

***Значењето на културата како мека моќ во меѓународните односи:
случајот на Јужна Кореја¹***

**Ана Јанчева, студентка на последипломски студии по
Меѓународно јавно право, меѓународно приватно право,
меѓународни односи и право на ЕУ
Правен факултет „Јустинијан Први“ Скопје**

I. Вовед

Брзиот, дигитализиран начин на живот ни ја наметна потребата за размена на информации во делови од секунда од најбиската до најдалечната точка на земјината топка, а сето тоа со посредство на моќните алатки од информатичките технологии (ИТ).² Современите текови, на овој наш нов глобален свет, ја наметнуваат потребата за примена на друг вид на моќ за остварување на своите цели. Повеќе од јасно е дека со примена на традиционалните методи на моќ, државите повеќе не можат да ги постигнат своите цели. Поефикасно е да се соработува и вмрежува, односно да се привлекува и убедува, отколку да се принудува. Како што забележува Нај: „моќта со другите може да биде многу поефикасна од моќта над другите“.³ Токму професорот Џозеф Нај, на почетокот на 90тите години на минатиот век, за прв пат го употребува поимот „мека моќ“ дефинирана како способност да се обликуваат ставовите на луѓето преку привлекување и координирање преку култура. Културата може да биде: начин на однесување, поздравување, јадење, литература, сериите или претставите, вредностите кои ги прифаќаме или отфрламе, итн.

¹ Овој студентски труд е инспириран од истражувањето на Sue Mi Terry, под наслов - *The Korean Invasion Can Cultural Exports Give South Korea a Geopolitical Boost?*, кое е објавено во списанието *Foreign Affairs* 2021.

² Нита Старова, *Културата во фокусот, Предизвици-списание за општествени прашања*, Fredrik Ebert Stiftung, II/7, Скопје, 2020, 1.

³ Joseph Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Public Affairs, New York, 2004, 3.

Меката моќ на културата на меѓународна сцена, се поврзува со културната глобализација и особено со современите трендови на масовната култура: поп-култура, мас-култура, култура на мнозинството. Со културната глобализација се врши споделување на идеи и вредности од една култура во друга и се врши поврзување на луѓе од различни култури, и со масовната култура, затоа што таа произлегува од секојдневните потреби, аспирации, настани, кои произлегуваат од животот на мнозинството од населението.⁴ Тоа е култура достапна за секого која нуди, забава и информации што преовладуваат во современото општество, а се пласира преку сите видови на медиуми и социјалните мрежи.⁵

II. Културата како мека моќ – Јужна Кореја

Пример за тоа како една држава, може да се етаблира и да биде своевиден фактор во меѓународната политика, користејќи ја културата како мека моќ е Јужна Кореја. Преку извозот на масовната култура, Јужна Кореја успеа да се пробие на меѓународната сцена со т.н. Халиу, или „корејскиот бран“. Тоа може да се согледа низ неколку настани - филмот „Паразит“ кој стана првиот филм на странски јазик кој освоил Оскар за најдобар филм во 2020 година.⁶ Тука се и мега поп сензациите BTS, BLACKPINK, PSY, како и популарните телевизиски серии од кои најуспешната Squid Game на Netflix станува најгледаната серија во скоро 90 држави.⁷

Може да се каже дека во последните неколку децении Јужна Кореја успешно ја користи меката моќ на глобална сцена. Ваквиот успех се должи на долгорочните планови и заложби на владата за развој на креативните индустрии, кои вродија со плод и резултира со економски раст и поголемо глобално влијание. На тој начин Сеул се здоби со шанса да

⁴ Терминот се среќава во текстовите на Макс Хоркхајмер (1985-1973), Двајт Мекдоналд (1906-1982), посветени на критиката на телевизијата. Ирина Комарова Ивановна, *Масовната култура во формирањето на човековите потреби. Вредности на модерната масовна култура. Телевизијата како средство за трансформирање на културните вредности* <https://sportinsider.ru/mk/samorazvitie/massovaya-kultura-v-formirovanii-potrebnosti-cheloveka.html> (пристапено на 05.12.2021 г.)

⁵ Арадурај Ардџун, *Kultura i globalizacija, Biblioteka XX vek, Beograd, 2011, 328, 7.* <https://sportinsider.ru/mk/samorazvitie/massovaya-kultura-v-formirovanii-potrebnosti-cheloveka.html> (пристапено на 05.12.2021 г.)

⁶ <https://www.oscars.org/search/site/parasite> (пристапено на 12.12.2021 г.)

⁷ Sue Mi Terry, *The Korean Invasion Can Cultural Exports Give South Korea a Geopolitical Boost?*, *Foreign Affairs, October 2021.* БГ/АП, *Паразит“ и непријатната вистина за Јужна Кореја*, <https://p.dw.com/p/3XYn1> (пристапено на 15.12.2021 г.)

преземе поактивна улога во современата меѓународна политика, ширејќи ги своите демократски идеали заедно со својата сè поприсутна мас-култура.⁸

Културната експанзија започна по доаѓањето на власт на претседателот Ким Дае Јунг,⁹ во 1998 година, кога Јужна Кореја сеуште се опоравуваше од азиската финансиска криза. Ким Дае Јунг ги таргетираше медиумите и мас-културата како главен извор на економски раст и неговата администрација си постави цел да ја зголеми вредноста на културната индустрија во Јужна Кореја -музика, козметика, филмови, анимации, игри итн., на 290 милијарди долари за две години, сума поголема од вредноста на електроиндустријата, кој тогаш вредеше 280 милијарди долари. Владата, исто така го зголеми буџетот на културната индустрија од 14 милиони долари во 1998 година на 84 милиони долари во 2001 година. Во соработка со фирми специјализирани за односи со јавноста, технолошки компании и сл., Министерството за култура започна со детално планирање и реализација на палета од активности преку кои странскиот пазар требаше да ја препознае и прифати корејска култура.¹⁰

Првиот знак за успех на ваквата концепција за иднината беше телевизиската драма „Зимска соната“ од 2002 г., која стана глобален хит. Резултат на ваквиот успех беа договорите кои владата ги склучи со странските радиодифузери и брзо се создаде култно следење ширум светот. Продажбата на серијата надмина 3,5 милиони долари само во Јапонија, а во меѓувреме бројот на странски туристи порасна за речиси 75% за една година (2003-2004г.). Привлечноста на корејската мас-култура, според јужнокорејските туристички претставници, беше главниот фактор за ваквиот раст. Ваквите почетни успеси беа поттик за идните јужнокорејските власти.¹¹

Претседателот Рох Му Хјун,¹² во 2003 година ја промовираше и популаризираше фразата „Креативна Кореја“ и ги зголеми субвенциите за културните стартапи. За неговиот конзервативен наследник, Ли Мјунг Бак,¹³ приоритет беше културниот извоз, како средство

⁸ Ibid.

⁹ Ким Дае Јунг (1924-2009), јужнокорејски државник и активист, претседател на Јужна Кореја (1998-2003). Добитник на Нобеловата награда за мир во 2000 година за неговата работа за демократијата и човековите права во Јужна Кореја, во Источна Азија воопшто, и за мирот и помирување со Северна Кореја и Јапонија.

¹⁰ Sue Mi Terry, *The Korean Invasion Can Cultural Exports Give South Korea a Geopolitical Boost?*, *Foreign Affairs*, October 2021.

¹¹ Ibid.

¹² Рох Му Хјун (1946-2009), јужнокорејски адвокат, политичар. Претседател на Јужна Кореја (2003-2008 г.)

¹³ Ли Мунг Бак (1941-), јужнокорејски стопанственик и политичар. Претседател на Јужна Кореја (2008-2013 г.)

за подобрување на националниот имиџ и поттикнување на економскиот раст. Тој, особено беше заинтересиран за промовирање на корејска кујна, посебно деликатесот кимчи.¹⁴

Првата жена, претседателка на Јужна Кореја Парк Геун Хје,¹⁵ во својот инаугуративен говор вети дека една од главните цели на нејзината администрација ќе биде токму „културното збогатување“.¹⁶ За време на нејзиниот мандат, корејската поп (К-поп) песна „Гангнам стајл“ на поп пејачот PSY,¹⁷ доби глобална популарност станувајќи првата песна на YouTube со 1 милијарда прегледи. Песната стана корејска химна, прв светски хит на корејски јазик, која предизвика експлозија на корејската музичка сцена. Од една страна, отвори простор за успех на идните изведувачи ширум светот, а од друга страна помогна во остварувањето на владиите планови и вложувања во проекти кои вклучуваат изградба на огромни аудиториуми и културни центри.

По разрешувањето на претседателката Парк, нејзиниот наследник Мун Џе Ин,¹⁸ продолжи да го поддржува културното производство со даночни стимулации и субвенции. Владата на Мун, се обиде да ја искористи меката моќ за да го подобри меѓународниот статус на Јужна Кореја. За таа цел беше иницирано проширување на врските меѓу Јужна Кореја, Индија и останатите земји од Југоисточна Азија, со цел Кореја да стане епицентар за ширење на мас-културата во поширокиот регион. Претседателот Мун иницираше К-поп изведувачи, како женската група Red Velvet и пејачката Baek Ji Young да настапат во Пјонгјанг за време на неговата посета на Пјонгјанг, на самитот со севернокорејскиот лидер Ким Џонг Ун во 2018 година. Владата на Мун, ја назначи машката поп група BTS за „специјални претседателски пратеници“ во ООН „за идните генерации и културата“. Повеќе од 1 милион луѓе, ширум светот, го следеа говорот на бендот на Генералното Собрание на ООН.¹⁹

¹⁴ Традиционално корејско јадење направено од ферментиран зеленчук и микс од зачини.

¹⁵ Парк Геун Хје, (1952-), прва жена претседателка на Јужна Кореја (2013-2017). Во 2018 г. осудена на казна затвор во рок од 25 години. поради корупција.

¹⁶ Sue Mi Terry, The Korean Invasion Can Cultural Exports Give South Korea a Geopolitical Boost?, *Foreign Affairs*, October 2021.

¹⁷ PSY е уметничкото име на поп пејачот Парк Џе Санг.

¹⁸ Мун Џе Ин, (1952-), поранешен јужнокорејски адвокат, актуелен претседател на Јужна Кореја (2017-)

¹⁹ Sue Mi Terry, The Korean Invasion Can Cultural Exports Give South Korea a Geopolitical Boost?, *Foreign Affairs*, October 2021.

III. Јужна Кореја во меѓународните односи

Според анализата на Sue Mi Terry, профитот од овие политики за Јужна Кореја е огромен.²⁰ Во 2019 година, Јужна Кореја остварува извоз од 12,3 милијарди долари во мас-културата, за разлика од 189 милиони долари во 1998 година. Тука се вклучени и компјутерски игри, музички турнеи и козметика. Пораст е забележан и во вработувањето во културната индустрија, околу 3% од целокупната работна сила, а евидентни се и другите економски придобивки. Компаните Samsung, LG, Kia и Hyundai си го најдоа своето место на американскиот пазар како што тоа место го имаа јапонските компании Toyota, Sony и Honda и кинеската Huawei.

Меката моќ, го зајакна и долгогодишниот воен сојуз меѓу САД и Јужна Кореја, и покрај обвинувањата на поранешниот претседател Доналд Трамп, кој Сеул го окарактеризираше како воен „експлоататор“, кој сака да ги искористи придобивките од американското богатство. Ваквите тврдења не одекнаа доволно во САД, не само поради заедничката историја што ја имаат државите, која датира од Корејската војна, туку и поради симпатиите на мноштвото Американци кон Јужна Кореја, кои во голема мера се поттикнати токму од културниот извоз.²¹

Надвор од овие економски и политички придобивки, меката моќ ја менува и самата природа на јужнокорејското општество. Развиеноста на културните индустрии полека но сигурно го претвара општеството поткрепено врз конфучијанските традиции, почит кон постарите, во едно либерално и слободно општество. Младите се повеќе се стремат кон уметнички и креативни кариери. Стариот хиерархиски систем добро функционираше во индустриската ера, но во сегашната ера на ИТ технологии потребен е еден нов, посоодветен претприемачки модел кој ќе и помогне на Јужна Кореја да ја забрза својата транзиција од економија ориентирана околу тешката индустрија кон држава чиј фокус ќе биде производството на интелектуална сопственост, особено кога корејските фирми почнуваат да се натпреваруваат со динамични американски конгломерати како што се Apple, Alphabet и Amazon.

²⁰ Ibid.

²¹ Ibid

Културниот прогрес на Јужна Кореја претставува предизвик за нејзините лидери. Со децении, други земји како Јапонија и САД го користат своето културно влијание за унапредување на човековите права, поттикнување на економскиот развој и поддршка на глобалната демократија. Сеул може да го следи нивниот пример, зголемувајќи ги трошоците за развој како почетна точка. Јужна Кореја моментално заостанува зад богатите држави во процентот од бруто домашниот производ (БДП) што го издвојува за развојна помош, рангирана далеку под Јапонија, САД и повеќето европски земји.²²

Меката моќ на Јужна Кореја може да биде многу моќна во односот со Северна Кореја. Исто како што западниот културен извоз на Мекдоналдс, Кока-Кола, Леви Штраус, Херши, Елвис Присли и Битлси некогаш помогнаа да се сруши советскиот блок, јужнокорејската мека моќ има потенцијал да го скрши севернокорејскиот деспотизам преку изложување на населението на примамливоста на демократијата и капитализмот.

Надвор од Северна Кореја, Јужна Кореја, исто така, има можност да ја искористи својата мека моќ за промовирање на демократските вредности, особено во Азија, каде што нејзините културни понуди веќе имаат одзив. Се разбира, филмовите како „Паразит“ и серијата „Squid Game“ се мечови со две острици, тие ја прикажуваат моќта на капиталистичката култура додека истовремено ја претставува опасноста од прекумерната нееднаквост на приходите во капиталистичкиот систем. Фактот дека Јужна Кореја произведува такви самосвесни и критички наративи, сепак, само по себе е придобивка на слободата на изразување што би било незаамисливо во многу земји, вклучително и Кина.²³

IV. Заклучок

Јужна Кореја направи одлична работа за зголемување на својата мека моќ на начини на кој другите земји можат само да и завидуваат и да се огледаат. Но, Сеул сега има многу потешка работа, да открие како да ја искористи таа моќ за да ги постигне целите на земјата во надворешната политика. Придобивките што може да ѝ ги даде тврдата моќ на една држава се разбира дека се поприоритетни, но придобивките кои може да ѝ ги даде меката моќ, на долгорочен план, се повредни. Ова особено е забележливо кај малите, слабо развиени

²² Ibid

²³ Ibid

држави, кои не можат да го најдат своето место на меѓународната сцена. Преку културата како мека моќ се прави едно посуптилно но евентуално поиздржливо влијание на една држава кон останатите.

Во контекст на претходното, а како заклучок ни се наметнува познатиот цитат на иделогот Гоце Делчев, „Јас го разбираам светот, како поле за културен натпревар меѓу народите“. Овој цитат, иако кажан пред повеќе од еден век и денес делува визионерски кога е во прашање културата како алка за поврзување на различностите, како модел за надминувањето на недоразбирањата, како поле каде што економската или воената моќ остануваат без моќ.

Преглед на користена и литература

- Nye Joseph, *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: Public Affairs, 2004), 3.
- Старова Нита, Културата во фокусот, *Предизвици-списание за општествени прашања*, Fridrih Ebert Stiftung, II/7, Скопје, 2020.
- Ивановна Комарова Ирина, *Масовната култура во формирањето на човековите потреби. Вредности на модерната масовна култура. Телевизијата како средство за трансформирање на културните вредности*
<https://sportinsider.ru/mk/samorazvitie/massovaya-kultura-v-formirovanii-potrebnostei-cheloveka.html>.
- Apaduraj, Ardžun, *Kultura i globalizacija*, Biblioteka XX vek, Beograd, 2011, 328, 7.
<https://sportinsider.ru/mk/samorazvitie/massovaya-kultura-v-formirovanii-potrebnostei-cheloveka.html>.
- БГ/АП, „Паразит“ и непријатната вистина за Јужна Кореја,
<https://p.dw.com/p/3XYn1>.
- Sue Mi Terry, The Korean Invasion Can Cultural Exports Give South Korea a Geopolitical Boost?, *Foreign Affairs*, October 2021.
- <https://www.oscars.org/search/site/parasite>.