

**KKI**

4:1



Milyen soft power vonzerőt  
képvisel Ázsia?

# KKI 4:1

A Külügyi és Külgazdasági Intézet időszaki kiadványa

Kiadó:

© Külügyi és Külgazdasági Intézet, 2022.

Szerkesztő:

Mezei Tibor – Külügyi és Külgazdasági Intézet

Szerzők:

Mezei Tibor – Külügyi és Külgazdasági Intézet

Szivák Júlia – Pázmány Péter Katolikus Egyetem

Józsa Vivien – Magyar Diplomáciai Akadémia

Rábai-Decsi Dóra – Pázmány Péter Katolikus Egyetem

Szöveggondozás:

T-Kontakt Kft.

Tördelés:

Lévárt Tamás

Illusztráció:

<https://depositphotos.com>

Jelen elemzés és annak következtetései kizárólag a szerző magánvéleményét tükrözik, és nem tekinthetők a Külügyi és Külgazdasági Intézet, a Külgazdasági és Külügyminisztérium, illetve Magyarország Kormánya álláspontjának

A sorozatban eddig megjelent kiadványok

2022/16. [Hogyan változott Románia és a NATO délkeleti szárny helyzete az ukrajnai háború óta?](#)

2022/15. [How do Hungary's neighbours regulate the crypto market?](#)

2022/14. [Milyen konfliktusokat és megoldásokat hozott a 2021/2022-es magyar V4-elnökség?](#)

Régebbi számaink elérhetőek a [KKI](#) honlapján.

A Külügyi és Külgazdasági Intézet 4:1 című sorozatában négy kutató válaszol röviden ugyanarra – a nemzetközi politikát és gazdaságot érintő – kérdésre. Célunk a magyarországi tudományos viták elindítása és a szakértők közötti párbeszéd elősegítése. E számunkban a következő kérdésre kerestük a választ: *Milyen soft power vonzerőt képvisel Ázsia?*

## MEZEI TIBOR

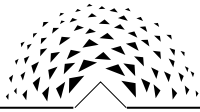
### MI A SOFT POWER?

Kevés fogalom futott be olyan sikeres pályát a nemzetközi kapcsolatok területén az utóbbi évtizedekben, mint a [soft power](#). A soft power ellentéte logikus módon a *hard power*, amit elsődlegesen a katonai erővel szoktak azonosítani, de napjainkban már a gazdasági hatalmat is a „kemény erő” kategóriájába sorolják. Mit értünk akkor „puha erő”?

Míg a „kemény erő” alapvetően a tágan értelmezett kényszerítés eszközeivel operál, – például katonai invázióval vagy gazdasági blokád alá vonással – addig a „puha erő” lényegében vonzerőt jelent, ami meggyőz, megigéz, megtérít, vagyis nem alkalmaz közvetlen kényszerítést abból a célból, hogy rávegyen a számára kedvező vagy érdekeit szolgáló cselekvésre.

A neves amerikai professzor, [Joseph S. Nye](#) vezette be a nemzetközi kapcsolatok tudományába a *soft power* fogalmát. Eredeti meghatározása szerint egy ország *soft power* vonzereje három pilléren nyugszik: a kulturális hatásán, az általa képviselt politikai értékeken, valamint a külpolitikai gyakorlatán. Nemzetközi viszonylatban elsődlegesen a populáris kultúra hatását érdemes vizsgálni a *soft power* kapcsán, gondoljunk az angol rockzenekarok, a hollywoodi filmek vagy az olasz konyha népszerűségére. Az is belátható, hogy egy ország politikai berendezkedése ténylegesen befolyásolja nemzetközi megítélését; nem véletlen az embertelen diktatúrát fenntartó [Észak-Korea](#) széles körű elutasíttottsága, mint ahogy Szingapúr pozitív nemzetközi reputációja sem. Bár a külpolitika elsődlegesen a nagyhatalmak esetében jelentkezik az országimázst meghatározó tényezőként, a szomszédaival szembeni agresszív viselkedés jelentősen befolyásolhatja egy kicsi vagy közepes ország *soft power* vonzerejét is.

Nye megadja a *soft power* szabatos definícióját, miszerint az arra való képességet jelenti, hogy a kitűzött célt elérje anélkül, hogy másokat fenyegetéssel vagy anyagi jutalom felajánlásával venné rá viselkedésük megváltoztatására. Ezen kívül Nye hangsúlyozza, hogy nem húzható éles határ a kemény és a puha erő között. Hiszen a rendkívüli kemény erő már önmagában is vonzerőt gyakorol; vegyük például [Kína hihetetlen gyors gazdasági felemelkedését, ami egy olyan teljesítmény, amely vonzerőt gyakorol számos országra](#). Ezek az országok maguktól keresik a lehetőséget, hogy fejlesszék kereskedelmi kapcsolataikat Kínával, és ez természetesen eleve előnyös helyzetet teremt a kínai fél számára.



Fontos megemlíteni, hogy míg a politikai értékek és a külpolitikai szerepvállalás terén az egyes országok kormányzatai nagy mozgástérrel rendelkeznek, addig ez nem áll a *soft power* kulturális vonatkozásaira. Az indiai kultúra jelentős hatást fejt ki szerte a világban, de a jóga vagy a meditáció nemzetközi népszerűségét India kormánya semmilyen módon nem képes befolyásolni. Ennek ellenére az indiai kormányzat igenis fel tudja használni az ország kulturális vonzerejét külpolitikai céljai előmozdítása érdekében. Hasonló módon láthatjuk, hogy Dél-Korea politikai döntéshozói is igyekeznek felhasználni a koreai hullám, a [Hallyu](#) egyre növekvő globális népszerűségét az ország nemzetközi pozíciójának erősítésére.

Nye szerint a korunkat jellemző globális információs társadalom viszonyai között azon országok képesek növelni *soft power* vonzerejüket, amelyek kultúrája közel áll az uralkodó globális normákhoz, a lehető legszerteágazóbb kommunikációs csatornákkal rendelkeznek, ezáltal hatékonyan tudják befolyásolni a nemzetközi ügyek alakulását, és amelyek hitelességét hazai és nemzetközi eredményeik is igazolják.

Bár Nye kiemeli a nemzetközi kommunikációs csatornák jelentőségét, úgy vélem, nem hangsúlyozza kellőképpen, hogy a *soft power* hatóerejének közege a média (beleértve a világhálót is). Napjainkban egy ország kulturális, politikai és külpolitikai imázsa a média különböző felületein keresztül jelenik meg, és elsődlegesen annak közegében formálódik. Ezen kívül Nye a globális információs társadalom egyesítő tendenciáit állítja előtérbe, és nem szentel megfelelő figyelmet az ezzel párhuzamosan jelentkező fragmentációnak, a „buborékok” keletkezésének. Egyszerre láthatjuk például, hogy a nemzetközi sportrendezvények egyre jelentősebb *soft power* vonzerővel bírnak, és ez a vonzerő egyre nagyobb hatást fejt ki globális szinten, ugyanakkor pedig egyes politikai ügyek mentén éles megosztottságok alakulnak ki szintén globális léptékben. Előbbi kapcsán gondoljunk a tavaly megrendezett tokiói olimpiai játékokra, utóbbi kapcsán pedig Kuvait 1991-ben történt Irak általi lerohanására. A világ egyik fele főgonoszként tekintett Szaddám Huszajn iraki diktátorra, míg a másik fele muszlim hősként tisztelte.

[India, Japán és Dél-Korea](#) gazdasági kiemelkedő szerepet játszanak a világgazdaságban, és meghatározó szereplői az indopacifikus térségnek. Az alábbi rövid elemzések a három ázsiai ország *soft power* vonzerejét vizsgálják, és bemutatják, hogy azok milyen módon igyekeznek „puha erejüket” felhasználni a nemzetközi szinten.

## SZIVÁK JÚLIA

### INDIA – ELMARADT ÁTTÖRÉS

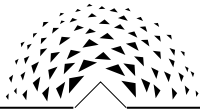
Naréndra Módí indiai miniszterelnök nagy reményekkel és átfogó *soft power* stratégiával látott neki miniszterelnöki tevékenységének 2014-ben. A nagy várakozások nem voltak túlzottak: bár az indiai kultúrával kapcsolatos bizonyos elemek,

mint például a gasztronómia vagy a jóga világszerte népszerűek, ezek elsősorban a diaszpóra révén terjedtek el, így bőven [lett volna tér](#) az indiai *soft power* kiterjesztésére. Módí igyekezett saját karizmatikus személyiségét is megfelelően [pozícionálni](#), de törekvéseit nem koronázta igazi siker. Annak ellenére, hogy India szívesen látná magát *soft power* nagyhatalomként, az elmúlt években [különböző](#) kutatóközpontok által készült [felmérésekben](#) India épphogy bekerült a top 40-es listába. A kormányon töltött nyolc év alatt tehát a Módí-féle PR-gépezetnek [sem sikerült jelentős áttörést elérnie](#). Mi lehet ennek a kudarcnak az oka? Az alábbiakban pontokba szedve az indiai *soft power* törekvések fókuszpontjában álló témaköröket vizsgálom meg, majd pedig elemzem, hogy ezek miért nem álltak össze egy sikeres, átfogó stratégiává.

India a világ legnagyobb demokráciája, és a függetlenség 1947-es elnyerése óta gyakran [büszkélkednek](#) ezzel az indiai vezetők különböző nemzetközi fórumokon. E valóban dicséretes tény ellenére az országban továbbra is hatalmasak a társadalmi különbségek, továbbá a korrupció is igen jelentős. A BJP 2014-es hatalomra kerülése óta pedig főként a vallási kisebbségek jogainak korlátozása és a szekularizmus eróziója az, amely nemzetközi figyelmet és kritikát is gerjeszt. Elsősorban a muszlim vallási kisebbségek állnak a kormány hindu felsőbbrendűséget hirdető politikájának kereszttüzeiben, amelynek keretében 2019-ben [újrahúzták](#) az egyetlen muszlim többségű tagállam, Dzsammú és Kasmír adminisztratív határait, valamint 2019-ben módosították az állampolgárságról szóló törvényt, amely lehetővé tette a [vallási alapú diszkriminációt](#) a menekültek honosítása során. 2020 tavaszán pedig muszlimellenes erőszakhullám is végigsöpört Észak-Indián, amelyet a kormány meg sem próbált [megállítani](#). A földművestüntetésekkel szembeni agresszív fellépés és a sajtószabadság korlátozása szintén nagy [nemzetközi visszhangot](#) váltott ki. Mindezek az intézkedések Indián belül és a nemzetközi közbeszédben is komoly visszatetszést váltottak ki.

Ennek ellenére India igyekszik magáról a békés, tradicionális nagyhatalom képét sugározni, és az indiai kultúrának azon elemeit hangsúlyozni, amelyek az indiai civilizáció ősiségére és békés jellegére fókuszálnak. Ehhez tartozik a jóga, a különböző spirituális gyakorlatok és az ájurvéda fontosságának kiemelése. Módí *soft power* törekvéseinek egyik kézzelfogható eredménye a nemzetközi jóganap [bevezetése](#), amely 2015 óta az ENSZ által is elismert és világszerte az indiai nagykövetségek egyik legfontosabb programja az év során.

India GDP-jének [7,4%-a](#) származik az IT-szektorból, és az ország a multinacionális vállalatok kedvelt célpontja, ha a munka kiszervezéséről van szó. A kormány így igyekszik hangsúlyozni a technikai kapacitásokat is az országmárka építésében, és az [okos városok](#), illetve a [Tiszta India](#) kampány támogatásával a rohamosan fejlődő ázsiai országok közé tartozását jelezni. Részben a nagy ázsiai versenytárral, Kínával szemben igyekeztek megerősíteni ezt a képet, amelynek egyik fontos pillére lett volna a hazai gazdaság megerősítése. Ennek egyik eszköze a „Make in India” kampány, amely a hazai termelés megerősítése és az önellátás



fokozásának céljával jött létre. A „Make in India” program nagyobb sikereket [nem tudott elérni](#), sőt, a Covid-járvány még mélyebbre taszította Indiát a gazdasági válságba. Az évek óta jelentős munkanélküliség is az egekbe szökött, és egyelőre a kormánynak nem sikerült olyan lépéseket tennie, amelyek jelentős változást hoztak volna. Vidéki régiókban a mezőgazdaság újraindulásával ugyan [csökkent](#) a munkanélküliség, de a nagyvárosi fiatalok helyzete továbbra is meglehetősen [kilátástalan](#).

India hatalmas területe, földrajzi és kulturális diverzitása természetes turistaközponttá teszi az országot. A mindenkori indiai kormányzat is sok energiát fordít a turizmust segítő kampányokba, amelyek közül legjelentősebb az „Incredible India” nevű, 2002 óta futó kampány, illetve 2014 óta az elektronikus turistavízum lehetőségének biztosítása is. A Covid-járványt megelőzően India GDP-jének csaknem [7%-át](#) biztosította a turizmus szektora, amely az elmúlt években bár drasztikusan visszaesett, kilábalni látszik a válságból. Komoly probléma azonban, hogy India napjainkban is kifejezetten nehezen fogyasztható az országot nem különösebben mélyen ismerő turisták számára, ugyanis hiányzik az a megbízható infrastruktúra, amely megkönnyítené az utazásszervezést, illetve magát az országban való létezést. Az Indiába nem szervezett úton érkező látogatót a repülőtértől a híresebb látványosságokig önjelölt túravezetők hada támadja le, és a gyanútlan turisták gyakran esnek jól megszervezett átverések vagy bűncselekmények áldozatául.

Érdekes megvizsgálni azon híres személyiségek, mint például Mahátmá Gándhí vagy Rabinranáth Tagore esetét, akik bár nemzetközi ikonoknak számítanak, a jelenlegi politikai kurzus ideológiájával ellentétes nézeteket vallottak. Gándhí példaképnek, élete és híres mondatai útmutatónak számítanak megannyi nemzetközi vezető számára, és India számára is indokolt Gándhí személyét komolyabban bevonni a *soft power*-stratégiába. Azonban Gándhí, az erőszakmentesség és a vallási felekezetek közötti harmonikus együttélés szószólója 1948-ban egy hindu jobboldali merénylő áldozata lett. A szintén hindu jobboldali politikát valló BJP ezt az ellentmondást úgy próbálja feloldani, hogy Gándhí hinduságát hangsúlyozza, illetve Naréndra Módit Gándhíhoz hasonló [fakírnak állítja be](#) és igyekszik elterelni a figyelmet arról, hogy valójában nézetei a legkevesbé sem kompatibilisek napjaink hindu felsőbbrendűséget hirdető állami politikájával. Különösen nehéz ezt annak fényében értelmezni, hogy 2022-ben Náthurám Gódszét, Gándhí merénylőjét is rehabilitálták, és könyvtárat és oktatási központot [hoztak létre](#) a tiszteletére.

Összességében elmondhatjuk, hogy komoly ellentétek feszülnek aközött, amit India a világ felé szeretne mutatni magából, illetve a valóság között. India továbbra sem tudja kiaknázni a benne rejlő *soft power* lehetőségeket, ugyanis nem feltétlenül a megfelelő, egyébként is népszerű tényezőket, mint például a gasztronómiát vagy a populáris kultúrát hangsúlyozza a nemzetközi porondon. Másrészről pedig azok a tényezők, amelyeket kiemelnek, annyi ellentmondással terheltek, hogy szinte felkínálják magukat a nemzetközi kritikáknak. A múltba való visszanyúlás,

a történelmi eredmények hangsúlyozása világszerte a krízisről figyelmet elterelni próbáló kormányzatok stratégiája, tehát nem meglepő, hogy India is múltbéli eredményeiből igyekszik napjainkban is táplálkozni. Fontos megemlíteni, hogy napjaink Indiáját annyi gazdasági, társadalmi és politikai probléma feszíti, a nők helyzetétől elkezdve a gyorsan növekvő munkanélküliségen át a tragikus mértékű környezetszennyezésig, amely mellett igen nehéz is volna jó nemzetközi imázst kialakítania magáról.

## JÓZSA VIVIEN

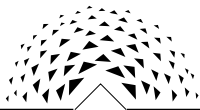
### KOREA – ÚJ SOFT POWER NAGYHATALOM?

A különböző *soft power* felmérések alapján a Koreai Köztársaság puha hatalmi státusza jelentősen javult az elmúlt években: a [Brand Finance](#) listáján az ország minősítése 2021-ben a 14. helyről a 11. helyre ugrott, a [Monocle](#) 2020. december/2021. januári számában pedig a 2. helyen állt, kiérdemelve a „*soft power szupersztár*” címet.

A Joseph Nye által meghatározott puha hatalom három pillérje (politikai értékek, külpolitika, kultúra) közül Dél-Koreában egyértelműen a kultúra dominanciája figyelhető meg. Az ún. Koreai Hullám (*Hallyu*) a koreai populáris kultúra külföldi terjedésének jelenségére utal, mely a '90-es években jelent meg először Ázsiában, majd a 2010-es években világméretű sikertörténetté nőtte ki magát. Különösen az elmúlt öt-hat évben értek el jelentős sikereket mind a zene-, mind pedig a filmiparban: Koreából indult világhódító útjára napjaink legnépszerűbb fiúbandája, a többszörös Grammy-jelölt BTS; 2020-ban [négy Oscar-díjat](#) is elnyert Bong Dzsunho rendező *Élősködők* című filmje, a *Squid Game* című sorozat pedig a Netflix történetének legnézettebb sorozata volt 2021-ben [több mint 90 országban](#), köztük Magyarországon és az Egyesült Államokban is.

Arra a kérdésre, hogy vajon miért lett ennyire sikeres a koreai popkultúra, nehéz egyszerű választ adni. Személyes véleményem szerint ennek egyik fő oka, hogy „jókor voltak jó helyen”, ám a képlet valójában ennél sokkal összetettebb. A globalizáció, az információs technológia fejlődése és a különböző streaming platformok – elsősorban a YouTube és a Netflix – világméretű térhódítása elengedhetetlen volt a *Hallyu* mai sikeréhez, hiszen így könnyedén hozzáférhetővé váltak a koreai alkotások világszerte. Ez önmagában azonban nem magyarázza, hogy miért pont a koreai popkultúra lett ilyen népszerű.

Mind a koreai popzene, mind pedig a koreai filmek és sorozatok egy hosszú evolúciós folyamaton mentek keresztül, melynek során az egyes elemek egyre tökéletesedtek, bizonyos szinten egyre közeledtek a nyugati sztenderdhez, ízléshez, ugyanakkor megőrizték a koreai eredetiséget. Ebben a folyamatos fejlődésben, alakulásban kiemelendő szerepe van a piackutatásnak és a marketingnek –



a fogyasztók véleménye, érzékenysége nagyban befolyásolja a zenei életet és a filmipart egyaránt. Továbbá általánosan megfigyelhető, hogy nagy hangsúlyt fektetnek a külsőségekre, így a sztárok kinézetére is.

Zenei szintéren kialakult egy [rendszer](#), melynek során a tehetséges fiatalok bekerülnek egy vállalat ún. „idol trainee” programjába, ahol kőkemény „kiképzést” kapnak: énekórák és táncórák mellett nyelveket is tanulnak, megtanulják, hogyan kell viselkedni a nyilvánosság előtt, hogyan kell interjút adni, és persze rengeteget gyakorolnak. A kevés kiválasztottnak végül megadatik a lehetőség, hogy egy csapat tagjaként – vagy ritkább esetben szólóelőadóként – debütáljon a nagyközönség előtt. Ez az olajozott gépezet sorra gyártja a következő generáció sztárjait, ám csak töredékük ér el számottevő sikereket. (Ennek a rendszernek sok [negatív velejárója](#) is van, de ebben az írásban ezekre nem térünk ki.)

A [K-pop nemzetközi sikere](#) sokak szerint abban rejlik, hogy a dalok hangzásban ötvözik az ázsiai és európai/amerikai ízlésvilágot, ének mellett rap is hallhatható bennük, valamint a refrén – egésze vagy egy része – általában könnyedén megtanulható, énekelhető a rajongók számára anyanyelvtől függetlenül. Mindezt kiegészíti a látványos előadás, szinkronban mozgó, bonyolult koreográfia szerint, amelynek szintén van legalább egy könnyen követhető és megtanulható kulcsmozdulata. Mindezt kiegészíti a különleges öltözet és smink, amelyek tökéletesen illeszkednek az adott dal témájához, koncepciójához, kerek egészt alkotva, sokszor divatot teremtve. A videóklippek jó minőségűek, bennük általában keveredik a dalhoz készült koreográfia és egy történet, amelyre az adott dalt – sokszor teljes albumot vagy akár több albumot – felfűznek. A rajongókkal való folyamatos kapcsolattartás a legkülönbözőbb platformokon pedig sokkal emberibbé teszi a sztárokat, a rajongók egy sokkal személyesebb köteléket tudnak kialakítani kedvenceikkel (ennek a rajongói kultúrának is sajnos rengeteg [extrém formája](#), árnyoldala van).

A koreai [filmek és sorozatok esetében](#) szintén megfigyelhető az ázsiai és a nyugati kultúra fúziója mellett a jelentős minőségjavulás a képvilágban és a speciális effektek területén. Továbbá érdemes megjegyezni, hogy az utóbbi 10-15 évben a színészi játék is sokat idomult a nyugati sztenderdhez, közben megőrizve bizonyos koreai sajátosságokat. A legnépszerűbb történetek gyakran a mindennapi életre fókuszálnak – törekedve Korea, a koreai hétköznapok, kultúra bemutatására –, így az átlagos néző együtt tud érezni a karakterekkel, azonosulni tud velük, bele tudja magát élni a történetbe, miközben megmaradnak a sajátosan koreai vonások, a nyugati nézők számára az újdonság, egzotikum varázsa. Bár sok klisé fedezhető fel az egyes történetekben, de legtöbbször váratlan – gyakran sötét – csavarokkal szögezik a nézőket a képernyő elé. A K-pop és a K-drámák világában átfedéseket is találhatunk, ugyanis sok idol színészként is kipróbálja magát, így gyakran a rajongóik a zene után a sorozatok rabjaivá is válnak.

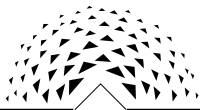


A *Hallyu* világsikere folyamatosan alakítja a Koreáról alkotott képet. Napjainkra a „Korea” szó hallatán nagyrészt már háttérbe szorultak az Észak-Koreával kapcsolatos asszociációk, és a dél-koreai demokratizáció és modernizáció előtti negatív képek. A Korea Foundation for Cultural Industries Exchange (KOFICE) 2020-as [felmérése](#) szerint ma a következő öt szó a leggyakoribb asszociáció „Korea” kapcsán: 1. K-pop (16,8%), 2. koreai ételek (12%), 3. IT-ipar (6,9%), 4. *Hallyu* sztárok (6,6%) és 5. K-drámák (6,4). Az Észak-Koreával kapcsolatos kulcsszavak utoljára 2017-ben szerepeltek ezen az ötös listán. A popkultúra mellett kiemelendő szerepe van az olyan ipari konglomerátumok (*csebolok*) magas színvonalú, világszerte keresett termékeinek, mint a Samsung, a Hyundai vagy az LG. Dél-Korea tehát az elmúlt mintegy 30 évben jelentősen javított nemzetközi imázsán, mely több más szektorba is átgyűrűzött, létrehozva az ún. „Korea brandet”. A sikereket felismerve a *Hallyu* és maga a koreai kultúra további terjesztése fontos napirendi ponttá vált a dél-koreai kormány számára. Érdeemes megemlíteni, hogy a koronavírus-világjárvány idején szintén javult az ország nemzetközi megítélése, köszönhetően a gyors és átfogó tesztelésnek, az alkalmazott csúcstechnológiának és a maszkviselés kultúrájának.

Nagyszerű lehetőséget nyújtott az ország puha erejének bemutatására és növelésére a 2018-ban Pjongcsangban megrendezett téli olimpiai játékok, melyet az utóbbi idők egyik legjobban megrendezett olimpiájaként [tartanak számon](#). Ez visszatekintve különösen igaz, ha figyelembe vesszük, hogy a 2020-as (végül 2021-ben megrendezett) tokiói nyári olimpiát és a 2022-es pekingi téli olimpiát is beárnyékolta a Covid-19-világjárvány. Történelmi pillanatnak lehetünk szemtanúi 2018-ban, amikor a béke szellemében a két Korea az „egyesített Korea” lobogója alatt közösen vonult be, valamint közös női hokicsapattal indult a játékokon.

A kulturális *soft power* és az innovatív diplomáciai megközelítések új és egyben merész lépése volt, amikor 2021-ben Mun Dzsein elnök a BTS fiúcsapat tagjait [kinevezte](#) „a jövő generációi és a kultúra különleges elnöki megbízottjává”, akik így az elnökkel együtt részt vettek az ENSZ 76. közgyűlésén New Yorkban, ahol beszédet is tartottak a megvitatott aktuális témákról, többek közt a koronavírusról és a klímaváltozásról.

A *soft power* tehát fontos stratégiai eleme a dél-koreai kormánynak, amely hozzájárul a középhatalmi ambícióinak megvalósításához, ily módon növelve az ország nemzetközi befolyását a két (regionális) nagyhatalom, Kína és Japán árnyékában. Ezen törekvések fényében az elmúlt évtizedben a dél-koreai kormány egyre aktívabb részesévé vált különböző nemzetközi fórumoknak, és nagyobb hangsúlyt kezdett fektetni az olyan nem hagyományos kérdésekre, mint az éghajlatváltozás, a globális egészségügy, a kultúra és az emberek közötti kapcsolatok.



## RÁBAI-DECSI DÓRA

### JAPÁN – SOFT POWER STRATÉGIA ÚJRAGONDOLVA

Japán a bezárkózás hosszú időszaka után a 20. században markáns szereplőként lépett a nemzetközi színtérre, és egyúttal meglátta a lehetőséget „egzotikus” hatású kultúrájának *soft power* jellegű felhasználásában. Ekkor váltak világszerte rendkívül népszerűvé többek között a japán kézműves- és kerámiatárgyak. A 20. század második felében pedig a filmvászon is hasznos közvetítőnek bizonyult a hagyományos japán kultúra és szokások közvetítésében a nemzetközi közönség felé. A *soft power* tulajdonképpen a politikai eredmények elérésének eszköze, Japán pedig sikeresen alkalmazta ezt a stratégiát a második világháború utáni időszakban felívelő gazdasági tényeresésének kiegészítő mechanizmusaként.

Manapság azonban a japán *soft power* hasznosságának megértését elsősorban az akadályozza, hogy a kortárs szakirodalom túlságosan a populáris kultúrára összpontosít. Természetesen a japán popkultúra széles körben elterjedt és fogyasztott az egész világon, és a *soft power* egyik fő aspektusa volt a 2000-es évek elején. Nem lehet azonban figyelmen kívül hagyni más tényezőket sem, mint például a társadalmi-kulturális együttműködést a nemzetközi segélyezés révén, az éghajlatváltozás mérsékléséhez való hozzájárulást, valamint a humanitárius segítségnyújtásban és a katasztrófaelhárításban való részvételt.

A japán popkultúra számos formában valósul meg a hétköznapokban, mint például az anime, a manga, a cosplay, és a J-pop, amelyek legfőképpen a fiatalabb korosztály körében lettek széleskörben népszerűek. Ennek fokozott és irányított terjesztése és kihasználása érdekében 2015-ben megalapították a [Cool Japan Stratégiai Népszerűsítési Tanácsot](#) (Cool Japan Strategic Promotion Council) egy köz- és magánszféra közti szervezetként. Ennek keretében létrehoztak egy összefüggő stratégiát, amelynek segítségével strukturáltan és szervezeten alakították a Japán által exportált *soft power*-t. A világszerte ismertté vált zen buddhizmus, az ikebana, a japán irodalom, a japán eredetű sportok és a gasztronómia mind a Cool Japan stratégia részévé váltak sok más terület mellett.

Azonban a japán *soft power* egyéb aspektusait is figyelembe kell vennünk, amelynek alapvető célja, hogy megszilárdítsa a nyugati egységhez való tartozást, és ellensúlyozza Kína és Oroszország szerepét az ázsiai térségben. Ennek fontos stratégiai eszköze a közvetlen tőkebefektetés, valamint a hivatalos fejlesztési támogatás (ODA) nyújtása a térségbeli fejlődő országoknak. Utóbbi révén Japán az általa okozott történelmi sérelmek helyreállítását is megcélozta a délkelet-ázsiai térség országaiban. Ezt jól szemlélteti, hogy a 2019-es adatok alapján [Japán ODA-támogatásainak](#) körülbelül 56%-a irányult a kelet- és délkelet-ázsiai térség országaiba. Ez a segélyalapú hálózatépítés arra készíti a kedvezményezett országokat, hogy Japánt nélkülözhetetlen partnerüknek

tekintsék.

A regionális törekvésektől eltávolodva Japán a világ szemében az innovációs és technológiai nagyhatalom szerepében kíván feltűnni. Nem véletlen, hiszen az ország az első helyen szerepel a [technológiailag legfejlettebb országok](#) között. Az innováció egyre fontosabbá válik nemcsak a gazdasági növekedés fenntartásához, hanem a társadalmi problémák megoldásához, valamint a biztonság és a védelem garantálásához is. Idén júniusban a Kishida-kormány közzétette a [2022-es integrált innovációs stratégiát](#), az útmutatót az ötödik generációs társadalom megvalósításához, amely szintén egy Japánhoz kötődő modern fogalom. A [Társadalom 5.0](#) ugyanis egy olyan emberközpontú társadalom, amely a gazdasági fejlődést és a társadalmi problémák megoldását a kibertér és a fizikai tér nagyfokú integrációján keresztül valósítaná meg.

Japán tehát fokozatosan alakítja át a magáról alkotott képet és a külvilág felé irányuló *soft power*t, amely egyrészt a társadalmi és környezeti kihívásokra, másrészt a globális egészségügyi és politikai problémákra adott válaszreakciónak is tekinthető.