

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**СТВОРЕННЯ СЕРІЇ ПОДКАСТІВ ПРО КУЛЬТУРУ КЕЙ-ПОП У
КОРЕЇ. ТВОРЧИЙ ПРОЄКТ**

Студентки IV курсу, групи 4Ж
Освітньої програми *061 Журналістика*
Галузі знань *06 1Журналістика*
Спеціальності *061 Журналістика*
Ступеня вищої освіти *бакалавра*
Шумило Катерини Вячеславівни

Наукова керівниця: Цепкало Т. О.
доцентка, кандидатка філологічних наук

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Голова Екзаменаційної комісії	_____	_____
	(підпис)	(ініціали, прізвище)

Члени Екзаменаційної комісії	_____	_____
	(підпис)	(ініціали, прізвище)

_____	_____
(підпис)	(ініціали, прізвище)

_____	_____
(підпис)	(ініціали, прізвище)

м. Вінниця – 2024

АНОТАЦІЯ

Шумило К.В. Створення серії подкастів про культуру кей-поп у Кореї. Творчий проєкт. Спеціальність 061 Журналістика. Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, Вінниця, 2024.

Дипломна робота на тему «Створення серії подкастів про культуру кей-поп у Кореї. Творчий проєкт» присвячена дослідженню історії виникнення кей-попу (корейської поп-музики) та аналізу його впливу на сучасну музичну індустрію. Метою цього творчого проєкту є створення серії подкастів, що розкривають ключові моменти розвитку кей-попу від його зародження до сьогодення, а також вивчення ролі кожного покоління артистів у формуванні цього культурного феномену.

Було проведено збір та аналіз першоджерел, літератури та сучасних досліджень, що стосуються кей-попу. Проєкт складається з декількох епізодів, кожен з яких присвячений окремому періоду або аспекту кей-попу: від перших спроб створення корейської поп-музики у 1990-х роках до глобального успіху сучасних кей-поп гуртів.

Також приділяється увага аналізу впливу кей-попу на молодіжну культуру, економіку та соціальні тенденції в Південній Кореї та за її межами.

Ця серія подкастів покликана не лише інформувати слухачів про історію та розвиток кей-попу, але й сприяти культурному обміну та розширенню знань про сучасні музичні тренди. Робота спрямована на популяризацію корейської культури та музики в Україні, а також на формування глибшого розуміння її впливу на глобальний рівень.

Ключові слова: кей-поп, культура кей-попу, Корея, халлю, подкасти.

ANNOTATION

Shumylo K.V. Creating a series of podcasts about K-pop culture in Korea. Creative project. Specialty 061 Journalism. Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University, Vinnytsia, 2024.

Thesis on «Creating a series of podcasts about K-pop culture in Korea. A creative project» is dedicated to the study of the history of K-pop (Korean pop music) and the analysis of its impact on the modern music industry. The goal of this creative project is to create a series of podcasts that reveal the key moments of K-pop development from its inception to the present, as well as to study the role of each generation of artists in shaping this cultural phenomenon.

Primary sources, literature, and contemporary studies related to k-pop were collected and analyzed. The project consists of several episodes, each of which focuses on a different period or aspect of K-pop: from the first attempts to create Korean pop music in the 1990s to the global success of contemporary K-pop bands.

Attention is also paid to analyzing the impact of K-pop on youth culture, the economy, and social trends in South Korea and beyond. This series of podcasts is designed not only to inform listeners about the history and development of K-pop, but also to promote cultural exchange and expand knowledge about contemporary music trends. The work aims to popularize Korean culture and music in Ukraine, as well as to create a deeper understanding of its impact on the global level.

Keywords: k-pop, k-pop culture, Korea, hallyu, podcasts.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ

ВСТУП.....	5
I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	6
1.1. Теоретична база.....	6
1.2. Обґрунтування проєкту	10
1.3. Мета роботи.....	11
1.4. Джерела фактів.....	11
1.5. Технічні і програмні засоби.....	11
1.5. Сфера застосування.....	12
 II. СПЕЦИФІКА СТВОРЕННЯ ПОДКАСТУ«СТВОРЕННЯ СЕРІЇ ПОДКАСТІВ ПРО КУЛЬТУРУ КЕЙ-ПОП У КОРЕЇ. ТВОРЧИЙ ПРОЄКТ».....	13
2.1. Структура подкастів.....	13
2.2. Основні етапи створення подкастів.....	15
2.3. Ідейно—смісловий задум.....	16
2.4. Специфіка аудиторії	16
 СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	18
 IV. ПОСИЛАННЯ НА ПОДКАСТИ.....	20
 V. СЦЕНАРІЙ.....	21

ВСТУП

Найвпливовішим жанром сучасної музичної індустрії, що активно та динамічно розвивається, є кей-поп, який завоював популярність не лише в Південній Кореї, а й у всьому світі. Від перших кроків у 1990-х роках до сучасного глобального феномену, корейська поп музика пройшла вражаючий шлях, ставши символом креативності, інновацій та культурного впливу. Унікальність цього музичного напрямку полягає у поєднанні різноманітних музичних стилів, яскравих візуальних образів та складних хореографій, що приваблюють мільйони фанатів різних національностей та вікових груп.

Метою кваліфікаційної роботи є створення серії подкастів, які розкривають історію виникнення кей-попу та його еволюцію протягом кількох поколінь. Проєкт має на меті дослідити основні етапи розвитку кей-попу, вплив кожного покоління артистів на його формування та сучасний стан індустрії. Також увага приділяється соціокультурним аспектам кей-попу, його ролі у формуванні молодіжної культури та економічним наслідкам як у Південній Кореї, так і на міжнародному рівні.

Важливість нашого дослідження полягає в тому, що кей-поп є не лише музичним жанром, але й потужним культурним явищем, яке сприяє глобалізації корейської культури. Через серію подкастів слухачі зможуть зануритися в історію кей-попу, зрозуміти його витоки та еволюцію, а також відчувати його вплив на сучасну музику та культуру. Цей проєкт спрямований на поширення знань про кей-поп та сприяння культурному обміну, що є особливо важливим в умовах глобалізованого світу.

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Теоретична база

Як тільки Інтернет та цифрові технології з'явилися в житті людини, медіаформати починають набувати популярність. Як от, наприклад, подкасти.

«Термін “podcasting” – це поєднання слів iPod (назви портативного mp3-плеєра для програвання звукових файлів компанії Apple та другої частини слова “broadcasting” (“радіомовлення, передача”). Подкастинг – це спосіб публікації медіапотоків (звукових mp3 або відео-передач) у мережі Інтернет» [4].

Ера подкастингу розпочалась на початку 2000-их, коли Дейв Уінер на ентузіазмі розробив протокол RSS, що дозволяв користувачам ознайомлюватися та завантажувати звукові доріжки у мережу автоматично. На той час, мережа породила новий для суспільства медіаформат. Тлумачили як “незалежний аудіоконтент”. Згодом, журналіст Крістофер Лайдон у 2003 році записує інтерв'ю у цьому ж форматі. Це були відомі особистості: політики, блогери, вчені. Лайдон займався записом у себе дома, не використовуючи при цьому дорогих засобів. Але й тоді це не стало успіхом, допоки Стів Джобс у 2005 році не заявляє про початок нового ери – подкастів. Це була презентація продукції Apple. Тому в iTunes можна було побачити новий розділ. До цього, Дейв Уінер намагався ще раз вивести подкасти у популярність, показати світові, що цей продукт дійсно вартий уваги. Ідея не покидала його думок, тому він намагався знову і знову. Сідав перед мікрофоном, ділився думками про різноманітне: кіно, книги, розповідав враження того, що пережив. Люди почали розуміти, що щось у цьому є. Але завдяки Джобсу, такий формат добився успіху. Проте, з появою youtube, подкасти пішли на другий план.

Але з точки зору мовника, різниці між трансляцією через ефір та через iTunes не було. Тому новини чи ток-шоу набирали популярність у вигляді подкастів.

У 2014 році вийшла перша серія детективного аудіосеріалу “Serial” (вбивство американки, яке трапилось в 1999 році в місті Балтімор) [5]. Серіал сколихнув багатьох, тож завантаження йшли на мільйони. Разом з тим, компанія Джобса, презентувала операційну систему ios8 та штатний додаток для того, щоб можна було прослуховувати подкасти. Алгоритм дій скоротився, тому слухачеві це спрощувало задачу. The Infinite Dial медіа провели дослідження. У 2017 році, приблизно 40% амереканців, віком від 12 років слухали подкаст бодай раз у житті. У 2020 цифра дійшла до 55% [6].

Але й не варто забувати про портативні MP3-плеєри. Адже завдяки тому, що технологія RSS/RDF підтримувала мультимедійність програмного забезпечення наразі ми маємо подкасти.

Наразі в Україні, світ подкастів набуває неабиякої визнанності та підтримки. Наприклад, платформа PodcastsNOWua.com, яка досліджує аудиторію подкастингу [3, с. 24].

Насправді, хостингів, де можна публікуватись досить багато: Soundcloud, Overcast, Spotify, Mixcloud, Soundcloud, Pocket Casts. З корейських досить відомі Podppang, Audiotalia [7], EasyPodcaster, Jamong.

У Кореї подкасти набули популярність аж в 2011 році. Мешканець Лос-Анджелеса Кім Чжун Мін, про якого у своїй статті написав репортер Чан Бьон Хі, сказав: “Коли мова заходить про газети та телепередачі, я іноді чую односторонні твердження людей, тому часто важко погодитися. Але приємно мати можливість та послухати історії людей із такими ж думками, як я, через подкасти” [8]. Він також сказав, що його старший син думав стати програмістом, але після того, як прослухав передачу, думка змінилась. І він радий тому, що почув поради, які зміг знайти саме у подкастах.

Отже на самперед, “подкасти – це аудіо- або відеозаписи, які доступні для вільного прослуховування або ж скачування. Вони можуть бути у розмовному вигляді, інтерв’ю, монологу, сторітелінгу, розслідування, дискусії, театральому варіанті, гібридному та з переробленим вмістом” [1, с 176].

Сфера застосування подкастів різноманітна. Від освіти до мистецтва, від громадських дебатів до туризму. А також, не потрібно забувати й про культурну індустрію. Адже це чудовий інструмент для досліджень, розширення знань. Також надає можливість слухати експертів, аналізувати певні аспекти, висвітлювати роботу культурних установ, фестивалів чи інших подій. Деякі подкасти можуть мати також і розважальний характер. Тобто, умовно, подкасти можна поділити на підгрупи: аудіокниги, освітні подкасти, комедійні подкасти, висвітлення культури, історії, мистецтва, новин, політики, екологічні проблеми або ж радіовистави чи шоу. І цей список може бути нескінченим.

Яка ж тоді специфіка подкастів? Зручність та доступність. Адже будь-хто зможе у будь-який момент прослухати потрібну їм інформацію. Наприклад, їдучи у транспорті на навчання чи роботу, прибираючи будинок або ж навіть перед сном. І це значно економить час, особливо для зайнятих людей, які працюють або навчаються. Також, подкасти можуть бути у вигляді інтерактивної форми. Слухачі можуть не лише коментувати, але й відправляти свої запитання. Звісно усе залежить від тематики і формату. Коли є інтерактив, це допомагає взаємодіяти між подкастерами та аудиторією. А також дозволяє залучити нових людей, підняти рейтинг прослуховувань або ж переглядів.

Як вказав у своїй роботі кандидат наук з державного управління Х. Плецан, покликаючись на дослідження від Edison Research “текстового жанру та візуального способу для споживачів вже не достатньо” [2, с. 76].

А причиною тому є виникнення потреби у більш різноманітніших контентах, як от у форматі відео та аудіо. Це у свою чергу розширює аудиторію та підігріває інтерес у людей. Головне, не лише зібрати слухачів та глядачів навколо, але й уміти утримати увагу та зацікавленість. Тому, комунікація – ефективний варіант.

Х. Плецан у своїй праці також зазначив, що термін “подкаст” британський журналіст Бен Хаммерслі ввів аж у 2004 році, коли працював над статтею про аудіоблоги, які в подальшому можна було б завантажувати для журналу “The Guardian” з інтернету [2, с. 76].

Якщо раніше тема подкастів не мала таку зацікавленість серед людей, то з кожним роком, інтерес зростає. А тому, цілковито можна вважати подкасти конкурентоспроможним продуктом. На це може впливати декілька причин: залучення аудиторії (глибший зв’язок між слухачем та “виробником продукту”), експертність (досвідчені люди у своїй галузі з різних тематик діляться експертними знаннями, дослідженнями чи навіть інсайтами), власний брендінг та ідентичність (подкасти також можуть створити хороший імідж, підтримати та створити брендову ідентичність, показати щось нове серед конкурентів), маркетинг та реклама (чудово використовується для партнерських програм або ж навіть рекламних кампаній), гнучкість формату (люди не будуть слухати те, що спрямоване лиш на одну лінію. Вони шукатимуть, що підходить саме для них. Наприклад, юрист, якого не цікавить тема саджання квітів або ж якась кулінарна тематика, шукатиме саме матеріал, який потрібен для юриста. Люди шукають те, що допомагає поширити знання в яких вони зацікавлені та є для них пріоритетними. А такий формат чудово допомагає обрати необхідне).

Сучасні культурологічні подкасти є важливим інструментом для вивчення та розуміння культурних явищ у сучасному світі. Їх специфіка

полягає в доступності, інтерактивності та сприянні розвитку культурологічного дискурсу. Цей медіаформат продовжує набирати популярності серед широкої аудиторії та відіграє важливу роль у формуванні культурного середовища сучасного суспільства.

1.2. Обґрунтування проєкту

Створення серії подкастів про культуру кей-попу в Кореї є актуальним та значущим завданням з кількох причин.

По-перше, кей-поп - це не лише музичний жанр, але й потужне культурне явище, яке має значний вплив на сучасне суспільство. Розуміння історії та еволюції кей-попу дозволить краще осмислити це явище та його вплив на молодіжну культуру, музичну індустрію та соціокультурні процеси.

По-друге, кей-поп став значним культурним провідником для нових туристів до Південної Кореї. А це значний економічний вплив та міжнародне визнання. Створення подкастів про кей-поп сприятиме подальшій популяризації корейської культури та розвитку міжнародних культурних зв'язків.

Також, сама історія корейської музики є досить різноманітною та багатогранною, і вона продовжує активно розвиватися. Серія подкастів дозволить систематизувати цю історію, зробити її доступною для широкої аудиторії та допоможе слухачам зрозуміти, як цей жанр впливає на сучасну культуру та соціум.

Створення подкастів є ефективним засобом комунікації з аудиторією, особливо серед молоді. Подкасти дозволять створити платформу для обміну думками, дискусій та взаємодії фанатів кей-попу, а також поглибити розуміння музичних та культурних тенденцій.

Апробація результатів дослідження. Наукова публікація:

Шумило К. Специфіка сучасних культурологічних подкастів. *Журналістика й мистецтво слова: збірник наукових статей / гол. редактор Т.О. Цепкало; Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вип. 16. Вінниця, 2024. С.120-122.*

1.3. Мета роботи

Мета кваліфікаційної роботи – полягає у створенні серії подкастів, що розкривають історію зародження кей-попу в Кореї та вивчають вплив кожного покоління на розвиток музичної індустрії.

1.4. Джерела фактів

Основними джерелами пошуку інформації для створення серії подкастів про культуру кей-поп в Кореї та інформація про подкасти стали інтернет–джерела.

Найбільш важливими джерелами інформації для теоретичного матеріалу стали Плещан Х. «Подкасти як сучасні драйвери конкурентоспроможності соціокультурного середовища», Родіонова М., Громська В. «Подкасти: світовий досвід та поширення в Україні» [1, 2,].

Для практичної частини інформація була взята з наступних джерел: корейська пошукова система Naver, а саме «Процес зміни тенденції ідолів K-POP розглядається з точки зору діалектичного процесу розвитку - зосередження на ідолах від 1 до 4 покоління» автор Джу Хе Сон та Кьон Йон Со [14].

1.6. Технічні і програмні засоби

Для створення серій подкастів було використано такі технічні засоби, сервіси і програми: ноутбук, модем, комп'ютерні програми Microsoft Word,

Adobe Photoshop, Adobe Audition, Reaper, мікрофон Fifine K680 та блютуз навушники Borofone BO4.

Модем – технічний пристрій для дистанційної передачі цифрових даних.

Ноутбук HP – засіб, завдяки якому робилась обкладинка для сайту, де розміщуватимуться подкасти; слугував пристроєм для запису та подальшої обробки інформації.

Microsoft Word – це текстовий процесор, завдяки якому можна форматувати, редагувати, додавати різноманітні відео-, та фото матеріали. Програма використалась для написання тексту до подкастів.

Для дизайну обкладинки використовувалась програма Adobe Photoshop CS6, адже має великий перелік різноманітних інструментів. Має легкий та доступний інтерфейс.

Для запису аудіо доріжок використовувались наступні програми: Adobe Audition та Reaper. Там саме й додавалась музика на фон, проводилась чистка доріжок від непотрібних фрагментів.

Мікрофон Fifine K680 слугував для захоплення звуку, забезпечуючи високу якість запису, що дозволяло отримувати чіткіше та чистіше аудіо без сторонніх шумів. У якості поп-фільтра використовувались капронові колготки та кільце для вишивання.

Навушники Borofone BO4 потрібні для того, щоб при записі я могла чути власний голос та не створювалось подвійне ехо.

1.7. Сфера застосування

Серія подкастів про культуру кей-попу в Кореї може використовуватися, як джерело інформації аби ліпше познайомитися з першими виконавцями, які досягли успіху в цій індустрії. Які прорили шлях слави для наступних поколінь.

Вихід серій планується в онлайн форматі на сайті Soundcloud

II. СПЕЦИФІКА СТВОРЕННЯ ПОДКАСТУ «СТВОРЕННЯ СЕРІЇ ПОДКАСТІВ ПРО КУЛЬТУРУ КЕЙ-ПОП У КОРЕЇ. ТВОРЧИЙ ПРОЄКТ»

2.1. Структура подкастів

«Культура кей-поп у Кореї» – це цикл інформаційних подкастів на музичну тематику. Створено для інформування слухачів про історію зародження корейської поп музики Південної Кореї.

Цикл з 5 випусків:

1. Перше покоління
2. Друге покоління
3. Третє покоління
4. Четверте покоління
5. П'яте покоління

Аудиторія матиме змогу дізнатись про різні покоління, та хто з виконавців зміг вивести кей-поп на світовий ринок, отримуючи з роками визнання.

Структура подкастів:

1. Початок. Вітання слухачів та анонс серії;
2. Основний блок. Тематична інформація;
3. Завершення. Підсумок та подяка слухачам за приділену увагу. Без анонсу до наступної частини

Фонова музика була обрана, для підсилення інформації. Кожна частина розповіді супроводжується музикою, яку виконували артисти або групи в той чи інший період часу.

Таким чином музичний супровід не тільки доповнює текстовий контент, але й створює емоційний настрій, занурюючи слухача або глядача в атмосферу певного періоду. Це не лише підтримує інтерес аудиторії, але й робить інформацію більш зрозумілою та живою для сприйняття.

Музичний супровід:

Випуск 1.

S.E.S - I'm Your Girl

Випуск 2.

Big Bang - Bang bang bang

Випуск 3.

BTS - Idol

Випуск 4.

Stray Kids - Lalalala

Випуск 5.

PLAVE - Wait For You

2.2. Основні етапи створення подкастів

Для початку, формувалась ідея, визначався концепт проєкту. Обиралась тема, яка надалі затверджувалась на засіданні кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Продумувалась структура кожного епізоду. Визначалась цільова аудиторія.

Проводився збір інформації з дослідження історії кей-попу, вивчалися статті, відеоматеріали, інтерв'ю на корейському сервісі NAVER. Складався скрипт до кожного епізоду: введення, основна інформація, заключення.

Наступним етапом була підготовка до запису епізодів та сам запис за допомогою обладнання й програмного забезпечення. Після цього, слідувала обробка та монтаж аудіо матеріалу, включаючи виправлення допущених помилок у мовленні, додавання музики, а також розробку загальної структури епізодів.

Наступним кроком було створення обкладинки, яка б змогла запам'ятатися та передавала коротку суть. Варіант випав на основний квадрат з прапором Кореї, коло з прапором України й навушників, які немов окутують країни.

Платформа для опублікування подкасту обрана: Soundcloud

В даному проєкті графік публікацій не передбачений. Усі частини були залиті одразу. Останній крок - це розповсюдження проєкту та моніторинг результатів.

Кожна серія триває до 5 хвилин. Всього випусків 5. Інформація подана структуровано, коротко. Це покращує сприйняття слухачів. Машап інформаційного та аналітичного жанрів. А саме: коментар та замітка.

З кожним новим поколінням гуртів та соло-виконавців, можна робити випуски додаваючи нову інформацію, яка не була внесена раніше. Також,

можна додати й журналістський жанр інтерв'ю запрошуючи маловідомих артистів.

По завершенню роботи і викладу проєкта на сайт, наукова керівниця та головний редактор погодили кінцевий результат.

2.3. Ідейно-смісловий задум

Задум серії подкастів про культуру кей-попу полягає в тому, щоб не лише розкрити історію та еволюцію музичного жанру, але й зрозуміти його культурний вплив та значення, яке має для сучасного світу на сьогоднішній день.

Також, сенс проєкту націлений на те, щоб надихнути та зацікавити молодь й старше покоління до чогось нового, часом навіть неординарного. Адже саме корейська музика й культура країни вплинула на економіку, туризм та медіа. Бажання іноземців відчувати себе у ролі айдола або ж доторкнутися серцем і розумом до незвичного, зустріти кумира вивело Корею на новий рівень.

Цей проєкт для створення простору та обміну емоціями, думками та враженнями. Простір, де будь хто зможе пізнати щось нове, не витрачаючи багато часу для самостійного дослідження новинної інформації.

2.4. Специфіка аудиторії

Специфіка аудиторії серії подкастів про культуру кей-попу в Кореї може бути досить різноманітною, оскільки цей жанр привертає увагу широкого спектру слухачів.

Очевидно, що однією з основних груп людей будуть фанати кей-попу, які цікавляться історією, еволюцією та культурним впливом. Кей-поп має велику популярність серед молоді, підлітків та навіть старшого покоління по всьому світу. Тому серія подкастів може привернути аудиторію, яка цікавиться сучасною музикою. Є також група слухачів, яка цікавиться

музичною історією та еволюцією жанрів. Ці люди можуть зацікавитися подкастами як джерелом глибшого розуміння розвитку музичної індустрії та культурних тенденцій.

Подкасти також можуть зацікавити професіоналів у сфері культурології, які вивчають вплив музики та поп-культури на сучасні суспільства та культури.

З огляду на міжнародну популярність кей-попу, аудиторія серії подкастів може бути глобальною, зі слухачами з різних країн та культурних середовищ. Але це звісно у випадку, якщо буде переклад на іноземну мову.

Чомусь у нашому суспільстві багато хто думає, що кей-поп “для дітей”. Але це далеко не так. Фанатами можуть бути і слухачі, котрим від 30 до 90 років.

Цей випуск подкастів націлений для того, щоб українці змогли слухати інформацію, не звертаючись до російськомовного контенту. Адже україномовний сегмент має стрімко розвиватися та мати змогу вийти на новий рівень, конкуруючи та обходячи ринок країни-агресора.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Родіонова М., Громська В. Подкасти: світовий досвід та поширення в Україні. *The XXX International Science Conference «Interaction of society and science: problems and prospects», June 15 – 18, 2021. London, England, 2021. С.176-180.*
2. Плещан Х. Подкасти як сучасні драйвери конкурентоспроможності соціокультурного середовища. *XIII Міжнародної науково-практичної конференції “Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання”: 24 – 25 березня 2022 року, м. Черкаси. С. 75-78.*
3. Кінащук В. Створення та просування фешн-подкастів «Van Vogue»: кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавр спеціальності «Журналістика». Національний авіаційний університет. Київ, 2022. 49 с.
4. Подкасти: найшвидший шлях до зацікавлених. URL : <https://zounb.zp.ua/resource/zaporizkyy-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/podkasti-najshvidshij-shlyah-do-zacikavlenih>. (дата звернення: 02.03.2024).
5. Американський детективний серіал. URL : <https://serialpodcast.org/season-one>. (дата звернення: 02.03.2024).
6. The Infinite Dial, 2020. URL : <http://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2020/03/The-Infinite-Dial-2020-U.S.-Edison-Research.pdf>. (дата звернення 03.03.2024).
7. 한국의 인기있는 팟캐스트 TOP 3: 청취가 즐거운 이야기. URL : <https://story.dj-tiger.com/entry>. (дата звернення: 03.03.2024).
8. 다가온 미래 “팟캐스트” ... 콘텐츠 혁명 시작했다. URL : <https://news.koreadaily.com/2016/02/05/society/education/4012271.html>. (дата звернення: 04.03.2024).

9. 1st Generation Kpop: A Guide to First Gen K-pop Groups. URL : 24
<https://cutefrogcreations.com/1st-generation-kpop/>. (дата звернення:
 05.03.2024).
10. Determine K-pop generations. URL :
<https://www.quora.com/How-do-you-determine-K-pop-generations-as-in-1st-2nd-3rd-4th-5th-6th-and-so-on>. (дата звернення: 05.03.2024).
11. All about the 1st generation of K-Pop: 1992 - 2003. URL :
<https://nolae.eu/blogs/overview/alles-ber-die-1-generation-von-k-pop-1992-2003>.
 (дата звернення: 05.03.2024).
12. Decoding the 4 Generations of K-Pop. URL :
<https://halsugprod.com/blog/decoding-four-generations-of-kpop>. (дата
 звернення: 05.03.2024).
13. Korean MZ generation: Kpop. URL :
<https://blog.naver.com/globalenglish2/223410196988>. (дата звернення:
 05.03.2024).
14. 변증법적 발전 과정의 구로 바라보는 K-POP 아이돌 트렌드 변화
 과정 - 1 세대 부터 4세대 아이돌을 중심으로. URL :
https://blog.naver.com/tomato_kaeru/223433198166. (дата звернення:
 05.03.2024).

IV. ПОСИЛАННЯ НА ПОДКАСТИ



Обкладинка на сайт

<https://soundcloud.com/wei-anin>

V. СЦЕНАРІЙ

Випуск 1. Перше покоління

Вступ

Вітаю шановні слухачі. Разом з нами ви поринете у культурний світ кей-попу, та дізнаєтесь: з чого зародилась корейська поп музика та розповімо про новаторські гурти покоління MZ.

Основний блок

З кінця 1980-х до кінця 1990-х років було перше покоління К-поп. Саме в цей період корейська музика почала набувати популярності за межами Кореї. Покоління MZ відноситься до тих, хто народився з початку 80-х до початку 2000-х років. Від 20 до 40 років. Але давайте повернемося до ще ранішнього часу.

Культурологічний та історичний розвиток музичної індустрії в Кореї - головний елемент, який не можна залишати поза увагою. Корейська музика певний час обмежувалася лиш простим прийняттям і насолодою культури країн. На той час вони були класифіковані як основні держави відразу після Другої світової війни. Для країни обов'язковим завданням була відбудова, а вже другорядним - культурний розвиток. І так ми можемо відмітити неповторний колорит. До 1980-х років, більшість музики називалася популярною піснею. Винятком було декілька виконавців. Наприклад, Чо Йон Піль. Її ізюминка - відхилятися від існуючих рамок. Проте з появою айдолів першого покоління, тенденція змінювалась. Економіка стрімко почала зростати. Тоді Корея прийняла стиль західної поп-музики та стиль японських айдолів у стилі айдол гуртів.

YG Entertainment, SM Entertainment, JYP Entertainment вважались трійкою успішних та великих агенств. Проте десь приблизно у 2018 році до них приєдналось Big Hit Entertainment. І до сьогодні вони лишаються лідерами у своїй сфері діяльності.

Одним із перших і найвпливовіших гуртів того покоління був Seo Taiji and Boys. Дебютувавши у 1992 році, змінили правила гри. Вони експериментували з різними жанрами, включаючи хіп-хоп, рок і техно, що зробило їх новаторами в індустрії.

Інші відомі музиканти того періоду включають H.O.T (гурт складався з шести айдолів і був створений у 1996 році лейблом SM Entertainment. Завершили діяльність у 2001 році), Sechs Kies (гурт з шести хлопців, був створений компанією DSP Media у 1997 році, проте через 3 роки команда розпалась. І в 2016 році, айдоли підписали новий контракт з компанією гігантом YG Entertainment) і S.E.S. (жіноче тріо, створене у 1997 році компанією SM Entertainment. Їм пророкували неаби яке майбутнє. Їхній дебютний альбом I'm Your Girl розійшовся тиражем у 650 000 копій, ставши третім альбомом-бестселером. Проте у 2002 році гурт, на жаль, розпався). Ці музичні групи були першими, хто почав масово збирати прихильників і встановлювати нові стандарти в моді, танцях і музиці. Їхній успіх спричинив подальший розвиток К-поп.

Через роки, лейбл DSP Media випусте у світ не одне покоління талантів, серед яких відомі артисти KARD, SS501, KARA, APRIL та багато соло виконавців.

Завершення

Ось і добігла кінця перша частина. З вами була Anin, зустрінемося у новій частині розповіді.

Випуск 2. Друге покоління

Вступ

Вітаємо вас у другому випуску нашого подкасту. Сьогодні поговоримо про еру глобального прориву корейської музики.

Основний блок

К-рор або іншими словами корейська поп-музика, охоплює різні жанри, від енергійних гімнів до балад, і несе хвилю «Халлю» (ріст популярності) корейської культури по всьому світу. За лаштунками артисти проходять суворе навчання співу, танцям і виконавському мистецтву перед тим, як дебютувати. «Стени» або ж шанувальники відіграють вирішальну роль у підтримці своїх улюблених гуртів через покупку різного мерчу, насамперед альбомів і активність у соціальних мережах. Якщо ви думаєте, що кей-поп це лише музика, то ви помиляєтесь. Цей напрям впливає на моду, розваги, красу в глобальному масштабі. Тож це вже не просто жанр, а культурне явище, яке надихає мільйони людей по всьому світу.

На той період було поширене нелегальне завантаження музики на MP3 плеєр. Тож не усі дотримувались законів про права інтелектуальної власності. Тому покупка альбомів вважалась дурістю й не більше. Компанії почали роздумувати над тим, як заохотити фанатів до купівлі фізичних альбомів та вгодити їх різноманітним потребам. Друге покоління це фактично створення привабливості та пристрасі аби фанати з фінансами були спроможні придбати товар.

Друге покоління К-рор тривало з початку 2000-х до 2011. Це був час, коли корейські артисти активно завойовували міжнародні ринки. Гурти, такі як TVXQ, Super Junior, Girls' Generation і Big Bang, стали лідерами цієї хвилі. Вони використовували соціальні мережі та YouTube для просування своєї

музики, що дозволило їм швидко набрати популярність у різних куточках світу.

Girls' Generation, наприклад, стали справжньою сенсацією з хітом "Gee", який побив рекорди за кількістю переглядів на YouTube. Big Bang здобули визнання за свою унікальну музику і стиль, а також за індивідуальні проєкти членів гурту. Друге покоління К-поп - це квиток за межі країн Азії. Перші великі міжнародні тури.

Варто також згадати й про 2NE1 та SHINee, які зробили немалий внесок у розвиток корейської індустрії.

Завершення

Артисти другого покоління змогли привернути увагу світової аудиторії та встановити нові стандарти для майбутніх поколінь. У наступному випуску ми розглянемо третє покоління К-поп, яке продовжило цю тенденцію і досягло ще більших висот. А з вами була Anin, до нових зустрічей!

Випуск 3. Третє покоління

Вступ

Щирі вітання, любі слухачі! Ну що, готові до найсоковитішого покоління, яке заповонило серця багатьох? Готуйте чайок за сідайте зручніше! Ми розпочинаємо.

Основний блок

Третє покоління охоплює період з 2012 по 2017 рік. Це стало проривом, адже спостерігався підйом не менш цікавих гуртів як от BTS, EXO, BLACKPINK, MAMAMOO, TWICE, Red Velvet, NCT, Got7. Ізюминка деяких гуртів, що співали не лише про кохання, використовували яскраві концепти та

кидали виклики суспільним нормам. Переконлива музика дає більше глядачів. А більше фанатів рівноцінно більшим прибуткам. Хоча компанії не завжди добросовісно відносились до артистів. Багацько хто зміг підкорити чарти багатьох країн, отримати нагороди на таких великих преміях як Billboard Music Awards, Melon Music Awards, Gaon Chart Music Awards.

Деякі корейські артисти приїздили в Україну. Наприклад, колишній учасник EXO Лей (Чжан Ісін) відвідав Україну під час зйомок китайської детективної драми “Золоте око”.

NCT U (головний юніт гурту NCT) відзняли декілька кліпів в Україні. Зокрема це кліп BOSS (кадри з Національної бібліотеки України імені Вернадського, покинутий автобусний парк №7). У зйомках також взяла участь українська модель, учасниця шоу “Топ-модель по-українськи” Реван Палюх. Baby Don`t Stop також відзнятий у Києві.

А над кліпом “Standing Next to You” Чонгука гурту BTS працювала режисерка, дизайнерка та стилістка Таня Муїньо. В кліпі також знімалась українська модель Паша Гаруля, продюсерка Іванна Борін, оператор Микита Кузьменко, танцюрист Микита Лєвошенко, хореограф Денис Стульніков та інші. А от другий учасник гурту BTS Ві (Кім Техьон), згадав у своєму кліпі “FRI(END)S” на екрані телевізора про ситуацію в Україні. Лідер гурту Намджун, згадав Україну в інтерв'ю для іспанського видання EFE: *«Як впливова людина, я дуже стурбований тим, як я можу допомогти покращити ситуацію в такий делікатний момент, як теперішній, коли ми маємо серйозні загрози, такі як зміна клімату чи війна в Україні»*. Проте в англійській версії інформації не знайти, тому що цей фрагмент вирізали.

Завершення

Кожен з них розпочинав з самого низу. Але завдяки своїй наполегливості змогли досягти небувалих досягнень та покорити серця не

одного мільйона людей по усьому світу. Ну а ми завершуємо сьогоднішній подкаст і зустрінемося вже зовсім скоро!

Випуск 4. Четверте покоління

Вступ

Ось ми знову зустрілись. Сьогодні ми продовжимо наше спілкування та затронемо тему того, як кей-поп віруситься на рівні світових брендів.

Основний блок

Якщо перше та друге покоління можна вважати старшим, то вже четверте покоління можна назвати вищим. Адже це можна розглядати як ліпший, вдосконалений процес. Це ера нових трендів або ж новатори майбутнього.

Четверте покоління охоплює період з 2018 по 2022 роки. Цей період став мов бум серед молоді. І противники цього напрямлення стали доволі частіше слухати кей-поп.

Stray Kids, ATEEZ, (G)I-DLE, NewJeans, ITZY, TXT стали популярними досить швидко у порівнянні з минулими поколіннями. Не дивлячись на пандемії, це не заважало гуртам посідати світові чарти та розпродавати альбоми понад 1 мільйона примірників за відносно швидкі проміжки часу. Модні бренди підхопили хвилю та почали частіше співпрацювати з азійськими виконавцями. І показники продажів росли за лічені години та навіть секунди. Так айдоли ставали амбасадорами відомих брендів, як Gucci, Samsung.

Кей-поп зумів досягти зрілої форми та створити краще медіа. Четверте покоління це чітко демонструє. Адже окрім вокалу, артисти демонструють неймовірні хореографії. І це висовує їх на ще одну ступінь вище. Адже важко приділяти увагу і танцювальним рухам, і співу, які дійсно потребують великої віддачу. І зробити це у якомога чистому вигляді.

Завершення

Індустрія адаптується до нових технологій і тенденцій, зберігаючи при цьому свою унікальність. Ну а ми наближаємось до закінчення, тож залишайтеся з нами і очікуйте на завершальний випуск подкасту.

Випуск 5. П'яте покоління

Вступ

Шановні слухачі! Дякую за очікування останнього випуску подкасту про культуру корейської поп музики. П'яте покоління це вже інновації та штучний інтелект.

Основний блок

П'яте покоління К-поп розпочався з 2023 року та ще не має чітких меж, оскільки тандем продовжується. Проте вже можна побачити кілька перспективних гуртів і солістів, які задають нові стандарти в індустрії: RIIZE, BABYMONSTER, XIKERS (до речі, один з учасників гурту під час виступу вийшов у футболці з українським тризубом).

Артисти віртуального гурту PLAVE використовують найсучасніші технології, такі як віртуальна реальність і штучний інтелект, для створення інтерактивних та незабутніх шоу.

Одним із представників п'ятого покоління є група ENHYPEN, яка дебютувала в 2020 році та швидко здобула популярність завдяки своїм талановитим учасникам і високоякісній музиці. Інші нові артисти також демонструють потенціал стати наступними великими зірками, продовжуючи еволюцію К-поп.

Оскільки генерація голосу за допомогою штучного інтелекту продвигається, результати дають нові відчуття. Тому для когось може здатись,

що стандартизована музика починає втрачати сенс. З інноваціями усе можливо, проте реальний голос ніхто не замінить.

Завершення

П'яте покоління К-рор лише починає розкриватися, але вже видно, що воно буде не менш захоплюючим та інноваційним за попередні. Дякуємо, що були з нами протягом усієї серії подкастів про історію та культуру К-рор. Сподіваємось, вам сподобалося дізнаватися про розвиток корейської поп-музики разом з нами!

Ну а з вами була Wei Anin. До нових зустрічей у нових подкастах.