

Сравнительный анализ стратегии политики мягкой силы Японии и Южной Кореи

Научный руководитель – Алексеенко Анна Михайловна

Санников Владислав Алексеевич

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет глобальных процессов, Образовательная программа «Глобальные политические процессы и дипломатия», Москва, Россия

E-mail: blade329@yandex.ru

Трансформация международной системы и закрепление полицентричной конфигурации мирового порядка усиливают соперничество государств за символический и культурный капитал. Глобализационные процессы при этом не устранили значение силовых ресурсов, а, скорее, встроили их в более сложную архитектуру влияния, где решающую роль все заметнее приобретает способность политического субъекта транслировать вовне привлекательные ценности, поведенческие модели и интерпретации реальности. Значимость получают не столько инструменты принуждения, сколько механизмы убеждения, признания и культурной ассоциации. В центре анализа находятся стратегии мягкой силы Японии и Республики Корея - двух ведущих восточноазиатских государств, сумевших встроить культурную индустрию в контур внешнеполитического планирования и международного позиционирования. Теоретическую основу составляет концепция *soft power*, предложенная Джозефом Наем, а также подходы публичной дипломатии, в рамках которых культура рассматривается уже не как вспомогательный фон, а как полноценный ресурс формирования благоприятного внешнего образа государства и инструмент продвижения национальных интересов без прямого давления.

Японская модель мягкой силы формировалась поступательно и опиралась на длительный процесс закрепления образа страны как своеобразной сверхдержавы поп-культуры. Центральное место в этой стратегии занимает концепт «Cool Japan», получивший государственное оформление в начале 2000-х годов и связавший культурное производство с задачами международной репрезентации. Базовыми каналами воздействия выступили аниме, манга и индустрия видеоигр, выработавшие специфическую визуальную эстетику, которая распознается глобальной аудиторией практически без дополнительных пояснений. Продукция таких брендов, как Studio Ghibli, а также франшизы масштаба Pokémon, способствовала закреплению представления о Японии как о технологически развитой стране, не утратившей культурной самобытности, гуманистической оптики и внутренней эстетической дисциплины. Массовая культура, что принципиально важно, дополняется классическими механизмами культурной дипломатии, реализуемыми через Japan Foundation и образовательные программы, включая JET, ориентированные на языковое распространение, академический обмен и устойчивое расширение гуманитарных контактов. Для японского подхода характерна опора на субкультурные сообщества, складывавшиеся десятилетиями и потому сохраняющие воспроизводимость влияния даже в тех условиях, когда государственное вмешательство в креативную сферу остается ограниченным.

Стратегия Южной Кореи, напротив, демонстрирует более концентрированную и наступательную модель использования мягкой силы, известную как «Халлю» или Корейская волна. Ее конструкция изначально ориентировалась на коммерческую результативность,

экспортную масштабируемость и максимально широкий международный охват через К-рор, телесериалы, киноиндустрию и сопутствующие сегменты культурного потребления. Прорыв таких проектов, как BTS или фильм «Паразиты», стал возможен не стихийно, а вследствие последовательной поддержки со стороны Министерства культуры, спорта и туризма Республики Корея и сопряженных институтов. Южнокорейская модель системно использует цифровые платформы, алгоритмы распространения контента и социальные сети, за счет чего глобальные фанатские сообщества превращаются в самовоспроизводящиеся структуры продвижения корейского культурного присутствия. Особую роль играет цифровая мягкая сила, в которой технологическая инфраструктура соединяется с культурным продуктом и обеспечивает быструю адаптацию к меняющимся ожиданиям глобальной молодежной аудитории. Скорость реакции, серийность производства и управляемость коммуникации здесь оказываются не вторичными характеристиками, а ядром всей модели внешнего культурного продвижения.

Сопоставление двух стратегий выявляет заметные различия в степени институционализации, в характере участия государства и в логике взаимодействия с рынком. Японская линия в значительной мере выросла из частных инициатив, из длительного и во многом органичного интереса к национальной эстетике, тогда как южнокорейский вариант представляет собой структурированный экспортно-ориентированный проект, в котором культура рассматривается как стратегический товар, подлежащий целенаправленному продвижению. Республика Корея демонстрирует более высокую степень сопряжения государственного аппарата с корпоративным сектором, включая крупные бизнес-группы, что позволяет аккумулировать ресурсы на приоритетных направлениях и быстро добиваться медийного эффекта. Япония, в свою очередь, сохраняет преимущество в глубине и длительности культурного воздействия, апеллируя к более широкому набору интеллектуальных, эстетических и повседневных кодов. Обе страны используют культурный капитал как средство укрепления международных позиций и частичной компенсации исторически накопленных противоречий в регионе, однако траектории этого использования различны: японская модель тяготеет к длительному культурному присутствию через стиль жизни и символическую узнаваемость, южнокорейская - к динамичному захвату медиапространства, что и формирует особую конфигурацию восточноазиатской публичной дипломатии.

Источники и литература

- 1) Киреева А.А. Культурная дипломатия и «мягкая сила» Японии // Вестник МГИМО-Университета. — М., 2012.
- 2) Леонова О.Г. Мягкая сила: инструменты и коэффициенты влияния // Обозреватель-Observer. — М., 2013.
- 3) Торкунов А.В. Понятие «мягкой силы» во внешней политике государств Восточной Азии // Вестник МГИМО-Университета. — М., 2012.
- 4) Хакимов С.Ш. «Корейская волна» как инструмент «мягкой силы» Республики Корея // Сравнительная политика. — М., 2018.
- 5) Kim Y. The Soft Power of the Korean Wave: Parasite, BTS and Drama. — London: Routledge, 2021.
- 6) Nye J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. — New York: Public Affairs, 2004.
- 7) Otmazgin N. Regionalizing Culture: The Political Economy of Japanese Popular Culture in Asia. — Honolulu: University of Hawai'i Press, 2013.

- 8) Valaskivi K. Cool Nations: Media and the Strategic Communication of Cultural Nationalism. — London: Routledge, 2016.