

Особенности и инструменты распространения массовой культуры как ресурса "мягкой силы" Южной Кореи

Научный руководитель – **Леонова Ольга Георгиевна**

Лиджиева Кишта Николаевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет глобальных процессов, Направление геополитики и дипломатии, Москва, Россия

E-mail: kishta-97@mail.ru

В рамках концепции «мягкой силы» массовая культура заслуживает отдельного внимания в качестве инструмента распространения влияния и построения привлекательного имиджа государства, по этой причине правительства многих стран - среди которых и правительство Южной Кореи - оказывают значительную поддержку развитию своей массовой культуры.

Наиболее ярким сегментом массовой культуры Южной Кореи является продукция ее культурно-развлекательной индустрии, которая включает в себя музыкальный жанр к-поп, корейский кинематограф, комиксы (манхва) и компьютерные игры. В последние годы массовая культура Южной Кореи набирает все большую популярность и влияние, подтверждением чему могут служить мировые стадионные туры различных к-поп групп (BTS, EXO, Blackpink и др.), а также признание корейской музыки и кинематографа весомыми академиями (например, «Грэмми» и «Оскар»).

Очевидно, что повышение популярности и расширение ареала влияния южнокорейской поп-культуры связано не только с некоторыми ее особенностями, но и с выработанными инструментами распространения продукции развлекательной индустрии. Среди особенностей массовой культуры Южной Кореи можно выделить следующие: наличие собственного названия - hanjyu; высокоразвитая индустрия досуга, которая поддерживается государством; это некий «бренд» страны на сегодняшний день; большая роль феномена «айдольской» и «фанатской» культур.

Инструменты распространения массовой культуры Южной Кореи напрямую связаны с ее особенностями: это деятельность корейских культурных центров при посольствах республики и фанатских «общин» за пределами государства и, конечно, интернет - различные социальные сети, видео- и аудио-хостинги и др.).

Следует подчеркнуть, что без наличия богатой культуры и присутствия знакомых иностранному обывателю характеристик в культурной и политической парадигме страны Южная Корея не смогла бы удержать внимание привлеченных с помощью массовой культуры иностранных общин. Поэтому можно сделать вывод о том, что массовая культура может эффективно использоваться в качестве одного из ресурсов «мягкой силы» страны только в том случае, если государство имеет крепкий культурный фундамент, который сочетается со знакомыми иностранному обществу ценностями и нормами.

Источники и литература

- 1) «Мягкая сила» в мировой политической динамике: уч.-метод. пособие / А.В. Будаев, А.В. Демидов, А.В. Манойло [и др.] – М.: Издательство «Известия», 2015. – 207 с.
- 2) Борисова, Е.Г. Soft power, мягкая сила, мягкая власть. Междисциплинарный анализ: колл. монография / сост. и ред. Е.Г.Борисова. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2015. – 184с

- 3) Леонова О.Г. «Мягкая сила»: инструменты и коэффициенты влияния // Обозреватель – Observer. – 2014. – №3. – С.18-28.
- 4) Леонова О.Г. «Мягкая сила», её индикаторы и инструменты измерения // Экономика и управление: проблемы, решения. Научно-практический журнал. – 2017, февраль – №2, т.2 (62). – С. 15-23.
- 5) Песцов С.К. «Мягкая сила» в азиатско-тихоокеанском региональном контексте. Теоретическая адаптация и национальные практики: монография / С.К. Песцов, А.М. Бобыло, Л.Р. Рустамова, Л.Е. Козлов, М.С.Черепанов, А.В. Бояркина, К.Ф. Лыков, М.П. Першина; [науч. ред. С.К. Песцов]. – Владивосток: Дальневост. федерал. ун-т, 2016. – 190с.
- 6) Пронькина А.В. Массовая культура как культурологическая категория. [Электронный ресурс]. – Вестник Рязанского государственного университета им. С.А. Есенина. 2012. №34. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kultura-kak-kulturologicheskaya-kategoriya> (дата обращения: 12.01.2021).
- 7) Русакова О.Ф. «Мягкая» сила стран Азии // ДИСКУРС-ПИ. – 2013. – №1-2. – С.31-37.
- 8) Dal Y. An Analysis of the Korean Wave as Transnational Popular Culture: North American Youth Engage Through Social Media as TV Becomes Obsolete. [Electronic resource]. International Journal of Communication 12 (2018). P. 404–422.
- 9) Lee G. A theory of soft power and Korea's soft power strategy // Korean Journal of Defence Analysis. Vol. 21, No 2, June, 2009. P. 207–208.
- 10) Lee K. Mapping out the Cultural Politics of the Korean Waver in Contemporary South Korea/ Lee Keehyeung. – Hong Kong, 2008. – 307 p.
- 11) Nye J. Soft Power: The Means to Success in World Politics. N.Y.: Public Affairs. 2004. 191 p.