

Заклад вищої освіти «Український католицький університет»

Гуманітарний факультет

Кафедра культурології

Кваліфікаційна робота

на тему «Дифузія (пост)конфліктних культур та пошук спільних
контекстів між Україною та Південною Кореєю: Hallyu, політика та k-pop»

Виконала: студентка 4 курсу, групи ГКУ20/Б

Галузі знань 03 Гуманітарні науки

Спеціальності 034 Культурологія

Освітньої програми «Культурологія»

Освітній ступінь Бакалавр

Демич О. М.

Керівниця Старовойт І. М.

Рецензентка Зубрицька М.О.

Львів – 2024 року

Анотація

Hallyu, або Корейська хвиля – термін, що описує явище стрімкої популярності південнокорейської культури у світі, зокрема поширення музики k-поп та корейських серіалів. Корейська хвиля проникла в Україну на початку 2010-х здебільшого через російськомовний простір. З того часу відбувається дифузія (проникання) корейської культури в українську через так звані «пара-Hallyu послуги та продукти». На ментальних мапах світу українських фанатів Корея знаходиться ближче до України, ніж географічно. Українські шанувальники, переосмислюючи свій досвід в часі повномасштабного вторгнення Росії, чіткіше бачать і розуміють постколоніальні процеси, що відбуваються всередині індустрії корейської популярної культури. Дослідниця вважає, що глибшій дифузії сприяють ці спільні (пост)конфліктні контексти між культурами: досвід окупації, асиміляції, колонізації, питання національної безпеки та оборони, консолідації суспільства, процеси деколонізації та декомунізації. Ці теми можуть стати «мостами» між Україною та Республікою Кореї для розбудови культурної взаємодії.

Ключові слова: Hallyu, Корейська хвиля, k-поп, дифузія культур, (пост)конфліктні культури, фандоми, фанати, культурна політика.

Diffusion of (post)conflict cultures and the search for common contexts between Ukraine and South Korea: Hallyu, politics and k-pop

Abstract

Hallyu, or the Korean wave, is a term that describes the phenomenon of the popularity of South Korean culture in the world. The Korean wave entered Ukraine in the early 2010s, mainly through the Russian-speaking area. Since then, the diffusion (penetration) of Korean culture into Ukrainian through the so-called «para-Hallyu services and products» has occurred. In the mental maps of the world of Ukrainian fans, Korea is closer to Ukraine than geographically. In rethinking their experience during the full-scale invasion of Russia, Ukrainian fans see and understand the post-colonial processes within the Korean popular culture industry more clearly. The researcher believes that these shared (post)conflict contexts between cultures contribute to deeper diffusion: the experience of occupation, assimilation, colonization, issues of national security and defense, consolidation of society, and processes of decolonization and decommunization. These topics can become «bridges» between Ukraine and the Republic of Korea for the development of cultural interaction.

Keywords: Hallyu, Korean wave, k-pop, diffusion of cultures, (post)conflict cultures, fandoms, fans, cultural policy.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ I ПОНЯТТЯ HALLYU ТА ІСТОРІЯ ЯВИЩА.....	8
1.1 Модерна історія Кореїського півострова.....	8
1.2 Визначення Hallyu.....	11
1.3 Hallyu: передумови й перша хвиля.....	13
1.4 Hallyu: друга хвиля.....	20
РОЗДІЛ II HALLYU ТА УКРАЇНА.....	27
2.1 Досвід українських фанатів.....	27
2.1.1 Перша зустріч з Hallyu.....	29
2.1.2 Фанатські спільноти.....	31
2.1.3 Російськомовне середовище й українські фанати.....	35
2.2 Офіційні канали поширення Hallyu.....	40
2.3 Дифузія корейської культури.....	44
РОЗДІЛ III (ПОСТ)КОНФЛІКТНІ КОНТЕКСТИ В КОРЕЙСЬКІЙ КУЛЬТУРІ.....	49
3.1 (Пост)конфліктні контексти в популярній корейській культурі. Спостереження фанатів.....	49
3.2 Hallyu як боротьба з «темним» минулим.....	52
3.3 «Мости» між культурами Кореї та України в межах (пост)конфліктних контекстів.....	55
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ.....	60
ДОДАТКИ.....	67

ВСТУП

У 2020 році премію «Оскар» за найкращий фільм отримала південнокорейська драма «Паразити» режисера Пон Джунхо (кор.: 봉준호), а BTS стали першими південнокорейськими артистами, що були номінованими на «Греммі». За останні роки Південна Корея стала частіше з'являтися в медіа та соціальних мережах, а слово k-поп більше не приваблює екзотикою, а стає звичністю для зацікавлених музичною сценою. Усе це є наслідком так званої Hallyu, або Корейської хвилі – процесу поширення корейської попкультури у світі. Корейська «м'яка сила» не оминула й Україну: українські фанати k-поп активні в соціальних мережах, а корейські серіали мають українські субтитри на стрімінгових платформах.

Які передумови Hallyu? Які причини його успішності? Яким чином корейська популярна культура досягла України та що посприяло її проникненню? Чи може Україна використати досвід Південної Кореї та її Корейської хвилі для повоєнної відбудови у сфері культури? З такими питаннями я заходжу у своє дослідження, де *об'єктом* є Hallyu, як явище популярності корейської культури за межами Кореї, а *предметом* – Hallyu в Україні, її шлях та вплив. *Темою* моєї дипломної роботи є «Дифузія (пост)конфліктних культур та пошук спільних контекстів між Україною та Південною Кореєю: Hallyu, політика та k-поп». Я маю намір проаналізувати рівень дифузії (проникнення) корейської культури в українську та вплив Корейської хвилі на українських споживачів популярної корейської культури, а також знайти «мости» для культурної взаємодії між Україною та Республікою Корея, що є *метою* цього дослідження.

Я використовую термін (пост)конфліктної культури для позначення культури держави, що або залучена у збройний конфлікт у часі проведення дослідження – як Україна в російсько-українській війні, або відносно недавно вийшла зі збройного конфлікту, але все ще відчуває його наслідки. Для Південної Кореї важко однозначно визначити, чи її культура ще в часі конфлікту, чи ні. Корейська, фактично громадянська, війна закінчилась у 1953 році, і в

умовах збройного перемир'я корейська нація залишилась розділеною на понад 70 років. Я реферую до корейської культури як постконфліктної, зважаючи на її модерну історію: японську окупацію, поділ Кореї, Корейську війну та військову диктатуру, що тривала до 1990-х років. Однією з моїх гіпотез є те, що схожі (пост)конфліктні контексти для України та Республіки Корея посприяли кращій дифузії корейської культури в українську. Якраз у цій сфері я шукатиму спільні точки дотику для розбудови подальшої культурної взаємодії між державами.

Щоб знайти відповіді на мої питання та досягти мети, я окреслюю такі *завдання*: описати та пояснити саме явище Hallyu як частину культурної політики Кореї і як наслідок глобалізованості світу та активного поширення соціальних мереж; разом з українськими фанатами спробувати відтворити шлях Hallyu в Україні: коли, як і чому; проаналізувати рівень проникнення корейської культури та її впливу на фанатів; знайти спільні точки дотику між культурами Південної Кореї та України, особливо у воєнному, (пост)конфліктному контексті; спробувати вийти на «культурні мости» між Кореєю та Україною; проаналізувати, що Україна може перейняти з досвіду Кореї у сфері культури.

Актуальність моєї роботи полягає в тому, що явище Корейської хвилі є малодослідженим в українській академії, особливо у сфері культурології. Здебільшого це праці з політології, які зосереджуються на Hallyu як на «м'якій силі» Республіки Корея. Окрім цього, я не знаходила робіт, які б досліджували Корейську хвилю та рівень її проникнення в Україну. У цю тему я заходжу, опираючись на дослідників та дослідниць студій Hallyu, які ще в процесі свого розвитку. Фундаментальними працями стають збірки редакторства Кім Юни, що є професоркою глобальних комунікацій Американського університету Парижа, «Корейська Хвиля: корейські медіа виходять на глобальний рівень» 2013 року та «М'яка сила Корейської хвилі: “Паразити”, BTS, драма» 2022 року; «Східноазійська попкультура: аналізуючи Корейську хвилю» 2008 року за редакторства сінгапурських соціологів Чуа Бен Хуата та Коічі Івабучі; збірка, що аналізує другу хвилю Hallyu редакторів, що спеціалізуються на кіно та медіа, Лі Сандуна з Гонконгу та Абе Марка Норнеса з США «Hallyu 2.0:

Корейська Хвиля в епоху соціальних мереж»; і «Соціологія попкультури Hallyu: серфінг на Корейській Хвилі» Вінченцо Чіккеллі та Сільві Октобре, соціологів з Франції.

Для покрокового виконання завдань я використовую різні *методи* у своїй роботі. Я здійснюю синтетичний аналіз теоретичних текстів дослідників та дослідниць, що працювали з темою Hallyu. Для дослідження проникнення Корейської хвилі в Україну я проводжу якісні глибинні інтерв'ю з чотирма українськими фанатками корейської популярної культури, що розпочали свій шлях фанатіння у 2010-х роках. Метод автоетнографії дозволяє мені як дослідниці вписати свою власну ідентичність фанатки, від якої я відштовхуюсь при складанні гіпотез та побудові логіки оповіді про Hallyu в Україні. При розгортанні сюжету про фанатський досвід я користуюся методом насиченого опису Кліффорда Гірца. Для заповнення прогалів при відтворенні шляху Корейської хвилі в Україну я здійснюю аналіз даних з відкритих джерел, таких як: ЗМІ, соціальні мережі тощо. Я послуговуюсь терміном дифузії культур для опису процесу проникнення однієї культури в іншу.

Варто зазначити: згадуючи корейські імена, я намагаюся транскрибувати їх українською найбільш наближено до оригінального звучання, оскільки на цей час в Україні немає єдиної системи транслітерації корейських слів.

РОЗДІЛ І

ПОНЯТТЯ HALLYU ТА ІСТОРІЯ ЯВИЩА

1.1 Модерна історія Корейського півострова

Щоб зрозуміти феномен Hallyu, потрібно зануритися в історичний контекст Південної Кореї. Ю Чешін, засновник корейських студій у Торонтському університеті та автор багатьох праць, дає розуміння модерної історії Корейського півострова у своїй книзі 2012 року «Нова історія корейської цивілізації». Вона починається з часів проникнення західного імперіалізму у Велике Королівство Чосонів (кор.: 대조선국, кит.: 大朝鮮國), державу, що розташовувалась на території Корейського півострова. Як не дивно, але західний імперіалізм принесла у королівство Японська імперія. У 1876 році Чосонська Корея підписала свою першу сучасну угоду – Канхваський договір з офіційною назвою «Японсько-корейська угода про дружбу після японського нападу на півострів»¹. Це була несправедлива угода: «Японія силою встановила нерівні відносини з Чосоном, подібні до відносин, які Японія мала з Великобританією та Америкою під час свого власного процесу “відкриття”»². Власне звідти починається історія японського імперіалізму. Чосон дотримувався політики закритості у сфері міжнародних відносин та торгівлі, та після договору з Японією був змушений відкритися решті світу, особливо країнам Заходу, що давно намагались потрапити на Корейський півострів³. Китай за часів династії Цін запропонував Чосонській Кореї «об’єднатися зі Сполученими Штатами, щоб урівноважити Російську імперію, яка на той час постійно розширювала свої кордони на південь в Азії»⁴. У 1882 році був підписаний Договір про дружбу між Великим Королівством Чосонів та США за сприянням Китаю, який бажав отримати міжнародне визнання як покровитель Чосона та стримати Росію та Японію в регіоні⁵. Ю Чешін називає цей договір ще однією

¹ Yu, Chai-Shin. «The Development of Modern Society» Chapter. In *The New History of Korean Civilization*. Bloomington, In: iUniverse, Inc., 2012, p. 286.

² Ibid, p. 286.

³ Ibid, p. 283-284.

⁴ Ibid, p. 286.

⁵ Ibid.

нерівною угодою, тільки цього разу із країною Заходу⁶. Після нього незабаром почалися дипломатичні відносини з Англією, Німеччиною, Росією, Францією та ін. Таким чином, після Канхваського договору Чосон вийшов на міжнародну арену та відкрив свої двері для Японії, Китаю, Росії та західних країн, ставши ще одним майданчиком для змагань між багатьма великими державами⁷.

Боротьба за Корейський півострів між Японією та Китаєм, залучення нових гравців до геополітичної гри в регіоні, таких як: Росія, Німеччина та Франція, – а також опір корейського населення експансійній політиці зовнішніх держав, що вилився у Військовий заколот 1882 року, спробу політичного перевороту групою радикальних прогресистів 1884 року, селянську революцію Донхак 1894-1895 років і, як наслідок, реформи Кабо 1894-1896 років, призвели до створення Корейської імперії, або Великої імперії Хан⁸ (кор.: 대한제국, кит.: 大韓帝國).

Корейська імперія була створена в 1897 році за внутрішньої підтримки корейського народу, який хотів побудувати незалежну сучасну державу без іноземного втручання⁹. Водночас це було можливо завдяки зовнішній підтримці інших країн, що хотіли стратегічно стримати владу Росії на Корейському півострові, що тільки посилювалась¹⁰. Російсько-японська війна 1904-1905 років, що закінчилась поразкою для першої, вплинула на Корейську імперію, яка позбулася частини свого суверенітету і перейшла під протекторат Японії в 1905 році¹¹. Ця подія змусила корейську інтелектуальну еліту активізувати свої зусилля для створення політичних організацій та ініціатив, які стали початком Руху за незалежність. Реакція на непокору була сильнішою, і вже у 1910 році Корейська імперія була анексована Японією¹².

Японська окупація тривала з 1910 по 1945 років і буквально «спустошила Корею та її народ»¹³. Японія провадила жорстку політику

⁶ Yu, Chai-Shin. «The Development of Modern Society», p. 286.

⁷ Ibid.

⁸ Ibid, pp. 288-295.

⁹ Ibid, p. 297.

¹⁰ Ibid.

¹¹ Ibid, p. 330.

¹² Ibid, pp. 331-336.

¹³ Ibid, p. 17.

асиміляції та колонізації. У рамках японізації було заборонено використовувати корейські прізвища, були переписані підручники з історії Кореї, заборонялось розповідати у школах про корейські традиції, активно заохочувалося використання японської мови в публічному середовищі, а навчання корейською взагалі не допускалось¹⁴. Як наслідок, корейський рух опору організував загальнонаціональний протест, що отримав назву Рух 1 березня 1919 року¹⁵. У той день національні лідери «оприлюднили “Декларацію незалежності” від імені тридцяти трьох представників корейського народу та офіційно проголосили всьому світу незалежність Кореї»¹⁶. Хоч повстання було жорстоко придушене, та воно стало важливим рушієм для продовження боротьби та залучення корейської діаспори до Руху за незалежність. Через місяць у Шанхаї було засновано самопроголошений Тимчасовий уряд Республіки Корея, що перебував у вигнанні, а також була відкрита школа Корейської армії незалежності для майбутнього збройного захисту та координації руху опору¹⁷.

Корея була втягнута у Другу світову війну в складі Японії та була експлуатована останньою для забезпечення всіма видами ресурсів, зокрема й людськими¹⁸. Після капітуляції Японії в 1945 році було прийняте рішення щодо опіки над Корейським півостровом, який поділили по 38-ій паралелі¹⁹. Північна частина була під юрисдикцією СРСР, а південна – під США. Питання возз'єднання нації стояло гостро, але бачення засобів і фактичне втілення цього було різним у сторін, як політично, так й ідеологічно²⁰. США й Радянський Союз не прийшли до спільного рішення про відновлення Корейської держави, тому півострів залишився розділеним. У 1950 році за допомогою СРСР Північна Корея вторглася в Південну задля військового об'єднання²¹. Досить швидко північнокорейській армії вдалося просунути у глиб і захопити Сеул.

¹⁴ Yu, Chai-Shin. «The Development of Modern Society», pp. 17, 351-352.

¹⁵ Ibid, p. 337.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid, pp. 353-354.

¹⁸ Ibid, pp. 354-356.

¹⁹ Ibid, p. 357.

²⁰ Ibid, pp. 357-358.

²¹ Ibid, p. 362.

ООН на засіданні Ради Безпеки вирішила надати допомогу Півдню²². У результаті «США разом із Великою Британією, Францією та тринадцятьма іншими країнами сформували Армію Об'єднаних Націй для боротьби на фронті разом з корейською армією»²³. Через три роки фактично громадянської війни СРСР запропонував припинити вогонь. 27 липня 1953 року розпочалося перемир'я між Республікою Корея та Корейською Народно-Демократичною Республікою, що триває і дотепер²⁴. Корейська війна 1950-1953 років була катастрофічною та кривавою за кількістю полеглих. «Кількість жертв сягнула понад 1,5 мільйона, а земля сильно вигоріла. Були знищені будівлі, дороги, заводи, енергетичні та промислові об'єкти»²⁵.

З 1961 по 1993 рік Республіка Корея перебувала під правлінням п'яти послідовних військових урядів, які провадили антикомуністичну та антиколоніальну політику модернізації з обмеженням прав і свобод²⁶. У 1988 році до влади прийшов Шостий уряд, ціллю котрого була демократизація та економічне відновлення²⁷. У 1993 році Кім Йонсам (кор.: 김영삼), що не мав військового досвіду, став першим президентом Південної Кореї, тому Шостий уряд також називають «цивільним»²⁸. Саме з цього періоду починається історія виникнення Hallyu, або Корейської хвилі.

1.2 Визначення Hallyu

Hallyu (кор.: 한류, укр.: Халлю) — це термін, що описує явище популярності південнокорейської культури за межами самої Кореї, яке розпочалось у 1990-х у країнах Східної Азії (Китай, Тайвань і Японія), а згодом поширилося на Південну, Південно-Східну Азію, Близький Схід, Латинську Америку, Європу та інші частини світу у XXI столітті²⁹. Слово складається з

²² Yu, Chai-Shin. «The Development of Modern Society», p. 362.

²³ Ibid.

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid.

²⁶ Ibid, pp. 366-368.

²⁷ Ibid, p. 368.

²⁸ Ibid.

²⁹ Shin, Haerin. «Hallyu (Korean Wave).» In Danico, Mary Yu (ed.), *Asian American Society: An Encyclopedia*. Los Angeles: SAGE Publications, 2014, p. 419.

кореневих ієрогліфів Хан (кит.: 韓 китайською, кит- кор.: 한; означає корейський або Корея) і Рю (кит.: 流 китайською, кор.: 류; означає хвиля, тренд або потік), і перекладається англійською як «Korean wave»³⁰ та, відповідно, українською як «Корейська хвиля».

Вперше термін «Hallyu» був введений у 1997 році тайванським ЗМІ «Chinatimes» і використовувався для опису явища припливу корейських товарів та медіаконтенту до країни внаслідок пошуку дешевшої альтернативи дорогому японському продукту в контексті кризи 1997 року³¹. Після шаленого успіху корейської драми «Зимова соната» у 2004 році в Японії, Hallyu стало загальноновживаним терміном, що позначає зріст впливу та популярності південнокорейського розважального контенту та медіа в країнах Східної Азії³².

Корейську хвилю слід розглядати як «культурний пакет», що має кілька концентричних кіл³³. Дослідники мають різні думки щодо класифікації та кількості самих позицій. Найпростішою є трирівнева схема. У середині розташовані k-поп музика і корейська драма (телесеріал), і це називають «основним контентом»³⁴ Hallyu. Він створений з метою глобального розповсюдження, на ньому зосереджена основна увага виробників та споживачів. Друге коло, що має «напівосновний контент»³⁵ містить фільми, розважальні шоу та відеоігри, які частіше залучають споживачів, що вже знайомі з першим рівнем. Зовні знаходяться «пара-Hallyu послуги та продукти»³⁶, такі як: корейська кухня, косметика, мода, туризм і мова. І якщо попередні кола містили продукти, що циркулюють завдяки цифровізації, то до останнього кола відносять нецифрові³⁷.

³⁰ Shin, Haerin. «Hallyu (Korean Wave)», p. 419.

³¹ Ibid.

³² Ibid.

³³ Cicchelli, Vincenzo and Sylvie Octobre. «Introduction: Hallyu as an Alternative Aestheticized Global Pop Culture.» In *The Sociology of Hallyu Pop Culture: Surfing the Korean Wave*. Palgrave Macmillan Cham, 2021, p. 3.

³⁴ Ibid.

³⁵ Ibid.

³⁶ Ibid.

³⁷ Cicchelli, Vincenzo and Sylvie Octobre. «Introduction: Hallyu...» p. 3.

1.3 Hallyu: передумови й перша хвиля

Культура Кореї завжди була у фокусі держави впродовж другої половини ХХ століття. Вона була об'єктом державного контролю під час військових режимів з 1961 до 1993 років і слугувала ідеологічній меті з підтримання патріотичних та антикомуністичних настроїв. Культурна політика того періоду зосереджувалася на «відродженні “національної культури”, яка, як вважалося, опинилася під серйозною загрозою через швидкий процес вестернізації та індустріалізації країни»³⁸. Це означало, що держава контролювала всі процеси культурної індустрії, вводила цензуру на «шкідливі теми», обмежувала вплив західної масової культури та намагалась «очищувати» та відновлювати національні культурні цінності³⁹.

З приходом «цивільного» уряду в 1993 році розпочався динамічний процес політичної демократизації та економічної неолібералізації, що став внутрішньою передумовою для майбутньої Корейської хвилі⁴⁰. Зміни всередині культури відбувалися в процесі постійних переговорів між демократичним рухом та владою і насправді розпочалися трохи раніше. Практики культури закликали до зменшення державного контролю, а нове покоління молоді активно проявляло зацікавлення до споживання популярної культури⁴¹. Уже з 1987 року розпочалися процеси дерегулювання контенту і, відповідно, збільшення свободи висловлювання. Спершу скасували обмеження на систему реєстрації видавців (1987), потім зняли цензуру в театрі (1988), музиці (1996) і кіно (1997)⁴². У ті часи відбувалися важливі зміни в поглядах на культуру:

Політично та ідеологічно задумане поняття «національної культури» було замінено ідеєю «Корейської культури», в якій популярна культура відіграє важливу роль, відображаючи сучасні проблеми країни та виражаючи культурну ідентичність і естетичні смаки корейського народу (особливо молодого покоління)⁴³.

Приклад західної популярної культури змусив демократичний уряд переглянути свою культурну політику й від того часу масову культуру почали

³⁸ Lee, Hye-Kyung. «Cultural Policy and the Korean Wave: From National Culture to Transnational Consumerism.» Chapter. In *The Korean Wave: Korean Media Go Global*, Youna Kim (ed.). London: Routledge, 2013, p. 187.

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Ibid, p. 190.

⁴¹ Ibid, pp. 188-189.

⁴² Ibid.

⁴³ p.189.

сприймати як індустрію. Президентська консультативна рада з питань науки й технологій у 1994 році подала президенту звіт, у якому продемонструвала загальний дохід від Голлівудського блокбастера «Парк Юрського періоду», що був еквівалентний експортним продажам 1,5 мільйона автомобілів Hyundai⁴⁴. Цей звіт рекомендував уряду взятися за підтримку й сприяння виробництву медіа як національного продукту стратегічної індустрії. «Порівняння фільму з автомобілями Hyundai, які на той час вважалися “гордістю Кореї”, було досить вдалим, щоб звернути увагу корейської громадськості до ідеї культури як індустрії».⁴⁵ Після цього звіту цивільний уряд Кім Йонсама (кор.: 김영삼, 1993-1988) створив Бюро культурної індустрії в межах Міністерства культури та спорту в 1994 році, що взяло напрямом на «індустріалізацію культури», а також «інтернаціоналізацію корейської культури»⁴⁶. Варто сказати, що ці радикальні зміни у сфері культури відбувалися в контексті державної політики Республіки Кореї, що взяла курс на інтернаціоналізацію та процес неолібералізації, що мав на меті дерегулювати фінансовий сектор та інтегрувати країну у світову ринкову економіку⁴⁷.

Наступний президент Кім Деджун (кор.: 김대중, 1998-2003) визначив сектор культури частиною основних індустрій країни, на яких треба зосереджувати увагу та підтримку⁴⁸. ІТ-сектор, технології та культура були одними з напрямків, що мали сприяти «відновленню» Кореї після фінансової кризи 1997 року⁴⁹. У 1999 році було прийнято важливий «Закон про сприяння культурних індустрій», що визначав категорії індустрії культури, передбачав виділяти щонайменше 1% державного бюджету на культуру та заклав правову основу для державної підтримки, планування та інвестицій у цю сферу⁵⁰. Розвиток культурних індустрій став «державною відповідальністю»⁵¹. Як

⁴⁴ Cicchelli, Vincenzo and Sylvie Octobre. «Introduction: Hallyu...», p. 49.

⁴⁵ Shim, Doobo. «Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia.» *Media, Culture & Society* 28, no. 1 (January 2006), p. 32.

⁴⁶ Lee, Hye-Kyung. «Cultural Policy and the Korean Wave...», p. 189.

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Ibid, pp. 189-190.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Ibid.

наслідок, того ж року уряд Кім Деджуна виділив 148,5 мільйонів доларів фінансової підтримки індустрії культури⁵². І з того періоду держава почала займатися професійною освітою в цій галузі: «Зосереджуючись на так званих трьох С – Content, Creativity і Culture, – уряд заохочував коледжі відкривати факультети індустрії культури, надаючи обладнання та стипендії. До 2004 року кількість таких відділів зростає з майже жодного до понад 300»⁵³.

Відколи культура стала індустрією, а «синдром “Парку Юрського періоду”»⁵⁴ став мотивацією для розвитку, сектор індустрії культури розширився завдяки фінансуванню галузевими гігантами (Samsung, Daewoo, SKC, Hyundai тощо), що захотіли «диверсифікувати свій портфель зі значними можливостями повернення інвестицій з обмеженим ризиком»⁵⁵. Вінченцо Чіккеллі та Сільві Октобре у своїй праці «Соціологія попкультури Hallyu: серфінг на корейській Хвилі» оперують поняттям «державного капіталізму», коли говорять про Південну Корею та її економіку. Він характеризується

(а) переплетінням політичного та бізнесового секторів; (б) торговою політикою, яка поєднує протекціоністські заходи з підтримкою експорту з метою захисту внутрішніх ринків і компенсації їх невеликого розміру; і (с) сильними інвестиційними практиками, структурованими в п'ятирічних планах, які послідовно сприяли розвитку важкої та хімічної промисловості (у 1960-х та 1970-х роках), автомобільної, морської та електронної промисловості (у 1980-х та 1990-х роках), і, нарешті, нових технологій та інформаційної індустрії (з 1990-х рр.)⁵⁶.

Таким чином автори заперечують теорії, що стверджують, ніби Корея десь посередині між високими технологіями Японії та дешевим китайським ринком праці, або, що успіх Кореї залежав виключно від американського впливу та інвестицій⁵⁷. Після кризи 1997 року уряд та великі конгломерати країни – чеболі (кор.: 재벌) – почали інвестувати в культурні продукти за допомогою державно-приватного партнерства, щоб підтримати стартапи, пом'якшити домінування США на міжнародній арені, послабити перевагу Японії в регіоні та

⁵² Cicchelli, Vincenzo and Sylvie Octobre. «2. South Korean Capitalism.» In *The Sociology of Hallyu Pop Culture: Surfing the Korean Wave*. Palgrave Macmillan Cham, 2021, p. 53.

⁵³ Nye, Joseph and Youna Kim. «Soft power and the Korean Wave.» Chapter. In *The Korean Wave: Korean Media Go Global*, Youna Kim (ed.). London: Routledge, 2013, p. 35.

⁵⁴ Cicchelli, Vincenzo and Sylvie Octobre. «2. South Korean Capitalism.», pp. 48-50.

⁵⁵ Ibid, p. 50.

⁵⁶ Ibid, p. 51.

⁵⁷ Ibid.

збалансувати економіку, що на той час залежала від важкої промисловості та великих підприємств⁵⁸.

Своєю політикою державного капіталізму уряд також реагував на суспільні настрої громадян, які з приходом демократичного уряду до влади почали все активніше висловлювати свої споживацькі смаки. У 1992 році на національному телебаченні відбувся дебют групи Seo Taiji and Boys, що складалася з трьох молодиків, які читали реп, танцювали та були одягнені в мішковитий одяг⁵⁹. Фактично вони стали першими виконавцями, які принесли в Корею хіп-хоп музику та стиль. Хоч на той час судді музичного шоу не оцінили цю екзотику, але для корейської молоді це був ковток свіжого повітря. Від Seo Taiji and Boys починається історія k-pop та корейського хіп-хопу⁶⁰. Гурт був дуже популярним, але в 1996 році завершив свою діяльність.

2004 рік вважається точкою відліку, з якої починається Корейська хвиля⁶¹. Це був рік піку успіху південнокорейського серіалу «Зимова соната» 2002 року випуску на японському телебаченні⁶². Як кажуть про це дослідники, поява корейських драм (англ.: «korean drama» – ще одна назва для позначення корейських телесеріалів) на ринках Східної Азії наприкінці 1990-х була «наслідком вдалого часу»⁶³. Азійська фінансова криза 1997 року відіграла важливу роль. З одного боку вона завдала удару по національній економіці Кореї, а з іншого – посприяла експорту продуктів корейської популярної культурної індустрії. Телевізійні індустрії інших держав у регіоні, що постраждав від кризи, були в пошуку дешевших альтернатив дорогим японським серіалам, що призвело до трансляції корейських телесеріалів у Китаї, Тайвані, Гонконзі та Сінгапурі, але не в Японії⁶⁴. Із 1945 року в Південній

⁵⁸ Cicchelli, Vincenzo and Sylvie Octobre. «2. South Korean Capitalism.», p. 51.

⁵⁹ Jung, Eun-Young. «New Wave Formations: K-Pop Idols, Social Media, and the Remaking of the Korean Wave» Chapter. In *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*. Lee, Sangjoon, and Abé Mark Nornes (eds.). University of Michigan Press, 2015, p.76.

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ Lee, Hye-Kyung. «Cultural Policy and the Korean Wave...», p. 191.

⁶² Chua, Beng Huat, and Koichi Iwabuchi. «Introduction: East Asian TV Dramas: Identifications, Sentiments 1 and Effects.» In *East Asian pop culture*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2008, p. 6.

⁶³ Ibid, p. 4.

⁶⁴ Cicchelli, Vincenzo and Sylvie Octobre. «2. South Korean Capitalism», p.3.

Кореї була офіційна заборона на імпорт усіх японських культурних продуктів⁶⁵. Аж у 1998 році була підписана «Спільна декларація про партнерство Японії та Республіки Кореї на шляху до двадцять першого століття», яка відкрила обидві країни до співпраці та вільного обігу продуктів культурної індустрії та медіа⁶⁶. «Зимова соната» стала першою корейською телевізійною драмою, що отримала велику популярність у Японії. Вперше її транслювали на кабельному телеканалі, що належить NHK, у 2003 році, а у 2004 показували знову й знову через численні запити⁶⁷.

NHK заробив феноменальну суму грошей завдяки таким продуктам, як DVD-диски та новелізовані книги (з англ.: a novelized book). (...) «Зимова соната» також викликала зміни в поведінці серед японських жінок середнього віку, включно з перетворенням їх на захоплених туристок, що дозволяло Кореї заробляти значну суму «туристичних доларів»⁶⁸.

Успіх «Зимової сонати» показав уряду, що корейський культурний продукт може слугувати інструментом «м'якої сили» й прибутковим товаром на експорт. Із 2004 року культурна політика увійшла в транснаціональний та споживацький поворот⁶⁹. З'явився новий важливий актор – закордонні фанати корейської популярної культури, які впливають та визначають успішність культурної індустрії країни⁷⁰. Тепер держава почала використовувати зокрема корейські телесеріали як спосіб встановити зв'язки з державами на Близькому Сході для політичних інтересів⁷¹. У 2004 році уряд Кореї, заплативши за арабські субтитри, надав драму «Зимову сонату» єгипетському телебаченню в рамках кампанії для покращення іміджу Південної Кореї в регіоні⁷². Глядачі охоче дивилися корейський телесеріал, що призвело до подальшого експорту корейських культурних продуктів, а в Єгипті з'явилися стійкі фан-клуби, що об'єднували людей, які хотіли б ближче знайомитися з культурою Кореї та одного дня відвідати її⁷³. Неприховану політичну мету мали рішення щодо Іраку у 2005 році: «Уряд Південної Кореї (Міністерство оборони) повідомив, що

⁶⁵ Cicchelli, Vincenzo and Sylvie Octobre. «2. South Korean Capitalism», p.3.

⁶⁶ Ibid.

⁶⁷ Chua, Beng Huat, and Koichi Iwabuchi. «Introduction: East Asian...», p. 6-7.

⁶⁸ Ibid.

⁶⁹ Lee, Hye-Kyung. «Cultural Policy and the Korean Wave...», p. 191.

⁷⁰ Ibid, p. 186.

⁷¹ Nye, Joseph and Youna Kim. «Soft power and the Korean Wave.», p. 34.

⁷² Ibid.

⁷³ Ibid, pp. 34-35.

серіал підписав угоду про трансляцію з Kurdistan Satellite Channel, мовником, яким керує уряд Курдистану. Мета полягала в тому, щоб викликати позитивні почуття в арабському світі до 3200 південнокорейських солдатів, дислокованих на півночі Іраку»⁷⁴.

Паралельно з телесеріалами активізувалася музична індустрія. Естафету Seo Taiji and Boys підхопила H.O.T., група, яка надихалася хіп-хопом, але набувала рис попу й робила акцент на танцях. Її вважають першим k-pop гуртом⁷⁵. Дебют H.O.T. у 1996 році відбувся завдяки І Суману (кор.: 이수만), корейському бізнесмену та продюсеру, засновнику SM Entertainment (скор.: SM) – першої компанії, що фактично створила k-pop і залишається однією з лідерок індустрії й до тепер. Сама ідея айдолів (кор.: 아이돌, англ.: idol) не була новою на той час. І дотримався практики японського поп жанру айдору (яп.: アイドル, англ. трансл.: aidoru), японської версії айдолів, та систематизував процес створення поп артистів, що мали бути вмілими у співах, танцях та репрезентації себе⁷⁶. Систему трейні (англ.: trainee), тобто тренування молодих людей та формування їх в айдол-групи, перейняли наступні великі компанії – YG Entertainment (скор.: YGE) і JYP Entertainment (скор.: JYPE), що є лідерками індустрії й зараз⁷⁷. На той час k-pop лейбли уже активно націлювались на закордонну аудиторію. H.O.T. стали найпопулярнішим чоловічим гуртом у Кореї й з 2000 року завоювали китайський ринок⁷⁸. Перша жіноча група SM S.E.S. була створена з планом на вихід на японського споживача, завбачливо залучаючи японську учасницю⁷⁹. До першої хвилі в k-pop відносять також NRG, Baby V.O.X. і Shinhwa⁸⁰. Усі вони були створені за більш-менш однаковою системою прослуховування, специфічними програмами навчання та були подібними до японських айдору.

⁷⁴ Nye, Joseph and Youna Kim. «Soft power and the Korean Wave.», p. 34-35.

⁷⁵ Jung, Eun-Young. «New Wave Formations...», pp.76-77.

⁷⁶ Ibid.

⁷⁷ Ibid.

⁷⁸ Ibid.

⁷⁹ Ibid.

⁸⁰ Ibid.

У 2003 уряд Но Мухьона (кор.: 노무현, 2003-2008) створив Корейський фонд для міжнародного культурного обміну (Korean Foundation for International Cultural Exchange, KOFICE) при Міністерстві культури, спорту та туризму⁸¹. Це стало інституцією, що фактично відповідає за просування Корейської хвилі у світі та керує приватними та урядовими ресурсами й зусиллями в напрямку міжкультурної співпраці. В офіційних документах KOFICE від 2008 року, де організація прописує свої цілі, чітко прослідковується парадигма, у межах якої держава дивилася на культуру:

Різні країни світу розвивають свої індустрії культури на конкурентній основі. Вони знаходяться в напруженій конкуренції за те, щоб використовувати індустрію культури як засіб відродження економіки нації та вихід на світову арену. Корея також зосереджується на необмеженому потенціалі своєї індустрії культури та визнає індустрію культури новим двигуном зростання⁸².

Таким чином у статті 2004 року «Корея як хвиля майбутнього: новостворене омріяне суспільство ікон і естетичного досвіду» Джим Датор та Со Йонсок пишуть: «Азія затоплена хвилею продуктів популярної культури, що хлинули з Південної Кореї. Молодь у Китаї, Гонконзі, Тайвані, Сінгапурі та Японії, а також у Камбоджі, В'єтнамі, Філіппінах, Індонезії та Малайзії захоплена видовищами та звуками Н.О.Т., S.E.S., Shinhwa, god та J.T.L.»⁸³. Перша хвиля Hallyu завдяки телебаченню та медіа й за підтримки уряду впевнено завоювала Східну Азію та активно рухалась далі. Успішність Корейської хвилі вимірювалась у кількісних показниках та під економічною призмою. І Санджун аналізує дискурс довкола Hallyu в азійській академії в той час. Дослідник стверджує, що навіть серед науковців відбувся перехід у підході до досліджень з медіа- та культурної сфер до економіки, бізнесу та туризму. «Академічний дискурс у Кореї швидко трансформувалася, щоб дослідити можливий внесок Корейської хвилі в розвиток економіки нації»⁸⁴.

⁸¹ Lee, Sangjoon. «Introduction. A Decade of Hallyu Scholarship: Toward a New Direction in Hallyu 2.0» Chapter. In *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*. Lee, Sangjoon, and Abé Mark Normes (eds.). University of Michigan Press, 2015, p. 9.

⁸² Ibid.

⁸³ Dator, Jim, and Seo Yongseok. «Korea as the Wave of a Future: The Emerging Dream Society of Icons and Aesthetic Experience.» *Journal of Futures Studies* 9 (2004), p. 31.

⁸⁴ Lee, Sangjoon. «Introduction. A Decade of Hallyu Scholarship...», p. 10.

1.4 Hallyu: друга хвиля

Для англomовного академічного дискурсу перша хвиля Hallyu потроху вичерпувала себе до кінця 2000-х. Учені вважали, що все вже досліджено, а сама Корейська хвиля втрачає свій вплив⁸⁵. Але саме тоді, коли здавалося, що все стихло, Hallyu повернулося з музикою айдол-гуртів, що мали ще більшу і ширшу популярність, ніж телесеріали. І Санджун у вступі до збірки «Hallyu 2.0: Корейська хвиля в епоху соціальних мереж» називає 2009 рік і міжнародну популярність пісні «Sorry, sorry» групи Super Junior початком другої хвилі Hallyu⁸⁶. Це стало можливим завдяки розвитку технологій, появі соціальних мереж та активному користуванню інтернетом, що забезпечило наявність онлайн-платформ для поширення, обміну та споживання k-pop продуктів у всьому світі із миттєвою швидкістю⁸⁷.

Великі k-pop компанії (SM, JYPE, YGE і CUBE) швидко зорієнтувались у використанні нових цифрових технологій та каналів просування своїх артистів⁸⁸. Групи Big Bang, 2AM, 2PM, 2NE1, Girls' Generation, SHINee, JYJ, Super Junior і Wonder Girls стали новими іменами, що активно набирали популярності в соціальних мережах⁸⁹. Виконавчий директор SM, Кім Йонмін (кор.: 김영민), сказав:

П'ять років тому, якщо ми хотіли запустити та просувати артистів, нам доводилося йти традиційним шляхом і працювати з традиційними медіа, як-от телебачення, але сьогодні, із розвитком Інтернет-медіа, як-от YouTube, багато глобальних фанатів мають можливість з ними познайомитися, ще до того, як наші таланти покинуть Корею⁹⁰.

Насправді популярність росла, але не так швидко, як хотілося б самим компаніям та уряду. Корейська музика швидко розповсюджувалась між фанатами з Далекого та Близького Сходу, але не досягала Європи чи США. З 2008 року k-pop індустрія намагалася пробитись на американський музичний ринок⁹¹. Ось два кейси:

⁸⁵ Lee, Sangjoon. «Introduction. A Decade of Hallyu Scholarship...», pp. 14-15.

⁸⁶ Ibid, p. 15.

⁸⁷ Ibid.

⁸⁸ Ibid.

⁸⁹ Ibid.

⁹⁰ Ibid.

⁹¹ Ibid, p.2.

Попзїрка BoA, яка була дуже популярна в Кореї та Японїї, дебютувала в США у 2008 році з піснею «Eat You Up». Однак сингл провалився на цьому ринку. Se7en, «король k-pop» у Кореї, також випробував свою удачу на ринку США, випустивши англомовний сингл «Girls» за участю Lil' Kim у березні 2009 року. Як і BoA, він повернувся до Кореї після «рекордно низьких» продажів його синглу. Після драматичних провалів BoA та Se7en у Сполучених Штатах Сон Чон поскаржився на те, що k-pop усе ще маргіналізований у Сполучених Штатах, попри постійні повідомлення корейських ЗМІ про його історїї глобального успіху⁹².

Важливий поворотний момент для k-pop та Корейської хвилі стався у 2011 році у Франції⁹³. SM Entertainment привезли своїх п'ять k-pop гуртів – Tong Bang Shin Ki (TVXQ), Girls' Generation (So Nyeo Shi Dae, або SNSD), Super Junior, f(x) і SHINee – на концерти в Париж⁹⁴. Квитки на перший концерт розпродали за п'ятнадцять хвилин⁹⁵. Сотні фанатів, яким не вдалося отримати місце, зібралися біля Лувру на танцювальний флешмоб, щоб показати попит на більшу кількість концертів⁹⁶. Компанія SM відреагувала на запит і додала ще два дні виступів⁹⁷. Через рік трапилося ще одне диво. У липні 2012 року вийшов трек південнокорейського виконавця PSY «Gangnam Style», який вибухнув популярністю в США та побив рекорди YouTube – у вересні кліп потрапив у книгу рекордів Гіннеса за найбільшу кількість уподобань, а в грудні відео зібрало 1 мільярд переглядів, що зробило його найпопулярнішим кліпом в історїї платформи⁹⁸. Цей випадок був важливим для самої культурної індустрїї Кореї. Кім Кьонхьон (кор.: 김경현), професор східноазійських мов та літератури Каліфорнійського університету, у 2012 році прокоментував феномен так: «Тенденція та думки дотепер полягали в тому, що вам потрібно якимось чином стерти корейську ідентичність, щоб досягти успіху в США чи за кордоном. Але я вважаю, що популярність PSY довела, що так вважати хибно»⁹⁹.

⁹² Lee, Sangjoon. «Introduction. A Decade of Hallyu Scholarship...», p.2.

⁹³ Ibid.

⁹⁴ Ibid, pp. 2-3.

⁹⁵ Ibid.

⁹⁶ Ibid, p. 3.

⁹⁷ Ibid.

⁹⁸ Hu, Brian. «RIP Gangnam Style» Chapter. In *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*. Lee, Sangjoon, and Abé Mark Nornes (eds.). University of Michigan Press, 2015, p.p. 234-235.

⁹⁹ Bevan, David. «K-Pop Fizz Fizz: Life after Psy.» SPIN, December 12, 2012. <https://www.spin.com/2012/12/k-pop-2012-life-after-psy/>.

У той час уряд І Мьонбака (кор.: 이명박, 2008-2013) почав активно говорити про «бренд Кореї» та підвищення впізнаваності країни через популярний культурний продукт у найширшому сенсі цього слова, від k-pop до корейської кухні¹⁰⁰. «Різні організації, включно з Міністерством культури, спорту та туризму (MCST) і Корейським агентством сприяння торгівлі та інвестиціям (KOTRA), виділяли бюджет на програми сприяння національному іміджу».¹⁰¹ Кейс із «Gangnam Style» змусив k-pop лейбли більше фокусуватися на соціальних мережах, стрімінгових платформах, зокрема YouTube, та мережі фанатів, що ставали все потужнішою силою впливу на індустрію¹⁰². Бізнес та держава об'єднували свої зусилля для викристалізування національного бренду та його просування за кордоном.

Деякі дослідники вважають Hallyu другої хвилі яскравим прикладом того, коли як індустрія, так і споживачі, стають повноправними гравцями «у глобальній грі соціального мережування»¹⁰³. Тепер у перелік суб'єктів, що стають агентами Корейської хвилі, додають фанатів¹⁰⁴. Чхве Чонбон розуміє шанувальників як «кураторів культури»¹⁰⁵, а не самовдоволених покупців.

Попри допоміжну роль шанувальників, що була визначена ринком та індустрією виробництва контенту, вони фактично є головними героями в театрі семантичних і соціоантропологічних конструкцій Hallyu. Рушії транснаціональних культурних зв'язків, вони справді курують, координують і каталізують формування феномену Корейської хвилі¹⁰⁶.

Фанати стають учасниками культурного процесу, хоча вони не беруть участі у виробництві первинного культурного продукту. Вони стають співтворцями через флешмоби, ремікси, фан-едіти, фан-арти; публіцистами через продукування власного оригінального контенту – наприклад, фанфікшину; медіакоментаторами та критиками через інтерпретації, пояснення та коментування культурного продукту; і дистриб'юторами через створення

¹⁰⁰ Nye, Joseph and Youna Kim. «Soft power and the Korean Wave.», p.p. 35-36.

¹⁰¹ Ibid, p.36.

¹⁰² Lee, Sangjoon. «Introduction. A Decade of Hallyu Scholarship...», p. 3.

¹⁰³ Choi, JungBong. «Hallyu versus Hallyu-hwa: Cultural Phenomenon versus Institutional Campaign.» Chapter. In *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*. Lee, Sangjoon, and Abé Mark Nornes (eds.). University of Michigan Press, 2015, p. 85.

¹⁰⁴ Ibid, p. 42.

¹⁰⁵ Ibid.

¹⁰⁶ Ibid.

перекладів та поширення контенту у своєму соціальному колі¹⁰⁷. Соціальні медіа дозволяють створювати безліч екосистем для культурних взаємодій, де фанати можуть ставати «культурними ремісниками», об'єднуватись довкола центрів і створювати власний спосіб споживання та редизайнування контенту та продукту, що їм пропонується індустрією¹⁰⁸.

Наступним гучним кейсом після PSY став чоловічий k-поп гурт BTS із маленької компанії BigHit Entertainment, який спочатку стрімко отримав популярність у Кореї у 2016 році, а в травні 2017 року BTS стали першими південнокорейськими артистами, що виграли нагороду на Billboard Music Awards¹⁰⁹. «Завдяки величезній фан-базі, яка поширилась по всьому світу, BTS змогли випередити таких суперзірок попмузики, як Джастін Бібер і Селена Гомез, і отримати нагороду “the Top Social Artist”»¹¹⁰. Звідти розпочинається історія наступної й, певно, найсильнішої хвилі k-поп, яку очолили BTS, що остаточно вийшла за межі Кореї та Азії. Ця k-поп група була в багатьох речах першою: перші запрошені k-поп артисти з виступами на сцені американських шоу і церемоній нагородження, перший k-поп гурт, що отримував перемоги у найпрестижніших музичних номінаціях та очолював чарти, перша k-поп група, що їздила у стадіонні світові тури й збирала сотні тисяч фанатів, а у 2022 BTS стали артистами, що мають найбільше переглядів на YouTube¹¹¹. У 2020 році BTS принесли 4,9 мільярда доларів США у ВВП Кореї¹¹². У 2021 році президент Мун Джеін (кор. 문재인, 2017-2022) призначив сім учасників гурту Спеціальними Уповноваженими Президента з питань майбутніх поколінь та культури, які повинні представляти націю на різних глобальних форумах, в тому

¹⁰⁷ Cicchelli, Vincenzo and Sylvie Octobre. «Introduction: Hallyu...» p. 18.

¹⁰⁸ Choi, JungBong. «Hallyu versus Hallyu-hwa...», p. 42.

¹⁰⁹ Staff, Billboard. «Here Is the Complete List of Winners from the 2017 Billboard Music Awards.» Billboard, May 21, 2017. <https://www.billboard.com/music/awards/billboard-music-awards-2017-winners-list-7801136/>.

¹¹⁰ Staff, Billboard. «BTS WIN Top Social Artist at 2017 Billboard Music Awards: Billboard News.» Billboard, July 12, 2017.

<https://www.billboard.com/video/bts-win-top-social-artist-at-2017-billboard-music-awards-billboard-news-7801240/>.

¹¹¹ «BTS Notable Achievements.» US BTS ARMY. <https://www.usbtsarmy.com/notable-achievements>.

¹¹² Kim, Youna. «Introduction: Popular culture and soft power in the social media age.» Chapter. In *The Soft Power of the Korean Wave: Parasite, BTS and Drama*, Youna Kim (ed.). London: Routledge, 2022, p. 12.

числі на Генеральній асамблеї ООН¹¹³. BTS стали національною гордістю та амбасадорами Кореї.

Після BTS k-поп стає невіддільною частиною глобального ринку музики, він намагається знайти там собі місце і, на мою думку, принагідно підсвічує проблеми системи інституцій світової музичної індустрії, що зосереджена в США. Річ у тому, що один з найпрестижніших чартів Billboard Hot 100, на який взоруються артисти з усього світу, враховує показники прослуховувань і продажів лише на території США¹¹⁴. Тобто, за цією логікою, стати глобальним музикантом означає завоювати прихильність американського слухача. На мою думку, не випадково у 2020 році вперше видання Billboard створило два нових чарти Billboard Global 200 та Billboard Global Excl. U.S., що враховують показники прослуховувань та продажів музики з усього світу¹¹⁵. BTS та стрімкий ріст популярності k-поп стали однією з причин перегляду політик музичного ринку та його головних гравців, відкриваючи шлях для виконавців не тільки з Південної Кореї, а й з інших країн, що були невидимими та маргіналізованими. Врешті про присутність k-поп на глобальному ринку свідчать цифри: у 2023 році на другому й третьому місці в рейтингу найбільш продаваних артистів опинилися два південнокорейські гурти Seventeen і Stray Kids за підрахунками Міжнародної федерації фонографічної індустрії (англ.: International Federation of the Phonographic Industry, IFPI)¹¹⁶.

Ринок кіноіндустрії та серіалів також продовжував розвиватися у Hallyu другої хвилі. Станом на 2020 рік Південна Корея посіла п'яте місце після США, Китаю, Японії та Великої Британії за величиною кіноіндустрії за обсягом касових продажів і утриманням приблизно 50% частки внутрішнього ринку¹¹⁷. Її найбільшим успіхом є кінострічка режисера Пона Джунхо (кор.: 봉준호)

¹¹³ «BTS Appointed Special Presidential Envoy for Future Generations and Culture.» US BTS ARMY, July 21, 2021. <https://www.usbtsarmy.com/notable-achievements/special-presidential-envoy-for-future-generations-and-culture>.

¹¹⁴ «What Is the Billboard Hot 100? An Ultimate Guide in 2024.» EDM Sauce, September 14, 2023. <https://www.edmsauce.com/what-is-the-billboard-hot-100/>.

¹¹⁵ Staff, Billboard. «Billboard Launches New Global Charts.» Billboard, September 14, 2020. <https://www.billboard.com/pro/billboard-launches-new-global-charts/>.

¹¹⁶ Поліна, Горлач. «Тейлор Свіфт, Seventeen Та Stray Kids: Назвали Найбільш Продаваних Артистів 2023 Року.» Суспільне Культура, 22 лютого, 2024. <https://suspilne.media/culture/690452-tejlor-svift-seventeen-ta-stray-kids-nazvali-najbils-prodavanih-artistiv-2023-roku>.

¹¹⁷ Kim, Youna. «Introduction: Popular culture...», p. 5.

«Паразити», що тримала премію «Оскар» за найкращий фільм, найкращу режисерську роботу, найкращий оригінальний сценарій та найкращий міжнародний повнометражний фільм¹¹⁸. Деякі західні критики заявили, що історія «Оскара», яка тягнеться майже 100 років, була зруйнована, коли неангломовний фільм вперше отримав найвищу нагороду премії¹¹⁹. Це також може вказувати на те, що «традиційна надмірна залежність Голлівуду від Білих історій Білих творців, американо-європоцентричного кіно та погляду, може нарешті піти на спад»¹²⁰. Корейські драми (їх ще називають к-драми) також ростуть у глобальній популярності завдяки стрімінговим платформам, таким як Netflix, який покриває значну частину витрат на виробництво й є доступним для споживачів у понад 190 країнах¹²¹. Дистопічний корейський серіал-трилер «Гра в кальмара» 2021 року став найбільш переглянутим шоу на Netflix¹²². У перші місяці після його виходу глядачі настрімили 1,65 мільярда годин переглядів. К-драма виграла в шести номінаціях з чотирнадцяти на премії «Primetime Emmy»¹²³. А актор О Йонсу став першим корейцем, що отримав «Золотий глобус»¹²⁴. У 2022 році 60% аудиторії Netflix дивилися щонайменше одну корейську кінострічку чи серіал¹²⁵.

Підсумовуючи: передумовою Hallyu стала зміна парадигми уряду Кореї щодо культури та фактично створення культурної індустрії на початку 90-х років ХХ століття. Фінансова криза 1997 року неочікувано посприяла виходу корейського культурного продукту за кордон до найближчих держав-сусідів. Перша хвиля Hallyu бере початок у 2004 році з надзвичайною популярністю корейської драми «Зимова соната» в Японії та характеризується поширенням південнокорейських телесеріалів здебільшого в Азії та на Близькому Сході.

¹¹⁸ Kim, Youna. «Introduction: Popular culture...», p. 1.

¹¹⁹ Ibid.

¹²⁰ Ibid.

¹²¹ Ibid, p. 23.

¹²² Campbell, Charlie. «How Netflix Is Extending Its Tentacles across Asia in Search of the next ‘Squid Game.’» Time, November 24, 2023. <https://time.com/6339351/netflix-squid-game-asia-expansion/>.

¹²³ Ibid.

¹²⁴ Ibid.

¹²⁵ Yim, Hyunsu. «‘Netflix Effect’ Lifts Korean Content but Market Control Worries Grow.» Reuters, June 20, 2023. <https://www.reuters.com/business/media-telecom/netflix-effect-lifts-korean-content-market-control-worries-grow-2023-06-19/>.

2009 рік вважають початком другої хвилі Hallyu, де вже музика відіграє основну роль у глобальному поширенні корейської популярної культури, зокрема важливими акторами цього етапу є PSY та BTS. Соціальні мережі та Інтернет сприяють швидкому поширенню k-поп контенту, активно залучаючи фанатів як повноцінних агентів індустрії. За Чхве Чонбоном, Hallyu має біморфну природу: з одного боку це «транснаціональний культурний феномен»¹²⁶, з іншого це «національна інституційна кампанія»¹²⁷. Корейській хвилі притаманна «деінде-ність»¹²⁸ (англ.: elsewhere-ness) і не тільки в контексті географічних місць – Кореї та всіх інших країн, – а й у розумінні двох важливих агентів: держави та бізнесу Кореї з одного боку, що «виробляють контент»¹²⁹, та фанатів і споживачів з іншого, що займаються «культурним виробництвом»¹³⁰. «Перший (агент) відповідає головним чином за створення вмісту Hallyu, тоді як другий відповідає за створення феномену Hallyu»¹³¹.

¹²⁶ Choi, JungBong. «Hallyu versus Hallyu-hwa...», p. 33.

¹²⁷ Ibid.

¹²⁸ Ibid, p. 40.

¹²⁹ Ibid.

¹³⁰ Ibid.

¹³¹ Ibid.

РОЗДІЛ II

HALLYU ТА УКРАЇНА

2.1 Досвід українських фанатів

На мою думку, Hallyu є унікальним кейсом у контексті України. Споживання іноземної популярної культури майже завжди потребує перекладу. І якщо сучасна українська молодь ще зі школи вивчає англійську і активно послуговується нею, а взаємодія з англomовним медіаконтентом та продуктом може відбуватися без посередництва, то щоб споживати корейську популярну культуру, майже завжди потрібні переклади та інтерпретації тою мовою, що буде зрозуміла для локального фаната. Для українських шанувальників такими мовами були та є українська, англійська та російська.

Посередництво рідної мови (української) або другої іноземної мови (англійської або російської) при споживанні оригінального контенту, перекладів текстів пісень та новин, субтитрів до улюблених серіалів, шоу чи інтерв'ю, а також при продукуванні й споживанні фанатського контенту якимось чином повинне впливати на самого споживача та його інтерпретацію корейської популярної культури. Лоуренс Венуті, американський теоретик перекладу, влучно прослідковує шлях тексту, який піддається перекладу та інтерпретації: «Він відокремлюється від свого початкового контексту, де він підтримував значення, цінності та функції, властиві вихідній мові та культурі, і одночасно вставляється в інший контекст, створений перекладом, де він підтримує значення, цінності та функції, характерні для мови та культури, що його приймає».¹³² Кожна символічна система є частиною культури як ширшого поняття. Кожна мова несе в собі культуру її носіїв.

У цій частині свого дослідження я послуговуватимусь методом автоетнографії та вводитиму в текст свою ідентичність фанатки корейської популярної культури. Мій досвід зустрічі з Корейською хвилею ще у 2017 році став відправною точкою для занурення в тему Hallyu. Щоб обґрунтувати свій

¹³² Venuti, Lawrence. «1. towards a Translation Culture.» M-DASH, August 12, 2014. <https://mdash-ahb.org/the-translation-forum/1-towards-a-translation-culture/>.

алгоритм входження в поле та пояснити вибір тем для розмов з моїми оповідачками, я на початку поділюсь власним досвідом споживання корейської популярної культури. У цьому розділі моя фанатська та дослідницька ідентичність тісно поєднуюватимуться та підсилюватимуть одна одну в роботі зі знахідками. Також я буду використовувати метод насиченого опису Кліффорда Гірца для розгортання оповіді про фанатський досвід (як моїх оповідачок, так і мій особистий), часом послуговуючись термінами та жаргонами, які вживають фанати та їхні спільноти.

На початку 2017 року я відкрила для себе k-поп як жанр і стиль, і стала фанаткою корейської популярної культури. На той час я активно споживала різного роду англomовний контент за посередництва російської мови – мені було важко дивитися блогерів на YouTube, переглядати серіали чи розуміти слова пісень мовою оригіналу, бо це потребувало багато зусиль. Тому й не дивно, що я активно шукала інформацію та переклади контенту, що стосувався моїх улюблених k-поп груп, у російськомовному середовищі. На той момент основною соціальною мережею, якою користувалась молодь, був російський ВКонтакте (скор.: ВК). За інформацією від Statcounter Global Stats ВК посідало друге місце за кількістю користувачів у 2016 році в Україні після Facebook¹³³. Це була соціальна мережа, що дозволяла робити багато різних речей в одному додатку. У ВК можна було спілкуватися у чатах, створювати і підписуватись на групи, що велися у стилі блогу або новинного медіа, завантажувати й слухати музику, поширювати дописи на своїй сторінці та читати публікації друзів¹³⁴. Там зосереджувалась найбільша кількість онлайн-спілкування з моїми шкільними друзями й водночас це була зручна платформа для фанатської взаємодії. Я мало пам'ятаю про розрізнення українських чи російських фанатів у той час. Я споживала контент російською та певним чином асоціювала себе з російськомовним середовищем фанатів. Особисто до мене Hallyu прийшла

¹³³ «Social Media Stats Ukraine.» StatCounter Global Stats. Accessed May 12, 2024. <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/ukraine/#monthly-201601-201612-bar>.

¹³⁴ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. Від 22 березня 2024 року. Аудіо, 20:45-21:14.

через Росію і російську мову, яка фактично була мовою-посередницею між корейською та українською.

Маючи саме такий досвід, я зацікавилася, чи схожі історії переживали й інші українські фанати популярної корейської культури. Частиною мого дослідження є намагання відтворити в ретроспективі шлях Корейської хвилі до України. Я маю на меті прослідкувати основні канали комунікації та способи потрапляння корейського популярного продукту до української молоді. Для досягнення цієї цілі я провела якісні глибинні інтерв'ю з чотирма українськими фанатками, що захопилися корейською культурою на початку 2010-х років, що збігається в часі з початком Hallyu другої хвилі і що було єдиним моїм критерієм. Мене цікавили їхні спогади про перші доторки до популярної корейської культури, про перші спільноти фанатів, про мову, якою вони споживали усю інформацію, і про їхні відчуття у тих середовищах і тих контекстах. Мій опитник (див. Додаток 1) складався з трьох блоків питань, відповіді на які я розгортатиму впродовж наступних підрозділів.

2.1.1 Перша зустріч з Hallyu

Три респондентки познайомилися з азійською культурою через аніме – японську анімацію. Видається, що не тільки корейська, а й загалом азійська популярна культура йшла ніби «пакемом» для українських фанатів. Фанати аніме часто ставали фанатами k-поп та k-драм і навпаки. Фанатка Оксана, 1985 року народження, із Запоріжжя згадує, що дивилась аніме зі своїми друзями через перші локальні комп'ютерні мережі у 2006 році¹³⁵. Потім вона у 2007-2008 роках з Києва привозила собі диски з японськими телесеріалами, через які почала слухати японський рок¹³⁶. З японських драм Оксана перейшла до корейських і у 2009 році через відомий на той момент телесеріал «Ти прекрасний» (англ.: «You're Beautiful», кор.: «미남이시네요») вона дала корейській популярній музиці другий шанс¹³⁷. Гурт TVXQ (DBSK) став її

¹³⁵ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. Від 22 березня 2024 року. Аудіо, 00:40-03:06.

¹³⁶ Там само.

¹³⁷ Там само.

першим зацікавленням¹³⁸. Відтоді Оксана вважає себе фанаткою k-поп, k-рок і k-драми.

Оповідачка Наталя, 1995 року народження, зі Львова почала дивитися аніме у 2013 році через український телеканал QTV¹³⁹. Читала фанатський фікшин (англ.: fan fiction) за мотивами улюбленої анімації на російській платформі Ficbook¹⁴⁰. Через деякий час одна з авторок-фавориток перейшла у k-поп фандом (англ.: fandom – об'єднання фанатів у спільноту) і почала писати фанфіки (англ.: fanfic – жаргон, скорочення від fan fiction) з учасниками південнокорейської групи SHINee¹⁴¹. Наталя вирішила послухати цей гурт з цікавості, але їй спершу не сподобалось¹⁴². Паралельно через аніме вона дізналася про існування корейських драм, які їй дуже сподобались¹⁴³. З 2013 року Наталя активно споживала корейські серіали, а у 2015 вирішила знову повернутися до SHINee й послухати k-поп¹⁴⁴. Відтоді вона є k-поп фанаткою та любителькою k-драми.

Респондентка Анастасія, 2003 року народження, з Києва познайомила з k-поп жанром ще у 2010 році, коли їй було 7 років¹⁴⁵. Її подруга надіслала їй файл пісні згаданих SHINee по Bluetooth на мобільний телефон, але на той час оповідачка не усвідомлювала, що то був k-поп¹⁴⁶. У ранньому підлітковому віці Анастасія мала безліч музичних захоплень і перебувала в онлайн фандамах англomовних рок- та емо-груп, де взаємодіяла з іншими російськомовними фанатами через ВКонтакте¹⁴⁷. У 2013-2014 роках через цю соціальну мережу вона дізналась і про аніме та k-поп¹⁴⁸. А вже у 2015 році інтернет-друзі «змусили» її вивчити учасників групи EXO, звідки почався період її k-поп захоплення¹⁴⁹.

¹³⁸ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 00:40-03:06.

¹³⁹ Інтерв'ю з фанаткою Наталею. Від 21 березня 2024 року. Аудіо, 00:30-01:19.

¹⁴⁰ Там само, 01:19-01:35.

¹⁴¹ Там само, 01:35-01:47.

¹⁴² Там само, 01:48-02:06.

¹⁴³ Там само, 02:10-02:18.

¹⁴⁴ Там само, 02:19-02:37.

¹⁴⁵ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. Від 20 березня 2024 року. Аудіо, 00:38-01:00.

¹⁴⁶ Там само.

¹⁴⁷ Там само, 01:46-02:27.

¹⁴⁸ Там само, 02:23-02:50.

¹⁴⁹ Там само, 07:00-07:07.

І тільки оповідачка Аліна, 2001 року народження, з Дніпра не відчула на собі впливу японської популярної культури. У 2013 чи 2014 році однокласниця познайомила її з корейськими драмами через один з культових серіалів «Хлопці кращі за квіти» (англ.: «Boys Over Flowers», кор.: «꽃보다 남자»), яка «затягнула» Аліну у світ корейської поп-культури¹⁵⁰. Через драму «Квітковий оркестр» (англ.: «Flower Band», кор.: «닥치고 꽃미남 밴드») оповідачка дізналась про групу Infinite, яку дотепер вважає своєю улюбленою¹⁵¹.

2.1.2 Фанатські спільноти

Усі оповідачки майже одразу стали частиною k-поп фандому та взаємодіяли з іншими фанатами онлайн та офлайн. Респондентка Оксана мала подруг з Криму, з якими разом спочатку «підсіли» на аніме, а потім слухали k-поп. Вони часто їздили одна до одної й мали змогу проводити час офлайн¹⁵². У 2010 Оксана разом з однією подругою поїхали на k-поп вечірку у Київ, яку організували інші k-поп фанати та, як називає їх респондентка, «аніmeshники»¹⁵³. Такі події є частим явищем станом на 2024 рік, коли українські фанбази (англ.: fanbase – осередок скупчення фанатів у фандомах, що мають спільну національну приналежність, чи належать до однієї мовної спільноти) орендують приміщення, часто нічні клуби, і роблять тематичні вечірки для фанатів, де грає k-поп музика, виступають кавер денс гурти тощо¹⁵⁴. Як на мене, це дуже важлива інформація для розуміння Корейської хвилі в Україні. Ця подія означала, що на той час була достатня кількість шанувальників k-поп, аби організувати захід спеціально для них. І це сталося за рік до важливого 2011 року, коли SM Entertainment вперше привезла k-поп артистів у Європу. Оповідачка згадує, що на той час люди, які любили аніме, та люди, які дивилися k-драми і слухали k-поп, міцно дружили і разом

¹⁵⁰ Інтерв'ю з фанаткою Аліною. Від 30 березня 2024 року. Аудіо, 00:25-01:05.

¹⁵¹ Там само, 01:05-01:29.

¹⁵² Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 12:23-12:45.

¹⁵³ Там само, 16:53-17:47.

¹⁵⁴ K-поп та аніме івенти, вечірки, фестивалі (@uaverse_events). Instagram page. https://www.instagram.com/uaverse_events/.

організували аніме-фестивалі, вечірки тощо¹⁵⁵. Повертаючись до теми фандому: Оксана не мала багато інтернет-друзів, бо у неї була компанія з шести людей, які поділяли її інтереси і задовольняли потребу у фанатській взаємодії¹⁵⁶. Це були подруги українки, які взаємодіяли з російськими фанатами онлайн, але все ж офлайн дружба переважала¹⁵⁷. У 2013 році вона навіть переїхала ближче до своїх подруг у Крим, де вони разом ходили на уроки корейської та проводили багато часу разом¹⁵⁸.

Оповідачка Анастасія навпаки була частиною фандому в онлайн-середовищі. У 2013 році вона не знайшла у «реальному житті» друзів за азійськими інтересами, тому все її фандомне життя було онлайн у ВКонтакте¹⁵⁹. Анастасія говорить про те, що 60% її онлайн-оточення займали російські фанати, решту були українцями¹⁶⁰. Та все ж на той час їй здавалося, що українських фанатів є дуже мало¹⁶¹. Ключовим моментом став початок 2018 року, коли в Україну в Київ приїхали у лютому популярна k-поп група NCT, щоб зняти два музичних відео на пісні «Boss» і «Baby Don't Stop», а у березні китайський учасник групи EXO Lay для знімання китайського серіалу «Золоті очі» (англ.: «The Golden Eyes», спр. кит.: «黄金瞳»)¹⁶². Анастасія добре пам'ятає ті події, бо була тоді у натовпі українських шанувальників, які намагалися повзаємодіяти з айдолами¹⁶³. Фізична зустріч з іншими фанатами принесла багато усвідомлень. Оповідачка ділиться своїми відкриттями так:

Це принесло розуміння того, що, по-перше, у нас українська фанхата (фанхата – український відповідник слову «fandom», яке фанати іронічно переклали дослівно) це не три фанати, а багато людей. І те що, загалом, є люди різної вікової категорії. Це також був важливий аспект для мене на той момент, тому що я вважала, що люди, яким понад двадцять років, у фандомах – це дивно. Для мене п'ятнадцятирічної це було дивно (посміхається)¹⁶⁴.

Також Анастасія додала, що приїзд k-поп груп в Україну був важливим і для видимості країни у світі.

¹⁵⁵ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 17:38-18:24.

¹⁵⁶ Там само, 30:14-30:34.

¹⁵⁷ Там само, 30:14-30:34.

¹⁵⁸ Там само, 20:34-20:40

¹⁵⁹ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 07:40-08:03, 08:23-08:49.

¹⁶⁰ Там само, 9:55-10:02.

¹⁶¹ Там само, 16:45.

¹⁶² Там само, 11:29-11:58.

¹⁶³ Там само, 12:00-13:56.

¹⁶⁴ Там само, 13:57-14:26.

Приїзд NCT це було більш глобальною подією (вона порівнює з приїздом китайського айдола Lay), бо на це тоді звернули увагу всі. І це тоді показало Україну не тільки росіянам, і білорусам, і так далі... а також іноземцям з різних країн і з усього світу. Ну, тому що Україна... виявляється там щось є, виявляється там гарно і виявляється там назнімали кліпів¹⁶⁵.

Після тих подій оповідачка Анастасія так і не побудувала міцних стосунків з іншими фанатами, що теж жили у Києві, тому вона продовжила взаємодіяти з фанатами онлайн і не вийшла з російськомовного і російського середовища навіть після блокування ВКонтакте на території України в рамках санкцій проти Росії у травні 2017 року¹⁶⁶. У 2018 році вона також ходила з подругою на концерт k-rock гурта, що приїжджав в Україну, але на жаль не пам'ятає його назви¹⁶⁷. А восени 2021 відвідала виступ корейської хіп-хоп виконавиці Lil Cherry у Києві¹⁶⁸. Це не єдині випадки, коли маловідомі артисти з Південної Кореї давали концерти в Україні. Один з найвідоміших кейсів є виступ k-rock гурту The Rose восени 2018 року у рамках свого європейського туру, який вони починали у Києві.

Фанатка Аліна також мала змогу побувати на виступі корейського гурта в Україні, а саме Violet Tree¹⁶⁹. За її словами група двічі приїжджала в Україну з декількома виступами¹⁷⁰. Останній раз – восени 2018 року, де виступ відбувався у рамках k-рор вечірки у Києві та Львові¹⁷¹. Якраз на такій події Аліна вперше побачила кавер денс (англ.: cover dance) команди і потім вирішила, що теж одного дня хоче таким займатися¹⁷². Важливою рисою k-рор як музичного жанру є його перформативність. Айдол-групи виконують хореографії до пісень для підсилення їх аудіовізуальної складової. Фанати, окрім створення музичних переспівів, роблять танцювальні кавери на свої улюблені композиції. Створення кавер денс команд є глобальним та популярним явищем серед фанатів, зокрема й через міжнародний K-POP Cover Dance Festival, що проводиться за підтримки

¹⁶⁵ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 14:40-15:17.

¹⁶⁶ «Порошенко Ввів Санкції Проти Яндекс, Вконтакте, Одноклассников Та Інших.» Українська Правда, 16 травня, 2017. <https://web.archive.org/web/20220125141252/https://www.pravda.com.ua/news/2017/05/16/7144033/>.

¹⁶⁷ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 01:16:17-01:16:25.

¹⁶⁸ Там само, 1:16:29.

¹⁶⁹ Інтерв'ю з фанаткою Аліною. 22:23-23:42.

¹⁷⁰ Там само.

¹⁷¹ «K-Pop Party з Violet Tree (Південна Корея) у Львові!» Facebook, 3 жовтня, 2018. <https://www.facebook.com/events/284513688943616/>.

¹⁷² Інтерв'ю з фанаткою Аліною. 23:42-24:45.

великих корейських медіакомпаній та Корейських культурних центрів з 2011 року¹⁷³. Спершу у 2015 році Аліна знайшла компанію k-поп фанатів, які збиралися і разом проводили час, в тому числі й намагалися танцювати¹⁷⁴. А вже у 2016 році дівчина потрапила у свою першу кавер денс команду¹⁷⁵. З перервою у рік, моя оповідачка до сьогоднішнього дня танцює k-поп хореографії. Словом, наше інтерв'ю було записане під час змагання між кавер денс командами у Дніпрі й Аліна між виступами знайшла час, щоб поспілкуватися зі мною¹⁷⁶. Щодо її фандомного життя, то до блокування ВКонтакте дівчина активно користувалась соціальною мережею і спілкувалась з російськими фанатами¹⁷⁷. Потім перейшла в месенджер Telegram¹⁷⁸. А загалом вона пізніше не була надто активна в онлайн фандомі, бо мала найкращу подругу в школі, яка розділяла її вподобання, і має свою кавер денс команду, де, окрім самих танців, присутнє спілкування та проведення часу разом¹⁷⁹.

Лише оповідачка Наталя не відразу стала активною учасницею фанатської спільноти. У 2015 році вона створила «таємну папочку з музикою на комп'ютері, щоб ніхто не знайшов»¹⁸⁰. В її оточенні ніхто не слухав k-поп, а у ВКонтакте вона тільки споживала фанатський контент, переклади й новини¹⁸¹. Вона мала лише найкращу подругу, яка через неї теж стала захоплюватися корейською популярною музикою¹⁸². У 2019 році Наталя розширила своє фанатське коло спілкування, коли почала активно вести свій акаунт у Twitter¹⁸³, соціальній мережі, де зосереджено найбільше k-поп фанатів з усього світу¹⁸⁴. На той час їй не здавалося, що українських фанатів було багато – вона добре

¹⁷³ K-pop Cover Dance Festival. Accessed May 12, 2024. <https://www.coverdance.org/>.

¹⁷⁴ Інтерв'ю з фанаткою Аліною. 18:39-18:50.

¹⁷⁵ Там само, 18:50-19:13.

¹⁷⁶ Там само, 14:25-15:03.

¹⁷⁷ Там само, 33:14-33:24.

¹⁷⁸ Там само, 33:25-33:50.

¹⁷⁹ Там само, 33:58-35:09.

¹⁸⁰ Інтерв'ю з фанаткою Наталею. 03:49-04:06.

¹⁸¹ Там само, 04:51-06:00.

¹⁸² Там само, 06:47-06:49.

¹⁸³ Там само, 05:28-05:39.

¹⁸⁴ Maros, Marlyna, and Fara Nadia Abdul Basek. «Building Online Social Identity and Fandom Activities of K-Pop Fans on Twitter.» 3L The Southeast Asian Journal of English Language Studies 28, no. 3 (September 29, 2022): 282–95. <https://doi.org/10.17576/31-2022-2803-18>.

пам'ятає кількість російськомовних користувачів¹⁸⁵. А піком найбільшої кількості фанатів в українському k-pop фандомі називає 2021 рік¹⁸⁶.

Початок захоплення корейською популярною культурою моїх оповідачок та використання основного інструменту її поширення, спілкування з фанатами та взаємодії з оригінальним контентом – соціальних мереж – повністю відповідає другій хвилі Hallyu.

2.1.3 Російськомовне середовище й українські фанати

Мене цікавило, якою мовою фанатки споживали контент, якою мовою спілкувалися з іншими людьми у фан-спільноті, та чи відчували на собі вплив того середовища, в якому вони знаходились. Моя гіпотеза стосовно російської мови підтвердилась. Усі мої оповідачки до певного часу активно споживали російськомовний контент та взаємодіяли з російськими фанатами. Варто сказати, що мої респондентки ділилися своїм досвідом у ретроспективі, через це вони могли свідомо щось замовчувати або пов'язувати те, що раніше між собою не пов'язували, через контекст російсько-української війни, зокрема повномасштабного вторгнення 2022 року.

Респондентка Оксана із Запоріжжя знаходилась у російськомовному середовищі з дитинства, а російська була її рідною мовою. Природно, що весь контент, шоу, серіали, переклади пісень вона споживала російською¹⁸⁷. Водночас вона добре знала англійську і не мала проблем з тим, аби додивитися улюблену драму з англійськими субтитрами, якщо російські вже закінчились¹⁸⁸. Її основна група спілкування складалась з українок, тому Оксана не мала великої потреби у взаємодії саме з російськими фанатами¹⁸⁹. Щоправда, вона планувала у 2012 році поїхати до однієї подруги в Росію, але поїздка через певні обставини була скасована¹⁹⁰. Дівчина пам'ятає, як існували російські фанатські сайти, де була зосереджена уся важлива інформація та контент по тій чи іншій групі з

¹⁸⁵ Інтерв'ю з фанаткою Наталею. 14:26-14:35.

¹⁸⁶ Там само, 15:00-15:03.

¹⁸⁷ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 04:33-04:42, 6:42.

¹⁸⁸ Там само, 05:48-06:04.

¹⁸⁹ Там само, 27:40-28:06.

¹⁹⁰ Там само, 28:07-28:34.

російськими перекладами і субтитрами¹⁹¹. Водночас Оксана часто користувалася й англomовними новинними сайтами про Hallyu, які існують дотепер, наприклад Soompi¹⁹², а також корейським пошуковиком Naver^{193,194}.

Фанатка Аліна з Дніпра теж вважає російську мову рідною. Під час інтерв'ю вона часто перепрошувала за свою українську, бо дівчина відносно недавно почала послуговуватись нею в житті. На початку свого шляху у k-pop та k-драмі вона споживала усе російською на російських піратських сайтах з серіалами та у соціальній мережі ВК¹⁹⁵. Також вона активно спілкувалася з росіянами, але мала з ними негативний досвід. Аліна згадує, що у її середовищі саме росіяни приносили «деструктивні» теми, по типу депресії, чи самогубств, вони токсично поводитися та мали песимістичні погляди на життя¹⁹⁶. Тому у певний момент оповідачка відгородила себе від того спілкування і деякий час не поверталася до онлайн-взаємодії з іншими фанатами¹⁹⁷. У месенджері Telegram Аліна все ще перебувала у російськомовному середовищі. Згодом її англійська покращилася і вона паралельно з російською, почала споживати й англomовні переклади¹⁹⁸.

Оповідачка Анастасія з Києва теж була російськомовною. Всі її фанатські взаємодії були зосереджені у ВКонтакте і лєвова частка її інтернет-друзів були росіянами¹⁹⁹. Після блокування ВК (2017) і аж до початку 2022 року дівчина знаходилась у російськомовному середовищі²⁰⁰. «Не було людей, які цікавились тим, чим цікавилась я на той момент. І просто взяти й вирвати себе з цього середовища і не знати чим це замінити – не можливо було для мене»²⁰¹. Оповідачка має багато рефлексій стосовно її досвіду в російськомовному фандомі. Вона каже про те, що відчуття вищості з боку

¹⁹¹ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 14:35-15:00.

¹⁹² Soompi. <https://www.soompi.com/>.

¹⁹³ Naver. <https://www.naver.com/>.

¹⁹⁴ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 31:40-31:55.

¹⁹⁵ Інтерв'ю з фанаткою Аліною. 01:25-01:52.

¹⁹⁶ Там само, 09:08-11:15.

¹⁹⁷ Там само, 32:27-32:33.

¹⁹⁸ Там само, 37:24-37:58.

¹⁹⁹ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 17:19-17:28.

²⁰⁰ Там само, 21:38-22:10.

²⁰¹ Там само, 26:28-26:40.

росіян було сильним, що вони вважали себе першими, а інших – своїми молодшими братами²⁰². Відчувалась несправедливість, що навіть неофіційні товари, які якимось чином пов'язані з k-поп, тобто так званий мерч (від англ.: merchandise), не можна було замовити чи знайти в Україні, а російські фанати мали таку можливість²⁰³. Анастасія наголошує, що для неї як для підлітка було дуже важливо репрезентувати свою ідентичність, але з неможливістю купити постер, чи футболку з улюбленою групою, вона відчувала себе неповноцінною фанаткою²⁰⁴. Спілкуючись з росіянами, оповідачка знала про всі події в Росії, які були пов'язані з k-поп, про приїзд відомих груп на фестивалі Hallyu²⁰⁵. Також вона усвідомлює, що багато офіційних k-поп продуктів були націлені на Росію, як, наприклад недавній фільм з концерту гурту SHINee під назвою «My SHINee World» (2023)^{206,207}. Вона згадує: «Ти відчувався відрізнаним від цього всього і це спричиняло бажання асимілюватись до них (росіян)»²⁰⁸. Тому Анастасія асоціювала себе з росіянами через ознаку спілкування однією мовою. Якщо якийсь айдол звертався до російських фанатів, або говорив щось російською мовою, то вона відчувала радість, бо «ми ж з одної тусовки, ми ж всі говоримо російською»²⁰⁹. І разом з тим вона вважала, що це нормально – українських фанатів і так дуже мало,²¹⁰ – тому для неї, як для фанатки, це була виграшна позиція, бо саме так вона відчувала приналежність до чогось більшого і мала зв'язок з улюбленими артистами. Англomовний контент вона теж споживала, але те середовище було ніби далеко від неї і їй було важко себе асоціювати з англomовними фанатами²¹¹. Під кінець 2021 року під час спілкування з друзями з Росії почали з'являтися речі, які були, як сказала оповідачка, «нацистськими»,

²⁰² Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 17:30-17:37, 19:05-19:23.

²⁰³ Там само, 17:38-18:09.

²⁰⁴ Там само, 18:10-18:59.

²⁰⁵ Там само, 19:32-19:51.

²⁰⁶ «Boy Band Shinee's Concert Film 'my Shinee World' Sells to 23 Countries.» Korea JoongAng Daily, November 8, 2023.

<https://koreajoongangdaily.joins.com/news/2023-11-08/entertainment/kpop/Boy-band-SHINees-concert-film-My-SHINee-World-sells-to-23-countries/1908615>.

²⁰⁷ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 19:52-20:12.

²⁰⁸ Там само, 20:27-20:35.

²⁰⁹ Там само, 20:40-20:53.

²¹⁰ Там само, 20:56.

²¹¹ Там само, 24:57-25:54.

але потім Анастасія себе виправила і назвала це «рашистськими приколами» з жартами про війну, вторгнення, Путіна тощо²¹². І саме це стало останньою краплею, що змусило дівчину вийти з російськомовного середовища і ніколи туди не повертатись. У ретроспективі оповідачка згадує, що й раніше терпіла такий собі булінг з боку «друзів», які жартували про «хохлів», чи принижували Україну²¹³. Але на той час вона думала, що це просто такий «прикол» і старалась «ізолюватись від цього контексту», бо це були люди, що розділяли її вподобання²¹⁴.

Кейс фанатки Анастасії ще й унікальний у тому, що вона навчається на корейській філології й у 2022 році почала займатися перекладами з корейської на українську²¹⁵. Вона тепер добре розуміє важливість україномовного середовища для фанатів, тому стала активною творчицею фанатських субтитрів та оригінальних інформаційних текстів на різні теми, що стосуються корейської популярної культури на українській блог-платформі «Друкарня»²¹⁶. Анастасія часто аналізує проекти створення субтитрів іншими мовами, зокрема англійською та російською, і усвідомлює, як через переклад можна побачити вплив культури. Англійські інтерпретації часто дуже м'які, або нейтральні; вони уважно та толерантно намагаються передати усі нюанси корейської мови²¹⁷. Стосовно російських перекладів, то «росіяни агресивно та різко подають інформацію», часто вставляють нецензурну лексику там, де її нема²¹⁸. Їхні субтитри орієнтуються на локальне сприйняття з відсиланнями до суто російських контекстів та явищ²¹⁹. Та що дивує Анастасію найбільше – це вплітання у російські переклади пропагандистських наративів і посилення на політику²²⁰. Оповідачка тепер розуміє, чому вона часто відчувала меншовартість і бажання асимілюватись у російськомовному k-рор фандомі.

²¹² Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 29:07-30:35.

²¹³ Там само, 28:25-29:04.

²¹⁴ Там само.

²¹⁵ Там само, 34:48-35:01.

²¹⁶ Блог-платформа «Друкарня». <https://drukarnia.com.ua/>

²¹⁷ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 33:56-34:21.

²¹⁸ Там само, 33:46-33:55, 34:21-34:27.

²¹⁹ Там само, 35:21-36:47.

²²⁰ Там само.

Бути фанаткою корейської популярної культури через посередництво російської мови може означати ще й те, що ти стаєш фанаткою російської культури та заручницею ідеологічної пропаганди.

Респондентка Наталя зі Львова каже про те, що вона «мала “патріотичну” базу, тому не намагалася розчинитися у російському фандомі»²²¹, хоча спочатку споживала контент і дивилася к-драми з російськими субтитрами на російських піратських сайтах, бо англійською тоді не дуже розуміла, а українських перекладів на той час майже не існувало. Дівчина ділиться своїми думками:

Хоча я споживала весь той контент, але я завжди мала якусь основу. Я розуміла, що максимально занурюватися у той контент і писати російською... Як, до речі, багато хто писав російською... І тому так цікаво, що багато людей після початку повномасштабного вторгнення перейшли на українську. І ти просто заходив у Twitter і такий: «А я думав, що вони москалі, а то виявляється українці». Виявляється, дуже багато таких людей було і вони просто розчинилися в тому російському фандомі і нічого доброго з того не було²²².

Наталя відчувала на собі «імперську риторику»²²³ з боку російськомовного фандому про «менших братів», чи про те, що українських фанатів взагалі немає, і бачила, як ця риторика впливає на інших²²⁴. Вона згадує про один випадок у 2017 році, коли гурт BTS оголосив конкурс між фандами різних країн. Суть полягала у тому, що потрібно було до своїх публікацій у Twitter додавати хештеги своєї країни, аби показати, що фанатів у цьому фандомі багато і вони активні. Вкінці мали обрати п'ять фандомів-переможців з найбільшою кількістю хештегів, щоб BTS записали до них своє відеозвернення. Наталя щодня намагалася твітити (дописувати у Twitter) з українським хештегом, але бачила, як українські фанати навпаки вписували Росію у своїх публікаціях, «бо їх же ж більше, у них більше шансів». У результаті Росія опинилася у п'ятірці переможців і російському фандому BTS записали звернення з вдячністю. Оповідачка й досі згадує про ту ситуацію з прикрістю і радіє, що зараз така ситуація була б неприпустимою²²⁵.

²²¹ Інтерв'ю з фанаткою Наталею. 10:30-10:40.

²²² Там само, 10:40-11:15.

²²³ Там само, 08:16.

²²⁴ Там само, 08:18-08:30.

²²⁵ Там само, 9:00-10:15.

Зима-весна 2022 року стала переломним періодом для українських фанатів. Росіяни тепер не тільки символічно демонстрували свою вищість та імперську домінуючу позицію, а тероризували українські міста ракетами та дронами, фізично вбивали українців та українок, окупували території. Початок повномасштабного вторгнення Росії спричинив чергову кризу української ідентичності. Українські фанати корейської популярної культури почали віднаходити власну ідентичність, протиставляючи її усьому російському.

2.2 Офіційні канали поширення Hallyu

Гегемонія російського простору в українському фандомі корейської попкультури до 2022 року пояснюється багатьма чинниками. Зокрема важливою складовою є налагоджені дипломатичні зв'язки у сфері культурної політики між Росією та Республікою Корея. Корейський культурний центр в Росії, що підпорядковується організації Посольства Республіки Корея в Російській Федерації, з 2006 року працює над поширенням корейської культури в країні. На своєму сайті у розділі «Місія і цілі» є такий опис його діяльності:

Відвідавши Корейський культурний центр, ви можете скористатися бібліотекою, де представлені корейські книги та інші матеріали, а також ознайомитися з корейською культурою у невеликій виставковій зоні. Також у центрі проходять безкоштовні заняття корейської мови та культури (тхеквондо, традиційні танці, самульнорі, танці K-POP, паперове мистецтво, танці з маскою, корейський театр тощо)²²⁶.

У 2008 році було створено Форум громадянських громад (рос.: Форум гражданских обществ) «Диалог Россия – Республика Корея» для розвитку стратегічного партнерства між країнами, який має успішні результати у сфері дипломатії, зокрема й культурної²²⁷. 2010 рік став «Роком Росії в Республіці Корея» і «Роком Кореї в Російській Федерації»²²⁸. У 2011 році проходив міжнародний фестиваль K-Pop Cover Dance Festival, де активно брали участь російські команди. У другому відбірковому турі, який проводився у Москві, судьями була південнокорейська k-pop група SHINee, яка на той момент була

²²⁶ «Миссия и Цели.» КОРЕЙСКИЙ КУЛЬТУРНЫЙ ЦЕНТР. Accessed May 12, 2024.

<https://russia.korean-culture.org/ru/6/contents/344>.

²²⁷ «О Форуме ‘Диалог Россия - Республика Корея.’» ДРПК - Диалог Россия - Республика Корея. Accessed May 12, 2024. <https://drrk.ru/o-forume/#istorija-foruma>.

²²⁸ Там само.

дуже популярною²²⁹. 2012 рік був проголошеним роком корейської мови в Росії²³⁰. У 2014 році Південна Корея встановила безвізовий режим з РФ²³¹. Щоб відсвяткувати цю подію, був проведений фестиваль «Мост в Корею», де була представлена традиційна кухня, медичні та косметичні товари, грали театри та виконувалась традиційна музика і, звичайно, згадувалась корейська популярна культура²³². Цей фестиваль відомий ще тим, що знову ж таки змагання між кавер денс командами судив k-поп гурт BTS, який на той момент тільки набирив популярності. Якщо згадувати про недавні випадки прицільної взаємодії з російськими фанатами в контексті Hallyu, то таким є створена у 2020 році «МОККОЛІ KOREA» – глобальна подія Корейської хвилі, що організована Міністерством культури, спорту та туризму Республіки Корея та є під наглядом KOFICE (Корейський фонд для міжнародного культурного обміну)²³³. У 2021 році подія була організована у трьох країнах: Росія, Індія та Індонезія²³⁴. Відповідно корейський розважальний бізнес теж присутній на російському ринку. Найгучнішим випадком серед українських фанатів є продукт для вивчення корейської мови найбільшого k-поп лейблу HYBE «Learn! KOREAN with BTS», який був адаптований для російського споживача і створений у перекладі на російську мову у 2022 році²³⁵.

На відміну від Російської Федерації, Україна не мала і не має таких тісних налагоджених стосунків з Південною Кореєю у сфері культурної дипломатії. У 1992 році були встановлені дипломатичні відносини між державами та була розпочата діяльність Посольства Республіки Корея в

²²⁹ «Корейская Волна На Красной Площади.» OPENSPACE.RU, September 13, 2011. https://os.colta.ru/music_modern/projects/21459/details/30102/?expand=yes.

²³⁰ Ломоносова М. В., «Феномен К-поп Волны В России: Успех И Фанаты.» Материалы IV Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум», 2012.

²³¹ «Безвізовий режим между Республикой Корея и РФ вступил в силу 상세 보기.» Генеральное Консульство Республики Корея в г. Иркутске, June 24, 2014. https://overseas.mofa.go.kr/ru-irkutsk-ru/brd/m_8722/view.do?seq=709150&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&bitm_seq_1=0&bitm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=.

²³² Галина Фунтова. «В Москве Состоялся Фестиваль ‘Мост в Корею.’» Русский блоггер, June 16, 2014. <https://rblogger.ru/2014/06/16/most-v-koreyu/>.

²³³ «Come n Joy, МОККОЛІ!» 2023 Mokkoji Korea. Accessed May 12, 2024. <https://www.mokkojikorea.com/page/?pid=overview>.

²³⁴ «Mokkoji Korea.» МОККОЛІ KOREA. Accessed May 12, 2024. <https://2021.mokkojikorea.com/>.

²³⁵ «Учи Корейский Вместе с BTS! Официальные Книги Learn! Korean with BTS Russian Edition.» Школа корейского языка САН. Accessed May 12, 2024. https://sankorean.ru/learn_korean_with_bts.

Україні²³⁶. Щоправда ця інституція також є Посольством Республіки Корея в Молдові і Кім Хьонг Те є Послом для обох країн²³⁷. Корейський культурний центр, який би був створений Посольством, Україна немає, а в пошуковикі можна знайти низові ініціативи від фанатів та етнічних корейців, які намагаються творити такі інституції. І хоч українські фанати «зловили» Корейську Хвилю ще у 2008-2011 роках, влаштовували вечірки, флешмоби, ділилися музикою, драмами, українські ЗМІ заговорили про, зокрема, k-pop у 2012 році, коли «Gangnam Style» виконавця PSY бив усі рекорди світової музичної індустрії²³⁸. Того ж року під патронатом Посольства Республіки Корея в Україні до двадцятиріччя встановлення дипломатичних відносин було організовано кілька заходів в Києві:

Серед них — виставка «Краса корейського костюма» за участі провідних дизайнерів, презентація медичного туризму. Як повідомив Надзвичайний та Повноважний Посол Республіки Корея в Україні пан Кім Ін-Цжун, у листопаді (2012 року) на киян чекає ще одне незабутнє свято — концерт дружби за участю відомих корейських та українських музикантів²³⁹.

Про це повідомляється у новинній колонці за листопад на сайті газети Верховної Ради України «Голос України» з назвою «“Корейська хвиля” докотилася до Києва». Щоправда у статті «До 20-річчя відносин між Україною та Республікою Корея» за грудень 2012 року, де йдеться про співробітництво та дипломатичні відносини двох країн, немає ніякої згадки про «Корейську хвилю», а темі культури виділяється один абзац, де повідомляється, що «6-8 листопада 2012 року було проведено перші в історії двосторонніх відносин “Дні культури України в Республіці Корея”»²⁴⁰. У 2014 році Hallyu стає більш видимим на теренах української академії, зокрема мені вдалось знайти наукову статтю з політології на тему «Нова публічна дипломатія у світовому сприйнятті образу держави (на прикладі Республіки Корея)» Матлай Любави Сергіївни,

²³⁶ «Привітання Посла.» Посольство Республіки Корея в Україні. Accessed May 12, 2024. https://overseas.mofa.go.kr/ua-uk/wpge/m_8601/contents.do.

²³⁷ Там само.

²³⁸ «‘Попсовий’ Кліп Корейця Став Найпопулярнішим За Всю Історію YouTube.» ТСН.ua, 1 жовтня, 2012. <https://tsn.ua/tsikavinki/popsoviy-clip-koreyca-stav-naupopulyarnishim-za-vsyu-istoriyu-youtube.html>.

²³⁹ Микола Пуговиця. «‘Корейська Хвиля’ Докотилася До Києва.» Голос України, 5 жовтня, 2012. <http://www.golos.com.ua/article/67067>.

²⁴⁰ «До 20-річчя відносин між Україною та Республікою Корея.» Голос України, 27 грудня, 2012. <http://www.golos.com.ua/article/62464>.

кандидатки історичних наук, асистентки кафедри політології та міжнародних відносин Національного університету «Львівська політехніка», де йшлося про «м'яку силу» Кореї та розбудову національного іміджу завдяки культурі²⁴¹. З 2012 року в Україні проводились регіональні відбори на K-POP WorldFestival, де змагалися команди з кавер денсу та вокалісти. Мені вдалось знайти хоч якусь інформацію у ЗМІ про відбір 2015 року. У статті від газети Кабінету Міністрів України «Урядовий Кур'єр» під назвою «Корейська хвиля зайшла у Київ» стверджується, що «за чотири роки існування фестивалю кількість прихильників субкультури кей-попу в Україні зростає до 10 тисяч»²⁴². «УК» взяло інтерв'ю в однієї з конкурсанток, яка вже третій рік поспіль бере участь у фестивалі, і її історія схожа з досвідом моїх оповідачок.

Усе почалося з дитячого захоплення аніме. Потім я «підсіла» на японські і корейські серіали (дорами). Дивилась, як танцюють кей-поп, і пробувала перетанцювати. Мені це подобалося. Згодом познайомилася з іншими прихильниками всього корейського. Разом з ними брала участь у різноманітних вечірках і почала вивчати корейську мову», — розповідає студентка Київського політехнічного інституту лідер(ка) групи M-STREAM Тетяна Рабчевська²⁴³.

У 2016 році на український ринок намагалися вийти виробники корейської драми, фільмів та розважальних шоу. Корейський уряд разом з компаніями розпочали на той час проєкт з поширення і просування теле- і кінопродукту за кордоном під назвою «K - Contentbank»²⁴⁴. Представник організації Korea Radio Promotion Association (RAPA) Йон Чану приїхав у 2016 році в Україну для спроби підписати угоду про обмін контентом між країнами²⁴⁵. Продакшн компанія KBS World теж планувала продавати свій контент українським мовникам²⁴⁶. Щоправда ця південнокорейська кампанія була не дуже успішною в Україні.

²⁴¹ Матлай Любава, «Нова публічна дипломатія у світовому сприйнятті образу держави (на прикладі Республіки Корея)», ВІСНИК НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право. Випуск 3/4 (23/24) 2014.

²⁴² «Корейська Хвиля Зайшла у Київ.» Урядовий Кур'єр, 13 червня, 2015.
<https://ukurier.gov.ua/uk/articles/korejska-hvilya-zajshla-u-kiyiv/>.

²⁴³ Там само.

²⁴⁴ «К-Поп і К-Драма: Чи Потраплять Корейські Телепрограми До України.» РБК-Україна, 26 вересня, 2016.
<https://daily.rbc.ua/ukr/show/k-pop-k-drama-popadut-koreyskie-teleprogrammy-1474888238.html>.

²⁴⁵ Там само.

²⁴⁶ Там само.

Виглядає, що 2018 рік був найбільш сприятливим для Корейської хвилі в Україні. На початку року у Київ приїхали південнокорейські айдоли для знімання музичних відео та китайської драми. Впродовж року проводились концерти маловідомих корейських гуртів, які відвідували Україну у рамках своїх європейських турів. Одним із таких був зараз дуже відомий k-rock гурт The Rose, що виступав у Києві у 2018 році. Цю подію не оминуло медіа про музику й культуру України та світу «СЛУХ»²⁴⁷. Того року також стають більш видимими фанати з менших міст, які збираються разом і займаються самодіяльністю. «Тернопільський прес-клуб» у своїй статті за травень 2018 року намагається дати відповідь на питання «Хто такі тернопільські кейпопери?» і описує інтерв'ю із однією з адміністраторок тернопільського фан-клубу «Октопус», який діяв як онлайн, так і офлайн як спільнота k-pop фанатів²⁴⁸.

У 2020 році сталася ще одна важлива подія для проникнення корейської культури в Україну – відкриття першого і поки єдиного в Україні Інституту короля Седжона в Дніпрі в Університеті митної справи та фінансів²⁴⁹. Це є урядова інституція, що підпорядковується корейському Міністерству культури, спорту та туризму, і функціонує в понад 70-ти країнах для популяризації корейської мови та культури²⁵⁰.

2.3 Дифузія корейської культури

Попри тернистий шлях Корейської хвилі в Україні та фактично відсутність цілеспрямованої урядової політики «м'якої сили» Кореї, все ж вплив корейської культури через захоплення k-pop, перегляд k-драм та іншого корейського контенту на українських фанатів є досить помітним. Щодо

²⁴⁷ «Зірки Корейської Поп-Музики the Rose Виступлять в Україні.» Медіа «СЛУХ.» 2018. <https://slukh.media/news/the-rose-kyiv/>.

²⁴⁸ «Хто Такі Тернопільські Кейпопери? .» Тернопільський прес-клуб, 18 береня, 2018. <https://pressclub.te.ua/shkola-zhurnalistyky/%D1%85%D1%82%D0%BE-%D1%82%D0%B0%D0%BA%D1%96-%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96-%D0%BA%D0%B5%D0%B9%D0%BF%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B8/>.

²⁴⁹ «Дніпровський Інститут Короля Седжона 상서보기|Оголошення.» Посольство Республіки Корея в Україні, 31 липня, 2020. https://overseas.mofa.go.kr/ua-uk/brd/m_8608/view.do?seq=761641.

²⁵⁰ Там само.

метафори концентричних кіл, мене цікавили пара-Hallyu послуги та продукти, що знаходилися ззовні схеми, їхня роль у житті українських фанатів та їх фанатського шляху. Чи торкнулися корейська мова, туризм, кухня, косметика тощо шанувальників к-рор та к-драми – є моїм ключовим питанням цього блоку та критерієм для визначення дифузії корейської культури в Україні. Варто додати, що я користуюсь словом «дифузія» як синонімом до слова «проникнення», коли описую явище зустрічі та впливу корейської культури на українських фанатів «культурного пакету» Hallyu.

У першу чергу всі респондентки вчили чи досі вивчають корейську мову. Найстарша фанатка Оксана із Запоріжжя почала вчити корейську ще у 2011 році за підручниками, що були адаптовані під російськомовного учня²⁵¹. Пізніше, почали з'являтися корейські місіонери, зокрема баптисти і католики, що створювали релігійні спільноти та були носіями корейської мови²⁵². Оксана користувалась можливістю і їздила що вихідні до Криму, аби безкоштовно практикувати свою корейську з друзями у таких спільнотах місіонерів²⁵³. У 2013 році оповідачка склала екзамен з корейської мови (ТОPIK) на рівень A2²⁵⁴. Респондентка Наталя у 2018 році зі своєю найкращою подругою знайшла у Львові викладачку корейської мови кореянку Найон²⁵⁵. Вона вчила мову до 2020 року і згадує про той період як не тільки про відвідування мовних уроків, а й досвід знайомства з культурою безпосередньо через носія²⁵⁶. Найон часто ділилася інформацією про корейське суспільство, традиційну кухню, звичаї тощо, а також порівнювала з українською культурою²⁵⁷. Аліна ходила на безкоштовні курси корейської у 2019 році у Дніпрі, але не продовжила навчання, коли вони стали проводитись за гроші²⁵⁸.

Найдовше і найсуттєвіше протрималась у корейській мові оповідачка Анастасія. У 7-8 класах школи у неї з'явився інтерес до вивчення корейської,

²⁵¹ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 18:30-18:58.

²⁵² Там само, 19:31-20:22.

²⁵³ Там само, 20:23-20:33.

²⁵⁴ Там само, 31:55-32:07.

²⁵⁵ Інтерв'ю з фанаткою Наталею. 16:15-16:27.

²⁵⁶ Там само, 16:45-17:02.

²⁵⁷ Там само, 17:02-17:33.

²⁵⁸ Інтерв'ю з фанаткою Аліною. 38:38-38:54.

але їй не подобались російські ресурси²⁵⁹. У 2018 році вирішила, що хоче вчити мову в університеті²⁶⁰. Рік опісля вона отримала можливість відвідати Корею²⁶¹. Оповідачка назвала цю поїздку найвпливовішим чинником, що остаточно підтвердив намір будувати своє професійне життя довкола Республіки Корея та корейської мови²⁶². На час інтерв'ю Анастасія вчилась на четвертому (останньому) році корейської філології в Київському національному лінгвістичному університеті. Подорож до Кореї та професійна освіта з глибшим вивченням корейської мови, історії та контекстів спонукають оповідачку мислити про вірогідність будівництва життя в цій азійській країні²⁶³. Це випадок, коли Корейська хвиля, здійснила суттєвий вплив на окреме людське життя, вибір професії та ментальне зближення з усім корейським.

Оповідачці Оксані із Запоріжжя теж вдалось побувати у Кореї, щоправда двічі – у 2014 і у 2018 роках²⁶⁴. Ці подорожі були спричинені захопленням корейською популярною культурою та також істотно вплинули на респондентку. Для дівчини це був досвід, що розширив її світогляд, але вона не розглядає можливість переїзду в Корею²⁶⁵.

Усі чотири оповідачки згадували про корейську традиційну кухню та про перші свої досвіди куштування страв. Оксана ділиться, що спочатку такі речі можна було спробувати лише на фестивалях²⁶⁶. Згодом з'явилась можливість замовляти через онлайн магазини різну продукцію, але це було дорого і не надто поширено²⁶⁷. Майже усі оповідачки називали «Ari-rang» як перший ресторан корейської кухні в Україні^{268,269}. Справді, цей заклад працює вже понад 20 років і досі є дуже популярним серед прихильників корейської популярної

²⁵⁹ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 44:25-45:22.

²⁶⁰ Там само, 45:38-45:56.

²⁶¹ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 45:31-45:37, 45:57-46:22.

²⁶² Там само.

²⁶³ Там само, 50:45-56:56.

²⁶⁴ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 32:29-33:40, 01:10:30-01:11:21.

²⁶⁵ Там само, 01:01:30-01:19:40.

²⁶⁶ Там само, 48:25-48:38.

²⁶⁷ Там само, 26:01-27:00, 48:40-49:09.

²⁶⁸ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 43:42.

²⁶⁹ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 25:05-25:10.

культури²⁷⁰. Анастасія помітила, що корейські продукти, такі як снеки, соуси, інгредієнти до традиційних страв, кімчі тощо, з'явилися десь у 2021 році²⁷¹. Тоді ж, за її словами, почали масово виникати заклади харчування, що спеціалізувались на корейській кухні²⁷². Усі оповідачки хоча б раз у житті пробували корейську традиційну страву і таким чином відчували доторк до корейської культури ще глибше.

Респондентка Оксана та Анастасія також згадували про корейський макіяж та продукти доглядової та декоративної косметики. Вони активно цікавилися цією сферою, купували косметичні засоби та вправлялися у майстерності «мейкапу»²⁷³.

Під час інтерв'ю я послуговувалась метафорою ментальної мапи світу, як ще одним інструментом для визначення рівня дифузії корейської культури. Критерієм було те, наскільки ближчою Корея та її культура стала у ментальній мапі світу моїх оповідачок до України та її культури після їхньої зустрічі з Корейською хвилею та активного споживання корейського культурного продукту.

Оповідачки знаходять спільності між обома культурами, хоч часом дуже суб'єктивні та можливо ті, які можна піддати сумнівам. Аліна вважає, що культура поваги до старших є притаманною рисою обом суспільствам²⁷⁴. Наталя, після слів: «Корея до нас ближче ментально»²⁷⁵, згадує про розмови зі своєю вчителькою корейської Найон, під час яких дізналася, що «корейці теж дуже люблять свою країну, як українці свою»²⁷⁶. Оксана мислить про Східну Азію загалом і стверджує, що «Корея найближче до нас порівняно з Тайванем, Китаєм і Японією. Там люди найпростіше до деяких речей відносяться. Вони простіше проявляють емоції, ближче до західного стилю»²⁷⁷. Оповідачка також

²⁷⁰ «Ресторан Корейської Кухні Arirang Відновив Роботу Біля КПП. Тепер Із Барбекю.» The Village Україна, September 9, 2023. <https://www.village.com.ua/village/food/new-place/343251-kyiv-arirang-2023-kpi>.

²⁷¹ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 43:22-44:15.

²⁷² Там само, 43:22-44:15.

²⁷³ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 26:11-26:35.

²⁷⁴ Інтерв'ю з фанаткою Аліною. 45:50-45:05.

²⁷⁵ Інтерв'ю з фанаткою Наталею. 19:50-19:52.

²⁷⁶ Там само, 20:26-21:59.

²⁷⁷ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 50:01-50:24.

мала досвід відвідин Японії у 2018 році²⁷⁸, тому її висновки частково засновані на її емпіричному доторку до азійських культур. Анастасія, що вчиться на корейській філології, у рамках своєї дипломної роботи досліджує збіг концептів української «журби» та корейського «хан (한)», що мають приблизно однаковий зміст і є одними з ключових понять обох культур²⁷⁹. Проаналізувавши твори корейської літератури вона знаходить подібність у багатьох речах, зокрема у центральних темах: жіночої долі, нещасливого шлюбу, місця невістки в родинній ієрархії тощо²⁸⁰. Також знаходить паралелі в історії: окупація, загарбницькі війни, колонізація, що спричинила винищення мови, нав'язування культури і літератури²⁸¹. Зрештою Анастасія також згадує про національні кухні, зокрема сунде (순대) та кров'янка є буквально однією і тією ж стравою²⁸². Оповідачка підсумовує, що заглибившись у корейську культуру та історію, «ми не такі вже й різні»²⁸³.

Після проведеного дослідження я можу стверджувати, що дифузія корейської культури в Україну через Hallyu відбулась. Основний контент «культурного пакету» Корейської хвилі – к-поп та к-драма – створював у фанатів зацікавлення і до інших аспектів корейської культури та суспільства: мови, національної кухні, літератури тощо. У ментальних мапах світу моїх опитуваних Корея стала ближче до України після знайомства з її культурою.

²⁷⁸ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 35:50-35:57.

²⁷⁹ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 57:56-58:13.

²⁸⁰ Там само, 58:20-59:26.

²⁸¹ Там само, 59:27-01:00:10.

²⁸² Там само, 01:00:42-01:01:06.

²⁸³ Там само, 01:02:29.

РОЗДІЛ III

(ПОСТ)КОНФЛІКТНІ КОНТЕКСТИ В КОРЕЙСЬКІЙ КУЛЬТУРІ

3.1 (Пост)конфліктні контексти в популярній корейській культурі.
Спостереження фанатів

Працюючи над гіпотезою, я припустила, що є ще один вимір спільних контекстів між Україною та Південною Кореєю, що посприяв глибшій дифузії корейської культури в українську. Тому я ввела термін «(пост)конфліктна культура» на позначення культури, чії носії станом на проведення дослідження перебувають у збройному конфлікті – як Україна в часі російсько-української війни, – або досі відчують на собі вплив конфліктів минулого – Південна Корея та її історія японської окупації, Корейської війни й розділення нації на понад 70 років. Саме в межах (пост)конфліктності я разом з оповідачками шукала спільні теми та контексти між культурами.

Українська популярна культура останні три роки насичена темами війни, переживання травм та втрат, спробами підняти/підсилити патріотичні настрої. Російсько-українська війна прямо відображається в проєктах музичної індустрії, кіноіндустрії, театру, візуального мистецтва тощо. Мені було цікаво, чи відчувається постконфліктний контекст у популярній корейській культурі: чи у візуальних та аудіальних образах, сюжетах і темах присутні теми японської окупації, громадянської війни та поділу Кореї. Найголовніше, чи помічають українські фанати ці контексти, чи знають вони про ці історичні події, споживаючи пісні k-поп та k-драми.

Корейська хвиля успішно проникла в Україну та посприяла наближенню корейської культури до української на ментальних мапах її споживачів. Українські фанати після переосмислення своєї ідентичності в часі повномасштабного вторгнення почали чіткіше бачити постколоніальні процеси, що відбуваються всередині індустрії корейської популярної культури. Хоч k-поп є аполітичним жанром (принаймні його так позиціюють²⁸⁴), та українські

²⁸⁴ Kim, Youna. «Introduction: Popular culture...», p. 19.

фанати добре помічають різні політичні впливи й реагують на них. Частина українського фандому, наприклад, скасовує (від терміну «культура скасування», англ.: «cancel culture») та бойкотує китайських айдолів у південнокорейських гуртах, які підтримують політику «єдиного Китаю» та фактично комуністичний режим – це я знаю з власного досвіду.

Усі мої опитувані впродовж інтерв'ю згадували про японську окупацію та складні стосунки з Північною Кореєю, хоч зізнавалися, що знають про це не дуже багато. У більшості вони зустрічали ці теми саме в корейському кінематографі, хоча це дуже мала частка у співвідношенні з усім масивом шоу та серіалів на різноманітні сюжети. Оповідачки називали декілька к-драм, де якимось чином фігурувала КНДР, найчастіше – «Незаплановане кохання» (2019) (англ.: «Crash Landing on You», кор.: «사랑의 불시착»), що є фактично однією з найпопулярніших корейських драм взагалі²⁸⁵. Щодо японської окупації, то згадок про цей період історії менше. Наталя поділилась, що у серіалі «Завтра» (англ.: «Tomorrow», кор.: «내일») в одній із серій згадувалася тема «жінок для втіхи» (яп.: 慰安婦, англ.: comfort women)²⁸⁶. Усі мої опитувані знають про цей евфемізм для жінок, «яких примусили до надання сексуальних послуг військовим Японської Імператорської Армії під час мілітаристського періоду Японії, який закінчився Другою світовою війною, та які жили в умовах сексуального рабства»²⁸⁷. Ця тема є центральною в стосунках між Японією та Республікою Корея та залишається тим яблуком розбрату, що не примирює обидві сторони: «Проблема сексуального рабства під час війни є стрижнем історичних суперечок, коли Південна Корея називає “жінок для втіхи” жертвами, а японців — агресорами, які належним чином не спокутували свою провину»²⁸⁸. Оповідачка Оксана вважає, що корейці досить добре працюють зі своїм колоніальним минулим, зокрема й через те, що не дозволяють окупанту

²⁸⁵ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 01:14:11-01:14:30.

²⁸⁶ Інтерв'ю з фанаткою Наталею. 28:01-30:25.

²⁸⁷ «Comfort Women.» Encyclopædia Britannica, March 29, 2024. <https://www.britannica.com/topic/comfort-women>.

²⁸⁸ Jewell, Ethan, and Jung H. Pak. «South Korea and Japan Have More in Common than They Think (like the China Challenge).» The National Interest, August 29, 2019.

<https://nationalinterest.org/blog/korea-watch/south-korea-and-japan-have-more-common-they-think-china-challenge-76716>.

забути про його злочини²⁸⁹. Окрім того, вона наводить цікавий приклад із власного спостереження з подорожі до Сеула у 2014 році: «Якщо подивитися на те, як вони будують архітектуру... Навіть будівля головної мерії в Сеулі... Там стара будівля маленька, невеличка – японська. А зверху над нею красиво нависає сучасна будівля – основна. І це показує як Корея... над Японією. Вони над цим працюють дуже уважно»²⁹⁰. Фанатка популярної культури, що відвідала батьківщину своїх кумирів, помітила символічне значення в рішеннях архітектури, що стосується колоніального минулого того регіону. Певним чином мене особисто, як дослідницю, це вразило.

Водночас динаміка сучасної взаємодії Кореї з Японією частково нагадує фанатам російсько-українські стосунки до повномасштабного вторгнення Росії. Українські шанувальники помічають прояви колоніального минулого навіть у популярній культурі. У k-pop японський ринок дуже цінується²⁹¹. Частовживаною практикою серед лейблів є створення японських релізів, що є копіями вже наявних корейських альбомів та синглів^{292,293}. Група може випустити титульний трек і альбом корейською для глобального ринку, а через місяць – той же трек і альбом перекладений японською, розрахований тільки на японського споживача. Оповідачка Оксана коментує:

Вони випускають японські релізи... як ми випускали москальською мовою релізи... але японський реліз для «розкрутки» (для набору популярності) в Японії повинен бути. Навіть якщо це не твоя рідна мова, ти співаєш нею з акцентом, ти повинен випустити японський реліз. Ось це в них ще не пережито. Постколоніальність ось ця мені здається досі є²⁹⁴.

Розмовляючи з опитуваними фанатками про (пост)конфліктні контексти я старалась не наштовхувати на їх на тему колоніальних стосунків між Японією та Кореєю, і тим більше на порівняння з Росією та Україною. Можу припустити,

²⁸⁹ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 01:06:19-01:06:31.

²⁹⁰ Там само, 01:06:32-01:06:59.

²⁹¹ Fuhr, Michael. «Part II. Complicating K-Pop: Flows, Asymmetries, and Transformations. 4 Temporal Asymmetries: Music, Time, and the Nation-State.» Essay. In *Globalization and Popular Music in South Korea: Sounding Out K-Pop*. New York: Routledge, 2016, p. 155.

²⁹² Hoertz, Cailyn. «K-Pop Groups That Have Some Seriously Amazing Japanese Songs.» BuzzFeed, October 6, 2022. <https://www.buzzfeed.com/cailynhoertz99/10-japanese-songs-by-k-pop-groups-that-you-need-to-hear>.

²⁹³ «BTS Announce Japanese Album.» Bandwagon, May 30, 2021.

<https://www.bandwagon.asia/articles/bts-announce-release-comeback-japanese-album-bts-the-best-film-out-jungkook-dynamite-lights-stay-gold-let-go-june-2021>.

²⁹⁴ Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. 01:09:42-01:10:08.

що російсько-українська війна змушує українців переосмислювати колоніальні російсько-українські стосунки до повномасштабного вторгнення, наш зросійщений шоубіз, двомовність медіа та орієнтацію на Москву. Тому українські фанати у корейських прикладах знаходять там відображення свого постколоніального контексту.

Оповідачка Наталя теж бачить паралелі з російсько-українськими стосунками й ділиться своїм досвідом читання дописів та коментарів корейських користувачів інтернету: «Не всі нетізени (англ.: netizen, від англ.: internet + citizen) задоволені тим, що артисти їздять в Японію, і не всі в захваті від братання»²⁹⁵. Фанатка Анастасія, що мала досвід перебування в Південній Кореї та вчиться на корейській філології, спостерігаючи за життям корейців через соціальні мережі та особисте спілкування, розповідає, що сучасна молодь цікавиться японською культурою, вчить мову, їздить у Японію на вихідні²⁹⁶. В кінці вона додає:

Я не розумію цього... Так, будували університети, так, у вас їх не було до окупації, так у Кореї люди жили в бараках до окупації, так, будували якісь будинки, так, подарували їм освіту, але освіту не їхньою мовою... Змусили людей брати японські імена. У мене викликає це когнітивний дисонанс²⁹⁷.

Українські фанати помічають та реагують на події й тенденції, що мають постколоніальне забарвлення в корейській популярній культурі. Вони намагаються мисленнево осягнути певні процеси, опираючись на власний досвід і життя в Україні.

3.2 Hallyu як боротьба з «темним» минулим

Зрештою, тем, що зображали б корейську культуру як постконфліктну, у популярній культурі добре уникають. Якщо в корейському кінематографі та медіавиробництві згадка про поділ Кореї, Корейську війну, або японську окупацію, це рідкість, то у k-pop цього взагалі нема. Цьому є причина, Чхве Чонбон пише, що Корейська хвиля правдоподібно може бути таким собі

²⁹⁵ Інтерв'ю з фанаткою Наталею. 31:04-31:47.

²⁹⁶ Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. 01:07:15-01:07:46.

²⁹⁷ Там само, 01:07:48-01:08:21

національним проектом, чи державною програмою «боротьби нації, яка триває два десятиліття, щоб позбутися стигматичного ярлика «недорозвиненого» суспільства та забезпечити собі престижне членство в «розвиненому» суспільстві»²⁹⁸. Він вводить поняття Hallyu-hwa, де часточка «hwa» є еквівалентом «-ize» англійською мовою, що позначає «to cause to be», або «to become» і охоплює те, що спочатку не було притаманне Hallyu, розширюючи його межі та репертуар²⁹⁹. Для автора це є, по суті, «політичним» рухом, який спрямований на встановлення вже створених і випробуваних моделей Hallyu у сфері медіаорієнтованої популярної культури як національного шаблону, що має розповсюдитися на інші корейські сектори, аби «отримати більшу видимість у глобальній гонитві за культурний престиж»³⁰⁰.

Я хочу подати тут цілий абзац з розділу:

Хоча це важко обґрунтувати, Hallyu є знахідкою для реалізації сильного бажання нації вирватися з жалюгідних траєкторій сучасної історії. Глибоко в національній психіці Кореї Hallyu сприймається як священний засіб для виходу з довгого темного тунелю постколоніальних проблем та негарздів часів Холодної війни, обтяженого війнами, недорозвиненістю, тиранією, корупцією, міжнародною невидимістю та зневагою; як транспортний засіб, керований рішучістю нації спринтувати до рівня багатства, автономії та гордості. Hallyu-hwa — це кристалізація колективного прагнення людей у формі ініційованих державою, підтримуваних ЗМІ та корпораціями політичних кампаній, які пристрасно схвалює переважна більшість нації. Таким чином, у тропі Hallyu-hwa закріплений відтінок відплати, сублимації та спокути³⁰¹.

Кім Юна вважає, що Корейська хвиля не так відкидає постконфліктний контекст, як живиться ним для підсилення своєї афективності: «політичні конфлікти та соціокультурна напруженість розділеної нації були використані з користю для створення емоційно сильного вмісту. Корейська культура відображає національну унікальну чутливість “хан (한)” – глибоке відчуття пригніченості та глибоко вкоріненого горя»³⁰². Дослідниця стверджує, що Hallyu є результатом роботи з деколонізації всередині країни, що тепер може «саморефлексивно поставити під сумнів і порушити глобальну гегемонію Євро-Америци»³⁰³. У минулому національний імідж Південної Кореї негативно

²⁹⁸ Choi, JungBong. «Hallyu versus Hallyu-hwa...», p. 49-50.

²⁹⁹ Ibid.

³⁰⁰ Ibid.

³⁰¹ Ibid.

³⁰² Kim, Youna. «Introduction: Popular culture...», p. 28.

³⁰³ Ibid.

асоціювався з демілітаризованою зоною, розділенням нації та політичною нестабільністю, але тепер ці образи витіснені життєвою силою трендових, транснаціональних артистів та передових технологій³⁰⁴.

Витіснення певних тем для покращення національного іміджу добре працює в межах Hallyu. Окрім того, експортування культури як розваги сприяє отриманню більших прибутків та вищих охоплень. Та на мою думку, це стратегія ігнорування контекстів, які нікуди не зникли. Не можна вважати Hallyu результатом успішної деколонізації, коли наслідки самої колонізації та Холодної війни все ще відчутні. Наприклад, за Конституцією Південної Кореї, чоловіки віком від 18 до 35 років є військовозобов'язаними та повинні пройти строкову службу терміном від 18 до 21 місяця³⁰⁵. Формально військовий конфлікт з КНДР є замороженим вже понад 70 років, тому загроза нападу північного сусіда нікуди не зникла. Цей громадянський обов'язок торкає кожного чоловіка, навіть k-рор айдолів та акторів k-драм. Сама тема армійської служби є дуже чутлива для корейського населення, враховуючи гучні випадки ухилення від призову та корупції серед політиків, управлінців та власників великих компаній, а також проблеми з булінгом та знущанням з призовників, що призводили до стрілянини та самогубств. Зокрема, остання тема порушується у південнокорейській драмі «Погоня за дезертирами» (англ.: D.P., що є акронімом від англ. «Deserter Pursuit», кор.: «다 피»)). Тобто, певні контексти все ж просочуються в популярну культуру та рефлексуються через її медіуми.

Hallyu – носій популярної корейської культури, яка не є повною репрезентацією корейського суспільства та його культури, не є дзеркалом корейської історії та контекстів. Також те, що пропонує Корейська хвиля, не є корейською попкультурою загалом чи всім різноманіттям продуктів корейської культурної індустрії. Попри це, Hallyu проникло в Україну й дозволило наблизити корейську культуру до української на ментальних мапах її фанатів. У дечому це наближення відбулось завдяки спільним (пост)конфліктним

³⁰⁴ Kim, Youna. «Introduction: Popular culture...», p. 5.

³⁰⁵ Jung-A, Song. «In South Korea, a Quiet Debate over Conscription Is Heating Up.» Financial Times, January 25, 2024. <https://www.ft.com/content/c09a0a99-82d3-462d-a333-222dc98c6ebe>.

контекстам, які так чи інакше оприявнюються через культурні продукти, роботу системи тощо. Українські фанати добре відчитують постколоніальні зв'язки, що присутні в поширенні Корейської хвилі та наявні всередині культурної індустрії Кореї.

3.3 «Мости» між культурами Кореї та України в межах (пост)конфліктних контекстів

На мою думку, саме в межах певних спільних досвідів та контекстів Україна та Республіка Корея можуть розбудовувати свою культурну взаємодію. Географічна віддаленість, расова та культурна іншність, мовний бар'єр можуть частково нівелюватися, коли схожими є досвіди окупації, асиміляції та колонізації. Я навмисно не буду заглиблюватися у кожен з цих тем, але окреслю, якими можуть бути «мости» між двома державами та культурами. Першочергово це питання національної безпеки та оборони. Наявність постійної загрози з боку північного або північно-східного сусіда є спільним досвідом для Республіки Кореї та України, що вимагає підвищення свого оборонного потенціалу, розбудови ефективної армії та консолідації суспільства в боротьбі з ворогом. Хоч між здобуттями незалежності Південної Кореї та України майже пів століття, та досвіди деколонізації та декомунізації можуть бути другим і третім «мостами» відповідно. Деколонізація в Кореї є процесом розриву колоніальних зв'язків з Японією та її культурною гегемонією в регіоні, вимагання історичної справедливості, відновлення корейської мови, повернення своїх імен і прізвищ та права на власну історію. Країна знаходиться в постколоніальному етапі відносно своєї колоніальної історії та досі пропрацьовує своє колоніальне минуле. Україна перебуває водночас у постколоніальному стані та фізично деколонізує себе у війні з Росією. Для України процеси деколонізації та декомунізації частково збігаються, бо стосуються Радянського Союзу та його попередниці Російської імперії (а тепер і Російської Федерації), що застосовували (застосовують) схожі методи асиміляції та колонізації. Натомість процес декомунізації в Південній Кореї пов'язаний з

Корейською війною, тимчасовою окупацією земель Республіки Корея Комуністичною Народно-Демократичною Республікою та боротьбою з комуністичними партіями всередині держави, що не пов'язано з Японією та її імперською політикою. Якраз у цій темі присутній спільний знаменник – Союз Радянських Соціалістичних Республік, – що став джерелом комуністичних ідей та встановлення тоталітарних режимів на території України та Північної Кореї.

Фінальним етапом мого дослідження мала б стати спроба визначити набір інструментів Корейської хвилі, який може бути прикладним для України в часі її повоєнної відбудови у сфері культури. Наприкінці своєї роботи з цією темою я вирішила відмовитися від цієї ідеї. Налу як багато в чому політичний та економічний проєкт, а також феномен, що був можливий ціною нівелювання певних культурних особливостей та змістів для задоволення потреб глобального споживача, передбачає ставлення до культури як до індустрії за замовчуванням. Чи готова Україна експлуатувати свою культурну спроможність для покращення свого іміджу у світі та підняття економіки, витісняючи свій (пост)конфліктний контекст, травму війни, ціну боротьби, колоніальне минуле та всі ті змісти, що є важливими для української національної ідентичності тепер, душачи рефлексію та осмислення цих тем, ігноруючи запити українського суспільства, просіюючи культурні проєкти ситом комерційної вигоди та задоволення глобального споживача? Налу спрацювало для Кореї на зламі століть, після десятилітньої темряви японської колонізації, громадянської війни та військової диктатури. Наприкінці осмілюсь припустити, що витіснений (пост)конфліктний контекст ще повернеться у корейську популярну культуру. Теми, що були замовчані, ще потребуватимуть свого проговорення та рефлексії.

ВИСНОВКИ

Hallyu є явищем популярності корейської культури у світі. Воно має біморфну природу, бо одночасно є національним інституційним проектом і культурним феноменом, що є можливим завдяки глобалізації та поширенню соціальних мереж. Головними агентами Корейської хвилі є Корейська держава та бізнес, що продукують наповнення Hallyu, та споживачі і фанати з усього світу, що створюють феномен Hallyu. Корейську хвилю слід розуміти як «культурний пакет», що містить в собі основний контент (к-поп та к-драму), напівосновний (фільми, шоу, відеоігри тощо) та пара-Hallyu послуги та продукти (кухня, мода, туризм, мова, косметика тощо). Дослідники виділяють два етапи Hallyu: перша хвиля (2004-2009), що характеризується популярністю південнокорейських телесеріалів у Азії та на Близькому Сході, які транслювалися місцевими телемовниками; друга хвиля (2009-зараз), де здебільшого фігурує к-поп і яка стала можлива завдяки Інтернету та соціальним мережам, що дозволило залучити велику кількість фанатів як нових агентів індустрії.

Корейська хвиля проникла в Україну десь у 2009-2010 роках і збігається з початком другої хвилі Hallyu. Частково це сталося через аніме та японську популярну культуру, що дає підстави говорити не тільки про корейський «культурний пакет», а й азійський загалом. Її шлях проходив через Росію та російськомовне середовище. Це спричинило на початку певний рівень асиміляції українських фанатів з російськими. Ті, хто активно споживали контент російською і спілкувались з росіянами, відчували на собі вплив імперської риторики. Однією з причин проникнення Корейської хвилі до українських фанатів через Росію є налагоджені культурно-дипломатичні стосунки між РФ та Республікою Корея. Україна не була однією з цілей цілеспрямованої урядової політики «м'якої сили» Кореї, та все ж Hallyu торкнуло потенційних українських споживачів. Українські фанати споживали та споживають основний та напівосновний контент корейського «культурного пакета», а також відчули та відчують на собі вплив пара-Hallyu послуг та

продуктів. Вони вивчають корейську мову, споживають страви корейської кухні, відвідують, або мріють відвідати, Корею, цікавляться косметикою тощо. Є приклади, коли Корейська хвиля глибше вплинула на життя окремого фаната: на його/її вибір професії, що пов'язана з, наприклад, корейською мовою, та майбутній переїзд до Кореї.

Українські фанати знаходять дещо спільне між культурами Кореї та України: повага до старших, патріотизм, простота і безпосередність у різних життєвих ситуаціях, збіг концептів української «журби» та корейського «хан (한)», що мають приблизно однаковий зміст, центральні теми жіночої долі, нещасливого шлюбу, місця невістки в родинній ієрархії в літературі, паралелі в історії: окупація, загарбницькі війни, колонізація, що спричинила винищення мови, нав'язування культури і літератури. Хоч ці спільності є суб'єктивними та можуть піддаватися сумнівам, все ж це свідчить про те, що Корея знаходиться ближче до України на ментальних мапах світу фанатів, ніж географічно. Це є одним з маркерів дифузії корейської культури в українську.

Корея має складну історію модерності з японською окупацією, поділом за сферами впливу між США та СРСР після поразки у Другій світовій війні в складі Японської імперії, Корейською війною 1950-1953 років, коли Північна Корея окупувала значні території Південної, та десятиліттями військової диктатури. Ці (пост)конфліктні контексти інколи проникають та оприявнюються у сучасній корейській популярній культурі, зокрема через серіали. Українські фанати їх помічають і порівнюють з власним контекстом. Російсько-українська війна змушує переосмислювати постколоніальні стосунки Росії та України. Фанати проєктують власний досвід і сприйняття на бачення стосунків Японії та Кореї. Також через це вони краще розуміють загрозу з боку Північної Кореї та проблематичність комуністичної ідеології. На мою думку, ці (пост)конфліктні контексти, що в дечому схожі для обох країн, сприяють глибшому проникненню корейської культури в українську.

Дослідники стверджують, що Hallyu є бажанням корейського суспільства вийти з «довгого темного тунелю постколоніальних проблем та негараздів часів

Холодної війни»³⁰⁶, Корейська хвиля може бути свідченням успішності деколонізаційних процесів у країні, але, на мою думку, вона таким насправді не є. Аргументом проти може бути, наприклад, існування загрози нападу Північної Кореї та обов'язкова строкова служба для чоловіків – контекст залишився, популярна культура і Hallyu намагаються його ігнорувати.

Я припускаю, що Україна та Республіка Корея можуть будувати свою культурну взаємодію якраз у межах спільних (пост)конфліктних досвідів та контекстів. Я виокремлюю теми, які є «мостами» між обома культурами: досвід окупації, асиміляції, колонізації, питання національної безпеки та оборони, консолідації суспільства, деколонізація та декомунізація.

Останнім завданням цього дослідження мала стати спроба виокремити набір інструментів Корейської хвилі, що міг би бути корисним для України та її повоєнної відбудови. Я відмовилась від цього наміру. Передумовою Hallyu стало те, що культура почала сприйматися урядом як індустрія, від якої вимагали економічних показників. Корейська хвиля стала можливою завдяки глобальному споживачу, під якого корейська культура була адаптована. Чи готова Україна експлуатувати свою культуру, міряючи її критеріями економічної користі, задовільняючи смаки фанатів, задля покращення свого іміджу у світі, витісняючи конфліктні та постконфліктні теми, аби «позбутися травматичного минулого» і «рухатися до світлого майбутнього»? Питання насправді риторичне. Я свідома того, що так само добре можна експлуатувати тему війни, травми та втрати. Тому це радше гачок, за який можна зачепитися наступним дослідникам та дослідницям, що працюватимуть з темою Hallyu та його інструментами, що (не)можуть стати прикладними для інших країн та культур.

³⁰⁶ Choi, JungBong. «Hallyu versus Hallyu-hwa...», p. 49-50.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Yu, Chai-Shin. «The Development of Modern Society» Chapter. In *The New History of Korean Civilization*. Bloomington, In: iUniverse, Inc., 2012, pp. 191-265.
2. Shin, Haerin. «Hallyu (Korean Wave).» In Danico, Mary Yu (ed.), *Asian American Society: An Encyclopedia*. Los Angeles: SAGE Publications, 2014, pp. 419-422.
3. Cicchelli, Vincenzo and Sylvie Octobre. «Introduction: Hallyu as an Alternative Aestheticized Global Pop Culture.» In *The Sociology of Hallyu Pop Culture: Surfing the Korean Wave*. Palgrave Macmillan Cham, 2021, pp. 1-27.
4. Cicchelli, Vincenzo and Sylvie Octobre. «2. South Korean Capitalism.» In *The Sociology of Hallyu Pop Culture: Surfing the Korean Wave*. Palgrave Macmillan Cham, 2021, pp. 37-67.
5. Lee, Hye-Kyung. «Cultural Policy and the Korean Wave: From National Culture to Transnational Consumerism.» Chapter. In *The Korean Wave: Korean Media Go Global*, Youna Kim (ed.). London: Routledge, 2013, pp. 185-199.
6. Shim, Doobo. «Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia.» *Media, Culture & Society* 28, no. 1 (January 2006), pp. 25-44.
7. Nye, Joseph and Youna Kim. «Soft power and the Korean Wave.» Chapter. In *The Korean Wave: Korean Media Go Global*, Youna Kim (ed.). London: Routledge, 2013, pp. 31-43.
8. Jung, Eun-Young. «New Wave Formations: K-Pop Idols, Social Media, and the Remaking of the Korean Wave» Chapter. In *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*. Lee, Sangjoon, and Abé Mark Nornes (eds.). University of Michigan Press, 2015, pp. 73-90.
9. Chua, Beng Huat, and Koichi Iwabuchi. «Introduction: East Asian TV Dramas: Identifications, Sentiments 1 and Effects.» In *East Asian pop culture*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2008, pp. 1-13.

10. Lee, Sangjoon. «Introduction. A Decade of Hallyu Scholarship: Toward a New Direction in Hallyu 2.0» Chapter. In *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*. Lee, Sangjoon, and Abé Mark Nornes (eds.). University of Michigan Press, 2015, pp. 1-30.
11. Dator, Jim, and Seo Yongseok. «Korea as the Wave of a Future: The Emerging Dream Society of Icons and Aesthetic Experience.» *Journal of Futures Studies* 9 (2004), pp. 31-44.
12. Hu, Brian. «RIP Gangnam Style» Chapter. In *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*. Lee, Sangjoon, and Abé Mark Nornes (eds.). University of Michigan Press, 2015, p.p. 229-245.
13. Bevan, David. «K-Pop Fizz Fizz: Life after Psy.» SPIN, December 12, 2012. <https://www.spin.com/2012/12/k-pop-2012-life-after-psy/>.
14. Choi, JungBong. «Hallyu versus Hallyu-hwa: Cultural Phenomenon versus Institutional Campaign.» Chapter. In *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*. Lee, Sangjoon, and Abé Mark Nornes (eds.). University of Michigan Press, 2015, pp. 31-53.
15. Staff, Billboard. «Here Is the Complete List of Winners from the 2017 Billboard Music Awards.» Billboard, May 21, 2017. <https://www.billboard.com/music/awards/billboard-music-awards-2017-winners-list-7801136/>.
16. Staff, Billboard. «BTS WIN Top Social Artist at 2017 Billboard Music Awards: Billboard News.» Billboard, July 12, 2017. <https://www.billboard.com/video/bts-win-top-social-artist-at-2017-billboard-music-awards-billboard-news-7801240/>.
17. «BTS Notable Achievements.» US BTS ARMY. <https://www.usbtsarmy.com/notable-achievements>.
18. Kim, Youna. «Introduction: Popular culture and soft power in the social media age.» Chapter. In *The Soft Power of the Korean Wave: Parasite, BTS and Drama*, Youna Kim (ed.). London: Routledge, 2022, pp. 1-38.

19. «BTS Appointed Special Presidential Envoy for Future Generations and Culture.» US BTS ARMY, July 21, 2021.
<https://www.usbtsarmy.com/notable-achievements/special-presidential-envoy-for-future-generations-and-culture>.
20. «What Is the Billboard Hot 100? An Ultimate Guide in 2024.» EDM Sauce, September 14, 2023.
<https://www.edmsauce.com/what-is-the-billboard-hot-100/>.
21. Staff, Billboard. «Billboard Launches New Global Charts.» Billboard, September 14, 2020.
<https://www.billboard.com/pro/billboard-launches-new-global-charts/>.
22. Поліна, Горлач. «Тейлор Свіфт, Seventeen Та Stray Kids: Назвали Найбільш Продаваних Артистів 2023 Року.» Суспільне Культура, 22 лютого, 2024.
<https://suspilne.media/culture/690452-tejlor-svift-seventeen-ta-stray-kids-nazvali-najbils-prodavanih-artistiv-2023-roku>.
23. Campbell, Charlie. «How Netflix Is Extending Its Tentacles across Asia in Search of the next ‘Squid Game.’» Time, November 24, 2023.
<https://time.com/6339351/netflix-squid-game-asia-expansion/>.
24. Yim, Hyunsu. «‘Netflix Effect’ Lifts Korean Content but Market Control Worries Grow.» Reuters, June 20, 2023.
<https://www.reuters.com/business/media-telecom/netflix-effect-lifts-korean-content-market-control-worries-grow-2023-06-19/>.
25. Інтерв'ю з фанаткою Оксаною. Від 22 березня 2024 року. Аудіо, 01:23:02. Доступ до аудіозапису:
https://drive.google.com/file/d/1sO32uWt4e5XKeY1LiU_P8KRM3qGNmUeQ/view?usp=sharing
26. Інтерв'ю з фанаткою Наталею. Від 21 березня 2024 року. Аудіо, 38:46. Доступ до аудіозапису:
<https://drive.google.com/file/d/1d1NAt1YGB0gyVIgHzlr1PH1gNoytwCZK/view?usp=sharing>

27. Інтерв'ю з фанаткою Анастасією. Від 20 березня 2024 року. Аудіо, 58:06. Доступ до аудіозапису: https://drive.google.com/file/d/1HFN8jUqkU4k2P4-4YCBXiw_tq85RqjD/view?usp=sharing
28. Інтерв'ю з фанаткою Аліною. Від 30 березня 2024 року. Аудіо, 00:25-01:05. Доступ до аудіозапису: <https://drive.google.com/file/d/1v45YZrGnRg11ZSO814Sq9gdMS8oUHR7m/view?usp=sharing>
29. К-поп та аніме івенти, вечірки, фестивалі (@uaverse_events). Instagram page. https://www.instagram.com/uaverse_events/.
30. «Порошенко Ввів Санкції Проти Яндекс, Вконтакте, Однокласников Та Інших.» Українська Правда, 16 травня, 2017. <https://web.archive.org/web/20220125141252/https://www.pravda.com.ua/news/2017/05/16/7144033/>.
31. «К-Pop Party з Violet Tree (Південна Корея) у Львові!» Facebook, 3 жовтня, 2018. <https://www.facebook.com/events/284513688943616/>.
32. K-pop Cover Dance Festival. Accessed May 12, 2024. <https://www.coverdance.org/>.
33. Maros, Marlyna, and Fara Nadia Abdul Basek. «Building Online Social Identity and Fandom Activities of K-Pop Fans on Twitter.» 3L The Southeast Asian Journal of English Language Studies 28, no. 3 (September 29, 2022), pp. 282-95. <https://doi.org/10.17576/31-2022-2803-18>.
34. Soompi. <https://www.soompi.com/>.
35. Naver. <https://www.naver.com/>.
36. «Boy Band Shinee's Concert Film 'my Shinee World' Sells to 23 Countries.» Korea JoongAng Daily, November 8, 2023. <https://koreajoongangdaily.joins.com/news/2023-11-08/entertainment/kpop/Boy-band-SHINEes-concert-film-My-SHINEe-World-sells-to-23-countries/1908615>.

37. Блог-платформа «Друкарня». <https://drukarnia.com.ua/>.
38. «Миссия и Цели.» КОРЕЙСКИЙ КУЛЬТУРНЫЙ ЦЕНТР. Accessed May 12, 2024. <https://russia.korean-culture.org/ru/6/contents/344>.
39. «О Форуме ‘Диалог Россия - Республика Корея.’» ДРРК - Диалог Россия - Республика Корея. Accessed May 12, 2024. <https://drrk.ru/o-forume/#istorija-foruma>.
40. «Корейская Волна На Красной Площади.» OPENSPACE.RU, September 13, 2011. https://os.colta.ru/music_modern/projects/21459/details/30102/?expand=yes.
41. Ломоносова М. В., «Феномен К-поп Волны В России: Успех И Фанаты.» Материалы IV Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум», 2012.
42. «Безвизовый режим между Республикой Корея и РФ вступил в силу 상세 보기.» Генеральное Консульство Республики Корея в г. Иркутске, June 24, 2014. https://overseas.mofa.go.kr/ru-irkutsk-ru/brd/m_8722/view.do?seq=709150&srchFr=&%3BsrchTo=&%3BsrchWord=&%3BsrchTp=&%3Bmulti_itm_seq=0&%3Bitm_seq_1=0&%3Bitm_seq_2=0&%3Bcompany_cd=&%3Bcompany_nm=.
43. Галина Фунтова. «В Москве Состоялся Фестиваль ‘Мост в Корею.’» Русский блоггер, June 16, 2014. <https://rblogger.ru/2014/06/16/most-v-koreyu/>.
44. «Come n Joy, МОККОЖИ!» 2023 Mokkoji Korea. Accessed May 12, 2024. <https://www.mokkojikorea.com/page/?pid=overview>.
45. «Mokkoji Korea.» МОККОЖИ KOREA. Accessed May 12, 2024. <https://2021.mokkojikorea.com/>.
46. «Учи Корейский Вместе с BTS! Официальные Книги Learn! Korean with BTS Russian Edition.» Школа корейского языка САН. Accessed May 12, 2024. https://sankorean.ru/learn_korean_with_bts.

47. «Привітання Посла.» Посольство Республіки Корея в Україні. Accessed May 12, 2024. https://overseas.mofa.go.kr/ua-uk/wpge/m_8601/contents.do.
48. «‘Попсовий’ Кліп Кореяця Став Найпопулярнішим За Всю Історію YouTube.» ТСН.ua, 1 жовтня, 2012. <https://tsn.ua/tsikavinki/popsoviy-klip-koreytsya-stav-naypopulyarnishim-za-vsyu-istoriyu-youtube.html>.
49. Микола Пуговиця. «‘Корейська Хвиля’ Докотилася До Києва.» Голос України, 5 жовтня, 2012. <http://www.golos.com.ua/article/67067>.
50. «До 20-річчя відносин між Україною та Республікою Корея.» Голос України, 27 грудня, 2012. <http://www.golos.com.ua/article/62464>.
51. Матлай Любава, «Нова публічна дипломатія у світовому сприйнятті образу держави (на прикладі Республіки Корея)», ВІСНИК НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право. Випуск 3/4 (23/24) 2014, с. 162-165.
52. «Корейська Хвиля Зайшла у Київ.» Урядовий Кур’єр, 13 червня, 2015. <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/korejska-hvilya-zajshla-u-kiyiv/>.
53. «К-Поп і К-Драма: Чи Потраплять Корейські Телепрограми До України.» РБК-Україна, 26 вересня, 2016. <https://daily.rbc.ua/ukr/show/k-pop-k-drama-popadut-koreyskie-teleprogramy-1474888238.html>.
54. «Зірки Корейської Поп-Музики the Rose Виступлять в Україні.» Медіа «СЛУХ.» 2018. <https://slukh.media/news/the-rose-kyiv/>.
55. «Хто Такі Тернопільські Кейпопери? .» Тернопільський прес-клуб, 18 береня, 2018. <https://pressclub.te.ua/shkola-zhurnalistyky/%D1%85%D1%82%D0%BE-%D1%82%D0%B0%D0%BA%D1%96-%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96-%D0%BA%D0%B5%D0%B9%D0%BF%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B8/>.

56. «Дніпровський Інститут Короля Седжона 상세보기|Оголошення.» Посольство Республіки Корея в Україні, 31 липня, 2020. https://overseas.mofa.go.kr/ua-uk/brd/m_8608/view.do?seq=761641.
57. «Ресторан Корейської Кухні Arirang Відновив Роботу Біля КПІ. Тепер Із Барбекю.» The Village Україна, September 9, 2023. <https://www.village.com.ua/village/food/new-place/343251-kyiv-arirang-2023-kpi>.
58. «Comfort Women.» Encyclopædia Britannica, March 29, 2024. <https://www.britannica.com/topic/comfort-women>.
59. Jewell, Ethan, and Jung H. Pak. «South Korea and Japan Have More in Common than They Think (like the China Challenge).» The National Interest, August 29, 2019. <https://nationalinterest.org/blog/korea-watch/south-korea-and-japan-have-more-common-they-think-china-challenge-76716>.
60. Fuhr, Michael. «Part II. Complicating K-Pop: Flows, Asymmetries, and Transformations. 4 Temporal Asymmetries: Music, Time, and the Nation-State.» Essay. In *Globalization and Popular Music in South Korea: Sounding Out K-Pop*. New York: Routledge, 2016, pp. 127-162.
61. Hoertz, Cailyn. «K-Pop Groups That Have Some Seriously Amazing Japanese Songs.» BuzzFeed, October 6, 2022. <https://www.buzzfeed.com/cailynhoertz99/10-japanese-songs-by-k-pop-groups-that-you-need-to-hear>.
62. «BTS Announce Japanese Album.» Bandwagon, May 30, 2021. <https://www.bandwagon.asia/articles/bts-announce-release-comeback-japanese-album-bts-the-best-film-out-jungkook-dynamite-lights-stay-gold-let-go-june-2021>.
63. Jung-A, Song. «In South Korea, a Quiet Debate over Conscription Is Heating Up.» Financial Times, January 25, 2024. <https://www.ft.com/content/c09a0a99-82d3-462d-a333-222dc98c6ebe>.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Опитувальник для глибинного інтерв'ю

Блок 1: історія становлення фанатської ідентичності та мережі фанатів на початку проникнення Корейської Хвилі в Україну

Як і коли стала/в фанаткою/ом, як дізналась/вся про k-поп і k-драми?

Попросити пригадати фандомні осередки (групи, канали, фанбази).

Звідки брала/в інформацію та контент? Які основні соціальні мережі використовувала/в для спілкування з іншими фанатами? Якою мовою споживала/в контент?

Додатково: Чи пригадує щось про фестивалі Hallyu в Росії? Чи знає щось про концерти корейських виконавців в Україні?

Блок 2: вплив корейської культури

Споживаючи корейський популярний культурний продукт, чи відчула/в на собі вплив культури? Чи почала/в вивчати мову, цікавитись національною кухнею Кореї тощо?

Рефлексуючи про корейську культуру і суспільство, чи знаходила/в якісь спільності з українською культурою? Наприклад повага до старших, схожі страви тощо?

Чи здається корейська культура ближчою? Чи навпаки тепер вона здається ще більш чужою?

Блок 3: спільні контексти для України і Кореї

Споживаючи популярну корейську культуру, чи відчувається повоєнний, постконфліктний культурний контекст?

Чи є/були теми, які тепер здаються спільними для України та Кореї? (військова служба, питання патріотизму, Північна Корея/росія як ворог)