

7. Традыцыйная мастацкая культура беларусаў. У 6 т. Т.2. Віцебскае Падзвінне / А. М. Боганева, Т. Б. Варфаламеева, М. А. Козенка і інш.; склад. Т. Б. Варфаламеева — Мн.: Бел. Навука, 2004. — 910 с.

**Бардошевич А.А.**, студент

Научный руководитель – Рябушкина И.А.

## **ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ КОРЕЙСКОЙ ТРАДИЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В МИРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Республика Корея – это стремительно развивающаяся страна с почти в два раза меньшей, чем Беларусь площадью территории и населением более 51 млн. человек. В стране до сих пор остаются сильны национальные обычаи и традиции, передающиеся из поколения в поколение, что проявляется в соблюдении возрастной иерархии и почитании старших людей, в активном сохранении архитектурных памятников. Одним из отголосков прошлого являются также празднование традиционных праздников, связанных с культом природы, аграрной и трудовой деятельностью, среди которых важное место занимают такие праздники как Лунный Новый Год и Чусок (праздник урожая и поминовения предков). Корейская культура на протяжении истории формировалась под влиянием Японии и Китая, а также буддизма и конфуцианства.

Продвижение традиционной культуры – это ничто иное как способ конструирования положительного национального имиджа страны или иными словами «государственный ребрендинг». «Улучшение имиджа с помощью национальной культуры, – отмечает в своей работе М.Ц. Гармаханов, – в конечном счете, оказывает положительное влияние на другие факторы, которые составляют национальный образ в целом, также как политические, социальные и экономические факторы» [1].

В связи с продвижением культуры Кореи в мировое пространство и позиционирования себя как высокоразвитой страны возникает понятие «корейская волна», которая получила свое распространение в начале двухтысячных и, по нашему мнению, сейчас находится на пике своей популярности. Изначально она начиналась «как чисто коммерческое явление, но ближе к современности все чаще описывается как победа государственной политики брендовой рекламы Кореи с националистической точки зрения» [1].

По утверждению О.В. Лазаревой, «южнокорейский культурный продукт изначально ориентирован на преодоление географических границ» и массовая культура, являясь именно тем средством, которое способно оказывать особое влияние на восприятие людей и охватывать широкую аудиторию, стала приоритетным направлением продвижения традиционной культуры [4]. Трансляторами традиций корейской культуры являются самые популярные у молодого поколения и перспективные средства массовой коммуникации – телевидение и Интернет, в которых наиболее распространенными формами являются музыкальные видеоклипы, развлекательные телепередачи, а также фильмы и сериалы, последние из которых получили название «дорамы».

Во-первых, музыкальный видеоклип условно выполняет следующие функции: эстетического произведения, рекламного сообщения и средства развлечения; что позволяет ненавязчивым способом представлять страну с наилучших сторон [3]. В видеороликах популярных корейских групп и исполнителей, а также в телепередачах нередко используются локации традиционных дворцовых построек либо корейские костюмы (ханбок). Так, на момент написания данной статьи количество просмотров клипа популярного певца PSY на песню «Gee» достигло более 48 млн. Во-вторых, среди множества жанров кинофильмов и сериалов в Корее большую нишу занимает исторический или историко-фантастический, где главные герои из современного мира перемещаются в прошлое. Например, такие сериалы как «Жемчужина дворца», «Алые сердца: Корё», «Императрица Ки», «Королевский портной» и многие другие получили большие рейтинги не только среди

отечественных телезрителей, но и зарубежных поклонников. Как подчеркивает в своей статье Хан Джихи, корейское правительство с начала двухтысячных начало активную поддержку и развитие отечественного кинематографа, что проявилось в первую очередь в поощрении экспорта телесериалов (в основном на рынок Китая) [5]. Всё это, несомненно, является катализатором увеличения доли культурного туризма: «туристы посещают места съемок, фотографируются, играют в традиционные корейские игры, сами готовят и пробуют традиционные корейские блюда, показанные в телесериале» [5].

Государственная поддержка в продвижении корейских традиций представлена в лице Министерства культуры, спорта и туризма и Корейского фонда международного культурного обмена. Они реализуют различные проекты: тематические мероприятия, мастер-классы по традиционным видам искусства, концерты, Дни корейского кино, Дни национальной культуры за рубежом и др. Активную деятельность по продвижению своей культуры ведут посольства Республики Кореи в других странах, в том числе и на территории Беларуси.

Отдельно стоит выделить синтез традиционных и современных видов искусства и творчества. В пример хотелось бы привести церемонию закрытия Зимних Олимпийских игр в Пхёнчхане, где в музыкальный номер, исполнявшийся современной группой, был включен традиционный корейский инструмент, на котором играли девушки, облеченные в национальные костюмы. Конечно, любая страна, в которой проходит та или иная олимпиада, стремится показать всему миру свои самые высокие достижения и особенности национальной культуры, и Корея смогла воспользоваться этим моментом как нельзя лучше.

Согласно данным, приведенным в статье М.Ц. Гармаханова, в 2004 году общий доход Южной Кореи от продаж товаров, услуг поп-культуры и туризма, связанных с феноменом «корейская волна» в Китае, Японии, Гонконге, Тайване и Таиланде составил 2,14 млрд. дол. [1]. По данным Банка Кореи за 2011 год благодаря росту популярности массовой корейской культуры (k-pop) в США и

Европе доходы страны из этой сферы составили 794 млн. долларов [2]. По нашему мнению, с каждым годом благодаря активному продвижению корейской культуры за рубеж и соответственному расширению количества поклонников поп-культуры ещё в большей мере возрастут финансовые поступления в бюджет этой страны.

Таким образом, отыскав золотую середину между современной массовой культурой Европы, Америки и собственных культурных ценностей, а также между традициями и инновациями, Республика Корея нашла самый актуальный и перспективный способ продвижения национальной культуры, формируя положительный имидж своей страны и стимулируя тем самым значительный экономический рост. Технологии широкого представления национальной культуры в мировом пространстве Республики Кореи могут послужить примером для других стран, в том числе и Беларуси.

---

1. В 2011 году РК получила рекордные доходы от экспорта культурных контентов[Электронный ресурс] / KBS WorldRadio – Режим доступа:[http://world.kbs.co.kr/russian/news/news\\_Cu\\_detail.htm?No=27962&id=Cu&page=10](http://world.kbs.co.kr/russian/news/news_Cu_detail.htm?No=27962&id=Cu&page=10). – Дата доступа: 26.03.18

2. Гармаханов М.Ц., Политическое и экономическое влияние корейской волны в начале XXI в. / М.Ц. Гармаханов // Вестник Бурятского государственного университета – 2013. – №8 – С. 78-80

3. Кочетова Н.М., Формирование корейского бренда: роль корейской популярной культуры / Н.М. Кочетова // Третья международная научно-практическая Интернет-конференция «Стратегические коммуникации в современном мире: от теоретических знаний к практическим навыкам» – Саратов, 2014

4. Лазарева О.В. Культурные индустрии Республики Корея как способ конструирования и трансляции бренда страны / О.В. Лазарева // Россия и Восточная Азия через 70 лет после окон. Второй мировой войны: доклады, представ. на III междунар. конф. молод. востоковедов в Институте Дальнего

Востока РАН. Российская академия наук, Москва, 11-12 ноября 2015 г. / Федеральн. гос. бюджет.учрежд. науки Институт Дальнего Востока РАН: отв. редактор Захарова Л.В. – Москва, 2015 – С. 185-190

5. Хан Джихи, Роль расцветшей корейской волны благодаря культурному содействию корейского правительства / Хан Джихи // Новое слово в науке и практике. Сборник материалов VII-ой международной научно-практической конференции. Москва, 20 февраля 2017 г. – Москва: Издательство НИЦ «Империя», 2017 – 112 с.

**Бардошевич А.А.**, студент

Научный руководитель – Белокурский В.М.

## **ЭТИКО-ФИЛОСОФСКИЕ ДОМИНАНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТАЛАНТЛИВОЙ ЛИЧНОСТИ**

Вопрос нравственности талантливой личности сегодня остается довольно актуальным в связи с тем, что будь то созданное художественное произведение или научное изобретение, оно способно не только влиять на мировоззрение общества, но часто может нести не столько созидательный, сколько разрушительный характер. В данной статье хотелось бы рассмотреть нравственную составляющую талантливой личности с двух сторон: во-первых, результат и внешнее воздействие на общество созданного личностью научного или художественного произведения, а во-вторых, нравственность жизнедеятельности личности, которая не связана непосредственно с процессом творчества.

Талант – это прежде всего высоко развитая личность, которая является активным субъектом культурогенеза. Компонентами талантливой личности являются: фантазия, интеллект, смелость, воля, отсутствие стереотипного мышления [4]. Изучению парадоксов талантливой личности посвящены