

*Дубинина Валерия Константиновна
студентка 3 курса магистратуры,
институт истории и международных отношений
Кемеровский государственный университет,
Россия, г. Кемерово
e-mail: valeriya-dubinina@mail.ru*

*Научный руководитель: Митин А.А.,
кандидат политических наук доцент,
доцент кафедры философии и общественных наук
Кемеровский государственный университет,
Россия, г. Кемерово*

ОБРАЗ ЮЖНОЙ КОРЕИ В ОБЩЕСТВЕННОМ МНЕНИИ РОССИЯН

Аннотация: В статье представлены результаты анкетного опроса проводимого в ноябре 2020 года. Освещению подлежало мнение россиян касательно их отношения к Республике Корея, степень их информированности об этой стране, отношение к увеличению взаимодействия в культурной сфере, экономике, бизнесу, сфере туризма и образовательных услуг.

Ключевые слова: анкетный опрос, Южная Корея.

*Dubinina Valeria Konstantinovna
3rd year master student,
Institute of History and international relations
Kemerovo State University,
Russia, Kemerovo*

*Scientific adviser: Mitin A.A.,
candidate of political sciences, associate professor,
associate professor of the department of philosophy and social sciences
Kemerovo State University,
Russia, Kemerovo*

IMAGE OF SOUTH KOREA IN THE PUBLIC OPINION OF RUSSIANS

Abstract: The article presents the results of a questionnaire survey conducted in November 2020. Subject to coverage was the opinion of Russians regarding their attitude to the Republic of Korea, the degree of their awareness of this country, their attitude to increasing interaction in the cultural sphere, economy, business, tourism and educational services.

Keywords: questionnaire survey, South Korea.

Данное исследование направлено на изучение представлений россиян о Республике Корея, степени их информированности об этой стране, восприятию ее, а также заинтересованности респондентов в развитии русско-корейских отношений в таких областях как культура, экономика, и бизнес.

На основе данных анкетного опроса, проводимого через интернет на таких ресурсах, как ВК и mail.ru, были получены результаты, которые, как и предполагалось, стали весьма интересными. Большинство опрошенных (52%) позитивно относятся к Корее, негативное отношение выразило 7%, а воздержались от выбора одного из двух критериев 41%, выразив свое отношение к стране как нейтральное. Так же большинство респондентов почти ни чего знают о Корее и не проявляют какого бы то ни было интереса к этой стране. Всего 5% опрошенных заявил, и что знают довольно много о стране, в особенности о ее современной культуре, а 34% признались, что знают мало, но этого для них достаточно, так как Корея не входит в число тех стран, которые им интересны.

Восприятие Кореи в народных массах России главным образом соотносится с высокими технологиями и корпорациями-гигантами, с которыми связано благосостояние страны. Более 50% опрошенных на вопрос о том, какие ассоциации связаны со словами «Корея» и «корейцы», подтвердили выше указанное утверждение. В отличии от них другие варианты ответов давались реже: 3% были связаны с историей этой страны, национальными традициями и Корейской войной, 5% - с природой, 8% - с «корейской волной», в особенности с к-рор и корейским культом красоты, 4% - с успехами в спорте и со спортивными достижениями в отдельных видах спорта (конькобежный спорт, шорт-трек и тхэквондо), 2% - с президентом и 20% - с корейской кухней, отметив корейскую морковку и «собачатину», которую, как утверждается, больше не употребляют в пищу, хотя убеждение в обратном сохранилось в среде иностранцев до сих пор, закрепившись среди стереотипных утверждений о стране.

На вопросы, касающиеся культуры, то есть «проявляются ли в современном российском обществе элементы культурного влияния Кореи?»,

«желаете ли вы увеличение ее распространения в России» и «влияет ли современная культура Кореи на молодое поколение» большинство респондентов ответили, что влияние незначительно (58%) и распространение чужой культуры в стране они не желают (69%), но все же признают, что на молодое поколение, чаще всего пользующегося интернетом, корейская культура оказывает влияние и довольно значительное (63%).

Отвечая на следующий вопрос об источнике получения информации о Корее, большинство сошлось во мнении, что интернет (85%) для них является основным поставщиком знаний о «стране утренней свежести». И, основываясь на своих познаниях, многие согласились, что фильмы и сериалы корейского производства нужно выпускать не только на специализированных сайтах и каналах, но и включить в телевизионную сетку вещания ведущих каналов страны (46%).

«Известны ли вам какие-либо популярные личности Южной Кореи? Если да, то к какой сфере деятельности они относятся» - этот вопрос стал одним из тех, что вобрали в себя наибольшее количество различных вариантов ответа. Так 54% выразили свое незнание, 21% подчеркнули, что им известны музыкальные исполнители (PSY, BTS и др.) и актеры (Пак Шин Хе, Ли Мин Хо и др.), 7% опрошенных отметили спортсмена Виктора Ана и 8% ошиблись в ответе, выделив лидеров Северной Кореи и Китая, 4% упомянули президента и других политических деятелей Кореи, писателей 4% и художников только 1%.

Следующий вопрос, касающийся корейских товаров, известных в России, принес следующие результаты: 69% отметили продукцию известных корейских компаний LG, Samsung, Hyundai и Kia с преобладанием первых двух, косметическую продукцию - 8%, медицинские препараты - 3%, продукты пищевого сегмента - 4% и не знают какую бы то ни было продукцию Кореи - 16%. Показательно, что все 100% респондентов, выделивших продукцию Кореи, отметили ее высокое качество и, если акцентировать внимание на медицинских препаратах и косметике, ее эффективность и экологический состав.

Если сравнивать полученные мной результаты с результатами опроса Корейского агентства содействия внешней торговли и инвестициям (КОТРА), опубликованными в 2009г., то можно прийти к выводу, что на данный момент в мире произошел рост числа знакомых с корейскими компаниями. Исследование КОТРА показывало, что западный мир не знал корейских компаний. Согласно их результатам, только 36% американцев и 54% европейцев знали, что компании LG, Samsung, Hyundai являются корейскими [1, с. 44].

Опрошенные в своем абсолютном большинстве (81%) склонны быть уверенными в том, что у России с Южной Кореей поддерживаются дружеские и партнерские отношения. Остальные охарактеризовали отношения как напряженные по причине оказываемого на Корею влияния США и нестабильных отношений России с Америкой. Так же на вопрос о том, следует ли развивать сотрудничество с Республикой, утвердительно ответило большинство (78%), большая часть из них поддержали идею взаимодействия в решении вопросов безопасности, все 78% высказались за сотрудничество в экономической сфере, а чуть больше половины - за взаимодействие в сфере культуры и освоении природных ресурсов. Такое распределение указывает на готовность россиян к сотрудничеству с корейцами и наличие доверия. Наивысший процент готовности россиян к сотрудничеству в экономической сфере объясняется имиджем Кореи как экономически развитой, высокотехнологичной страны, а слабое желание сотрудничать в сфере освоения природных ресурсов - представлением респондентов о России как более богатой природными ресурсами стране и не желанием принимать помощь в их освоении. К сотрудничеству в культурной сфере большинство опрошенных так же не готовы, это может объясняться отрицательным отношением к проникновению чуждой культуры в свою. Как отметил один из респондентов: «Следует увеличить только выгодное для России сотрудничество, а не сотрудничество вообще, только ради сотрудничества». Следовательно, нужно учитывать множество сопутствующих факторов и не следовать за благоприятным смыслом слова «сотрудничество», нужно понимать, когда оно выгодно, а когда оно может принести вред.

Если акцентировать внимание на образовательном сегменте, то можно отметить, что в большинстве своем преобладает мнение о том, что респондентам не интересно (37%), либо, как некоторые выразились «поздно» (29%), изучать корейский язык, историю и культуру «страны утренней свежести». «Когда я учился в институте, был «железный занавес», и о такой возможности даже мыслей не возникало, а сейчас мне нет необходимости учиться в университете, работа сложная», - сказал один из опрошенных. Основываясь на этом высказывании, можно сделать вывод о том, что старшее поколение в большинстве своем не интересовалось Южной Кореей в молодые годы, акцентируя свое внимание на России и социалистических республиках, а сейчас они уже состоявшийся занятый контингент российского общества, которому хочется посвятить свое свободное время семье, а не изучению культуры другой страны.

Оставшиеся 34% опрошенных выразили желание изучать как языку, так и историю с культурой Кореи, если бы имели такую возможность. Многие из них сделали акцент на том, что в Корею одно из лучших по качеству образования в мире и, как выразилась одна из опрошенных, «заграничное образование у нас в стране в почете», и даже если обучаться просто на курсах в своем городе - это хороший опыт и возможность в дальнейшем работать в сфере взаимодействия российского и корейского бизнесов.

На вопрос о том, приходилось ли Вам встречаться с жителями Кореи, только 20% респондентов отвечали, что встречались с корейцами, причем 15% из них во время поездок в саму «страну утренней свежести» (46% желают посетить), а остальные либо обучались в одном университете и школе, либо работали с ними или просто встречали туристов из Кореи. Так, один из опрошенных рассказал, что «как-то ехал с молодым парнишкой из Южной Кореи, работающим официантом в баре, который год копил деньги, чтобы, проехав через всю Россию, посмотреть парад победы на Красной площади».

Выше изложенные материалы анкетного опроса суммировались из результатов опроса трех возрастных групп. Первая группа (14-35 лет) в

большинстве своем знает о Корее больше, чем люди старших возрастов. Молодое поколение, затрачивая большое количество времени на пребывание в социальных сетях (vk, twitter, facebook и др.), часто сталкиваются с информацией о Корее и ее современных культурных течениях. Это не всегда является положительным фактором, так как переизбыток информации, в особенности от поклонников корейской музыки, что часто вызывает негативные эмоции, и это отрицательно сказывается на восприятии страны.

Вторая (35-50 лет) и третья (50-...лет) группы знают намного меньше об азиатской стране, но и отрицательных эмоций она у них вызывает меньше. Они к ней более лояльны и во многих сферах жизни общества согласны устанавливать дружеские и партнерские отношения, но и чрезмерного проникновения иноземных веяний они не желают.

На основе данного анкетного опроса, можно прийти к выводу, что в сравнении с европейскими странами или с США отношение русских к странам азиатского региона в целом носит менее выраженный характер. В общественном мнении они кажутся менее значимыми партнерами России, чем страны, бывшие частью СССР, союзники, друзья или соперники России, отношение к которым гораздо более эмоциональное, идеологизированное и ценностно окрашенное [2, с. 46].

Список литературы:

1. Лазарева К. В. Республика Корея: феномен национального бренда // Манускрипт. 2018. № 11 (97). С. 43-46.
2. Овакимян А. Г. Образ Кореи в общественном мнении россиян // Вестник общественного мнения. 2013. № 2 (115). С. 45-55.