

УДК 327

ПОП-КУЛЬТУРА КАК ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ В ОТНОШЕНИЯХ ЮЖНОЙ КОРЕИ И ЯПОНИИ: САКУРА ПОД ВОЛНОЙ ХАЛЛЮ

Иванова Д. Г.

Аннотация: *Массовая культура Южной Кореи, получившая известность в Восточной Азии и в глобальном масштабе на пике корейской волны, используется в качестве политического инструмента с целью влияния на общественное сознание японцев. Метаконфуцианская идентичность и общие восточноазиатские ценности, транслируемые посредством корейских телесериалов, находят положительный отклик среди жителей ряда стран Восточной Азии. Несмотря на предрасположенность отдельных социальных групп в японском обществе к потреблению продуктов корейской индустрии развлечений (видеоигр, комиксов, музыки) и появление в Японии в связи с этим особой субкультуры, между сторонами сохраняется напряженность ввиду наличия территориальных споров, различий в подходах к трактовке исторических событий, враждебного отношения крайне правых к корейской диаспоре в Японии. Республика Корея внедряет элементы национальной традиционной культуры в массовую, но из-за корейской проблемы этот подход не лишен внутренних противоречий. Независимо от значительного потенциала использования поп-культуры Южной Кореи в политических целях и внимания, уделяемого ей на уровне государства, корейскую массовую культуру все еще нельзя рассматривать как полноценный дипломатический инструмент в отношениях с Японией.*

Ключевые слова: *культура, Южная Корея, Япония, Восточная Азия, корейская волна, халлю, мягкая сила*

Культурно-исторические рамки понятия «Восток» очерчивают регион настолько широко, что в него включают общества, принадлежащие к арабо-персидской (исламской), индуистско-буддийской и конфуцианской традициям. Э. Саид впервые обозначил искусственный характер конструирования этого понятия как противопоставления просвещенному Западу для создания дихотомии в терминах постколониальности [1]. Осознание Запада и Востока появилось в эпоху Великих географических открытий. Эта дихотомия, обладающая чертами мифа, начала формироваться в XV в., приобретая черты культурного противостояния, так как считалось, что истинной культурой обладало западное общество, но не «Ориент». Уже на этом этапе прослеживается подчиненное положение объекта (Востока) по отношению к субъекту влияния (Западу). На протяжении нескольких столетий цивилизованность и модернизация приравнивались к понятию культуры.

Проявления культурной гегемонии не новы для Азии: до прихода западных сил, поддерживающих идею капиталистического общества, в этом регионе существовали

исторические формы господства, такие как *Rax Mongolica* и синоцентризм. Западное видение миропорядка не устоялось ввиду сохранения азиатского подхода к общественным процессам, коллективизма, при форсированной модернизации экономики.

«Восток» могут отождествлять с Ближним Востоком и Восточной Азией, в то время как в Азии существуют государства, которые ввиду политико-экономических факторов относят к так называемому «западному лагерю», группе стран Глобального Севера. Речь идет в первую очередь о Республике Корея и Японии. И Южная Корея, и Япония разделяют метаконфуцианскую идентичность, лежащую в основе общественного уклада одной из групп среди совокупности азиатских культур [2].

Японский термин «культурализация» (*bunka-ka*) лингвистически тесно связан с вестернизацией, так как культура *bunka* означала западную моду в эпоху Мэйдзи [3, с. 10]. Вестернизация Японии и Республики Корея перешла на новую ступень к концу XX в. Например, в Южной Корее в это время проводилась политика *Segyehwa*, подразумевающая модернизацию политического управления экономики, образования, ориентацию на глобальные процессы в сфере масс-медиа и культуры, приоритетное изучение английского языка в школах [4].

В современных реалиях массовость культуры во многом определяет популярность образа страны, проецируемого за рубеж посредством мягкой силы. Влияние масскульта, идеологии и потребительского капитализма на общественные отношения уже давно находится в фокусе известных социологов Д. Белла, Ж. Бодрийера, Т. Адорно, М. Хоркхаймера [5; 6; 7], но не менее интересно рассмотреть, как преломляются грани поп-культуры в контексте внешней политики.

Опыт поп-культурной революции в США был специфически интерпретирован в странах Восточной Азии, а рост общемировой популярности южнокорейских и японских продуктов поддерживается благодаря мягкосиловому влиянию. Интерпретация культуриндустрии Японией и Кореей стала ответом на их стремление утвердиться на мировой арене, полагаясь не только на экономическую мощь. Сегодня уже нецелесообразно говорить об имитации Азией западных тенденций в культуре. Среди стран региона сложился собственный подход к системе инструментов мягкой силы, в котором акценты расставлены иначе, чем у признанных мировых лидеров в этой области, например, у США и Франции.

На Западе Япония и Южная Корея ассоциируются с культурой аниме, комиксами *манга*¹ и *манхва*², J-роп и K-роп музыкой, видеоиграми, корейскими *дорамами*³, а также с товарами известных своим качеством брендов в сфере электроники, машиностроения, косметики. Однако следует помнить, что мягкая сила носит неизбирательный характер, значит, в этом случае под взаимным влиянием соответственно оказываются

1 Манга – вид японских комиксов в черно-белом исполнении, которые традиционно нарисованы от руки с помощью туши и пера.

2 Манхва – вид корейских комиксов в цветном исполнении, которые создаются в цифровом формате.

3 Дорама – общее название для телесериалов разных жанров, которые выпускаются в Восточной Азии. Наиболее популярны драмы романтического содержания.

японское и южнокорейское общества. В центре данного исследования находится популярная культура Южной Кореи как инструмент политического влияния на Японию. Чем корейская поп-культура привлекает японцев, и какие преграды ее распространению в Стране восходящего солнца существуют сегодня? Возможно ли использование корейской массовой культуры в качестве дипломатического инструмента?

Южная Корея, последовав по японскому пути, также переняла западные стратегии продвижения мягкой силы, создала эксклюзивный поп-культурный продукт, предназначенный в том числе для иностранной аудитории. Южная Корея задает моду на поп-культуру, как в Восточной Азии, Китае, Тайване, Вьетнаме, Сингапуре, так и в глобальном масштабе. Японское общество, будучи восприимчивым к продуктам современной корейской популярной культуры, тем не менее, встречает отдельные ее элементы критически, порой даже агрессивно.

Особенности восприятия корейской волны японцами

Вопросы культуры на протяжении долгого времени являлись поводом для напряженности в корейско-японских отношениях. Доминирование Японии над Кореей с 1910-х по 1945 гг., империализм и японская оккупация (даже не учитывая исторический характер японской экспансии на территории Кореи), стали причиной наложения временного запрета в конце XX в. на импорт продуктов японского масскульта и СМИ, например, теле- и радиопередач на японском языке. Ограничения были ослаблены, но не сняты полностью, только к 1998 г. с подписанием совместной корейско-японской декларации о партнерстве [8].

Термин «халлю»⁴ вошел в общественно-политический дискурс с подачи китайских и тайваньских медиа в контексте популярности корейских драм, например, «Что такое любовь?» и «Зимняя соната», которые завоевали расположение телезрительниц среднего возраста в Японии [9]. Содержание ряда корейских драм отличается от американских телесериалов и продукции Голливуда благодаря акценту на семейные ценности, что позитивно воспринимается в традиционных мусульманских обществах Ближнего Востока, в Индонезии, а также в Китае. Тот факт, что феномен корейской популярности ассоциируется с волной, говорит о цикличности процесса, периодах подъема и спада, если сравнивать эту тенденцию, например, с волнами демократизации С. Хантингтона.

Пик корейской волны пришелся на вручение премии Оскар за лучший фильм южнокорейской картине «Паразиты» в 2020 г., глобальную популярность телесериала «Игра в кальмара» и более ранних ТВ-шоу «Наследники», «Алые сердца», выступление членов музыкальной группы BTS по вопросам молодежи и борьбы с пандемией COVID-19 в зале заседаний ГА ООН, субкультуру *айдолов*⁵ из музыкальных поп-групп BLACKPINK, Stray Kids и других групп, конкуренцию корейских цветных комиксов «Башня Бога» и «Благородство» в цифровом виде *вебтуна*⁶ с традиционной японской черно-белой мангой, распространение видеоигр Blade&Soul, Black Desert.

4 «Халлю» буквально означает «корейскую волну, нахлынувшую одним летним днем».

5 Айдолами в Азии называют наиболее популярных звезд шоу-бизнеса.

6 Обобщающий термин для корейской манхвы, публикуемой в сети для чтения с помощью смартфона. Название произошло от одноименного онлайн-сервиса.

Так обозначился тренд на изменение корейского образа в положительном направлении, исчез стереотип о некой «второсортности» Кореи по отношению к Японии. Продукты корейской поп-культуры стали конкурентоспособны на рынках Восточной Азии и в общемировом масштабе. Они одновременно ориентированы на японский рынок и западную аудиторию: корейские музыканты зачастую записывают несколько версий песен на корейском и на японском языках соответственно, а в текстах песнях встречаются слова и целые куплеты на английском языке.

Среди японских фанатов существует собственная субкультура *халлю*, которая носит название *nihon shiki kanryū* и выражается в крайних проявлениях любви к поп-звезде [10, с. 449]. Вскоре это стало использоваться в целях привлечения финансовых потоков, например, от туристов, покупавших *халлю*-туры, включавшие осмотр знаковых мест, где проходили съемки телесериалов, встречи с кумирами [10, с. 447]. Японцам близки тенденции корейского рынка массовой культуры, в частности, субкультура почитания *айдолов* начала складываться среди японской молодежи уже с 1980-х гг. с появлением *кайокёку* (с *яп.* популярная песня) и J-Pop, в настоящее время фанаты следуют и за виртуальными поп-звездами, такими как Natsune Miku.

Корейская массовая культура занимает значимую нишу на японском рынке и направлена на определенные социальные группы в Японии, численность которых варьируется в зависимости от пола и возраста. Внутри корейской волны в связи этим есть свои противоречия: контент, потребляемый молодежью обоих полов (преимущественно компьютерные игры, комиксы, музыка, видео на стриминговых сервисах) содержательно не пересекается с корейскими дорамами, популярными на рубеже веков, как было сказано выше, преимущественно среди женщин среднего возраста. Мужская половина населения среднего возраста в Японии руководствуется гендерными предрассудками, но готова вкладывать финансовые средства в развитие этой индустрии по политическим и экономическим причинам [10, с. 448].

Также продукты халлю содержат в себе противоречия между маскулинностью и фемининностью из-за идеализации мужского образа, что свойственно и японской культуре *манга* жанра *сёдзё*⁷. Это, с одной стороны, становится аргументом в пользу аполитичного характера халлю, которая позиционируется как индустрия развлечений для женщин, но, с другой стороны, в отдельных случаях все еще существуют элементы воинственной шовинистической пропаганды через телеэкраны [10, с. 451].

Корейское Агентство по Международному Сотрудничеству (KOICA), Министерство культуры, спорта и туризма Республики Корея (MCST), а также специализированная Служба по культуре и информации при Министерстве (KOCIS), Корейский фонд по международным культурным обменам (KOFICE), Корейское Агентство Креативного Контента (KOCCA) являются основными институтами корейской мягкой силы. Они осуществляют задачи по улучшению имиджа Южной Кореи, которые были определены, например, в Белой книге халлю 2022 г. Корейская волна превратилась во внешнеполитический инструмент, признанный самым мощным для улучшения образа страны с точки

⁷ Целевая аудитория романтических историй в жанре *сёдзё* — девушки-подростки школьного возраста.

зрения мягкосилового влияния [17, с. 334], но из-за превращения халлю в национальный символ, Азии может грозить новая волна культурного империализма, выстроенного на фундаменте корейского национализма [17, с. 335].

Негативные аспекты восприятия корейской волны японцами и препятствия на пути халлю

Несмотря на популярность корейской культуры среди японской молодежи, в Стране восходящего солнца наблюдается и совершенно противоположная тенденция. Изначально она была связана с Ш. Яmano, автором комикса «*Kenkanryu*» (с яп. «Ненависть к корейской волне»), в котором корейские спортсмены изображены как недобросовестные игроки в футбол [11, с. 7]. В манге открыто поднимаются острые политические вопросы двусторонних отношений и колониальное прошлое, не скрывается неприязнь к корейцам. Вопреки спорному характеру сюжета и явной политизированности, манга издавалась в течение 10 лет с 2005 по 2015 гг.

Протесты разгневанной толпы в 2011 г. в Японии у штаб-квартиры Fuji TV, на телеканалах которой транслировали корейские дорамы, стали показателем как степени пресыщения корейской культурой, так и проявлением японских националистических настроений. Отголоски японского чувства превосходства проявляются в стремлении страны, фигурально выражаясь, «покинуть Азию» [12, с. 3], что обусловлено более высоким уровнем жизни в стране по сравнению с рядом стран Юго-Восточной и Южной Азии.

Отношения между Сеулом и Токио омрачает и наличие территориальных споров. Акции протеста проводились в отношении японо-корейского территориального спора по поводу островов Токто (яп. Такесима) [13]. Возмущение среди корейцев вызвало учреждение в 2005 г. празднования «Дня Такэсимы» в японской префектуре Симанэ. Пока стороны смогли лишь достичь соглашения об использовании мирных дипломатических средств в поиске решения конфликта. Разногласия вызывают вопросы об исключительной экономической зоне и охране флоры и фауны островов в ходе хозяйственной деятельности.

Вопрос о корейской диаспоре в Японии, а именно корейцах-*дзайнити*, иммигрировавших в Японию до 1945 г. и ассимилировавшихся с японским населением, особенно остро стоял в конце XX в. Члены диаспоры нередко были маргинализированы, имели неопределенный правовой статус и подвергались дискриминации. Фактическое исключение *дзайнити* из японского общества (образования, рынка труда, социальных отношений) привело к политизации их требований, общественным волнениям, появлению отдельного сектора услуг и развлечений в экономике, в котором были заняты корейцы [14].

К 2000-м гг. ситуация начала постепенно меняться в лучшую сторону, но волна *халлю* существенно не повлияла на отношение японцев к *дзайнити* [15], праворадикальные общественные движения расистски и шовинистически настроены в отношении корейцев, резко возражают против корейско-японской дружбы. Приводятся, и небезосновательно, аргументы в пользу того, что Япония стимулировала экономическое развитие Кореи, когда страна являлась японской колонией, способствовала ее модернизации, в том числе в сфере образования, что корейцы никогда насильно не перевозились на

Японские острова в качестве рабов в военное время и те намеренно искажают исторические события [цит. по: 10, с.450].

Проблема «женщин для утешения» *ианфу*, а именно сексуальных рабынь офицеров армии Японской империи, является темной страницей в истории корейско-японских отношений. В Японии звучали заявления о необоснованности претензий, «станции утешения» называли мифом [цит. по: 16, с. 75]. Для снижения градуса напряженности в 1995 г. Япония инициировала создание Фонда женщин Азии, но со стороны Республики Корея этот шаг был встречен критически, так как фонд был негосударственным, формат компенсаций не был приемлем для корейцев, и в 2007 г. Фонд был распущен [цит. по: 16, с. 76].

Корейская политика памяти, характерная для страны с культом предков как особой формой религии, годы японской оккупации и навязывания всего японского, включая японский синтоизм, не противоречат использованию инструментов мягкой силы в корейско-японском диалоге. Наоборот, позиция жертвы колониализма выглядит менее угрожающе и в результате не мешает популярности, а усиливает ее. Глобальный успех корейской волны является своего рода реваншем за «потерянные годы» притеснений корейского народа Китаем, Японией и Соединенными Штатами [17].

Образ либеральной демократии, родины передовых информационных технологий в сочетании с традиционным давлением четко регламентированной структуры общества, клановости в деятельности крупных финансово-промышленных корпораций *чебо* ли не обладает привлекательностью для молодого поколения японцев. Более того, опыт быстрой модернизации страны и бренд «Сделано в Корее» воспринимается японцами как угроза их собственному лидерству в регионе, в том числе из-за крупных корейских ТНК Samsung, LG, Kia Motors, Hyundai Motor.

Элементы традиционной корейской культуры в продуктах культуриндустрии

Существуют точки зрения, что в конце XX в., до краха экономики «мыльного пузыря», Япония, обладавшая беспрецедентной экономической властью в мире, была «культурно бедна» и «практически не обладала никакой международной культурной властью» [цит. по: 18, с. 330]. Так, Япония якобы культурно зависела от Запада, а в качестве иллюстрации упадка приводились комиксы манга и ток-шоу. До появления инициативы «*Cool Japan*» Страна восходящего солнца зарекомендовала себя как поставщика идеи эскапизма [19]: сначала через производство электроприборов⁸, значительно упрощающих быт, а затем через субкультуру видеоигр и аниме, которые пользовались большой популярностью ввиду повышения уровня жизни и доходов населения на Западе.

Путь Республики Корея в этой области имеет много общего с японским опытом. В настоящее время популярный контент из Кореи находит поклонников по всему миру. Как и Япония, Южная Корея предлагает мировому рынку продукты, позволяющие отвлечься от реальности благодаря яркому виртуальному миру игр, красочным видеороликам с продуманной хореографией и костюмами К-поп исполнителей.

8 1950-е гг. стали эпохой трех «S» — *senpūki*, *sentakuki*, *suihanki* (с яп. фен, стиральная машина, электрическая рисоварка). 1960-е гг. можно охарактеризовать концепцией трех «C» — *a car*, *a cooler* (air conditioner), and *a color television* (с англ. машина, кондиционер, цветной телевизор).

Южная Корея также стремилась сделать известной за рубежом и корейскую традиционную культуру, что стало настоящей общенациональной целью в последнее десятилетие XX в. Были выбраны аутентичные, истинно корейские символы, которые бы ассоциировались с культурой Кореи, например, традиционный костюм *ханбок*, корейская письменность *хангыль*, боевое искусство *тхэквондо*, *кимчи*⁹ и *пулькоги*¹⁰, чай с женьшенем *корё инсам*, традиционный танец масок [цит. по: 20, с. 112].

Обратим внимание и на то, что сегодня содержание продуктов корейской поп-культуры и шоу-бизнеса, хоть и отвечает законам глобального рынка, ориентированного на Запад, тем не менее отражает корейские традиции. Это прежде всего прослеживается в корейских драмах, представляющих миру повседневность и быт корейцев. Центральное место занимают элементы восточноазиатской ментальности, конфуцианская этика, коллективизм, уважение к старшему поколению (сыновья почтительность), верность фирме. Так, корейская популярная культура апеллирует к чувству ностальгии и общим восточноазиатским идеалам, что позитивно встречается японским обществом.

Однако корейские символы с многолетней историей могут в некоторых случаях вызывать сегодня ассоциацию как с Южной, так и с Северной Кореей. Например, корейское фонематическое письмо *хангыль* является единственным средством письма в Северной Корее, в то время как в Южной Корее до сих пор применяется в том числе и иероглифика [21, с. 117]. Ввиду закрытости КНДР от внешнего мира, корейская традиционная культура, уходящая корнями в прошлое и насчитывающая 5 тыс. лет, стала ошибочно приписываться только южной части полуострова, так как исключительно Республика Корея обладает мощным потенциалом для продвижения собственной культурной дипломатии.

Корейская волна одновременно может рассматриваться и как инструмент мягкой силы Южной Кореи, и как особая субкультура, распространившаяся сначала по Восточной Азии, а затем в глобальном масштабе. Фанаты *халлю* не воспринимают корейскую популярную культуру как политический инструмент, хотя с точки зрения государства она представляет собой особую форму мягкой силы с большим потенциалом.

Японское общество неоднозначно воспринимает продукты корейской поп-индустрии: при явном успехе среди определенных групп населения, среди шовинистически настроенных крайне правых образ Кореи воспринимается негативно, что приводило к социальным волнениям. Ввиду предрасположенности японцев к пониманию разных течений популярной культуры Республики Корея, она нашла последователей в Стране восходящего солнца, даже несмотря на то, что по содержанию продукты поп-культуры нередко основываются на корейских традициях. Общие восточноазиатские ценности, отраженные в массовой культуре Кореи, понятны широким слоям населения Китая, Тайваня, Вьетнама, Сингапура.

Япония имеет опыт распространения собственной поп-культуры в глобальном масштабе, но это не мешает японцам активно интересоваться культурной индустрией

9 Блюдо корейской традиционной кухни, представляющее собой острые квашеные овощи, чаще всего капусту.

10 Барбекю из тонких ломтиков говядины или свинины.

и шоу-бизнесом корейский соседней. В то время как корейская популярная культура «завоевывает умы и сердца» японцев, сама Южная Корея весьма сдержанно относится к японской культурной индустрии. На протяжении долгого времени наложенные на ее распространение ограничения не позволяли корейцам знакомиться с продуктами японской культуры. Ситуация усложняется непростой политической конъюнктурой, так как между двумя странами существуют территориальные споры, которые продолжают оказывать негативное влияние на двусторонние отношения. На политику памяти и дискуссии об исторических событиях, обладающих особой остротой для корейско-японских отношений, халлю существенно не повлияла. Креативный контент, создаваемый Кореей, носит развлекательный характер, поэтому говорить о превращении корейской волны в полноценный дипломатический инструмент урегулирования спорных вопросов в корейско-японском диалоге нецелесообразно и преждевременно.

Список литературы

1. Said E.W. *Orientalism: Western Conceptions of the Orient*. London: Penguin. 2003. 432 p.
2. Корнилов М.Н. Азиатские культуры [Текст] / М.Н. Корнилов // *Культурология XX век. Энциклопедия в 2 т. Т. 1, А–Л*. СПб.: Университетская книга, 1998. 447 с.
3. Morishita, M. *The Empty Museum. Western Cultures and the Artistic Field in Modern Japan*. Routledge, 2010. 160 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315616056> (accessed 13 June 2023).
4. Kim, D.-J., Kim, Y.-Ch. *Implications of Korea's Segyehwa Policy* // *Chandos Asian Studies Series, Chandos Publishing, 2008*. pp.211–240. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-1-84334-472-8.50008-1>. (accessed 13 June 2023).
5. Белл Д. *Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования*. М. : Academia, 1999. 788 с.
6. Бодрийяр Ж. *Общество потребления*. М.: Республика, 2006. 269 с.
7. Адорно Т., Хоркхаймер М. *Диалектика просвещения*. СПб.: Ювента, 1997. 312 с.
8. *Japan-Republic of Korea Joint Declaration: A New Japan-Republic of Korea Partnership towards the Twenty-first Century*. Ministry of Foreign Affairs of Japan. 8 October 1998. [Electronic resource] Mode of access: <https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/korea/joint9810.html> (accessed 10 June 2023).
9. Mori, Y. *Winter Sonata and Cultural Practices of Active Fans in Japan: Considering Middle-Aged Women as Cultural Agents* // Chua, B.H. and Iwabuchi, K. *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*. Hong Kong, 2008; online edn, Hong Kong Scholarship Online, 14 Sept. 2011 DOI: <https://doi.org/10.5790/hongkong/9789622098923.003.0007> (accessed 13 June 2023).
10. Oh, I. *Hallyu: The Rise of Transnational Cultural Consumers in China and Japan* //

- Korea Observer. 2009. Vol. 40, №3, pp. 425–459.
11. Cheon, M. Kenkanryu (The Hate Korean Wave): Images of Hatred and Racism in Japanese Manga // *A Journal of Contemporary Art*. November 2008. pp.7–9.
 12. Korhonen, P. Leaving Asia? The Meaning of Datsu-A and Japan's Modern History // *The Asia-Pacific Journal. Japan Focus*. Volume 11. Issue 50. Number 1. 15 December 2013. pp.1–18.
 13. Иванов А.Ю. Южнокорейско-японские отношения через призму территориальных разногласий вокруг острова Токто // *Корейский полуостров и вызовы глобализации* / Под ред. А. З. Жебина, К. В. Асмолова, Р. В. Савельева. М.: ИДВ РАН, 2006. 315 с. С. 228–234.
 14. Moon, R. Pre-war Japan and the Origins of the Korean Diaspora. *Spice Digest*. Spice Stanford. Fall 2010. [Electronic resource] Mode of access: https://spice.fsi.stanford.edu/docs/koreans_in_japan (accessed 10 June 2023)
 15. Iwabuchi, K. When the Korean Wave Meets Resident Koreans in Japan: Intersections of the Transnational, the Postcolonial and the Multicultural // Chua, B.H. and Iwabuchi, K. *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*. Hong Kong, 2008; online edn, Hong Kong Scholarship Online, 14 Sept. 2011 DOI: <https://doi.org/10.5790/hongkong/9789622098923.003.0013> (accessed 13 June 2023).
 16. Дьячков И.В. Историческая память и политика: проблема «женщин для утешения» в современных южнокорейско-японских отношениях // *Японские исследования*. 2019. №4. С. 72–87. DOI: 10.24411/2500-2872-2019-10029
 17. Kim, Y. Soft Power et nationalisme culturel : la vague coréenne // *Outre-Terre*, 2014. Vol. 39, №2, pp.331–337. DOI: 10.3917/oute1.039.0331.
 18. Said, E. W. *Culture and Imperialism*, New York, NY: Vintage Books, 1993. 380 p.
 19. Iwabuchi, K. *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Duke University Press, 2002. 286 p. DOI: <https://doi.org/10.2307/j.ctv11vc8ft>. (accessed 13 June 2023).
 20. Першина М.П. «Мягкая сила» во внешней политике Республики Корея и КНР // *Этносоциум и межнациональная культура*. 2017. №2 (104). С.109–118.
 21. Сухинин В.Е. Иероглифическая письменность в современной Корее // *Филологические науки в МГИМО*. 2020. №22(2). С. 116–124.

Сведения об авторе

Иванова Дарья Геннадьевна – магистрант МГИМО МИД России, г. Москва
E-mail: ivanovadashamgimo@mail.ru

Ivanova D. G.

POPULAR CULTURE AS A POLITICAL TOOL IN SOUTH KOREA – JAPAN RELATIONS: A SAKURA UNDER THE HALLYU WAVE

Abstract: *The popular culture of South Korea, which gained fame in East Asia and on a global scale at the peak of the Korean Wave is used as a political tool to influence the public consciousness of the Japanese. Metaconfucian identity and common East Asian values, broadcast through Korean television series, resonate positively among residents of a number of East Asian countries. Despite the predisposition of certain social groups in Japanese society to consume products of the Korean entertainment industry (video games, comics, music) and the emergence of a special subculture in Japan in this regard, tensions remain between the parties due to the presence of territorial disputes, differences in approaches to the interpretation of historical events, the hostile attitude of the extreme right to the Korean diaspora in Japan. The Republic of Korea is introducing elements of the national traditional culture into the mass culture but due to the Korean problem this approach is not without internal contradictions. Regardless of the significant potential of using South Korean pop culture for political purposes and the attention paid to it at the state level, Korean popular culture still cannot be considered as a full-fledged diplomatic tool in relations with Japan.*

Keywords: *culture, South Korea, Japan, East Asia, Korean Wave, Hallyu, soft power*

References

1. Said E.W. Orientalism: Western Conceptions of the Orient. London: Penguin. 2003. 432 p.
2. Kornilov M.N. Aziatskie kul'tury [Tekst] / M.N. Kornilov // Kul'turologija HH vek. Jenciklopedija v 2 t. T. 1, A–L. SPb.: Universitetskaja kniga, 1998. 447 s.
3. Morishita, M. The Empty Museum. Western Cultures and the Artistic Field in Modern Japan. Routledge, 2010. 160 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315616056> (accessed 13 June 2023).
4. Kim, D.-J., Kim, Y.-Ch. Implications of Korea's Segyehwa Policy // Chandos Asian Studies Series, Chandos Publishing, 2008. pp.211–240. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-1-84334-472-8.50008-1>. (accessed 13 June 2023).
5. Bell D. Grjadushhee postindustrial'noe obshhestvo. Opyt social'nogo prognozirovaniya. M. : Academia, 1999. 788 s.
6. Bodrijar Zh. Obshhestvo potrebleniya. M.: Respublika, 2006. 269 s.
7. Adorno T., Horkhajmer M. Dialectic of enlightenment. SPb.: Juventa, 1997. 312 s.
8. Japan-Republic of Korea Joint Declaration: A New Japan-Republic of Korea Partnership towards the Twenty-first Century. Ministry of Foreign Affairs of Japan. 8 October 1998. [Electronic resource] Mode of access: <https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/korea/joint9810.html> (accessed 10 June 2023).
9. Mori, Y. Winter Sonata and Cultural Practices of Active Fans in Japan: Considering Middle-Aged Women as Cultural Agents // Chua, B.H. and Iwabuchi, K. East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave. Hong Kong, 2008; online edn, Hong Kong Scholarship Online, 14 Sept. 2011 DOI: <https://doi.org/10.5790/hongkong/9789622098923.003.0007> (accessed 13 June 2023).

10. Oh, I. Hallyu: The Rise of Transnational Cultural Consumers in China and Japan // *Korea Observer*. 2009. Vol. 40, №3, pp. 425–459.
11. Cheon, M. Kenkanryu (The Hate Korean Wave): Images of Hatred and Racism in Japanese Manga // *A Journal of Contemporary Art*. November 2008. pp.7–9.
12. Korhonen, P. Leaving Asia? The Meaning of Datsu-A and Japan's Modern History // *The Asia-Pacific Journal*. Japan Focus. Volume 11. Issue 50. Number 1. 15 December 2013. pp.1–18.
13. Ivanov A.Ju. Juzhnokorejsko-japonskie otnosheniya cherez prizmu territorial'nyh raznoglasij vokrug ostrova Tokto // *Korejskij poluostrov i vyzovy globalizacii / Pod red. A. Z. Zhebina, K. V. Asmolova, R. V. Savel'eva*. M.: IDV RAN, 2006. 315 s. S. 228–234.
14. Moon, R. Pre-war Japan and the Origins of the Korean Diaspora. *Spice Digest*. Spice Stanford. Fall 2010. [Electronic resource] Mode of access: https://spice.fsi.stanford.edu/docs/koreans_in_japan (accessed 10 June 2023)
15. Iwabuchi, K. When the Korean Wave Meets Resident Koreans in Japan: Intersections of the Transnational, the Postcolonial and the Multicultural // Chua, B.H. and Iwabuchi, K. *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*. Hong Kong, 2008; online edn, Hong Kong Scholarship Online, 14 Sept. 2011 DOI: <https://doi.org/10.5790/hongkong/9789622098923.003.0013> (accessed 13 June 2023).
16. D'jachkov I.V. Istoricheskaja pamjat' i politika: problema «zhenshin dlja utesheniya» v sovremennyh juzhnokorejsko-japonskih otnoshenijah // *Japonskie issledovanija*. 2019. №4. S. 72–87. DOI: 10.24411/2500-2872-2019-10029
17. Kim, Y. Soft Power et nationalisme culturel : la vague coréenne // *Outre-Terre*, 2014. Vol. 39, №2, pp.331–337. DOI: 10.3917/oute1.039.0331.
18. Said, E.W. *Culture and Imperialism*, New York, NY: Vintage Books, 1993. 380 p.
19. Iwabuchi, K. *Recentring Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Duke University Press, 2002. 286 p. DOI: <https://doi.org/10.2307/j.ctv11vc8ft>. (accessed 13 June 2023).
20. Pershina M.P. «Mjagkaja sila» vo vneshnej politike Respubliki Koreja i KNR // *Jetnosocium i mezhnacional'naja kul'tura*. 2017. №2 (104). S.109–118.
21. Suhinin V.E. Ieroglificheskaja pis'mennost' v sovremennoj Koree // *Filologicheskie nauki v MGIMO*. 2020. №22(2). S. 116–124.

Ivanova Daria Gennadyevna – Graduate of the Master's degree in International Humanitarian Cooperation, Moscow State University of International Relations (MGIMO), Moscow, Russian Federation

E-mail: ivanovadashamgimo@mail.ru