

**Южнокорейский кинематограф в структуре мягкой силы: культурная экспансия и влияние на глобальные индустрии**

**Научный руководитель – Конкина Ксения Михайловна**

*Ерымовский Павел Владимирович*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

*E-mail: pavel.erymovskiy@mail.ru*

**Южнокорейский кинематограф в структуре мягкой силы: культурная экспансия и влияние на глобальные индустрии**

Исследование южнокорейского кинематографа как элемента стратегии мягкой силы и как сегмент культурных индустрий, работающий на экспорт символов и привлекательности страны направлено на решение проблемы описания механизма, через который кино превращается из культурного продукта в внешнеполитический ресурс и экономический фактор. Как отмечают исследователи Д. И. Бураев и М. Ц. Гармаханов, теоретическая опора строится на концепции мягкой силы и на представлении о «корейской волне» как управляемой стратегии распространения национального бренда [1], а также на подходах, фиксирующих институциональную сборку публичной дипломатии Республики Корея и её инструментария. Методология включает качественный контент-анализ репрезентаций Кореи в популярных фильмах и сериалах, а также институциональный анализ каналов продвижения, от фестивально-премиальной траектории до платформенной дистрибуции.

Южнокорейское кино интересно тем, что его международная видимость складывается не только из художественной конкуренции, но и из устойчивой инфраструктуры распространения. Мы можем заметить ее и в стремительно набирающих популярность субкультурах, напрямую связанных с корейской культурой, и с известными в медиасфере музыкальными корейскими группами, таких как «BTS», «BLACKPINK», «EXO» и многие другие, которые оказывают непосредственное влияние на южнокорейский кинематограф и его развитие. Замечая данные тенденции, южнокорейское правительство начинает активнее способствовать развитию так называемой новой «корейской волны» с помощью дальнейшего финансирования и продвижения культурных нарративов в мире.

В логике мягкой силы важны не столько отдельные «хиты», сколько повторяемый ими эффект: зритель узнаёт коды, жанровые модели, типы героев, городской ландшафт, музыку, поведение, чтобы затем перенести это узнавание на страну как на источник современных смыслов – это заметно по недавним популярным культурным продуктам Южной Кореи, такие как оscarоносные «Паразиты» режиссера Пон Чжун Хо и сериала «Игра в кальмара» Хван Дон Хека. Внутри культурных индустрий это работает как своеобразная синергия: кино поддерживает интерес к сериалам, музыке, моде, туризму, языку, а «корейская волна» выступает зонтом, под который попадают разные продукты.

Институциональный аспект задаёт рамку, в которой кино перестаёт быть только рынком. Как отмечал исследователь А. Э. Матосян, государственные и квазигосударственные механизмы, публичная дипломатия, культурные фонды, образовательные программы, медийные кампании формируют условия для экспорта и для длительного присутствия на внешних рынках [2]. То есть в результате кино оказывается одновременно культурной витриной и экономической технологией, где репутация отрасли усиливает переговорные позиции страны в гуманитарной сфере и повышает конкурентоспособность индустрий.

То есть южнокорейский кинематограф встраивается в мягкую силу как через образ страны в самих произведениях, так и через организованную систему циркуляции контента, где фестивальные институты и цифровые платформы выступают ключевыми ускорителями культурной экспансии.

### **Источники и литература**

- 1) Бураев Д.И., Гармаханов М.Ц. Корейская волна и мягкая сила. Стратегия развития и распространения // Вестник Бурятского государственного университета. Философия. 2014. № 8. С. 115–120.
- 2) Матосян А.Э. Особенности становления «мягкой силы» как инструмента внешней политики Республики Корея // Международные отношения. 2024. № 2. С. 88–96.