

DOI 10.35775/PSI.2026.127.3.036

УДК 32.327

В.Д. ПЛАТОНОВА

аспирант Института Китая и современной Азии

Российской академии наук, Россия, г. Москва

E-mail: platvarvara@gmail.com

ORCID: 0009-0003-7511-0271

ГЕНДЕР, ПОКОЛЕНИЕ И ЦИФРОВАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ: МОЛОДЕЖНЫЙ ЭЛЕКТОРАТ РЕСПУБЛИКИ КОРЕИ В XXI ВЕКЕ

В статье исследуется трансформация участия молодежи в политической жизни Республики Корея на фоне цифровизации, изменения гендерных идентичностей и появления новых моделей электорального поведения. Выборы 2017–2025 годов показали, как цифровая среда сменила способы самоопределения и коммуникации электората, прежде всего – среди молодых женщин и мужчин до 30 лет. Центральное место занимает тема разрыва между поколениями, рост феминистских и антифеминистских настроений, а также возникновение новой формы политического «я», формируемого не партийной программой, а мемами, TikTok-контентом и логикой лайков. На основе эмпирических данных, культурных кодов и теоретических концептов (Дж. Батлер, М. Фуко, Э. Папахарисси) электоральная политика Республики Корея в XXI в. определяется как пространство сетевых идентичностей, не сводимых к традиционным демографическим группам.

Ключевые слова: Республика Корея, молодежный электорат, гендер, цифровая идентичность, выборы, политическая культура, TikTok-политика, феминизм, медийное поведение, Generation Z.

Введение. В Южной Корее голосование давно перестало быть всего лишь бюрократической процедурой, приняв с началом XXI века форму коллективной рефлексии. Особенно это чувствуется в среде молодых. Те, кто родился после 1995 года, растут в реальности, где границы между частным и политическим почти исчезли. Они в меньшей степени ориентируются на партийные манифесты, традиционные медиа и классическое идеологическое деление на «правых» и «левых». Их политическое поведение формируется под влиянием фрагментированного цифрового контента – коротких видеороликов (TikTok), мемов, пользовательских комментариев, а также эмоционально насыщенных реакций в социальных сетях.

Одним из заметных переломных моментов стал электоральный сдвиг 2022 года. Тогда избирательные штабы впервые напрямую работали с идентичностями, а не с идеологиями. Женщины до 30 лет проголосовали иначе, чем в любом другом электоральном цикле, явив резко выраженное расхождение

с выбором мужчин того же возраста. По данным Национальной избирательной комиссии Республики Корея, в Сеуле женщины младше 30 показали рекордную активность, а разрыв между мужским и женским голосованием в этой возрастной группе составил более 20% по ряду кандидатов [9. С. 207; 16. С. 45]. С тех пор политика в стране все больше ориентируется на символы, фрагменты цифровых личных историй, а не на партийные программы. Молодежь стала полноправным участником политического процесса.

В условиях стремительной цифровизации возникла новая культурная рамка: электорат перестал быть «целевой аудиторией», став совокупностью пересекающихся цифровых идентичностей. Понять, как голосует южнокорейская молодежь, – значит изучить не программы партий, а алгоритмы TikTok, феминистские сообщества и антивоенные мемы на Discord. Подобный сдвиг вынуждает исследователя задействовать иной инструментарий. В тексте используются аналитические подходы, разработанные в рамках феминистской теории (Джудит Батлер), медиатеории (Элайза Папахарисси) и культурного анализа власти (Мишель Фуко). В данном подходе важно не только то, как молодежь голосует, но и то, как она себя воспринимает – как гражданин и участник цифровой среды, что существенно для анализа ее электорального поведения.

Политическая культура Южной Кореи с ее конфликтами, всплесками и парадоксами стала показательным полем наблюдения за тем, как возникла новая политическая чувствительность. Та, что уже не соотносится с поколениями 386 или старшими, а складывается в реакции на гендерные вызовы, цифровой шум и отказ от «единственно верных» идеологических позиций. Хронологически исследование сосредоточено на периоде с 2017 по 2025 год – электоральных циклах, которые наиболее рельефно высветили переход от традиционных форм политической мобилизации к цифровым.

Цифровая среда как новое пространство политики и сетевой нарратив. Во второй половине 2010-х годов в Республике Корея начала оформляться аутентичная форма политического повествования – сетевой электоральный нарратив. Он не выстраивается в формате линейной истории, предложенной партиями, а собирается из множества коротких, противоречивых медийных импульсов – TikTok-роликов, мемов, интонаций, скандалов и комментаторских реакций. В этой структуре нет центра, каждый избиратель конструирует собственную ленту значимости. Политическая коммуникация стала персонализированной: пользователю предлагаются фрагменты, совпадающие с его личным цифровым следом, что дает ощущение «личной причастности» и одновременно – полной оторванности от общей картины. В результате даже голосование превращается в своего рода «лайк» или «дизлайк» конкретной эмоции, а не рациональное одобрение программы.

Теоретически эту ситуацию уместно осмыслить через понятие «аффективной публики», введенное Элайзой Папахарисси [11. С. 115]. По ее мнению, цифровые политические сообщества возникают не на основе общей идеологии, а на базе эмоционального отклика, раздражения или сочувствия к тому или иному образу, голосу, мимике – поэтому электоральная логика с 2020-х

годов все больше смещается от дебатов – к визуальным и аудиальным представлениям, к иронии, насмешке. Новый нарратив: фрагментарный, нерегулярный, эмоционально насыщенный, но идеологически расплывчатый. Подобная трансформация несет в себе парадокс. С одной стороны, персонализация подарила иллюзию автономии, ощущение, что политический выбор материализовался из недр личного опыта, а не навязан сверху. С другой – сам этот опыт конструирован алгоритмами, чья логика для пользователя скрыта. Политическое предпочтение, таким образом, выступает продуктом совпадения между цифровым следом индивида и оптимизированным под него контентом. Рациональная дискуссия о бюджете или внешней политике проигрывает в этой гонке за внимание короткому видеоролику, в котором кандидат исполнил популярный танцевальный челлендж или тонко обыграл узнаваемый медийный тренд.

В преддверии парламентских выборов 2024 года политическая конкуренция активизировалась в цифровом пространстве. На фоне резко упавшего рейтинга действующего президента Юн Сок Еля, Демократическая партия сделала ставку на TikTok и Instagram* для мобилизации молодежи. Среди избирателей 18-29 лет более 65% указали в опросах, что впервые получили информацию о кандидатах через короткие видеоролики в социальных сетях [10. С. 32; 17. С. 28]. В ответ штаб кандидатов от партии «Сила народа» (국민의힘) применил дипфейки в «контра-вирусной» агитации, где лидеров оппозиции показывали в искаженном свете. Кампания ознаменовалась также первым применением блокчейн-аналитики для отслеживания накрутки лайков и комментариев, что подтвердило искусственное происхождение около 28% активности [3. С. 18].

На парламентских выборах 2024 года методы дискредитации достигли нового уровня. Кандидат от Демократической партии Ли Чжэ Мен обвинялся в использовании «бот-ферм» для распространения компромата на оппонентов, что подтверждается расследованием Национальной избирательной комиссии РК. На фоне официального расследования о его использовании «бот-ферм» конкуренты из партии «Сила народа» обнародовали сфабрикованное с помощью ИИ видео с его «признанием» в коррупции. Данный кейс оказался переломным для регуляторов, наглядно показав системный характер угрозы: традиционные методы агитации окончательно уступили место высокотехнологичным инструментам дискредитации, скорость распространения и убедительность которых делали старые механизмы контроля неэффективными. Скандал привел к принятию поправок к Закону о выборах (ст. 85-3), запрещающих агитацию, с использованием технологии дипфейк, за 90 дней до голосования [3. С. 25].

В целом, парламентские выборы 2024 года открыли новую грань электоральной борьбы: противостояние не самих лишь кандидатов, но и их цифровых двойников. Прецедент с дипфейком, в котором политик читает текст, сгенерированный нейросетью на основе цитат оппонента, вызвал резонанс далеко за пределами страны, а уже в середине кампании TikTok заблокировал более тысячи видео, где мимика ряда ведущих политиков искажалась алгоритмом для создания образа растерянного, нерешительного человека. Подобная форма

дискредитации оказалась едва различима от сатирических роликов – и конкретно эта неуловимая грань вызвала споры в судебной среде.

Итак, в Республике Корея обличающие, заказные и фальшивые новости рассылались либо самими кандидатами, либо их избирательными штабами. На производство фальшивых новостей обратили внимание те, кто делал собственные замечания во время телевизионных дебатов и ставил в тупик или стремился дискредитировать своих оппонентов [14]. В южнокорейской политике фейковые новости создавались преимущественно по политическим мотивам, тогда как экономическая тематика реже становилась объектом дезинформации.

Мониторинг работы структур, распространяющих дискредитирующие новости, показал, что они часто писались и распространялись знакомыми как средство укрепления солидарности среди тех, кто разделяет их мнения. Распространение подобного рода новостей в форме слухов через сообщения на смартфонах и закрытые пространства социальных сетей было активным. Анализ результатов опроса подтвердил, что многие избиратели получали фейковые новости на президентских выборах 2017 и 2022 годов [13], обсуждали фейковые новости с окружающими и делились ими через SNS media. Кроме того, результаты различных опросов, проведенных в РК в 2017-2022 годах, подтверждают, что эмоциональная мобилизация, такая как ненависть и отвращение, негативно влияет на результаты выборов. В конце концов, фейковые новости приводят к поляризации СМИ, и в этой среде избиратели драматизируют собственную политическую ориентацию [4].

В Республике Корея влияние негативных и фейковых новостей усиливает политическую поляризацию после президентских выборов; следовательно, можно ожидать расширения их влияния. Значительная разница в поведении избирателей по поколениям и тот факт [2. С. 80], что внутренняя связь двух партий стала более сплоченной в результате удовлетворенности работой президента после президентских выборов (хотя это утверждение не применимо к партии Гукмины хим, т.к. там в 2022 г. начался новый разлад, связанный с отстранением лидера партии Ли Чжун Сока) подтверждают вывод о том, что фальшивые новости усилили политическую поляризацию после президентских выборов.

Технологии манипуляции и развитие конфликта. Алгоритмы социальных сетей и эхо-камеры способствуют появлению «социальных личностей» – групп избирателей, чьи политические взгляды радикализируются, а неприятие компромиссов с оппонентами подрывает потенциал общественного консенсуса [12].

Своего апофеоза подобное манипулирование общественным сознанием достигает, когда кандидаты в президенты встречаются в «острой фазе политической конкуренции» как в случае с Ли Чжэ Меном и Юн Сок Елем на президентских выборах 2022 г. [12] – тогда начинается откровенная взаимная дискредитация кандидатами друг друга, явный уход от политики и предвыборных обещаний в пользу публичной дискредитации друг друга в каких-либо преступлениях или неприятных поступках. Президентские выборы 2017, 2022 гг. в Республике Корея стали одной из таких схваток, подтвердив существующий кризис демократии в этой стране.

Досрочные президентские выборы 2025 года, вызванные отрешением президента Юн Сок Еля, показали дальнейшую эволюцию фейковых стратегий. Президентские выборы 2025 года не стали продолжением логики 2022-го – они существенно изменили характер электоральных процессов. Отрешение Юн Сок Еля породило электоральную растерянность среди сторонников партии «Сила народа». С выборами 2025 года изменилось не только содержание агитации, но и само восприятие достоверности информации. В общественном восприятии наблюдается сдвиг: внимание смещается от вопроса о правдивости сообщений к анализу их источника и целей распространения. При этом уровень общественного возмущения остается относительно низким, что может свидетельствовать о постепенной адаптации аудитории к подобным практикам. Аудитория во многом воспринимает происходящее как эксперимент или игру, что многое говорит о восприятии политики в молодежной среде: не столько как пространство прямого участия, сколько как поле наблюдения, иронии и демонстративного равнодушия. То есть, электоральная апатия, считавшаяся риском в 2017 году, в 2025-м уже представляется культурной нормой – и в большей степени среди тех, кто родился после 2000 года.

Феномен «демонстративного равнодушия» следует отличать от классической абсентеистской позиции. Молодой избиратель, пропускающий выборы из-за отсутствия интереса к политике, – фигура инертная. Современный же южнокорейский избиратель из поколения Z показывает информированную отстраненность, будучи погруженным в политический медийный поток, он прекрасно осведомлен о скандалах, программах и перформансах кандидатов, но отказывается признавать за этим потоком конечную смысловую ценность. Его участие имеет форму иронического комментария, пародийного мема, саркастической сторис – жестов, которые в то же время подтверждают осведомленность и отрицают серьезность происходящего.

Такая позиция – своего рода иммунный ответ на тотальную медиатизацию и очевидную манипулятивность электорального процесса. Если любой образ способен оказаться дипфейком, любое обещание – частью вирусной стратегии, а любое высказывание – поводом для токсичного хейта в комментариях, то единственной сохраняющей достоинство позицией представляется отказ от прямой, серьезной идентификации с любой из сторон. Голосование в этой логике принимает форму эстетического или ситуативного акта: поддержка такого кандидата, чей образ лучше, вписывается в визуальную эстетику личного аккаунта, или чья риторика в конкретный момент показалась остроумным ответом на действия оппонента. Долгосрочные последствия такого выбора отходят на второй план, оставляя место сиюминутному удовлетворению от участия в масштабном процессе, приобретающем черты геймификации. Политика начинает восприниматься как разворачивающийся медиа-сюжет, вызывающий интерес и интерпретацию, но не связываемый с ожиданиями прямых изменений в индивидуальной жизни.

Если выборы 2017 и 2022 годов задали вектор на проникновение цифровых приемов в политику, то голосования 2024 и особенно 2025 года ознаменовали

переход к новому типу политического взаимодействия – сетевому, нелинейному, фрагментированному. Отношение к кандидату формируется в Instagram*-ролике, закрепляется мемом в Discord и подвергается ревизии в комментариях YouTube, подкастах или чатах. Политическая реальность все более приобретает фрагментированный характер и существует в виде множества параллельных потоков информации. И в этих сценариях каждому индивиду предлагается персональный образ будущего.

Консервативная партия «Сила народа» во время выборов 2022 г. привлекла молодых мужчин, которые считают, что стремление кандидата-либерала к гендерному равенству повредило их экономическим возможностям, и поэтому они придерживаются консервативных взглядов в рамках активизированных «анти-феминистских» движений. После того, как появились комментарии Ким Гон Хи о том, что жертвы сексуальных домогательств были просто оппортунистами, ее клуб поклонников вырос, а Юн Сок Ель увидел небывалый ажиотаж вокруг ее высказываний в комментариях [2. С. 80]. Описанные события стали переломным моментом в мобилизации консервативного электората и в конечном счете добавили некоторое количество голосов за него.

Президентские выборы 2025 года показали дальнейшую поляризацию электората. Кандидат от правящей партии «Сила народа» (국민의힘, People Power Party) – PPP Ким Мун Су столкнулся с жесткой конкуренцией со стороны кандидата от DPK (더불어민주당, Democratic Party of Korea – Крупнейшая оппозиционная партия Южной Кореи, ориентированная на либерально-центристскую повестку) Ли Чжэ Мена [8]. Несмотря на высокую явку [13], результаты выборов отразили региональный раскол: Ким Мун Су получил поддержку в Северном и Южном Кенсане (72,5% и 68,9% соответственно), тогда как Ли Чжэ Мен одержал победу в Чолле (93,1% в Южной Чолле) и столичном регионе (54,7% в Сеуле) [6]. Гендерный разрыв, проявившийся в 2022 году, усилился: если три года назад расхождение в предпочтениях молодых мужчин и женщин составляло 22%, то в 2025 году, согласно экзит-полам, оно достигло 33,2% (мужчины 18-29 лет голосовали за PPP в 63,4% случаев, женщины того же возраста – за DPK в 70,2%) [1]. Явка достигла 78,3%, что на 5,1% выше, чем на президентских выборах 2022 года, и стало рекордным показателем с 2007 года [13]. Такой рост сопряжен с высокой политической активностью молодежи и с усилением поляризации между консервативными и либеральными электоратами [15].

Конструирование идентичности и ирония как новая форма участия. Для того, чтобы понять, почему в определенный момент электоральное поведение молодых женщин стало отличаться от поведения молодых мужчин, недостаточно сослаться на повестку феминизма или повседневный сексизм. Здесь имеет место не столь рациональное убеждение, сколько ощущение себя в политическом контексте. Согласно теории перформативности Джудит Батлер, идентичность не фиксированная сущность, а серия повторяемых действий, создающих впечатление устойчивого «я» [5. С. 24]. На выборах это «я» выстраивается в зеркале цифровых медиа: сквозь одобрения, истории, повторному размещению

интернет-материалов на собственных страницах, алгоритмически подобранные ролики.

Южнокорейские политтехнологи к 2022 году переориентировали таргетинг с демографических категорий на визуальную и речевую перформативность, маскируя агитацию под Instagram*-истории обычных блогеров или фрагменты аудиотрансляций. Цифровой перформанс молодой женщины, даже не связанный напрямую с политикой, стал триггером политического воздействия.

Описанная ситуация обусловила эффект зеркального самонаблюдения: девушки, видя, как их жизненный стиль перехватывается агитацией, стали осознавать себя как субъектов в политической игре. Голосование перешло из статуса акта идеологической лояльности в жест «самоподтверждения», в продолжение поведения в онлайн-среде. На этом этапе политика приобрела интонацию интимности, почти дневниковую – что в корейской культуре усиливает чувство сопричастности и ответственность за выбор.

С каждым электоральным циклом в Южной Корее все более очевидно: молодые избиратели не стремятся выступать в роли «подающих надежды граждан», не стремятся к исправлению системы, не верят в долгосрочные реформы и не ищут политических кумиров. Вместо этого – наблюдают, комментируют, иногда имитируют участие. В их пассивном жесте скрыто гораздо больше, чем кажется на первый взгляд. Не апатия, а аутентичная форма иронической вовлеченности, где дистанция и участие слиты в единый цифровой ритуал.

Теоретически подобную позицию допустимо объяснить через понятие «субъективации» в духе Мишеля Фуко [7. С. 19]. Он считал, что власть формирует индивида изнутри, делает из него политического субъекта через призму норм, языка, режима истины. Для поколения, выросшего в цифровой среде, такой режим истины задается не через государственные каналы, а через TikTok-ленты, Discord-чаты, Reddit-треды и мем-страницы, где и осуществляется понимание того, кого можно считать политическим субъектом, а кого – нет. Наблюдая за выборами, молодые избиратели чаще всего встречаются не с агитацией, а с ее пародией: мемы с нарочито нелепыми слоганами, дипфейки, проецирующие на кандидатов аниме-персонажей, ролики, в которых политики представлены в необычных, пародийных форматах, – описанный инструментарий агитации общества постмодерна перестраивает восприятие политического в сторону иронической постановки.

Ирония в этом контексте – форма эмоционального самоограждения. Молодежь не хочет быть втянутой в старую логику партийных конфликтов. Они комментируют, но не агитируют. Делают перепубликацию другого автора, но не обязательно выходя на митинг. Иногда – голосуют, но обосновывают свой выбор как несерьезный, дистанцируясь от него. Подобное поведение уместно описать термином «демонстративного равнодушия», впервые предложенным в работах Jodi Dean и развитым Э. Папахарисси. Подобная тактика, описанная последней, обуславливает эффект невидимого участия. Внешне молодежь кажется отстраненной, но на деле – она перманентно наблюдает, оценивает, сравнивает, вырабатывает микростратегии политической мимикрии. Девушки

выкладывают Instagram*-истории с бюллетенем, сопровождая его фильтрами и сарказмом. Парни снимают пародийные скетчи про оба лагеря, не ассоциируя себя ни с одним. В этой логике даже выбор кандидата – эстетический жест, а не политическое заявление.

Южнокорейская политическая культура успешно адаптируется к этим стратегиям. Сами партии начали имитировать иронию: агитационные ролики производятся нарочито дилетантскими, политические лидеры комментируют мемы, а агитационные команды используют отсылки к анимации и молодежной культуре в официальные Instagram*-истории, что, в конечном итоге, приводит к эффекту размывания границ между реальной политикой и ее пародией: избиратель уже не уверен, где заканчивается игра и начинается воздействие, что порождает новую форму политического участия – не публичную и не осмысленную в старом модернистском смысле, а фрагментарную, демонстративную и настроенную на моментальную реакцию, а не на долгосрочное действие.

Такая позиция не лишена риска, ведь уход от политических нарративов в пользу иронии готовит благоприятную почву для популистов, умеющих работать с теми же шаблонами. Тем не менее, именно этот стиль – холодный, насмешливый, сдержанно включенный – и является сегодня основным способом присутствия южнокорейской молодежи в политике.

Заключение. Политика в Южной Корее больше не живет по тем законам, что были сформированы в эпоху бумажных манифестов и партийной дисциплины, растворившись в мемах, TikTok-видео, перформансах, коллажах и случайных вспышках внимания. Молодежь теперь отнюдь не объект мобилизации, а среда непрерывного переформатирования политического. Она не поддерживает кандидатов в классическом смысле, она взаимодействует с их образами, как с фрагментами медийной культуры. Слушает, чтобы отреагировать. Смотрит, чтобы пародировать. Голосует – и тут же иронизирует над самым голосованием, что вовсе не подразумевает полного исчезновения идеологии. Идеология перестраивается. Вместо четких позиций – аффекты. Вместо долговременной лояльности – ситуативные идентификации. Вместо программы – визуальный стиль и интонация. В большей мере это заметно в реакции на гендерные конфликты: женские электоральные протесты и мужские антисистемные сдвиги стали борьбой образов, эмоций, тембров речи в противовес борьбе интересов. Здесь в большей степени срабатывают не лозунги, а механизмы узнавания: себя в определенной фразе, цвете, ролике, гиф-картинке.

В новой конфигурации демократия не умирает, но коммуницирует иначе: не на языке институтов, а на языке цифровых перформансов. Не через собрания, а через Instagram*-истории. Не с трибун, а из алгоритмически подобранной ленты. Описанные процессы ставят перед исследователями и самим обществом ряд серьезных вопросов. Каковы пределы этой новой, ироничной вовлеченности? Способна ли демократия, основанная на фрагментарных аффектах и ситуативных идентификациях, порождать устойчивые коалиции для решения системных проблем – таких как экономическое неравенство, экологический кризис или демографический спад?

Корейский случай вывел на поверхность еще один парадокс: гиперподключенность к цифровому потоку информации ведет не к консенсусу, а к усилению социальной фрагментации. Алгоритмы, доставляющие персонализированный контент, укрепляют границы между группами, минимизируют шансы для случайной, неудобной встречи с альтернативной точкой зрения. Политический дискурс рискует распасться на множество монологов, звучащих в отдельных эхо-камерах. В описанных условиях электоральная победа все меньше означает общий мандат на управление и все больше – временное доминирование одной из множества конфликтующих цифровых публик.

В этой трансформации Республика Корея не исключение, а, скорее, предварительный эскиз того, как будут выглядеть избиратели XXI века. Расщепленные, ироничные, быстро реагирующие и в то же время отчаянно стремящиеся к узнаваемости. Понять их – значит научиться видеть политическое в Instagram*-истории, в молчании, в меме, в смехе и даже в равнодушии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. 30% мужчин 18-29 лет поддерживают Реформ-партию // Reuters, 2025-05-29 // <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/how-gen-z-gender-divide-is-reshaping-democracy-2025-05-29/>.
2. **Асмолов К.В.** Президентские выборы-2022 в Республике Корея // Проблемы Дальнего Востока. 2022. № 2.
3. Национальная избирательная комиссия. Отчет о нарушениях на цифровых выборах. Сеул: Национальная избирательная комиссия, 2024. 45 с.
4. Юн Сок Ель побеждает на президентских выборах в Южной Кореи // Al Jazeera, 2022-03-09 // <https://www.aljazeera.com/news/2022/3/9/south-korean-opposition-candidate-yoon-wins-presidential-election>.
5. **Butler J.** Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. New York and London: Routledge, 1999. 24 p.
6. Democracy wins a referendum in South Korea. The New Yorker, Jun. 5, 2025 // <https://www.newyorker.com/news/the-lede/democracy-wins-a-referendum-in-south-korea>.
7. **Foucault M.** Discipline and Punish: The Birth of the Prison. New York: Vintage Books, 1995. 333 p.
8. Gender, generation gap on full display in exit poll showing entrenched differences. Korea JoongAng Daily, Jun. 3, 2025 // <https://koreajoongangdaily.joins.com/news/2025-06-03/national/2025presidential/Gender-generation-gap-on-full-display-in-exit-poll-showing-entrenched-differences/2322105>.
9. Korea Institute for Defense Analyses. The Korean Journal of Defense Analysis. 2022. Vol. 34. No. 2. DOI: 10.22883/kjda.2022.34.2.003.
10. Korea Press Foundation. 2024 Media and Elections Survey. Seoul: KPF, 2024. 55 p.
11. **Papacharissi Z.** A Private Sphere: Democracy in a Digital Age. Cambridge: Polity Press, 2010. 200 p.

12. Social Media Manipulation of Public Opinion in Korean Elections. The Diplomat, 2018 // <https://thediplomat.com/2018/09/social-media-manipulation-of-public-opinion-in-korean-elections/>.
13. South Korea votes after a turbulent six months. Here's what to know. The Washington Post, Jun. 2, 2025 // <https://www.washingtonpost.com/world/2025/06/02/south-korea-presidential-election>.
14. South Korea's Presidential Election: The Big Picture. The Diplomat, 2022 // <https://thediplomat.com/2022/02/south-koreas-presidential-election-the-big-picture/>.
15. Young South Korean women help propel liberal candidate Lee to victory. Reuters, Jun. 4, 2025 // <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/young-south-korean-women-help-propel-liberal-candidate-lee-victory-2025-06-04/>.
16. 중앙선거관리위원회. 2024년 디지털 선거 정보화 보고서. 서울: 중앙선거관리위원회, 2024. 112 с.
17. 한국언론진흥재단. 2024년 선거 미디어 조사 보고서. 서울: 한국언론진흥재단, 2024. 88 с.

V.D. PLATONOVA

Graduate student of the Institute of China and
Modern Asia of the Russian Academy of Sciences,
Moscow, Russia
ORCID: 0009-0003-7511-0271

GENDER, GENERATION, AND DIGITAL IDENTITY: REPUBLIC OF KOREA'S YOUTH ELECTORATE IN THE 21ST CENTURY

The article focuses on the transformation of youth political participation in the Republic of Korea against the backdrop of digitalization, changing gender identities, and the emergence of new models of electoral behavior. Analyzing the 2017-2025 elections, the author traces how the digital environment has changed the ways in which voters, primarily young women and men under 30, identify and communicate. The central theme is the generation gap, the rise of feminist and anti-feminist sentiments, and the emergence of a new form of political self-shaped not by a party program, but by memes, TikTok content, and the logic of likes. Based on empirical data, cultural codes and theoretical concepts (J. Butler, M. Foucault, E. Papacharissi), the author of the article proposes to consider the electoral politics of Korea in the 21st century as a space of network identities that cannot be reduced to traditional demographic groups.

Key words: Republic of Korea, youth electorate, gender, digital identity, elections, political culture, TikTok politics, feminism, media behavior, Generation Z.