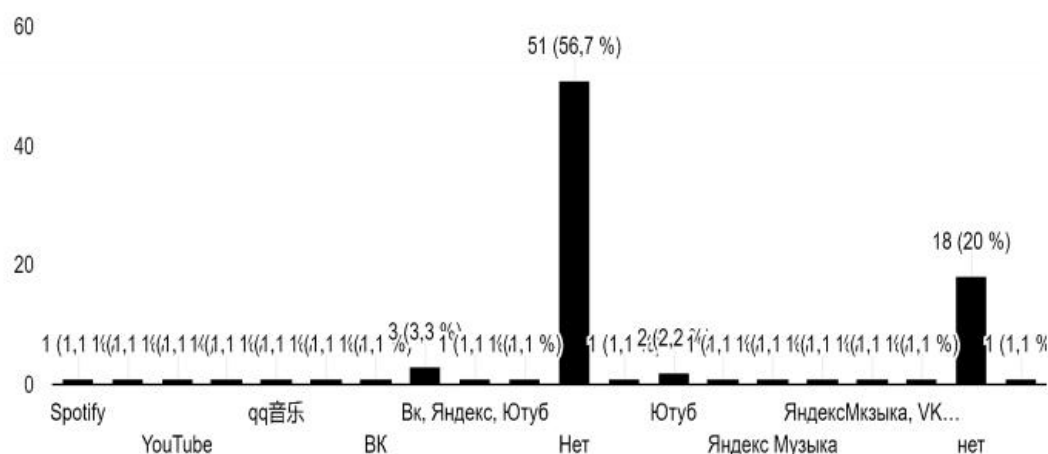


Рис. 2. Популярные площадки для прослушивания китайской музыки

Есть ли у вас любимые китайские песни/исполнители/группы? Если есть, напишите название, если нет, напишите "нет"

90 ответов

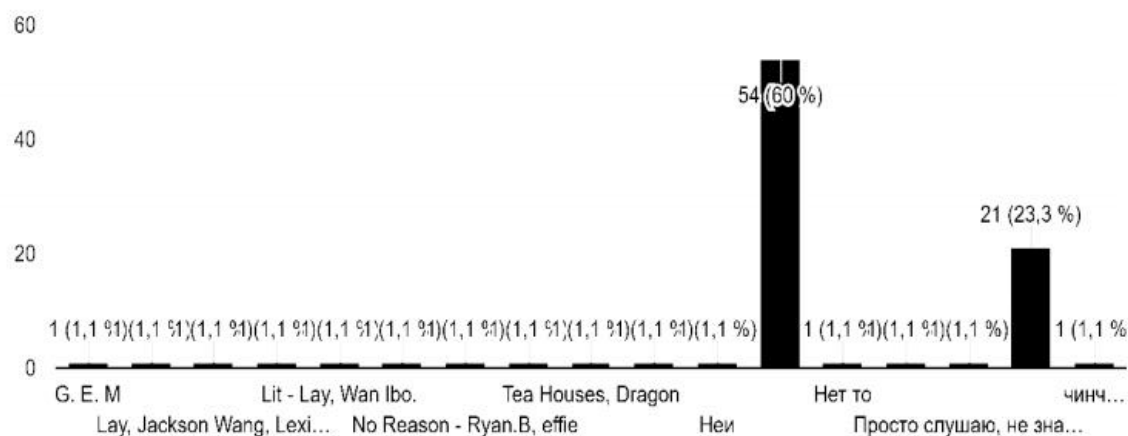


Рис. 3. Популярные группы и исполнители китайских песен



Рис. 4. Анализ популярности певца «Lay» согласно запросам в «Яндекс»

## Художественная литература

Китайская литература представляет собой богатый спектр жанров и стилистик, который постепенно находит свои пути в российском медиапространстве. С каждым годом все больше произведений китайских авторов переводится и издается в России. Интерес к ней растет с каждым годом все больше и больше, особенно к современным произведениям и адаптациям классики, что и доказывает проведенный нами опрос.

Согласно данным нашего опроса, 47% респондентов знакомы с произведениями китайских авторов, 52% опрошенных интересуются ими в онлайн-источниках, на которых можно найти как классические произведения, так и современные новеллы. Интерес вызывают как классические произведения, например, «Записки о кошачьем городе» автор Лао Шэ (老舍 Lǎo Shě), так и современные «Задача трех тел» автор Лю Цысинь (刘慈欣 Liú Cíxīn). Практически каждый российский читатель имеет возможность ознакомиться с произведениями таких современных авторов, как Мо Янь (莫言 Mò Yán) и Юй Хуа (余华 – Yú Huá) [7]. Вместе с тем, низкая доступность свежих изданий продолжает сдерживать потенциальный спрос на них.

Китайская литература, поддерживаемая культурными инициативами, несмотря на ограниченную аудиторию, укрепляет свои позиции в российском культурном поле, а устойчивый интерес российских читателей к китайской литературе создает потенциал для усиления влияния китайской мягкой силы в будущем.

Вы читали китайские книги? Напишите их название, если читали, если нет, напишите "нет".

90 ответов

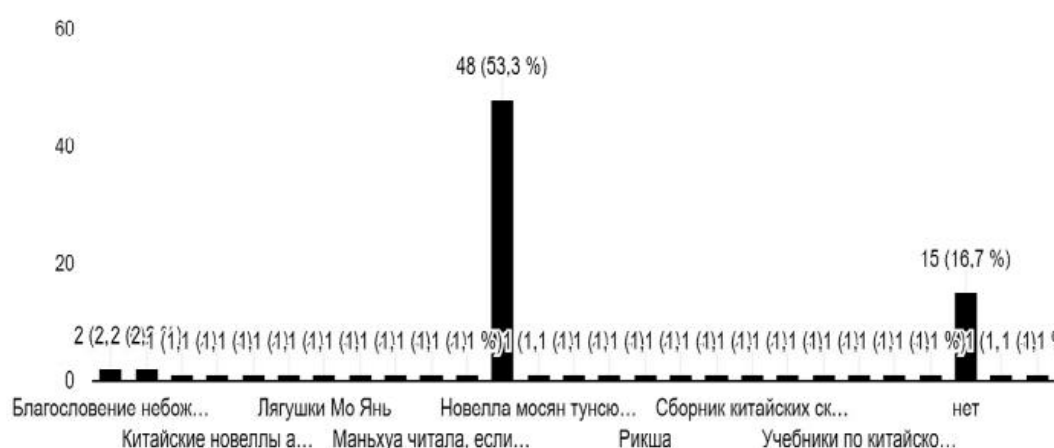


Рис. 5. Анализ популярности китайских художественных произведений среди российских читателей

Это были онлайн книги или печатные?

90 ответов

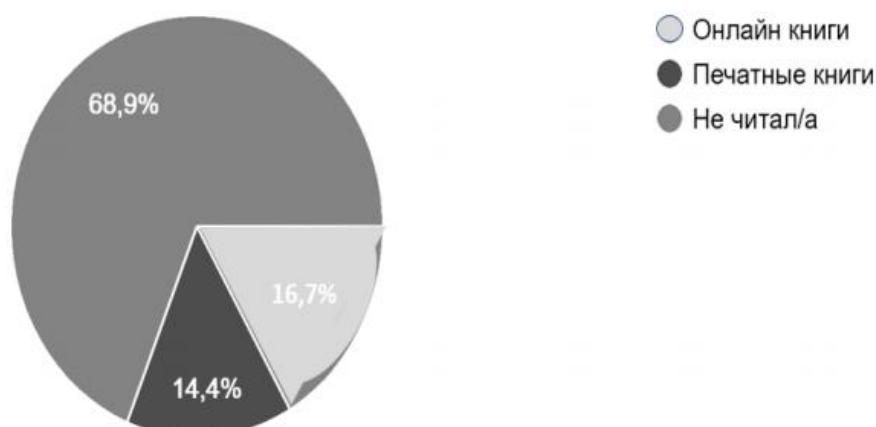


Рис. 6. Сопоставление количества респондентов, предпочитающих печатные и онлайн издания

### Иероглифические татуировки в современной тату-культуре

Татуировки становятся всё более распространённым явлением в культуре, отражая разнообразие и многообразие культурных и эстетических значений.

Татуировки с китайскими иероглифами действуют как «пассивный» инструмент «мягкой силы», формируя устойчивые визуальные ассоциации с китайской культурой без необходимости активного потребления контента. Интерес к китайскому языку также растёт: 17 % носителей татуировок начинают изучать китайский, что свидетельствует о глубокой связи между искусством и познанием культуры.

Согласно доступным данным 12 % тату-салонов в России фиксируют регулярные запросы на китайские иероглифы, что говорит о растущем интересе к китайской культуре. Среди наиболее популярных символов можно выделить следующие:

1. 愛 (любовь) – 23 %
2. 力 (сила) – 18 %
3. 龍 (дракон) – 15 %
4. 平和 (мир) – 12 %
5. 幸運 (удача) – 9 %

При этом 61 % носителей татуировок не проверяют точное значение иероглифа перед нанесением, что иногда приводит к курьёзным ситуациям, таким как использование символа 鸡 (курица) вместо 吉 (счастье).

Примером удачной практики можно считать коллекцию эскизов с цитатами из Конфуция, которую в 2022 году разработала пекинская студия «Hanzi Tattoo». 40 % клиентов из Европы отметили, что их выбор мотивирован интересом к китайской философии, что подчеркивает связь между татуировкой как искусством и глубиной китайской культуры [8].

Однако согласно нашему исследованию ни один из респондентов не имеет тату с иероглифами и лишь 30 % из них хотели бы иметь таковые.

Таким образом, китайские иероглифы в татуировках остаются «нишевым», но перспективным направлением культурного обмена, демонстрируя значительный потенциал как инструмента мягкой силы.

### У вас есть тату с китайскими иероглифами?

90 ответов

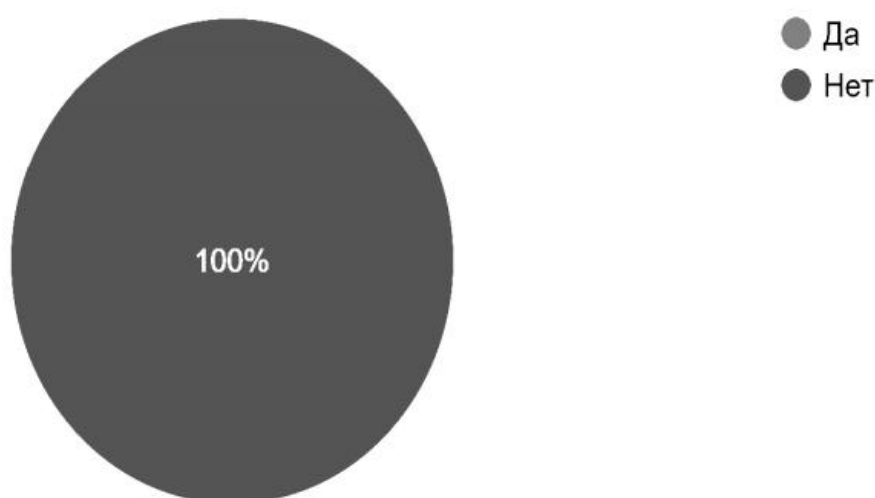


Рис. 7. Количество людей, имеющих иероглифические татуировки

## Вы бы сделали тату в виде китайских иероглифов?

90 ответов

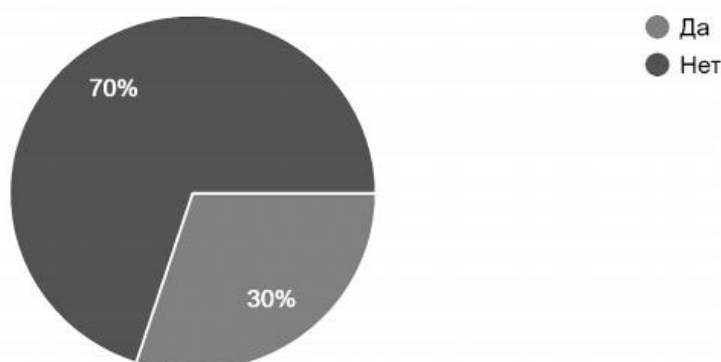


Рис. 8. Количество желающих набить иероглифическую татуировку

### Китайское кинопроизводство

Нынешний этап развития китайского кинопроизводства часто называют «эпохой расцвета китайского кино», а поскольку через фильмы и сериалы можно передавать китайские ценности и культуру, киноиндустрия в Китае стала неотъемлемой частью политики «мягкой силы». Поэтому для популяризации китайского кино за границей направлено множество усилий [11].

Согласно статистике, китайские дорамы/фильмы набирают большие просмотры на онлайн кинотеатрах и имеют неплохие рейтинги, на Окко самый низкий рейтинг 6.7, самый высокий 8.7, на Кинопоиске самый высокий 9, самый низкий – 4.7.

По данным Яндекс Вордстата с апреля 2023 года по февраль 2025 года, ежемесячное число просмотров по запросу «Китайские дорамы» составило более чем 150 000 просмотров (например, за период с 27.02.2025 по 27.03.2025 число просмотров составило 156 531).

Согласно проведенного нами опроса 37 % респондентов имели небольшой опыт просмотра китайского кинематографа, 7% не досматривают до конца китайские дорамы, 4 % регулярно смотрят китайские картины, 31 % не имели опыта просмотра китайских дорам, 17% смотрят китайские дорамы достаточно редко.

Стоит отметить, что китайские телесериалы в России хоть и представлены официально на крупнейших платформах, но, в основном, в России они существуют за счёт фанатской любви, благодаря сетевым сообществам, а также переводческим командам, которые занимаются переводами и озвучкой чаще всего бесплатно [12]. Факт существования довольно больших фан сообществ в соц-сетях, таких как в ВКонтакте, которые могут насчитывать до 20000 подписчиков, говорит о большой популярности китайских дорам.

Результаты опроса показали, что только 18% респондентов имеют любимого китайского актера, что также свидетельствует о невысокой представленности китайских кинокартин на российском кинорынке. Среди упомянутых опрошенными есть как всемирно известные звезды кино (Джеки Чан), так и менее известные российскому кинозрителю китайские актеры (Ло Юньсинь, Сяо чжан, Лю Ифей и др.)

Респонденты отметили привлекательные для них факторы в китайских кинокартинах. Среди них актерская игра, которая хорошо показывает образы героев; эмоциональность персонажей; наличие у них моральных установок и ценностей, к которым большинство опрошенных относятся положительно (33 %); сюжет, который, согласно нашему опросу, вызывает интерес среди 33 % опрошенных и техническая сторона создания фильма, а именно спецэффекты и качество съемки. Отдельно следует выделить, что российским зрителям очень часто нравятся костюмы в фильмах. Однако есть моменты, которые не нравятся российским зрителям, например, пробелы в сюжете, нелогичность и необоснованность действий героев [12].

Таким образом, на основании проведенного опроса, среди части респондентов наблюдается принятие ценностей из китайского кинематографа (18%) и их положительная оценка (18%). Также, согласно данным опроса, большинство респондентов не испытывают негативных эмоций по отношению к китайским кинокартинам (33%).

### Вы чувствуете, что китайские ценности в фильмах/сериалах Вам близки

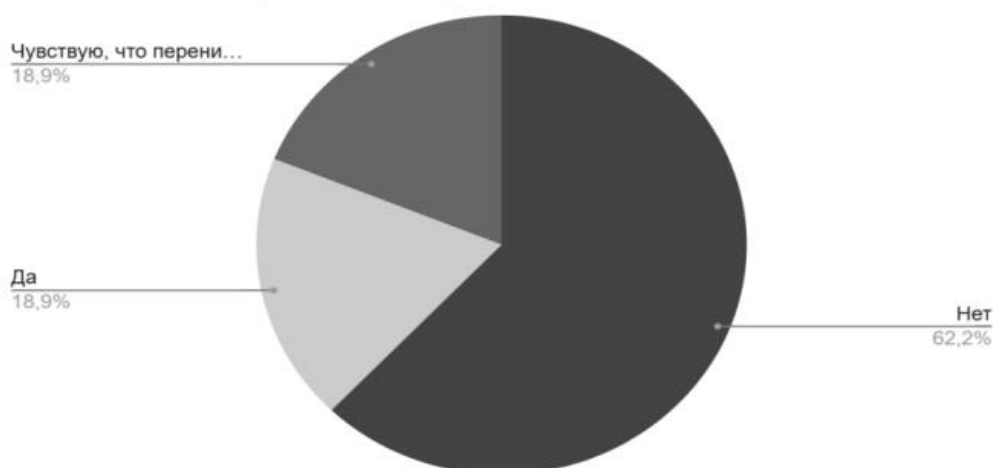


Рис. 9. Процентное соотношение респондентов, разделяющих и не разделяющих ценности в китайских фильмах/дорамах

### Вам нравится сюжет китайских фильмов/сериалов?

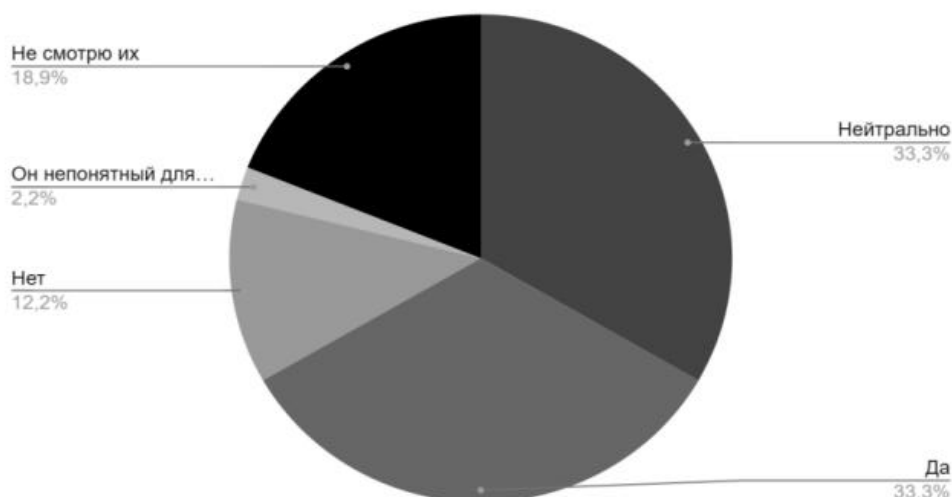


Рис. 10. Процентное соотношение респондентов, оценивших сюжет китайских фильмов/сериалов

Исходя из проведенного нами опроса, китайская киноиндустрия демонстрирует растущий интерес со стороны российских пользователей. Несмотря на то что китайские фильмы и дорамы не имеют той же привлекательности для российского зрителя как корейские, тем не менее можно говорить о долгосрочных перспективах их распространения в России.

#### Заключение

За последние десятилетия Китай существенно укрепляет свои позиции в международном пространстве за счет распространения своей уникальной культуры. Китайские художественные произведения имеют разную степень влияния на российское общество, например, на музыкальные произведения наблюдается небольшой спрос среди российских слушателей, в то время как китайский кинематограф вызывает намного больше интереса у российского зрителя и имеет перспективы популяризации в российском обществе в дальнейшем. Китайская литература также имеет перспективы развития и распространения среди российских читателей. Современные тенденции показывают, что китайская стратегия «мягкой силы» в отношении России демонстрирует высокую эффективность, что проявляется в повышении интереса к китайскому языку и культуре, укреплении двусторонних экономических и дипломатических отношений и позитивном восприятии Китая россий-

ским обществом. Как результат, за счет распространения своих культурных кодов в культурное пространство России, Китай укрепляет воздействие «мягкой силы» на российское общество.

1. Колгушин Т.Я. «Мягкая сила» Китая: теоретический аспект / под ред. В.Б. Петрова, О.В. Филатовой, В.А. Цыба. – Москва: РУДН, 2018. – С. 402-403.
2. Соловьёва Е.В. «Мягкая сила» – инструмент интеграции Китая в мировые процессы // Россия и АТР. – 2012. – № 1. – С. 87 (Международные отношения).
3. Тарабарко К.А. «Мягкая сила» культуры: эволюция концепции в трудах китайских учёных // Грамота. – 2016. – №7 (69), ч. 2. – С. 181-182. (Философские науки).
4. Борох О.Н., Ломанов А.В. От «мягкой силы» к «культурному могуществу» // Россия в глобальной политике. – 2012. – №4.
5. Журавлёва Е.В. Стратегия красоты: теории «мягкой силы» с китайской спецификой // Вестник РУДН. – 2016. – №1, Т. 16. – 22 с. (Международные отношения).
6. Китайская музыка // YouTube [сайт]. – URL: [www.youtube.com](http://www.youtube.com) (дата обращения: 27.03.2025)
7. Китайская музыка // VK [сайт]. – URL: <https://vk.com/feed> (дата обращения: 27.03.2025)
8. Lay // qq音乐. – URL: <https://y.qq.com/> (дата обращения: 27.03.2025)
9. Читай-город // Книги на прочих иностранных языках: [сайт]. – URL: <https://www.chitai-gorod.ru/catalog/books/knigi-na-prochih-yazykah-110080>
10. Тату салон Syndicatetatto // Syndicatetatto: [сайт]. – URL: <https://syndicatetattoo.ru/blog/tatu-iyeroglify/>
11. Жчао Тяньян. Распространение китайского кинематографа в России: статистические оценки и отклики зрителей // Культура и цивилизация. – 2020. – Т. 10, № 3А. – С. 273-275.
12. Zhou Lixia The Place of Chinese Doramas in the Russian Socio-Cultural Landscape // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2021. No 4 | ISSN: 2658-7734. 94 p.

УДК 811.531

## КУЛЬТУРНАЯ ДИПЛОМАТИЯ ЮЖНОЙ КОРЕИ – СТРАТЕГИЯ «SOFT POWER»

А.К. Карелина, бакалавр

Ж.В. Ни, канд. пед. наук, доцент кафедры МКП

Владивостокский государственный университет  
Владивосток, Россия

**Аннотация.** В статье рассматриваются механизмы формирования культурной дипломатии Южной Кореи через технологию «soft power». Анализируется роль СМИ в продвижении позитивного образа страны. Особое внимание уделяется лингвистическому анализу новостных источников, которые активно формируют благоприятное восприятие государства на международной арене.

**Ключевые слова:** Южная Корея, мягкая сила, корейская волна, международные отношения, лингвистические стратегии.

## SOUTH KOREAN CULTURAL DIPLOMACY – «SOFT POWER» STRATEGY

**Abstract.** This article examines the mechanisms of shaping South Korea's cultural diplomacy through «soft power» technology. It analyzes the role of media in promoting a positive image of the country. Special attention is given to the linguistic analysis of news sources, which actively shape a favorable perception of the state on the international stage.

**Keywords:** South Korea, soft power, Korean Wave, international relations, linguistic strategies

**Актуальность** работы связана с условиями глобализации и усилением роли мягкой силы (soft power) в международных отношениях, создание положительного имиджа Республики Корея становится важным инструментом внешней политики. Южная Корея, как одна из наиболее динамично развивающихся стран мира, активно использует СМИ для продвижения своего образа, как технологически развитой, культурно богатой и привлекательной страны с точки зрения туризма. Лин-