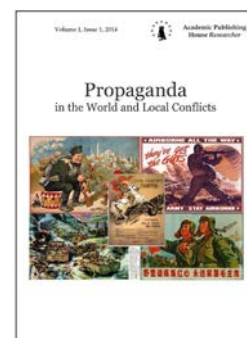


Copyright © 2015 by Academic Publishing House *Researcher*



Published in the Russian Federation
 Propaganda in the World and Local Conflicts
 Has been issued since 2014.
 ISSN 2500-1078, E-ISSN 2500-3712
 Vol. 4, Is. 2, pp. 109-116, 2015

DOI: 10.13187/pwlc.2015.4.109
www.ejournal47.com



UDC 355.4

Propaganda in local conflict (based on the example of South and North Korea)

Ia Shiukashvili ^{a, *}

^a Telavi state university, Georgia

Abstract

The article deals with modern methods of propaganda in the protracted local conflict between the Democratic People's Republic and the Republic of Korea. Materials in use in this article are the mass media archives, official records of the states and international organizations, as well as scientific publications. General scientific methods (analysis and synthesis, concretization, generalizations) and traditional methods of historical analysis were used in solving research tasks. We worked with the historical-situational method that involves the study of historical facts in the context of the era, applied to the "neighboring" events and facts. In particular, this method has been used extensively in examining the role of propaganda in the Cold war between the DPRK and the ROK.

In conclusion, the author notes that in the context of the Cold war, propaganda is an effective means of psychological pressure. On the example of the conflict between North and South Korea the use of sound broadcasting can be seen, as well as launching balloons with humanitarian aid on the territory of North Korea.

Keywords: propaganda techniques, DPRK, Republic of Korea, sound broadcasting, balloons.

1. Введение

В основе существующего положения дел на Корейском полуострове лежат решения, принятые после окончания второй мировой войны — полуостров был разделен в 1945 году между США (Южная часть) и СССР (северная часть) на две зоны военной оккупации по 38 параллели. Это разделение задумывалось как временная мера, однако результатом политики Холодной войны стало образование в 1948 г. двух новых государств — Корейской народно-демократической республики (далее — КНДР), неофициальное название Северной Кореи и Республики Корея (далее — РК) неофициальное название Южной Кореи. В 1950 году, вопреки надеждам жителей обеих стран на скорое объединение, КНДР объявила войну РК, основываясь на идеологических убеждениях — КНДР (при поддержке Китая и СССР) шла по пути социализма, а РК под патронажем США склонялась к капиталистической системе. В 1953 г. война была окончена подписанием договора о прекращении огня, но официальный мирный договор так и не был заключен. Фактически КНДР и РК все еще находятся в состоянии войны.

* Corresponding author

E-mail addresses: iashiukashvili@yandex.ru (I. Shiukashvili)

На сегодняшний день, тем не менее, объединение двух стран и отмена границ являются официальной политикой правительств этих государств. Наиболее вероятным исходом считают переход территорий КНДР под управление РК.

При этом, несмотря на официальную программу, направленную на объединение двух государств, по факту они находятся в состоянии «холодной войны». Южная Корея ведет сейчас пропагандистскую кампанию, которая направлена на жителей Северной Кореи и критикует существующий в Северной Корее политический режим. Представляют интерес методы этой кампании. В данной статье будут рассмотрены эволюция методов пропаганды, а также дана оценка ее эффективности.

2. Материалы

2.1. Материалами для написания статьи послужили архивы средств массовой информации, официальные отчеты государств и международных организаций, а также научные статьи и исследования.

2.2. При решении исследовательских задач применялись как общенаучные методы (анализа и синтеза, конкретизации, обобщения), так и традиционные методы исторического анализа. В работе использован историко-ситуационный метод, который предполагает изучение исторических фактов в контексте изучаемой эпохи в совокупности с «соседствующими» событиями и фактами. В особенности широко этот метод был применен при изучении роли пропаганды в холодной войне между КНДР и РК.

3. Обсуждение и результаты

Методы пропаганды в Южной Корее за время холодной войны претерпели значительные изменения. На протяжении всей войны основным направлением пропаганды являлась критика политического режима Северной Кореи. При этом, в отличие от схожей политической ситуации между Восточной и Западной Германией (когда усилия, в том числе и пропаганды, были направлены на разрушение Берлинской стены и объединения двух государств), и, вопреки существованию как в РК, так в КНДР, специальных министерств, в ведении которых находится разработка планов по объединению двух государств, по факту ни одна из сторон не заинтересована в изменении статуса кво. Для РК падение режима КНДР и объединение невыгодно, так как на сегодняшний день очень велик разрыв в уровне жизни двух стран. Министерство Финансов РК считает, что инвестиции, которые потребуются для восстановления Севера и создания там благоприятных для бизнеса условий, составят 7 % ВВП РК на протяжении 10 лет (то есть 83 млрд долл. в год) (South Korea..., 2014). Северная Корея также не заинтересована в объединении потому, что наиболее вероятный сценарий — это полное отстранение от власти всего правящего аппарата страны и переход территорий КНДР под контроль правительства РК, так как экономика КНДР находится в упадке.

Основа существования режима КНДР — это повиновение жителей страны, основанное на вере в непогрешимость правящей партии, которая оберегает государство от внешних врагов и одновременно проводит меры социальной защиты и поддержки населения. Для этого правительство КНДР контролирует все каналы связи (сотовая связь, интернет) и СМИ (газеты, радио, телевидение), через которые пропускает только материалы, которые преподносят жизнь в Северной Корее в выгодном свете. В этих условиях, любая информация, которая противоречит официальной пропаганде является потенциальной угрозой для режима Ким Чен Ына (Рис. 1).

В период нахождения Ким Чен Ына во главе страны, к концу 2012 года, КНДР вошла в клуб космических держав, при этом нарушив две резолюции Совета Безопасности ООН (соответственно от 2006 и 2009 годов), тем самым вызвав всплеск негодования со стороны международного сообщества. В феврале 2013 года КНДР успешно провела третье в своей истории ядерное испытание. Результатом действий Ким Чен Ына стала негативная реакция со стороны Совета Безопасности ООН, ужесточившего санкции против северокорейского режима. В ответ на это со стороны лидера Северной Кореи последовали угрозы о возможности превентивного ядерного удара по Соединенным Штатам Америки. Вскоре после инцидента, 8 марта 2013 года, руководство КНДР аннулировало договор о ненападении с Южной Кореей, подписанный в 1953 году после окончания Корейской войны.

В то же время на 7-м съезде Трудовой партии Кореи Ким Чен Ын отметил, что ядерное оружие будет применяться только в качестве средства обороны ([Совет безопасности ООН](#)).



Рис. 1. Лидер КНДР Ким Чен Ын (с конца 2011 года занимает ведущие государственные и партийные посты в стране)

При этом в переговорах между КНДР и РК отмена или введение некоторых методов пропаганды не раз использовалось в качестве способов давления на оппонента.

Рассмотрим некоторые способы пропаганды и их влияние на режим КНДР.

3.1. Воздушные шары

В целях пропаганды Южная Корея ежегодно запускает воздушные шары ([Рис. 2](#)), которые переносят в Северную Корею гуманитарную помощь и агитационные материалы.



Рис. 2. Воздушные шары как южнокорейское средство пропаганды

В качестве гуманитарной помощи воздушными шарами доставляются в Северную Корею сигареты, зажигалки, печенье Choco Pie, DVD-диски и usb флэш карты с последними выпусками корейских «мыльных опер», концертами корейской популярной музыки и фильмами. Особенно часто отправляют копии комедии «The Interview» 2014 года (Moynihan, 2015). Пропагандистская ценность этих посылок заключается в том, что жители Северной Кореи могут лично убедиться в том, что капиталистический мир (в лице Южной Кореи) способен выпускать товары лучшего качества, при этом в количестве достаточным для того, чтобы можно было бесплатно их раздавать. А печенье ChocoPie (аналогов которому Северная Корея не может предложить) даже превратилось в неофициальную валюту, которую жители КНДР обменивают на товары и услуги (Ryall, 2011). В ответ на запуски воздушных шаров правительство КНДР официально запретило носить и потреблять печенье ChocoPie (South Korean activists, 2014).

Точно так же запрещен на территории КНДР и просмотр любых медиа материалов, произведенных за границей. Известны случаи, когда граждане КНДР бежали из страны после просмотра сериалов и фильмов, снятых в Южной Корее (Gagliardi, 2015).

3.2. Звуковещание

Пропаганда с использованием громкоговорителей, установленных на грузовиках и самолетах, впервые использовалась в Корее силами США в так называемых «психологических операциях» (Stokesbury, 1990: 33–49, 143–153). Целью таких операций был подрыв морального духа северокорейских войск. В 1960-х гг. КНДР установила на границах с РК значительное количество динамиков, которые убеждали военный контингент Южной Кореи дезертировать. Свои громкоговорители со временем установила и Южная Корея (Jiminez, 2010). После окончания Корейской войны, содержание пропаганды было довольно схожим: примеры превосходства капитализма над социализмом (и наоборот), критика лидеров другой стороны и призывы перейти на противоположную сторону. После прихода к власти в Южной Корее в 1998 году Ким Дэ Чжуна (Рис. 3) в соответствии с политикой «Солнечного тепла»* пропаганда с помощью громкоговорителей была Южной Кореей приостановлена в качестве жеста доброй воли (Pearl Jinju, 2014).



Рис. 3. Южнокорейский лидер Ким Дэ Чжун. Президент Республики Корея, лидер партии «Национальный конгресс новой политики».

Наибольший интерес представляет содержание пропаганды после отмены политики «Солнечного тепла» в 2008 году.

* Политика «Солнечного тепла» заключалась в попытках начала диалога между руководителями КНДР и РК. Первая такая рабочая встреча состоялась 13–15 июня 2000 г. в Пхеньяне.



Рис. 4. Южнокорейское звуковещательное оборудование

Методика звуковещания. Вещание начиналось с прогноза погоды. У Северной Кореи нет необходимых ресурсов и оборудования для точного предсказания погоды, поэтому жители Северной Кореи, которые находятся в радиусе действия громкоговорителей, привыкают полагаться на них, после того как видят, что прогноз погоды сбывается. После этого идут сводки новостей — например результаты спортивных матчей или обзоры событий за рубежом. И хотя сначала жители КНДР не доверяли этим новостям, но потом они видели, что те же самые новости (только позднее) транслируют их государственные каналы. Это с их точки зрения служило доказательством того, что через громкоговорители им передают точную и своевременную информацию. Через некоторое время после этого начинают передавать новости Северной Кореи, в которых уже содержится политический подтекст. Например, новости могут содержать сообщения о казнях среди политического руководства или о фактах (аварии, преступления, аресты), которые обычно подлежат цензуре КНДР. Учитывая, что слушатели привыкают доверять остальной части передач, они начинают прислушиваться и к пропагандистской части (Рис. 5).



Рис. 5. Работа стационарного пункта южнокорейских пропагандистов

В перерывах между передачами громкоговорители транслировали современную корейскую поп-музыку, которая (как и «мыльные оперы») пользуется среди жителей Северной Кореи большой популярностью, так как выбор развлечений в КНДР ограничен цензурой правительства.

Согласно результатам опросов беженцев из Северной Кореи, для многих из них передачи громкоговорителей были важным фактором при принятии решения о побеге. Эти методы пропаганды имеют настолько сильное влияние, что политическое руководство Северной Кореи даже ставило ультиматум — выключение громкоговорителей или война в течение 48 часов ([South Korea's border..., 2015](#)).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что пропаганда — это инструмент, которому находят совершенно разное применение. В примере противостояния КНДР и РК становится видно, что играет роль не только содержание пропаганды, но и сам факт ее наличия. Словами профессора Герберта Маршалла: «средство коммуникации является сообщением» ([Understanding Media](#)). Сам факт того, что жители Северной Кореи получают информацию и помощь со стороны «враждебной» (в соответствии с официальной линией партии Северной Кореи) им Южной Кореи подрывает авторитет правительства КНДР. При этом, конечной целью пропаганды является не свержение правительства Северной Кореи, а просто давление на него в сложных переговорах. Как, например, в переговорах 2015 года, когда Пхеньян был вынужден признать свою роль в нападении на двух солдат Южной Кореи на границе зоны демилитаризации и отвести часть войск от границы, в обмен на прекращение передач громкоговорителей.

4. Выводы

Подводя итоги мы можем констатировать, что пропаганда в условиях холодной войны является одним из наиболее эффективных средств психологического воздействия. На примере конфликта между Северной и Южной Кореей можно увидеть каких значительных результатов можно добиться, используя звуковещание и запуск воздушных шаров с гуманитарной помощью на территорию противника.

Литература

[Совет безопасности ООН](#) - Совет безопасности ООН одобрил новые санкции против Северной Кореи / Служба новостей «Голоса Америки» 07.02.2006 / URL: <http://www.golos-ameriki.ru/a/korean-tension/1617011.html>

[Choe Sang-Hunaug, 2015](#) - Choe Sang-Hunaug. Deal Between North and South Korea Defies Their Mutual Disdain / The New York Times 26.08.2015 / URL: http://www.nytimes.com/2015/08/26/world/asia/korea-deal-to-defuse-conflict-may-pave-way-for-better-relationships-between-north-and-south.html?_r=0

[Jiminez, 2010](#) - *Jiminez Justin* (June 7, 2010). "A Brief History of South Korean Propaganda Blasts". Time.

[Ryall, 2011](#) - *Julian Ryall*. Chocopie inflation in North Korea's Kaesong Industrial Park / The Telegraph 23.11.2011 / URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/asia/northkorea/8909888/Chocopie-inflation-in-North-Koreas-Kaesong-Industrial-Park.html>

[Gagliardi, 2015](#) - *Matteo Gagliardi*. The soap opera effect: why soapies are an effective propaganda tool / The Analyst 03.02.2015 / URL: <https://matteogagliardi.com/2015/02/03/the-soap-opera-effect-why-soapies-are-an-effective-propaganda-tool/>

[Moynihan, 2015](#) - *Michael Moynihan*. Meet the Activists Launching Balloons Carrying Money and Contraband Into North Korea / Vice News, 22.01.2015 / URL: <https://news.vice.com/article/meet-the-activists-launching-balloons-carrying-money-and-contraband-into-north-korea>

[Pearl Jinju, 2014](#) - *Pearl Jinju* (2014) Kwon The Re-Evaluation Of The Sunshine Policy: Failure Or Success? The Public Sphere / URL: <http://www.lse.ac.uk/IPA/images/Documents/PublicSphere/2014/7-Kwon-Sunshine.pdf>

[South Korea..., 2014](#) - South Korea says economic cost of unification would be \$500bn / The Guardian 19.11.2014 / URL: <https://www.theguardian.com/world/2014/nov/19/south-korea-cost-unification-500bn>

[South Korea's border..., 2015](#) - South Korea's border loudspeakers resume a 60-year shouting match / The Japan Times 22.08.2015 / URL: <http://www.japantimes.co.jp/news/2015/08/22/asia-pacific/south-koreas-border-loudspeakers-resume-60-year-shouting-match/#.V9ZkjqLRQI>

[South Korean activists, 2014](#) - South Korean activists launch 'Choco Pie' balloons / The Guardian 30.07.2014 / URL: <https://www.theguardian.com/world/2014/jul/30/south-korean-activists-choco-pie-balloons>

[Stokesbury, 1990](#) - *Stokesbury James L.* (1990). A short history of the Korean War. New York: Quill. ISBN 0-688-09513-5.

[Understanding Media](#) - Understanding Media: The Extensions of Man, ISBN 81-14-67535-7

References

[Sovet bezopasnosti OON](#) - Sovet bezopasnosti OON odobril novye sanktsii protiv Severnoi Korei / Sluzhba novostei «Golosa Ameriki» [The UN Security Council approved new sanctions against North Korea/"Voice of America news service"] 07.02.2006 / URL: <http://www.golos-ameriki.ru/a/korean-tension/1617011.html>

[Choe Sang-Hunaug, 2015](#) - Choe Sang-Hunaug. Deal Between North and South Korea Defies Their Mutual Disdain / The New York Times 26.08.2015 / URL: http://www.nytimes.com/2015/08/26/world/asia/korea-deal-to-defuse-conflict-may-pave-way-for-better-relationships-between-north-and-south.html?_r=0

[Jiminez, 2010](#) - *Jiminez Justin* (June 7, 2010). "A Brief History of South Korean Propaganda Blasts". Time.

[Ryall, 2011](#) - *Julian Ryall*. Chocopie inflation in North Korea's Kaesong Industrial Park / The Telegraph 23.11.2011 / URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/asia/northkorea/8909888/Chocopie-inflation-in-North-Koreas-Kaesong-Industrial-Park.html>

[Gagliardi, 2015](#) - *Matteo Gagliardi*. The soap opera effect: why soapies are an effective propaganda tool / The Analyst 03.02.2015 / URL: <https://matteogagliardi.com/2015/02/03/the-soap-opera-effect-why-soapies-are-an-effective-propaganda-tool/>

[Moynihan, 2015](#) - *Michael Moynihan*. Meet the Activists Launching Balloons Carrying Money and Contraband Into North Korea / Vice News, 22.01.2015 / URL: <https://news.vice.com/article/meet-the-activists-launching-balloons-carrying-money-and-contraband-into-north-korea>

[Pearl Jinju, 2014](#) - *Pearl Jinju* (2014) Kwon The Re-Evaluation Of The Sunshine Policy: Failure Or Success? The Public Sphere / URL: <http://www.lse.ac.uk/IPA/images/Documents/PublicSphere/2014/7-Kwon-Sunshine.pdf>

[South Korea..., 2014](#) - South Korea says economic cost of unification would be \$500bn / The Guardian 19.11.2014 / URL: <https://www.theguardian.com/world/2014/nov/19/south-korea-cost-unification-500bn>

[South Korea's border..., 2015](#) - South Korea's border loudspeakers resume a 60-year shouting match / The Japan Times 22.08.2015 / URL: <http://www.japantimes.co.jp/news/2015/08/22/asia-pacific/south-koreas-border-loudspeakers-resume-60-year-shouting-match/#.V9ZkjqLRQI>

[South Korean activists, 2014](#) - South Korean activists launch 'Choco Pie' balloons / The Guardian 30.07.2014 / URL: <https://www.theguardian.com/world/2014/jul/30/south-korean-activists-choco-pie-balloons>

[Stokesbury, 1990](#) - *Stokesbury James L.* (1990). A short history of the Korean War. New York: Quill. ISBN 0-688-09513-5.

[Understanding Media](#) - Understanding Media: The Extensions of Man, ISBN 81-14-67535-7

УДК 355.4

Пропаганда в локальном конфликте (на примере Южной и Северной Кореи)Ия Шиукашвили ^{а, *}^а Телавский государственный университет, Грузия

Аннотация. В статье рассматриваются современные методы пропаганды в затяжном локальном конфликте между Корейской народно-демократической республикой и Республикой Корея.

В качестве материалов использованы архивы средств массовой информации, официальные отчеты государств и международных организаций, а также научные публикации. При решении исследовательских задач применялись как общенаучные методы (анализа и синтеза, конкретизации, обобщения), так и традиционные методы исторического анализа. В работе использован историко-ситуационный метод, который предполагает изучение исторических фактов в контексте изучаемой эпохи в совокупности с «соседствующими» событиями и фактами. В особенности широко этот метод был применен при изучении роли пропаганды в холодной войне между КНДР и РК.

В заключении автор констатирует, что пропаганда в условиях холодной войны является эффективным средством психологического воздействия. На примере конфликта между Северной и Южной Кореей можно увидеть использование звуковещания, а также запуск воздушных шаров с гуманитарной помощью на территорию Северной Кореи.

Ключевые слова: пропаганда, методы, КНДР, Республика Корея, звуковещание, воздушные шары.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: iashiukashvili@yandex.ru (И. Шиукашвили)