

ПРОПАГАНДА І М'ЯКА СИЛА У ЗОВНІШНІЙ ПОЛІТИЦІ ПІВНІЧНОЇ КОРЕЇ

PROPAGANDA AND SOFT POWER IN NORTH KOREA'S FOREIGN POLICY

Сухорольська І.Ю.,

кандидат політичних наук,

доцент кафедри політології та міжнародних відносин
Національного університету «Львівська політехніка»

Сухорольський П.М.,

кандидат юридичних наук,

доцент кафедри політології та міжнародних відносин
Національного університету «Львівська політехніка»

Упродовж останнього часу влада Північної Кореї значно наростила та диверсифікувала свою активність у сфері впливу на іноземні цільові аудиторії громадськості, передусім у таких країнах, як Південна Корея та Китай, але також і в глобальному інформаційному просторі. Проте у наукових роботах ця діяльність представлена фрагментарно, а зовнішня пропаганда КНДР та нарощення нею м'якої сили у міжнародних відносинах почали цікавити дослідників порівняно нещодавно. Водночас актуальність цієї теми лише зростає, адже в середовищі глобальних комунікацій недемократичні режими знаходять нові шляхи укріплення своїх позицій, що створює загрози для демократичного світу. Головним завданням статті є виявити особливості, а також сильні та слабкі сторони пропаганди й інших засобів нарощення м'якої сили КНДР як елементів стратегії зовнішньої політики цієї держави в сучасних реаліях. У ній стверджується, що Північна Корея здатна суттєво наростити свою м'яку силу у майбутньому. Цьому сприяє низка чинників, з-поміж яких: широка відомість КНДР та її лідера у світі і великий інтерес до них у медіа та серед простих людей; особливості поширення інформації в сучасному інформаційно-комунікаційному просторі; утвердження багатополлярної системи у міжнародних відносинах та посилення авторитарних держав; можливості КНДР застосовувати різноманітний інструментарій пропаганди та мобілізувати для цього власне населення. Також у статті розглянуто стратегії, методи та засоби ведення пропаганди, які використовує Пхеньян, зокрема так звані «тактику краси» і «тактику вразливості», результатом яких є широке залучення молодих жінок та дітей до інформаційної діяльності, спрямованої на закордонні аудиторії. На конкретних прикладах досліджено трансформацію активності КНДР у закордонних соціальних мережах та зроблено висновок про її явно пропагандистський характер.

Ключові слова: пропаганда, м'яка сила, Північна Корея, зовнішня політика, публічна/громадська дипломатія.

In last decades, the North Korean authorities have significantly increased and diversified their communication activity aimed at foreign publics, primarily in countries such as South Korea and China, but also in the global information environment. Since the DPRK did not introduce any innovations in this field of foreign policy earlier, its development of soft power in international relations has started to interest researchers relatively recently. The relevance of this topic is only growing, because in global communication environment non-democratic regimes are finding new ways to strengthen their positions, which poses significant threats to the democratic world. The main task of the article is to identify the features, as well as the strengths and weaknesses of DPRK's propaganda and other means of increasing its soft power as elements of the foreign policy strategy of this state in the current conditions. It argues that North Korea is capable of significantly developing its soft power in the future. This is facilitated by a number of factors, among which: the fact that the DPRK and its leader are widely known in the world and there is a great interest in them among people; the emergence of new ways of spreading information in the modern communication environment; the establishment of a multipolar system in international relations and the strengthening of authoritarian states; the ability of the DPRK to use a variety of propaganda tools and to mobilize its own population for this purpose. The article also examines the strategies, methods and means of propaganda used by Pyongyang, in particular the so-called "beauty tactics" and "vulnerability tactics", which result in widespread involvement of young women and children in international communication activity aimed at foreign publics. Using specific examples, the transformation of North Korea's activity in foreign social networks is studied and features that testify to its clearly propagandistic nature are highlighted.

Key words: propaganda, soft power, North Korea, foreign policy, public diplomacy.

Постановка проблеми. Північна Корея – це країна, про яку часто говорять у медіа. Її «власний шлях» та спадковий тоталітарний режим викликають інтерес у багатьох людей у світі. Проте у наукових роботах політика КНДР представлена дещо фрагментарно, а вплив цієї держави на зовнішні цільові аудиторії та нарощення нею м'якої сили стали предметом досліджень лише нещодавно. Водночас актуальність цієї теми лише зростає, адже в середовищі глобальних кому-

нікацій недемократичні режими знаходять нові шляхи укріплення своїх позицій. Це може проявлятися у тому, що країна зі здавалося б безнадійно поганим іміджем раптово здатна обернути інформаційні приводи і тренди собі на користь та здобути неочікувані переваги. Особливе значення ці аспекти мають для України, яка змушена протистояти агресії набагато сильнішого у різних планах супротивника, що є одним зі світових лідерів у сфері пропаганди та інформаційних маніпу-

ляцій. Вивчення прикладу Північної Кореї допомагає краще зрозуміти особливості державної пропагандистської діяльності в сучасну епоху та сформулювати ефективні стратегії протидії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Загалом, питання пропаганди, публічної дипломатії та інших засобів впливу КНДР на міжнародній арені в минулі десятиліття були предметом досліджень низки науковців, зокрема, таких як: B. K. Gauthier [5], A. Cathcart [2], S. Denney [2], B. S. Kang [8], T. S. Rich та ін. З приходом до влади Кім Чен Іна, а особливо в останні декілька років, у цій сфері відбулися значні зміни, які змушують по-новому подивитися на зовнішню інформаційну політику цієї держави та вже привернули увагу таких авторів, як-от: J. Bartlett [1], O. Hellmann [6], J. Herskovitz [7], J. Lee [9], A. Mazúch [11], A. Nagyová [11], K. Opperman [6], M. Williams [13], J. Yeung та G. Bae [14].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Зважаючи на викладене, головним завданням нашої статті є виявити особливості, а також сильні та слабкі сторони пропаганди й інших засобів нарощення м'якої сили КНДР як елементів стратегії зовнішньої політики цієї держави в реаліях сучасного світу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Розуміння м'якої сили та пропаганди.

Перш ніж аналізувати сутнісну складову зовнішньополітичних зусиль КНДР з метою впливу на зовнішні цільові аудиторії громадськості, потрібно розглянути деякі концептуальні та термінологічні аспекти. Тут головна проблема стосується того, якими саме термінами позначати згадану діяльність Північної Кореї. Концепція м'якої сили була розроблена Дж. Наєм у 1990-их – на поч. 2000-их рр. для характеристики тієї складової могутності держави, що дозволяє досягати цілей на міжнародній арені не вдаючись до так званої жорсткої сили, основою якої є військові та економічні потужності [12].

У теперішній час м'яку силу пов'язують, насамперед, з культурною привабливістю та позитивним іміджем. Також поширеною є думка, що зловживання жорсткою силою негативно впливає на м'яку та може знівелювати багаторічні зусилля спрямовані на нарощення останньої. КНДР є однією з тих держав, які міцно асоціюються саме з жорсткою силою, зважаючи на особливості її внутрішньої та зовнішньої політики, включаючи мілітаристські та конфронтаційні ідеї, що лежать в основі цієї політики. Водночас м'яка сила Північної Кореї цікавить небагато, адже панує тверде переконання, що вона майже відсутня. Доказом цього, наприклад, є те, що КНДР не представлена в рейтингах та індексах м'якої сили й іміджу. Втім, насправді реальність дещо складніша. Особливо це стало помітно в останні десятиліття,

коли північнокорейський режим почав серйозно ставитися до того, як їхню країну сприймають за кордоном, насамперед в країнах-сусідах – Південній Кореї та КНР [1; 11].

Що ж стосується пропаганди, то хоча цей термін є неодмінним атрибутом характеристик КНДР у західних джерелах, усе ж варто навести основні аргументи на підтвердження того, що зовнішньополітична діяльність цієї держави має пропагандистський характер. Це важливо з огляду на те, що саме вживання слова «пропаганда» у межах певної риторики може бути елементом тієї ж пропаганди. Йдеться про випадки, коли єдиним критерієм розмежування пропаганди, з одного боку, та набагато привабливіших у сприйнятті людей видів діяльності на зразок публічної/громадської дипломатії – з іншого, є те, хто виступає її ініціатором. Згідно з цим, «свою» діяльність, зазвичай, називають публічною/громадською дипломатією, а «чужу» – пропагандою [10]. Ситуація ускладнюється і тим, що чітку розмежувальну лінію між цими двома видами зовнішньополітичної активності провести практично неможливо, адже занадто часто у минулому публічна дипломатія містила елементи пропаганди, а пропаганда була нерозривно пов'язана із традиційними і нетрадиційними видами дипломатії.

Проте випадок КНДР є настільки яскравим та унікальним, що це дозволяє не сумніватися у термінах та називати речі своїми іменами. Згідно з поширеним тлумаченням, дипломатія стосується заходів впливу на «рішення та поведінку іноземних урядів і народів через діалог, переговори та інші засоби, не пов'язані з війною чи насильством» [4]. Розглядаючи зовнішню інформаційну діяльність КНДР, не важко помітити, що тут йдеться зовсім не про діалог, і це дуже типово для авторитарних держав, які, користуючись свободою та відкритістю демократичного світу, намагаються проштовхнути свої меседжі та утвердити вигідні наративи, водночас усіма можливими засобами «оберігаючи» свій народ від «чужоземного ворожого впливу». З іншого боку, ознаками пропаганди є викривлена інформація, вибірковість у представленні фактів, маніпулювання емоціями, змішування правди і неправди [8]. Практично все це значною мірою присутнє у діяльності КНДР, спрямованій на іноземну громадськість, про що детально йтиметься далі у нашій роботі.

Основи та особливості м'якої сили КНДР.

Як уже зазначалося раніше, розуміння важливості того, як світ сприймає Північну Корею, з'явилося у її правлячого режиму давно тому. Так, у 1970-ті рр. ця держава виявляла значну активність з метою встановлення і розширення дипломатичних зв'язків із десятками країн світу. З-поміж іншого, це включало й проекти публічної дипломатії задля залучення нових прихильників за кор-

доном, зокрема в США. Пхеньян ініціював кампанії, спрямовані на цільові аудиторії громадськості у близько 50 країнах світу, й профінансував створення біля 200 «організацій дружби» за кордоном. Таким чином Північна Корея намагалася покращити своє становище в міжнародному співтоваристві та сприяти підтримці своїх позицій у межах Генеральної Асамблеї ООН [5].

Утім, реалії наступних кількох десятиліть, включаючи послаблення радянського блоку, розпад СРСР та тріумфальне піднесення Заходу у 1990-их рр., були несприятливими для північно-кореїського режиму. КНДР фактично перетворилася на державу-ізгоя, і вести мову в той час про її вплив на інших не доводилося. Ситуація значно змінилася починаючи з 2010-их рр., коли загострилося глобальне протистояння між Китаєм та США, а Росія остаточно взяла курс на конфронтацію із Заходом та консолідацію авторитаризму. У нових реаліях міжнародних відносин практично розвіялися ілюзії про однополюсний світ на чолі зі США і сформувалися обриси багатополусної системи, у якій недемократичні держави, що нехтують свободою і правами людини, займають вагомі позиції. Цей чинник, разом із поширенням інформаційних технологій та утвердженням глобального комунікаційного простору, створив нові можливості для Пхеньяна.

Оцінюючи потенціал та перспективи м'якої сили КНДР важливо відзначити сильні і слабкі сторони іміджу цієї держави. З одного боку, Північна Корея не може похвалитися універсально привабливими цінностями, передовими культурними здобутками чи технологічними інноваціями. У багатьох країнах світу її сприймають передусім як тоталітарну державу, у якій за найменші прояви свободи та вільнодумства можна поплатитися життям. Окрім того, багатьом людям відомі факти про низьку ефективність її економічної моделі, бідність її населення, включаючи випадки масового недоїдання у минулому. Водночас владу КНДР часто зображають жорстокою та бездушною машиною, яку очолює тиран, схожий на розпещену й дратівливу дитину, що любить брязкати зброєю та милується своєю ядерною бомбою [9].

З іншого боку, про Північну Корею та її лідера чули практично у всіх куточках світу, а, як відомо, у теперішніх реаліях слава, навіть недобра, прокладає шлях до успіху. Про північнокореїського диктатора часто пишуть у світових медіа, при цьому таблоїди звертають головну увагу насамперед на зовнішність, емоції та поведінку членів правлячої сім'ї, не переймаючись такими «рутинними» справами, як порушення прав людини чи агресивна ідеологія. Як наслідок, поява у кадрі Лі Соль Чжу – стильної та привабливої дружини Кім Чен Ина – породжує хвилю захоплення, що має вірусний ефект. Як зазначає дослідниця про-

паганди Jaeeun Lee, першу леді КНДР постійно порівнюють в медіа з популярними серед мас членами британської королівської сім'ї – Принцесою Діаною та Кейт Мідлтон, підкреслюючи її елегантність та гарний смак. Дійшло до того, що Лі Соль Чжу стала справжньою зіркою у китайській соціальній мережі Sina Weibo після офіційного візиту Кім Чен Ина з дружиною до цієї держави у березні 2018 р. Користувачі мережі порівнювали Лі Соль Чжу з першою леді КНР Пен Ліюань, і такі порівняння були зовсім не на користь останньої. Китайці відзначали, що Лі Соль Чжу привабливіша та краще одягнена, і авторитарній владі КНР, яка стежить за цензурою та позитивним іміджем Сі Цзіньпіна, довелося видаляти і блокувати коментарі про це у соціальних мережах [9].

Цей випадок є прикладом того, як можна обернути відомість собі на користь і практично на порожньому місці без вкладення значних коштів досягнути вражаючого ефекту. Такі методи особливо ефективні тоді, коли йдеться про цільові аудиторії, представники яких мають обмежені знання щодо політичних питань або не переймаються політикою. Зокрема, О. Хеллманн та К. Опсперманн у своєму дослідженні доводять, що тактика покращення іміджу за допомогою демонстрації пропагандистських фотографій Кім Чен Ина є успішною саме серед такої іноземної аудиторії [6]. Враховуючи те, що читачами таблоїдів та підписниками розважальних каналів, зазвичай, є далекі від політики люди, північнокореїські пропагандисти можуть досягати успіху навіть не володіючи жодними міжнародними медіа-ресурсами, оскільки за умови створення вірусного контенту він швидко може бути розповсюджений руками інших, навіть тих, які належать до протилежного ідеологічного табору.

Ще один чинник, який збільшує цікавість закордонних аудиторій до КНДР, є її закритість та екзотичність, адже, як відомо, все таємне викликає підвищений інтерес, а «заборонений плід – солодкий». Окрім того, Північна Корея на міжнародній арені позиціонує себе як антиімперіалістична сила, у той час як США вони зображають головним імперіалістом, агресором і порушником прав людини у світі [3]. Це дозволяє їм здобувати прихильників серед народів із сильними і яскраво вираженими антиамериканськими та антизахідними настроями. Усі згадані чинники зумовлюють те, що Північна Корея є далеко не найслабшим гравцем на міжнародному пропагандистському полі та, за умови ефективної і продуманої стратегії, здатна суттєво наростити свій потенціал. На цьому шляху їй, як не парадоксально, може допомогти образ недолугої системи та комічної влади, за яким ховається підступний та небезпечний супротивник. У наступній частині детальніше розглянемо окремі елементи такої ймовірної стратегії, які впроваджуються вже зараз.

«Б'юті-дипломатія», «армія красунь» та інші способи пом'якшення іміджу. Аналіз північнокорейської зовнішньої політики дозволяє припустити, що головною метою її пропагандистської стратегії є пом'якшення свого іміджу і ліквідація поширених серед іноземців асоціацій КНДР з державою, яка явно і невинувато зловживає жорсткою силою, жертвою чого стає і їхній власний народ. При цьому правлячий режим не має жодного наміру відмовлятися від мілітаристської конфронтаційної політики. Отже, потрібно ввести іноземців в оману, і для цього застосовуються різні засоби. На думку Jaeeun Lee, Пхеньян у своїй політиці опирається на давній китайський воєнний трактат «Тридцять шість стратагем». 3-поміж цих стратагем для пропагандистської діяльності особливо важливі дві – стратагема красивої людини і стратагема заподіяння шкоди самому собі. Вони спрямовані на те, щоб дезорієнтувати ворога і приховати загрозу під маскою краси чи вразливості [9].

Згідно з цим, КНДР вже тривалий час використовує привабливих жінок як для покращення іміджу, так і для різноманітних спецоперацій, метою яких є втрутитися в роботу інформаційних систем чи викрасти дані. Основним об'єктом впливу Пхеньяна є громадяни Південної Кореї – їхнього головного ворога та супротивника. Сприятливим чинником для впливу є те, що населення обох держав є одним розділеним народом, який розмовляє тією ж мовою та є спадкоємцем тієї ж культури. Найяскравішим та найпомітнішим проявом такої тактики стало включення у делегацію від Північної Кореї на XXIII зимові Олімпійські ігри в м. Пхьончхан (Південна Корея) команду вболівальниць у складі 229 дуже привабливих молодих жінок [9]. Північнокорейські чірлідери були однією з топ-тем олімпіади – їх багато знімали на камери, транслювали у медіа, брали інтерв'ю та широко обговорювали, часто називаючи армією красунь. Саме під такою назвою (англ. army of beauties) чимало інформації та відеороликів про цей пропагандистський проєкт залишається на різноманітних платформах в інтернеті, зокрема в YouTube, та продовжує позитивно впливати на імідж КНДР.

У цьому контексті важливо відзначити низку особливостей цього проєкту, які дозволяють краще зрозуміти сутність зовнішньополітичної діяльності КНДР. По-перше, дівчата не були простими людьми, а працівниками державної пропаганди – окрім підготовки, що безпосередньо пов'язана з підтримкою спортивної команди, вони проходили ретельний відбір з огляду на ідеологічну надійність, а також тривале навчання щодо того, як вести пропаганду за кордоном та ідеологічно правильно висвітлювати життя всередині їхньої країни. По-друге, кожен їхній рух контр-

олювали представники спецслужб, у тому числі влаштовуючи регулярні персональні зустрічі з учасницями проєкту. По-третє, дівчат відбирали за критерієм привабливості з огляду на стандарти краси, які панують саме у Південній Кореї, а не в КНДР. Тобто пропагандистська машина ретельно підлаштовувалася під особливості головної цільової аудиторії. До того ж це був уже четвертий чірлідерський проєкт, спрямований на південнокорейців, а учасницею одного з попередніх була сама теперішня перша леді – Лі Соль Чжу [9].

Іншим напрямом діяльності Пхеньяна є ведення пропаганди за допомогою молодих привабливих жінок в соціальних мережах. Загалом, присутність КНДР в інтернеті – не нове явище. Проте раніше влада цієї держави поширювала традиційні для них сильно заідеологізовані тексти і відеоматеріали, які цікавили мало кого з іноземців, окрім дуже вузьких спеціалістів, та набирали мінімальну кількість переглядів. Як зазначає М. Вільямс, здавалося, що пропаганда КНДР зі своїми журналами та радіотрансляціями (які без сутнісних змін перекочували в інтернет) безнадійно застрягла у 1980-их роках [13]. Але наприкінці 2010-их рр. ситуація поступово почала змінюватися. Зокрема, пов'язаний із режимом КНДР YouTube-канал «Ехо правди» (Echo of Truth) прибрав звичні історії про Кім Ір Сена та його неоціненний внесок і замінив їх на серію відеороликів, на яких молода жінка Un A розповідає, яким прекрасним є життя у Північній Кореї. Зміна підходу виявилася дуже ефективною. Ролики на «Ехо правди» за короткий час отримали в сумі близько 1.5 млн переглядів, а на іншому схожому YouTube-каналі «Нова КНДР» – близько 600 тис переглядів [13].

У китайських соціальних мережах успіх Пхеньяна є набагато більшим. Зокрема, канал «Нова КНДР» на Sina Weibo має більш ніж пів мільйона підписників. 3-поміж іншого, він викладав ролики за участю семирічної дівчинки Ri Su Jin, яка розказувала про свій побут. Наприклад, ролик про підготовку дівчинки до нового навчального року набрав 370 тис переглядів на Weibo [13]. Інша 11-річна дівчинка з КНДР Song A дебютувала на YouTube у квітні 2022 р. з розповідями про любов до Гаррі Поттера та своє життя, наповнене розвагами [14].

Загалом, використання дітей є ще одним трендом зовнішньої інформаційної діяльності КНДР, спрямованої на пом'якшення іміджу. Сам Кім Чен Ін став часто з'являтися на публіці не лише в супроводі своєї дружини, яка виходить далеко за рамки стилю і традицій КНДР, але й в компанії своєї дочки віком близько 10 років. За інформацією агентства Bloomberg від 17 листопада 2023 р., за останній рік північнокорейський диктатор з'являвся на публіці з дівчинкою щонайменше 16 раз, у тому числі 13 раз під час подій військово-

вого характеру, включаючи презентації ракет, здатних нести ядерний боєзаряд [7].

Присутність північнокорейців у соціальних мережах інших країн є нічим іншим, аніж пропаганда. Стиль життя, який вони висвітлюють, взагалі не характерний для переважної більшості населення КНДР. Незважаючи на запевнення багатьох «блогерів» та адміністраторів каналів, що вони нібито прості люди, які з власної ініціативи розказують про себе і свою державу, такий варіант абсолютно неможливий, враховуючи не лише стиль і якість роботи, а й тотальну цензуру в Північній Кореї та відсутність доступу у громадян цієї держави до закордонних медіа платформ.

Висновки та перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Незважаючи на іміджеві та інші проблеми Північної Кореї, у XXI ст. помилково було б вважати, що м'яка сила цієї держави надзвичайно мала чи взагалі відсутня. Хоча в самій КНДР не відбулося кардинальних змін і вона далі розбудовує свою політику на основі милітаристської та тоталітарної ідеології, її стратегія інформаційно-пропагандистської діяльності на міжнародній арені зазнала істотних трансформацій. До того ж сама ситуація у світі за останні десятиліття суттєво змінилася. Усе це дозволяє стверджувати, що КНДР на початку 2020-их рр. має певний рівень м'якої сили у міжнародних відносинах і ще набагато більший потенціал для її нарощення.

Головні чинники, які зумовлюють згадану ситуацію, є такими: 1) КНДР та її лідер широко відомі у світі, цікаві для багатьох та часто привертають увагу світової громадськості; 2) сучасний глобалізований медіапростір дозволяє швидко розповсюджувати інформацію у інших країнах навіть тим, хто не має власних великих медіаресурсів чи підрозділів у цих країнах, за умови, якщо вони засто-

совують ефективні та актуальні методи впливу; 3) ідея демократизації світу під проводом Заходу переживає не найкращі часи, і це дозволяє режиму Північної Кореї вільніше маневрувати та заводити нових союзників; 4) влада КНДР не скована обмеженнями та нормами, характерними для демократичного світу, і може використовувати практично будь-які методи ведення пропаганди.

Як наслідок, північнокорейський правлячий режим може експериментувати та запроваджувати інноваційні методи і засоби пропаганди, включаючи ті з них, які базуються на «тактиці краси» чи «тактиці вразливості». Саме цим можна пояснити факт, що використання жінок і дітей перетворилося чи не на головний тренд зовнішньої інформаційної діяльності цієї держави. Такі проекти спрямовані насамперед на те, щоб приховати перед іноземною громадськістю справжню суть правлячого режиму та загрози, які від нього походять. Не менш важливо те, що влада КНДР, якщо їй це потрібно, здатна швидко освоювати нові технології та відмовлятися від підходів, які застосовувалися нею упродовж багатьох десятиліть. Окрім того, на відміну від більшості інших держав, вона може без особливих проблем швидко мобілізувати великі маси свого населення чи кращих його представників з метою ведення пропаганди за кордоном.

Усе це перетворює КНДР на досить грізного супротивника на міжнародній арені, якого не варто недооцінювати. Подальше вивчення пропагандистських стратегій і прийомів, які застосовує Пхеньян, є актуальним і важливим завданням для України, враховуючи схожість маніпулятивно-пропагандистської діяльності різних акторів у межах однієї епохи, а також все тісніші відносини між авторитарними державами, що протиставляють себе Заходу, і зокрема союзницькі стосунки між Росією та КНДР.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Bartlett J. From Ethnic Nationalism to Social Media: How North Korea Leverages Its Soft Power Abroad. *The Diplomat*. 2021. 17 Aug. URL: <https://thediplomat.com/2021/08/from-ethnic-nationalism-to-social-media-how-north-korea-leverages-its-soft-power-abroad/>
2. Cathcart A., Denney S. North Korea's Cultural Diplomacy in the Early Kim Jong-un Era. *North Korean Review*. 2013. Vol. 9, No. 2. P. 29–42. URL: <https://doi.org/10.3172/NKR.9.2.29>
3. D'Ambrogio E. North Korea's propaganda strategy: Briefing. *European Parliament*. 2016. 10 Oct. URL: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2016\)589817](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2016)589817)
4. Freeman C. W., Marks S. Diplomacy. *Encyclopædia Britannica*. 2023. 4 Nov. URL: <https://www.britannica.com/topic/diplomacy>
5. Gauthier B. K. North Korea's American Allies: DPRK Public Diplomacy and the American-Korean Friendship and Information Center, 1971-1976. *Wilson Center*. 2015. Jan. URL: <https://www.wilsoncenter.org/publication/north-koreas-american-allies>
6. Hellmann O., Oppermann K. Propaganda photographs as a tool of North Korean public diplomacy: an experimental analysis of the Kim Jong-un effect. *Cambridge Review of International Affairs*. 2022. URL: <https://doi.org/10.1080/09557571.2022.2065460>
7. Herskovitz J. Kim Jong Un's Daughter Marks a Year as Country's Propaganda Star. *Bloomberg*. 2023. 17 Nov. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-11-16/kim-jong-un-s-daughter-marks-a-year-as-country-s-propaganda-star>

8. Kang B. S. North Korean Propaganda Arts. *Art of the Orient*. 2015. Vol. 4. P. 192–208. URL: <https://doi.org/10.11588/ao.2015.0.8941>
9. Lee J. North Korean Propaganda: The Beauty Tactic. *The SAIS Review of International Affairs*. 2018. 30 Apr. URL: <https://saisreview.sais.jhu.edu/north-korea-beauty-tactic/>
10. Misyuk I. Propaganda and Public Diplomacy: The Problem of Differentiation. *Humanities and Social Sciences 2013 (HSS-2013): The 4th International Academic Conference of Young Scientists*. 21–23 Nov. 2013. Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House, 2013. P. 76–77.
11. Nagyová A., Mazúch A. Soft Power Politics: The Case of North Korea. *Security outlines*. 2023. 07 Jun. URL: <https://www.securityoutlines.cz/soft-power-politics-the-case-of-north-korea/>
12. Nye J. S. Soft power. *Foreign Policy*. 1990. No. 18. P. 153–171. URL: <https://doi.org/10.2307/1148580>
13. Williams M. North Korea's Foreign Propaganda Takes a Step Towards Modernity. *38 North*. 2020. 17 Jul. URL: https://www.38north.org/2020/07/mwilliams071720/?fbclid=IwAR3V166TvGS83oXW5rVUYWLq7Z-imcR_h0lcGqhkkJPG_rbmd_5Gx-XsBPI
14. Yeung J., Bae G. They eat ice cream and read “Harry Potter”, but these North Korean YouTubers aren't what they seem. *CNN*. 2023. 5 Feb. URL: <https://edition.cnn.com/2023/02/04/asia/north-korea-youtuber-yumi-intl-hnk-dst/index.html?fbclid=IwAR1RHEj-todFCN8XpH8GwW80MS-ROcu5msH1wLurYkj4uxJXMLAVPT7kdal>