

«Специфика продвижения южнокорейской музыкальной группы “Эспа”»

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Ищенко Серафима Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: serafimaischenko@gmail.com

В настоящем докладе планируется начать исследование с изучения южнокорейского музыкального рынка, особое внимание планируется уделить «идолизации» музыкальных исполнителей. В дальнейшем планируется рассмотрение истории музыкальной группы «Эспа», а также изучение архетипа каждой из участниц коллектива. По результатам анализа планируется выявление закономерностей промоушена южнокорейской музыкальной группы «Эспа» на корейском и международном музыкальном рынке.

В современном мире массовая культура стала неотъемлемой частью человеческой жизнедеятельности. Под определением «массовая культура» я понимаю культуру, сложившуюся с развитием средств массовой информации, которая как создается, так и потребляется массами. Ее важнейшей функцией, по моему мнению, выступает консолидирующая, то есть объединение групп людей по определенным интересам, в том числе и творческим, например, музыкальным. Одним из таких является К-рор (от англ. Korean pop – корейская поп-музыка) – музыкальный жанр, возникший в начале 1990-х годов в Южной Корее, сочетающий в себе элементы электропопа, хип-хопа, R&B. При этом, в последнее время появляются и более разнообразные композиции со смелыми музыкальными решениями: альтернативный металл, рок, дрилл и фонк.

За прошедшее десятилетие К-рор перестал быть обычным музыкальным направлением, став настоящим мировым феноменом. Композиции корейских артистов набирают сотни миллионов прослушиваний, билеты на их концерты раскупаются за минуты, а музыкальные клипы насчитывают миллиарды просмотров.

Корейская музыка приносит 10 миллиардов долларов в год в ВВП Республики. Сегодня К-рор перерос в важную составляющую экономики страны. К-рор – это намного больше, чем просто качественная музыка. Это проработанная до мелочей система, ежегодно выпускающая на рынок шоу-бизнеса певцов, чьи образы, песни и хореографии заставляют миллионы людей стремиться к этому порой недостижимому идеалу.

При подготовке доклада были проанализированы следующие статьи: Тиктова Н.Е. «К-рор как феномен современной массовой культуры», в которой раскрывается концепция корейской музыкальной музыки; Н.Н. Летина, И.В. Логинова «Idol как феномен современной корейской культуры», в которой рассматриваются особенности «идолизации» музыкальных исполнителей; Замалиева А.М. «К-рор: корейская культура захватывает мир?», в которой автор изучает глобальную экспансию корейской музыки; Рыбальская В.В. «Халлю: интеграция южнокорейской культуры в мировой рынок», работа, посвященная продвижению корейских музыкальных артистов не только внутри Южной Кореи, но и на мировом рынке.

В результате работы над докладом были сформулированы и изучены основные характеристики продвижения южнокорейской музыкальной группы “Эспа”, влияющие на успех коллектива.

Источники и литература

- 1) Воробьёв М.В. Очерки культуры Кореи. СПб., 2002.
- 2) Еремеккызы С. Г. Глобальное влияние корейской поп-музыки // Гуманитарное знание и искусственный интеллект: стратегии и инновации : 4-й молодежный конвент УрФУ : материалы международной конференции 26 марта 2020 года. — Екатеринбург : Урал., 2020. — С. 638-642.
- 3) Ким Ё. Феномен BTS: полное исследование творчества айдолов / пер. с кор. Инна Панкина. М.: БОМБОРА, 2019. 275 с.
- 4) Ким С. Я. К-РОР. Живые выступления, фанаты, айдолы и мультимедиа / пер. с кор. Наталья Иванова. М.: АСТ: Кладезь, 2019. 368 с.
- 5) Кирьянов, О. В. Корея без вранья М.: Рипол Классик, 2015. 352 с.
- 6) Лазарева О. В. Рисованные артисты жанра К-роп: от медиафраншизы к метавселенной // Изотекст—2022: Материалы VII Международной конференции исследователей рисованных историй и визуальной культуры. 2022. С. 104-115.
- 7) О. В. Калимуллина, О. А. Посохова, Н. А. Евдокимова, Ч. Я. Шафранская Маркетинг по-корейски: кейс BTS // Креативная экономика. — 2023. — Т. 17, № 2. — С. 769-789.
- 8) Song M. A Study on the Business Model of a Fan Community Platform 'Weverse' // International journal of advanced smart convergence, 2021. Vol. 10. No. 4. P. 172-182.
- 9) Замалиева А.М. «К-роп: корейская культура захватывает мир?» [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-pop-koreyskaya-kultura-zahvatyvaet-mir> (дата обращения – 13.01.25)
- 10) Летина Н.Н., Логинова И.В. Idol как феномен современной корейской культуры [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/idol-kak-fenomen-sovremennoy-koreyskoy-kultury> (дата обращения – 13.01.25)
- 11) Маркеева, Д. В. Южнокорейская популярная музыка и её влияние в мире / Д. В. Маркеева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 20 (154). — С. 258-260. — URL: <https://moluch.ru/archive/154/37402/> (дата обращения: 13.01.2025).
- 12) Попова, Д. Р. Персональный бренд и его развитие на примере k-роп-индустрии / Д. Р. Попова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 39 (434). — С. 78-79. — URL: <https://moluch.ru/archive/434/95145/> (дата обращения: 14.01.2025).
- 13) Рыбальская В.В. «Халлю: интеграция южнокорейской культуры в мировой рынок» [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hallyu-integratsiya-yu-zhnokoreyskoy-kultury-v-mirovoy-rynok> (дата обращения – 13.01.25)
- 14) Тиктова Н.Е. К-Роп как феномен современной массовой культуры [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-pop-kak-fenomen-sovremennoy-massovoy-kultury> (дата обращения – 13.01.25)