

Научная статья  
УДК 351.85(519.5)  
<https://doi.org/10.24158/fik.2021.6.26>

## Корейская волна в культурной политике Республики Корея (1963–2013 гг.)

**Елена Олеговна Курепина**

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия, [elena-torn@mail.ru](mailto:elena-torn@mail.ru),  
<https://orcid.org/0000-0003-4949-0867>

**Аннотация.** В статье анализируется взаимодействие Корейской волны и культурной политики президентов Республики Корея Пак Чон Хи (1963–1979 гг.), Чон Ду Хвана (1980–1988 гг.), Ро Дэ У (1988–1993 гг.), Ким Ён Сама (1993–1998 гг.), Ким Дэ Чжуна (1998–2003 гг.), Но Му Хёна (2003–2008 гг.), Ли Мён Бака (2008–2013 гг.). Делается вывод о том, что развитие культурной политики Южной Кореи в период с 1963 по 2013 гг. можно разделить на три этапа: использование индустрии культуры для легитимизации власти военных правительств; переход к демократическому стилю управления и начало интеграции культурной политики с экономикой; развитие и поддержка Корейской волны правительством с целью улучшения имиджа Республики Корея и развития экономики.

**Ключевые слова:** массовая культура, экономика, культурная политика, индустрия культуры, Корейская волна, Халлю, Республика Корея, Южная Корея

**Для цитирования:** Курепина Е.О. Корейская волна в культурной политике Республики Корея (1963–2013 гг.) // Общество: философия, история, культура. 2021. № 6. С. 154–159. <https://doi.org/10.24158/fik.2021.6.26>

Original article

## The Korean Wave in the Cultural Policy of the Republic of Korea (1963–2013)

**Elena O. Kurepina**

Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia, [elena-torn@mail.ru](mailto:elena-torn@mail.ru),  
<https://orcid.org/0000-0003-4949-0867>

**Abstract.** The paper analyzes the interaction of the Korean Wave and the cultural policies of the presidents of the Republic of Korea Park Chung Hee (1963–1979), Chun Doo Hwan (1980–1988), Roh Tae Woo (1988–1993), Kim Young Sam (1993–1998), Kim Dae Jung (1998–2003), Roh Moo Hyun (2003–2008), Lee Myung Bak (2008–2013). It is concluded that the development of South Korea's cultural policy in the period from 1963 to 2013 can be divided into three stages: using the cultural industry to legitimize the power of military governments; transition to a democratic style of government and the beginning of integration of cultural policy with the economy; development and support of the Korean Wave by the government in order to improve the image of the Republic of Korea and the development of the economy.

**Keywords:** mass culture, economy, cultural policy, cultural industry, Korean Wave, Hallyu, Republic of Korea, South Korea

**For citation:** Kurepina E.O. The Korean Wave in the Cultural Policy of the Republic of Korea (1963–2013) // Society: Philosophy, History, Culture. 2021. No. 6. P. 154–159. (In Russ.). <https://doi.org/10.24158/fik.2021.6.26>

За последние двадцать лет южнокорейская массовая культура стала очень популярна за пределами страны. С 2017 г. мир стал свидетелем того, как группа BTS (방탄소년단) бьет рекорды популярности и получает награды по всему миру. Фильм «Паразиты» (기생충, 2019 г.) проложил дорогу для корейского кино в мировом прокате, получив в 2020 г. четыре премии «Оскар». Распространение культурного влияния Южной Кореи способствует улучшению имиджа страны и развитию национальной экономики. По этой причине Республика Корея является одной из немногих стран, ставящих перед собой цель стать ведущим мировым экспортером культуры.

Феномен популярности южнокорейской массовой культуры за рубежом получил название Корейская волна, или Халлю. Впервые этот термин был употреблен в 1997 г. в средствах массовой информации (СМИ) Тайваня для обозначения наплыва товаров южнокорейского производства. Для обозначения популярности массовой южнокорейской культуры термин используется с 1999 г., начало чему положила статья «Временами и восточный ветер дует на восток» в «Пекинской молодежной газете» [1, с. 148].

Зарождение Халлю началось в июне 1997 г. с трансляции на Центральном телевидении Китая (ССТV) драмы «Что такое любовь?» («사랑이 뭐길래», 1991–1992 гг.). Корейская волна сначала распространилась в Китае и Японии, затем в Юго-Восточной Азии. СМИ приписывали

происхождение Халлю нескольким дорамам, выпущенным в конце 1990-х – начале 2000-х гг. Первый корейский блокбастер «Свири» (수리, 1999 г.) стал очень успешным в странах Юго-Восточной Азии. За ним последовали «Осень в моем сердце» (가을동화, 2000 г.), «Моя своенравная девчонка» (엽기적인 그녀, 2001 г.) и «Зимняя соната» (겨울연가, 2002 г.). Успех этих фильмов за пределами Южной Кореи вызвал широкий общественный резонанс [2].

Наряду с появлением и распространением Корейской волны в конце 1990-х гг. в политике Республики Корея наметился сдвиг в сторону индустрии культуры как фактора экономического развития. Индустрия культуры больше не рассматривалась как идеологический инструмент для сохранения национальной самобытности, а стала восприниматься как перспективная и экономически выгодная отрасль.

Политику Республики Корея в сфере культуры, ее влияние на экономику и Корейскую волну как проявление «мягкой силы» рассматривали в своих работах Е.В. Лачина [3], Д.И. Буреав, М.Ц. Гармаханов [4], А.Д. Кожевникова [5], В.И. Ким [6], Е.У. Ким и Е.С. Постникова [7], И.В. Цой и П.И. Зайнуллина [8]. В данной статье мы проанализируем основные направления культурной политики президентов Республики Корея в период с 1963 по 2013 гг. и ее взаимодействие с Корейской волной.

До 1990-х гг. целью президентов **Пак Чон Хи** (1963–1979 гг.), **Чон Ду Хвана** (1980–1988 гг.) и **Ро Дэ У** (1988–1993 гг.) было достижение высокого уровня экономического развития для обеспечения легитимности авторитарных военных правительств. Социальные и культурные сферы мобилизовывались для достижения политических и экономических целей.

Несмотря на то, что военное правительство **Пак Чон Хи** уделяло приоритетное внимание быстрому экономическому росту, оно начало культурную политику, создавая законы, учреждения, организации и общественные фонды, связанные с культурным сектором. Большинство законов, касающихся сферы культуры, были приняты в 1960-е гг. Управление общественной информации, созданное в 1948 г. при президенте Ли Сын Мане (1948–1960 гг.), было преобразовано в Департамент общественной информации 20 мая 1961 г. и расширено до Министерства культуры и общественной информации в 1968 г. [9, p. 80]. В 1973 г. правительство опубликовало «Первый пятилетний генеральный план культурного развития», ставший первым долгосрочным планом культурной политики. Его цель заключалась в создании новой национальной культуры, основанной на ценностях и самобытности корейского народа. По этой причине в 1974–1978 гг. 70 % общих государственных расходов в секторе культуры приходилось на народное искусство и традиционную культуру [10, p. 40].

При президенте **Чон Ду Хване** субсидии государства в сфере культуры больше не ограничивались культурным наследием и традиционным искусством. Было объявлено о двух культурных планах: «Новый план культурного развития» (1981 г.) и «Культурный план в шестом пятилетнем плане экономического и социального развития» (1986 г.). В соответствии с этими документами правительство стремилось создать национальную культурную самобытность, способствовать развитию искусства, улучшать культурное благосостояние, продвигать региональную культуру и культурный обмен с другими странами [11].

Несмотря на то, что президент **Ро Дэ У** также был военным, его правительство считалось переходным на пути к демократии. Правительство постепенно ослабляло контроль над СМИ. Был издан «Основной закон о прессе» (1987 г.), в котором не содержалось положений об общественной ответственности за прессу, что указывает на попытки правительства «деавторитаризировать» существующие ограничительные правовые механизмы. После вступления в силу закона появились либеральные газеты: *The Hankyoreh* (1988 г.), *Kukmin Ilbo* (1988 г.), *Segye Ilbo* (1989 г.), *Munhwa Ilbo* (1991 г.) [12].

В 1990 г. был разработан «Десятилетний генеральный план культурного развития». Основные цели документа: установление культурной самобытности; содействие развитию искусства; повышение культурного благосостояния; продвижение региональной культуры; содействие международному культурному обмену; развитие СМИ. Культурные планы предыдущих президентов, как правило, были сосредоточены на контроле и регулировании, а не на поддержке и продвижении [13].

Корейское правительство поставило индустрию культуры в центр стратегий экономического развития и заложило основу для ее роста после азиатского финансового кризиса 1997–1998 гг. В политическом плане авторитарному правлению военного правительства пришел конец после серии крупномасштабных демократических протестов 1980-х гг. В социокультурном плане рост численности более образованного среднего класса после индустриализации означал, что потребители требовали более сложных и качественных продуктов культуры. В ответ на эти изменения правительство попыталось разработать новый набор отраслей для роста национальной экономики, и индустриям культуры стало уделяться повышенное внимание. Кинематограф и му-

зыкальная индустрия стали рассматриваться как обладающие потенциалом для ускорения экономического роста и стимулирования других отраслей, таких как индустрия электронных и информационно-коммуникационных технологий [14, p. 425–426].

Избрание на пост президента **Ким Ён Сама** (1993–1998 г.) ознаменовало начало демократического управления. Он инициировал политику «создания Новой Кореи», ориентированной на глобализацию, поскольку с 1990-х гг. в новой политической среде, включая демократизацию СМИ и либерализацию рынка, Южная Корея стала экономически более конкурентоспособной. Повышение конкурентоспособности национальной промышленности должно сопровождаться улучшением ее национального имиджа и открытием страны для внешнего рынка. В этих обстоятельствах правительство объявило о трех планах культурной политики: «Новый пятилетний план содействия культурному развитию» (1993 г.), «Генеральный план культурного благополучия» (1996 г.), «Культурное видение 2000» (1997 г.) [15].

Важным элементом культурной политики Ким Ён Сама было развитие экономического потенциала аудиовизуальной индустрии. СМИ и культурная среда Кореи претерпели значительные изменения: были запущены кабельное телевидение и первый спутник связи и вещания. Государственная цензура фильмов и музыки отменена в 1996 г. Были сняты ограничения на участие чеболей (крупные семейные конгломераты) в индустрии культуры. Фильмы *Mr. Momma* (1992 г.), *Two Cops* (1994 г.) и *To Top My Wife* (1995 г.) режиссера Кан У Сока были профинансированы *Daewoo*. Свой бизнес в культурном секторе с начала 1990-х гг. расширила и *Samsung*, запустив в 1995 г. *Samsung Entertainment* [16]. Ким Ён Сам положил начало новому стилю государственного развития через культурную политику, особенно в секторе массовой культуры.

О Корейской волне на государственном уровне впервые заговорил в 2001 г. президент **Ким Дэ Чжун** (1998–2003 гг.), выступая с речью на третьей конференции по продвижению туризма. Президент отметил, что растущая популярность Халлю может быть использована для развития индустрии туризма. Ким Дэ Чжун в основном рассматривал Корейскую волну как способ стимулировать развитие индустрии культуры. Во время его пребывания на посту правительство увеличило бюджет культурного сектора, выделив примерно 0,9 млрд долл., что составляло более 1 % национального бюджета в 2000 г., и увеличило его до 1 млрд долл. в 2001 г. Увеличенная часть бюджета в основном была инвестирована в поддержку индустрии [17, p. 5522].

При президенте Ким Дэ Чжуне корейская экономика стала опираться на более передовые технологически ориентированные отрасли, такие как информационно-коммуникационные технологии (ИКТ). В конце 1990-х гг. рынок культурной продукции быстро расширился внутри страны за счет использования инфраструктуры индустрии ИКТ и технологий электронной промышленности. Это создало взаимовыгодный цикл роста между данными секторами. Правительство способствовало росту цифровизации и распространению корейского культурного контента. Министерство культуры и туризма сформировало Департамент игр и музыкальных записей, что совпало с правительственной программой содействия информатизации в конце 1990-х гг. и повлияло на быстрое распространение персональных компьютеров и высокоскоростного доступа в Интернет. Тем самым Министерство культуры и туризма способствовало росту секторов культуры, одновременно поддерживая расширение технологической инфраструктуры Южной Кореи. Правительство стимулировало увеличение притока капитала в индустрию культуры и делегировало бывшие регулирующие функции правительства специализированным организациям, таким как Корейское агентство культурного контента, Корейский институт радиовещания, Корейский совет по кинематографии, которые имели большую автономию и свободу от государственного контроля [18].

С 1999 по 2003 гг. компаниям, работающим в сфере культуры, было предоставлено кредитов на сумму около 50 млрд корейских вон. Правительство создало инвестиционные фонды для обеспечения прямых финансовых инвестиций в эту отрасль. В результате сотрудничества между Корейским советом по кинематографии и Управлением малого и среднего бизнеса в 1999 г. был создан Фонд продвижения фильмов для финансирования киноиндустрии. В период с 1999 по 2003 гг. было создано более 60 инвестиционных компаний для финансирования киноиндустрии. Правительство также помогало компаниям сферы культуры распространять продукцию на внутреннем, региональном и глобальном рынках [19]. Ким Дэ Чжун успешно начал использовать культуру (дорамы, фильмы, музыку) для стимулирования экспорта, после бума корейских дорам в конце 1990-х гг.

Одной из целей президента **Но Му Хёна** (2003–2008 гг.) было вывести корейские культурные продукты на мировые рынки. Президент подчеркивал важность увеличения экспорта и создания межкультурных связей с такими странами, как Китай и Япония, поскольку популярность корейских дорам и поп-музыки положительно сказывалась на национальном имидже Южной Кореи. Успех корейской массовой культуры за рубежом способствовал не только развитию индустрии развлечений и туризма, но и увеличивал экспорт корейских товаров.

В 2003 г. правительство преобразовало Корейский фонд азиатского культурного обмена (KOFACE) в Корейский фонд международного культурного обмена (KOFICE), спонсируемый Министерством культуры и туризма. KOFICE стремится развивать индустрию культуры в таких областях, как опросы, исследования, ежегодное проведение международных форумов и семинаров, а также организация мероприятий по обмену с другими странами. С 2004 г. KOFICE проводит Глобальный форум индустрии культуры и Форум Халлю. Основная цель фонда – поддерживать и повышать популярность корейской культуры за рубежом [20].

Правительство продолжало стимулировать рост ключевых стратегических отраслей, в том числе индустрии культуры. Отрасли ИКТ стали основной опорой корейской экономики и помогли повысить ее конкурентоспособность с начала 2000-х гг. Вклад отраслей ИКТ в национальный ВВП увеличился с 7,1 % в 2003 г. до 12,1 % в 2011 г.

Финансируемое государством Корейское агентство культурного контента (KOCCA) в 2003 г. построило продюсерский центр *High Digital* (HD). Центр включает студии звукозаписи и дубляжа, производственные, монтажные и постпродакшн объекты для цифрового кинопроизводства, а также цифровые информационные архивы. Правительство субсидировало строительство промышленного парка *Digital Magic Space* (DMS), крупномасштабного объекта для цифрового производства радиовещательных программ [21].

Администрация Но Му Хёна существенно расширила структуру Министерства культуры и туризма. В 2007 г. Министерство создало Группу игровой индустрии – независимое подразделение, предназначенное для продвижения игровой индустрии как внутри страны, так и за рубежом. Создание Команды новых СМИ и Рабочей группы культурных технологий подчеркивает важность обучения квалифицированных кадров. Создание Группы по защите авторских прав совпало с открытием зарубежных офисов Корейской комиссии по авторскому праву, что продемонстрировало заинтересованность правительства в защите прав отечественного бизнеса на зарубежных рынках. При президенте Но Министерство культуры и туризма создало образовательные институты, такие как Академия кибернетического вещания, Аудио- и Видеоакадемия, Корейская академия контента, которые предлагали программы повышения квалификации сотрудников в сфере производства телевидения и разработки игр [22].

Но Му Хён в основном продолжил культурную политику своего предшественника, основанную на принципе государственного развития. Прежде всего, его культурная политика была основана на признании важности технологического развития корейской экономики.

Президент **Ли Мён Бак** (2008–2013 гг.) во время пребывания на посту ставил перед собой цель вывести Южную Корею на более продвинутой экономический уровень. Президент подчеркивал важность развития культурной индустрии и распространил понятие Халлю на традиционную культуру и наследие национальной истории. Правительство планировало поддерживать и развивать Корейскую волну для улучшения имиджа страны в дополнение к росту национальной экономики. Ли Мён Бак сместил риторику в сторону национального брендинга в связи с популярностью Халлю [23]. С целью продвижения бренд-имиджа Республики Корея и поддержки корейского бизнеса за рубежом с помощью правительственных стратегий и политики 22 января 2009 г. был учрежден Президентский совет по национальному брендингу [24]. Совет был призван реализовать политику «глобальной Кореи», целью которой было подчеркнуть важность страны на мировой арене. Правительство проводило активную региональную и международную политику, подчеркивая способность адаптироваться к новым глобальным тенденциям. Правительством был организован ряд международных мероприятий, среди которых Саммит G-20 в Сеуле (11–12 ноября 2010 г.), Четвертый форум высокого уровня по повышению эффективности внешней помощи в Пусане (29 ноября – 1 декабря 2011 г.) и Саммит по ядерной безопасности (Сеул, 26 марта 2012 г.) [25, р. 52–53].

В этот период Корейская волна стала восприниматься президентом Ли Мён Баком как часть государственной политики. Данная стратегия была обусловлена стремлением сделать Южную Корею экономически развитой страной с положительным имиджем на мировой арене. Культурные аспекты рассматриваются как один из инструментов для достижения этой цели, учитывая богатую национальную культуру [26].

Президент Ли стал рассматривать Халлю как элемент «мягкой силы». Термин «мягкая сила» был введен в научный дискурс американским политологом Дж. Найем-младшим во второй половине 1990-х гг. Он определял ее как «умение получать желаемое за счет привлекательности, а не принуждения или вознаграждения» [27]. Ли Мён Бак подчеркивал, что популярность Корейской волны положительно сказывается на национальном бренде и уделял особое внимание глобализации корейской культуры. Независимо от акцента на национальный имидж, общая цель правительства заключалась в развитии национальной экономики за счет институционализации «мягкой силы» [28].

Таким образом, развитие культурной политики Республики Корея в период с 1963 по 2013 гг. можно разделить на три этапа:

1) во время президентских сроков Пак Чон Хи и Чон Ду Хвана правительство использовало культуру для легитимизации политической власти, укрепления государственности и национального единства. Главной целью культурной политики было создание национальной культурной самобытности. В этот период экономическое развитие было приоритетным;

2) период президентства Ро Дэ У считается переходным на пути к демократии, поскольку правительство ослабило контроль над СМИ и начало участвовать поддержке и продвижении сектора культуры. Президент Ким Ён Сам объявил о политике «создания Новой Кореи», ориентированной на глобализацию. Политика в сфере культуры этого периода была направлена на развитие экономического потенциала индустрии культуры;

3) о Халлю заговорил на государственном уровне. Президенты Ким Дэ Чжун и Но Му Хён увеличили приток капитала в индустрию культуры, поддерживали экспорт корейской культуры и создание межкультурных связей. Во время президентского срока Ли Мён Бака Корейская волна стала рассматриваться как элемент «мягкой силы». Культурная политика в этот период была направлена на развитие, поддержку и популяризацию Халлю с целью улучшения имиджа Республики Корея и развития национальной экономики.

### Список источников:

1. Лачина Е.В. «Корейская волна» как проявление «мягкой силы» // Проблемы Дальнего Востока. 2014. № 2. С. 147–155.
2. Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea’s Cultural Economy & Pop Culture [Электронный ресурс] // Martin Roll: Business, Strategy & Brand Marketing Consulting. URL: <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/> (дата обращения: 02.06.2021).
3. Лачина Е.В. Указ. соч.
4. Бураев Д.И., Гармаханов М.Ц. Корейская волна и мягкая сила. Стратегия развития и распространения // Вестник Бурятского государственного университета. 2014. № 8. С. 115–119.
5. Кожевникова А.Д. Политика Республики Корея в Северо-Восточной Азии // Актуальные проблемы современных международных отношений. 2016. № 8. С. 47–53.
6. Ким В.И. Феномен 한류 (1) как политический фактор «мягкой силы» Республики Корея // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2017. Т. 19, № 4. С. 421–424. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2017-19-4-421-424>.
7. Ким Е.У., Постникова Е.С. Роль культурной дипломатии в «мягкой силе» Республики Корея [Электронный ресурс] // Институт Дальнего Востока РАН. URL: <http://www.ifes-ras.ru/publications/online/2347-2018-07-23-09-55-35> (дата обращения: 02.06.2021).
8. Цой И.В., Зайнуллина П.И. Культура как направление реализации стратегий «мягкой силы» Южной Кореи на примере форума «Диалог Россия – Республика Корея» // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. 2020. Т. 34. С. 36–45. <https://doi.org/10.26516/2073-3380.2020.34.36>.
9. Park Mi Sook. South Korea Cultural History between 1960s and 2012 // International Journal of Korean Humanities and Social Sciences. 2015. Vol. 1. P. 71–118. <https://doi.org/10.14746/kr.2015.01.05>.
10. Yim Haksoon. Cultural Identity and Cultural Policy in South Korea // The International Journal of Cultural Policy. 2002. Vol. 8, iss. 1. P. 37–48. <https://doi.org/10.1080/10286630290032422>.
11. Park Mi Sook. Op. cit. P. 87.
12. Ibid. P. 92.
13. Yim Haksoon. Op. cit. P. 41.
14. Kwon Seung Ho, Kim Joseph. The Cultural Industry Policies of the Korean Government and the Korean Wave // International Journal of Cultural Policy. 2014. Vol. 20, iss. 4. P. 422–439. <https://doi.org/10.1080/10286632.2013.829052>.
15. Yim Haksoon. Op. cit. P. 41.
16. Park Mi Sook. Op. cit. P. 99.
17. Kim Tae Young, Jin Dal Yong. Cultural Policy in the Korean Wave: An Analysis of Cultural Diplomacy Embedded in Presidential Speeches // International Journal of Communication. 2016. Vol. 10. P. 5514–5534.
18. Kwon Seung Ho, Kim Joseph. Op. cit. P. 430.
19. Ibid. P. 433.
20. Park Mi Sook. Op. cit. P. 112–113.
21. Kwon Seung Ho, Kim Joseph. Op. cit. P. 432.
22. Ibid. P. 430.
23. Kim Tae Young, Jin Dal Yong. Op. cit. P. 5524.
24. Presidential Council on Nation Branding, Republic of Korea [Электронный ресурс]. URL: <http://17koreabrands.pa.go.kr/gokr/en/cms/selectKbrdCmsPageTbl.do?cd=0116&m1=1&m2=1> (дата обращения: 02.06.2021).
25. Lincan C.-A., Voicila E.-A. Revisiting Global Korea. South Korea’s Soft Power Assets and the Role of Development Cooperation // The Romanian Journal of Sociological Studies. New Series. 2015. Vol. 1. P. 49–63.
26. Kim Tae Young, Jin Dal Yong. Op. cit. P. 5525.
27. Цит. по: Лачина Е.В. Указ. соч. С. 147.
28. Kim Tae Young, Jin Dal Yong. Op. cit. P. 5526.

### Информация об авторе

**Е.О. Курепина** – аспирант департамента искусств и дизайна Школы искусств и гуманитарных наук Дальневосточного федерального университета, Владивосток, Россия.

### **Information about the author**

**E.O. Kurepina** – PhD student, Department of Arts and Design, School of Arts and Humanities, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 27.04.2021;  
Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 13.05.2021;  
Принята к публикации / Accepted for publication 10.06.2021.