

Ольга Назарева
올가 라자레바

корей- ский лей- пст

Как К-поп помогает
понять современный мир



К-팝을 통해 어떻게 현대
사회를 이해할 수 있을까?

Ольга Лазарева
Корейский плейлист.
Как К-рор помогает
понять современный мир
Серия «Individuum»

текст предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=74694941
ISBN 978-5-04-255146-8

Аннотация

Популярность кей-поп – уникальный феномен для незападной музыки: корейские группы собирают стадионы далеко за пределами родины, песня «Golden» из фильма

«Кей-поп-охотницы на демонов» берет «Оскар», а BTS выступают в финале Чемпионата мира по футболу вместе с Мадонной и Шакирой. Эту музыку либо обожают и считают целительной, либо презируют, сравнивая с бездушной фабричной продукцией. Культуролог Ольга Лазарева предлагает иной подход: она рассказывает историю, скрытую за яркими клипами и онлайн-трансляциями на миллионы зрителей, – о том, как в небольшой стране Восточной Азии стали делать музыку, очаровавшую мир. Почему К-рор – не столько жанр, сколько производственная модель? Трудно ли быть айдолом? Осталось ли

в К-роп к второй половине 2020-х что-то корейское? «Корейский плейлист» рассказывает обо всем этом, а еще о том, как на музыку Республики Корея повлияли японская колонизация, строгая государственная цензура и фильм «Парк юрского периода». Серьезный и увлекательный разговор дает возможность по-новому взглянуть на современную глобальную культуру.

Содержание

Введение	6
О чем эта книга	8
О вариантах написания	12
Глава 1	16
Зарождение корейской волны	19
Конец ознакомительного фрагмента.	28

Ольга Лазарева
Корейский плейлист
***Как К-рор помогает
понять современный мир***

© О. Лазарева, 2027

© ООО «Издательство «ЭКСМО», 2027

Individuum[®]

* * *

Введение

В 2024 году исполнилось десять лет, как я занимаюсь академическими исследованиями популярной музыки из Южной Кореи, известной под названием «К-рор». Все это время коллеги, друзья и просто случайные люди периодически спрашивают меня: «Почему бы не выбрать более серьезную тему для исследований, почему именно К-рор?».

Интуитивно понятно, отчего может возникнуть такой вопрос. Популярная культура сама по себе не так давно стала «законным» объектом академического интереса, при этом ее легитимация началась с культовых текстов: «Властелин колец», «Звездные войны», «Гарри Поттер» и так далее. И сегодня уже сложно удивить тем, что исследователи разбирают социальное устройство Галактической империи, объясняют, как работают законы физики в Хогвартсе, или анализируют политическую систему вселенной Warhammer.

Однако, по всей видимости, с К-рор дело обстоит иначе. В чем причина? Сложно ответить однозначно. Существует мнение, что К-рор в целом может считаться одним из самых стигматизированных музыкальных жанров. Он представляет ярко выраженный продукт массовой культуры, а значит, ассоциируется с недостатком глубины и смысла, отношение к нему зачастую снисходительное. Он берет свое начало в регионе за пределами англо-европейского культурного цен-

тра, как следствие – оказывается на периферии привычной глобальной культурной карты с ее устоявшейся иерархией. Наконец, К-рор фандом в повседневном представлении связывается в первую очередь с женщинами и подростками – «легкомысленными» аудиториями, которые нередко маргинализируют в культурном дискурсе.

Так или иначе, идея говорить серьезно о К-рор все еще может вызывать удивление. Тем не менее ежегодно публикуются десятки научных статей, защищаются диссертации и проводятся международные конференции, посвященные этому феномену. Ведь с точки зрения исследователей К-рор как явление повседневности ничуть не отличается от прочих объектов в социальных и гуманитарных науках, поэтому здесь применимы многие уже известные и проверенные методы и теоретические рамки.

Кроме того, К-рор привлекает миллионы последователей по всему миру, регулярно устанавливает рекорды прослушиваний на стримингах и оказывает влияние на прочие сферы культуры, от индустрии питания до искусственного интеллекта. Этот жанр уже стал неотъемлемым элементом современного культурного ландшафта, и пренебрегать им – значит упускать из виду важный элемент нашей эпохи.

О чем эта книга

К-рор – не новинка последних дней, а культурное явление, которому уже около 30 лет. Конечно, за эти годы произошло многое, поэтому про К-рор можно рассказывать по-разному. Например, оттолкнуться от биографии отдельных артистов, олицетворяющих тот или иной период. Или опереться на ключевые песни из золотой коллекции жанра, с каждой из которых связана интересная история. Или сосредоточиться – почему нет? – на «скандалах-интригах-расследованиях», что позволит показать, как менялось отношение к разным явлениям внутри К-рор на протяжении 30 лет, какие из них были или остаются предметом споров и обсуждений.

Поскольку моя сфера исследований – это культурология и антропология, то и рассказывать о К-рор я буду в оптике этих дисциплин. С этой точки зрения К-рор – не только музыкальный жанр, не что-то изолированное, существующее отдельно от повседневности в причудливом мире, наполненном «айдолами», «биасами» и «сасэнами». Наоборот, важно увидеть, как К-рор связан с более широкими процессами и культурными трендами, как его сформировали те же тенденции и культурные события, с которыми множество людей, в том числе в России, сталкиваются на своем опыте каждый день.

Именно поэтому я считаю, что К-рор можно воспринимать как своего рода словарь современности, инструмент для навигации по ней. Ведь он позволяет обсуждать целый спектр явлений: от неолиберальной культуры и нормативной маскулинности до культурной гибридности и культуры соучастия. Даже если вы далеки от фандома и не знаете, чем NYBE отличается от SM Entertainment, а биас – от сасэна, К-рор все равно может оказаться ближе к вашей жизни, чем кажется на первый взгляд, а понимание того, как устроен этот жанр, поможет лучше разобраться и в том, как устроена современная культура. В конце концов, сам по себе К-рор – просто линза для взгляда на мир, способ задать вопрос: «Что новое про людей, культуру, общество он может нам поведать?».

Отвечать на этот вопрос я буду с опорой на три типа материалов.

В первую очередь это научные статьи, преимущественно англоязычных авторов, рассматривающих корейскую популярную культуру в контексте истории, экономики, политики, включающие интервью с представителями индустрии и рефлексию самих авторов. Кроме того, важную роль сыграл мой личный исследовательский опыт: более 10 лет я наблюдала и анализировала развитие К-рор и стала свидетелем множества эпохальных для жанра событий и громких музыкальных премьер. Наконец, ценным источником понимания жанра стало трехлетнее полевое исследование, в рамках ко-

торого я лично общалась с людьми, которые слушают К-рор, владеют магазинами с К-рор-товарами и тематическими кафе, организуют К-рор-вечеринки и прочие мероприятия. Все это позволило мне услышать голоса любителей этого жанра и попробовать понять К-рор «изнутри»¹.

Конечно же, мой рассказ не претендует на всеобъемлющую хронику жанра и оставляет многие детали, имена и нюансы за кадром. Идея написать исчерпывающую историю К-рор-сцены встретила бы с еще одной сложностью: сложившееся вокруг жанра медиaprостранство каждый день пополняется тысячами постов, фотографий и обновлений на нескольких языках. В одной книге обо всем этом многообразии не расскажешь.

Вместо этого я попробую уловить за чередой интересных событий, громких премьер и рекордов отличительные особенности К-рор и его внутреннюю логику. Моя цель – помочь читателю составить целостное представление о К-рор, о том, какие ключевые процессы определили его развитие и сформировали свойственную ему сложность, противоречивость и неоднозначность.

В конце концов, может быть, именно для этого я уже десять лет пишу диссертации, научные статьи и отчеты о таком «несерьезном» явлении. Мне К-рор интересен именно своей

¹ Все полевые материалы представлены в анонимизированном виде, однако упоминания конкретного фандома или исполнителя воспроизведены для сохранения смысла высказывания.

сложностью – это живой, динамичный объект исследования, который всегда бросает вызов, уклоняется от обобщений и отвергает поверхностные трактовки. Удача и удовольствие для ученого – распутывать эти хитросплетения и раз за разом рассказывать увлекательные истории о том, почему Корпор – это не так уж и просто.

О вариантах написания

Прежде чем перейти к более предметному разговору, кратко расскажу, почему предпочитаю написание «К-рор», хотя в настоящее время в русскоязычном пространстве встречаются и другие варианты (впрочем, читаются они одинаково): «Кей-поп», «кей-поп», «k-рор». Такое разнообразие связано с относительной новизной термина, в академических словарях еще нет нормативно закреплённого варианта. Но в данной книге я использую именно «К-рор», и вот почему.

Во-первых, префикс «К-» указывает на географическую, культурную и временную специфику явления, отсылая к более широкому кругу феноменов корейской массовой культуры, название которых образовано по той же модели: K-drama, K-beauty, K-food и так далее. «К» не сводится к простой фонетической транскрипции, а работает как маркер принадлежности, указывает на внутреннюю связь явлений внутри современной K-culture.

Во-вторых, «рор» в данном случае – не прямая отсылка к музыкальному жанру в традиционном понимании и классической системе жанрового деления (как, например, в случае с брит-попом или синти-попом). В контексте К-рор речь идет скорее об устойчивой индустриальной и культурной модели, связанной не только со звучанием, но и с особенностями

ми производства, продвижения и потребления контента. В этом контексте «К-рор» встает в один ряд с другими музыкальными направлениями восточноазиатского региона, сформировавшимися под влиянием сходных индустриальных моделей (например, С-рор и Thai-рор). По этой причине «К-рор» – монолитная конструкция, а вариант написания «кей-поп» может создавать впечатление, что речь идет исключительно о разновидности поп-музыки. Впрочем, не исключено, что в ходе дальнейшей русификации написание термина закрепится в нормативных источниках в иной форме.

О структуре этой книги

Мой рассказ о К-рор логически разделен на три части.

Первая часть (главы 1, 2, 3) посвящена истории. В ней речь пойдет о том, как корейская популярная культура стала популярна за рубежом, как рождалась корейская популярная музыка и в чем отличие именно К-рор как ее отдельного жанра (а К-рор и корейская поп-музыка – не одно и то же).

Вторая часть (главы 4, 5, 6) рассказывает о том, как «работает» К-рор и что представляют собой его «три кита» – музыкальные агентства, айдолы, международный фандом.

Третья часть (главы 7, 8, 9) призвана пролить свет на то, какие существуют представления о К-рор: что думают о нем поклонники, что говорят критики, почему он вызывает споры, восхищение, иронию или раздражение. Я постаралась

показать разные точки зрения и даже попыталась заглянуть в будущее: какие у жанра перспективы и какие перед ним стоят угрозы.

Каждая из девяти глав выражает законченную и самостоятельную мысль, поэтому их можно читать в любом порядке, будто выбирая песни в плейлисте, в зависимости от того, что интересно сейчас – исторические курьезы, положение дел в индустрии или мнение аудитории. Но если читать последовательно, то материалы каждой главы должны постепенно накладываться друг на друга и создать эффект узнавания, когда фрагменты соединяются в общую картину. А если какой-то вопрос пока остался без ответа – возможно, он прояснится в следующей главе. Поэтому по ходу текста вы найдете «гиперссылки», указывающие на те места книги, где конкретный вопрос разобран подробнее.

В такой структуре книги спрятана еще одна «пасхалка» – мой личный путь как исследователя К-рор. Больше десяти лет назад все началось с того, что я решила попытаться понять, что такое «корейская волна», как она возникла и какое место в ней занимает К-рор. После этого у меня появилось еще больше вопросов, возникла необходимость разобраться в механизмах, за счет которых все это «работает». Наконец, сразу после окончания пандемии COVID-19 мне стало интересно посмотреть, как все это существует в живой реальности, как преломляется в глазах людей, которые любят или не любят К-рор.

Так книга превращается из плейлиста в путь – от чего-то общего и далекого к более близкому и понятному, от прошлого к сегодняшнему дню, от систем и структур к человеческому опыту. Это путь, который я когда-то прошла сама и который приглашаю пройти читателей этой книги.

Глава 1

Не только про К-рор: история корейской Волны *(а еще про либерализацию медиа, культурные индустрии и чэболи)*

Как и водится в случае многих хороших историй, рассказ про К-рор надо начать издалека. Чтобы лучше понять особенности этого явления, его стоит рассматривать в более широком контексте общей популярности культуры Республики Корея сегодня. Другими словами, в контексте корейской волны, или *халлю* (##).

Впервые слова «корейская волна» прозвучали на Тайване в 1998 году. Тогда вице-президент тайваньской звукозаписывающей компании «Rock Records group» Яо Фэнцзюнь использовал выражение «Korean Wave» (##) в качестве рекламной фразы для альбома со сборником песен корейских групп. Это выражение тогда уже было знакомо тайваньской аудитории: оно было созвучно выражению «волна холода» (##), а также употреблялось раньше в контексте экономического влияния корейских потребительских товаров. Как вспоминает сам Яо Фэнцзюнь, в то время на Тайване стояла зима, поэтому климатическая метафора показалась ему вполне

не уместной для рекламы диска. Кроме того, помимо музыки, все более заметными становились и другие элементы корейской популярной культуры, что ассоциировалось у него с волной или потоком, который начинает течь по Азии². После подготовки альбома соответствующий пресс-релиз разослали в СМИ, и 17 декабря 1998 года в тайваньской газете *United Evening News* вышла статья журналиста Лян Дайци, где халлю было упомянуто уже именно в контексте популярности корейской культуры. И именно это первое публичное упоминание может считаться моментом рождения такого понятия, как «корейская волна»³.

Здесь стоит сделать паузу и задать закономерный вопрос: «Но ведь название объекта и сам объект – разные вещи?».

² Hong Y., Lim D. A Study on the Beginning of Hallyu as a Term // The Journal of Humanities and Social Sciences. 2018. Vol. 9. No. 4.1. P. 559–574.

³ Впервые детальный разбор этой истории был опубликован в статье «A Study on the Beginning of Hallyu as a Term» 2018 года. До этого корни появления выражения «корейская волна» вызывали споры. Согласно тайваньской версии, впервые оно было упомянуто 12 декабря 1997 года в статье тайваньской газеты *China Times*, обозначая популярность потребительских товаров из Республики Корея. Согласно китайской версии, впервые оно было использовано в названии музыкального диска с корейской поп-музыкой, который Министерство культуры и туризма Кореи выпустило в 1999 году для рекламы, в первую очередь в Китае («Hallyu – Songs from Korea»). Согласно японской версии, примерно в то же время понятие «халлю» было создано по образцу японских выражений, где созвучное окончание «#» обозначает определенный стиль, в данном случае корейский. Наиболее полный разбор, откуда взялось слово «халлю», состоялся в 2018-м, когда исследователи Университета иностранных языков Хангук лично связались с героями историй, изложенных в каждой из этих версий, и пришли к выводу, что все они ошибочны.

Действительно, появление понятия в СМИ лишь констатировало: популярная культура этой страны *уже* интересна и востребована за ее пределами.

Конечно, произошло это не в одно мгновение и не на пустом месте. За рождением корейской волны скрывается ряд вполне конкретных внутренних и внешних факторов. Прежде всего исследователи обращают внимание на три обстоятельства: либерализация аудиовизуальных медиа, формирование культурной индустрии и грянувший в 1997 году Азиатский финансовый кризис.

Зарождение корейской волны

Медиа: от инструмента пропаганды к открытому рынку

В начале XX века, во времена появления кинематографа, радио и звукозаписи, Корея находилась сначала под протекторатом, а затем и под колониальной властью Японии (с 1905 и 1910 года соответственно). Поэтому на протяжении почти полувека зарождающаяся сфера аудиовизуальных медиа служила по большей части интересам Японии⁴, легитимизировала ее власть, распространяла японский язык и культуру⁵. Киноиндустрия выпускала «культурные фильмы»⁶ – документальные работы с элементами пропаганды. Одновременно отдельным людям запрещали участвовать в кино-

⁴ Конечно, на деле ситуация отличалась большей сложностью, медиа скорее были пространством борьбы и даже подрывной деятельности. Так, даже находясь под японским контролем, радио предоставляло возможность способствовать формированию единой нормы корейского языка и объединять корейскую интеллигенцию.

⁵ Woo N. K. Formation of Korean Film Industry under Japanese Occupation // Asian Cinema. 2001. Vol.12. №.2. P. 20–33.

⁶ Kim R. A Study on the Origins of Cultural Films in Korea: A Focus on Films by the Japanese Government-General of Korea // International Journal of Korean History. 2014. Vol.19. №.2. P. 1–34.

производстве, а компании принудительно объединялись и укрупнялись. Были ограничены поставки зарубежных фильмов, присутствовавших на кинорынке еще с 1910-х годов⁷: теперь каждый фильм должен был проходить двойную цензуру и предоставлять весь сценарий, переведенный на корейский или японский язык⁸. В 1940 году вышел приказ, который вновь сократил перечень допустимого до киноэкранов: фильмы должны были иметь позитивное и развлекательное содержание, демонстрировать успехи всех сфер производства и не изображать социальные противоречия⁹.

Если с кинематографом на Корейском полуострове познакомились еще до установления японской власти, то другое медиа – радио – появилось только в период колониального правления. Первая радиостанция «Gyeongsung Broadcasting Station»¹⁰ была введена в эксплуатацию в 1927-м по инициативе японских властей: радио казалось эффективным и легко управляемым средством пропаганды на колонизированной территории. Вещание велось на двух языках, однако приоритет по количеству часов отдавали программам на японском языке, продвигающим японскую культуру и спо-

⁷ Хван А. Г. Очерки истории корейского кино (1903–1949). С. 18.

⁸ Yecies B. Systematization of Film Censorship in Colonial Korea: Profiteering from Hollywood's First Golden Age, 1926–1936. P. 69.

⁹ Хван А. Г. Указ. Соч. С. 95.

¹⁰ С 1933 года – Chosun Broadcasting Association.

собствующим ассимиляции¹¹. Первая полностью корейязычная радиостанция была запущена в 1933 году, однако в ее эфирной сетке также преобладали программы с японской тематикой, а саму радиостанцию при необходимости можно было централизованно отключить. В обоих случаях содержание передач контролировалось, а сомнительные темы подвергались цензуре¹².

Этот тренд на государственное регулирование сохранился и после кардинальных перемен середины XX века – освобождения от колониальной власти и образования государства Республика Корея¹³. Медиа рассматривались прежде всего как инструмент, способный быстро доносить информацию до широкой аудитории и формировать общественное

¹¹ Тогда существовало три типа программ. «Репортаж» – новости, прогнозы погоды, объявления. «Культура» включала в себя лекции, семейные и детские программы. Самые популярные среди корейской аудитории программы типа «комфорт» охватывали корейскую придворную музыку, западную музыку, пьесы. (*Lee S. G. Production and Organization of Entertainment Programs in Early Stages of the Gyeongseong Broadcasting Station // Korean Social Sciences Review (KSSR). 2014. Vol. 4. No. 1. С. 197–278. P. 202*).

¹² *Robinson M. Broadcasting, Cultural Hegemony, and Colonial Modernity in Korea, 1924–1945 // Colonial Modernity in Korea. Harvard University Asia Center, Harvard University Press: Cambridge (Massachusetts) and London, 1999. P. 52–69.*

¹³ В 1945 году страна освободилась от японского колониального правления, однако вскоре последовала Корейская война, в результате которой на прежде едином Корейском полуострове образовалось два государства. Корейская Народно-Демократическая Республика стала занимать северную его часть, а Республика Корея – южную. Про Южную Корею (неофициальное название) дальше и пойдет речь.

мнение: сначала – в контексте восстановления национально-го единства и идентичности после долгих лет разрушения культуры при колониальном режиме, а затем, с начала 1960-х годов – в рамках всесторонней модернизации страны и консолидации власти¹⁴.

Значимую роль в этом процессе начинает играть новый тип медиа – телевидение. Его история в Южной Корее началась после освобождения страны, когда прежде японская радиостанция «Gyeongsung Broadcasting Corporation» сначала перешла к Американскому военному правительству в Корее, а затем была передана государству. В 1961 году на ее основе была запущена телевизионная трансляция и появился первый национальный телеканал, ставший известным под названием KBS (Korean Broadcasting System)¹⁵. После этого и

¹⁴ *Park M. S. South Korea cultural history between 1960s and 2012 // International Journal of Korean Humanities and Social Sciences. 2016. No. 1. P. 71–118.*

¹⁵ Стоит оговориться, что технически KBS не был первым телеканалом. Официально все началось 12 мая 1956 года, когда в эфир вышел Korea Office Radio Corporation of America Distributor (KORCAD). В 1957 году он был выкуплен корейской газетной компанией Hankook Ilbo и переименован в Daehan Broadcasting Corporation (DBC-TV). Однако в 1959 году случился пожар, в котором сильно пострадала аппаратура, и DBC-TV был вынужден в 1961 году прекратить вещание. Существовал еще AFKN, который был частью American Forces Radio and Television Service (AFRTS) и в первую очередь ориентировался на американских солдат, хотя корейцы тоже были его аудиторией. В 1960-х годах появились еще два коммерческих вещателя – Tongyang Broadcasting Company (TBC-TV) и Munhwa Broadcasting Corporation (MBC-TV), и несколько частных радиостанций – Pusan Munwha Broadcasting (1959), Seoul Munwha Broadcasting (1961), Dongah Broadcasting (1963) и т. д.

до конца 1980-х телевидение оставалось значимым инструментом для проведения и поддержки государственной политики, поэтому его стремились регулировать с помощью финансовых и законодательных инструментов.

Главный вопрос для регулирующих органов звучал так: что будет соответствовать национальному и общественному интересу, а что – нет? Именно поэтому власти настороженно относились к иностранной медиапродукции. Она контрастировала по содержанию с теряющей влияние «традиционной» корейской культурой, которая ассоциировалась с ценностями конфуцианства: человечностью, этической моралью, духовным самосовершенствованием, преданностью, гармонией и так далее. В то же время в рамках размышлений о культурной политике считалось, что «западная популярная культура, как правило, является синонимом коммерциализма, материализма, насилия и чувственности»¹⁶. В связи с этим в медиасистеме Кореи долгое время существовала система квот, которая ограничивала количество иностранного контента на телевидении и в кинотеатрах, что позволяло ограничивать его «пагубное» влияние. Кроме того, к проблемным темам относились отношения вне брака, жизнь семей с высоким доходом, сексуальные отношения. Таких тем следовало избегать, акцент же предлагалось делать на антикоммунистических передачах, современной истории, упорном тру-

¹⁶ *Yim H.* Cultural identity and cultural policy in South Korea // International journal of cultural policy. 2002. Vol. 8. No. 1. P. 38–39.

де, патриотизме¹⁷. Государственное регулирование распространялось и на работу самих медиакомпаний: власти могли оказывать влияние через систему финансирования, проталкивая определенные решения и даже назначая менеджеров.

Вышедший в 1980 году Основной закон о прессе (Basic Press Law) отменил частную собственность в сфере медиа, в результате сложилась государственная монопольная система общественного вещания без коммерческих каналов¹⁸. Присутствующие в тот момент на рынке 29 компаний были принудительно слиты в три: Korean Broadcasting System (KBS), Munhwa Broadcasting Corporation (MBC), Christian Broadcasting System (CBS). Две ведущие компании – KBS и MBC – конкурировали преимущественно в сфере «аполитичных» развлекательных передач¹⁹ (подробнее в главе 2).

Специалист по южнокорейской медиаиндустрии Сим Дубо описывает этот период так:

Главная роль СМИ заключалась в продвижении национальных интересов и содействии экономической

¹⁷ В разные периоды этот список отличался. Например, в 1980-е во времена «политики трех S» (screen, sport and sex) на телеэкранах стало больше сцен с эротическим содержанием. *Kwon S. H., Kim J. From censorship to active support: The Korean state and Korea's cultural industries // The Economic and Labour Relations Review. 2013. Vol 24. No. 4. С. 519–520.*

¹⁸ *Shim S. Behind the Korean broadcasting boom // NHK Broadcasting Studies. 2008. Vol. 6. P. 205–232.*

¹⁹ *Shim D., Jin D. Transformations and development of the Korean broadcasting media // Negotiating democracy: Media transformations in emerging democracies. 2007. P. 161–176.*

модернизации страны. Для этого ограничение свободы СМИ считалось само собой разумеющимся <...> В обмен на их «лояльность» военное правительство предоставляло преференции олигополии авторитетных медиаконгломератов, которые играли важнейшую роль в поддержке авторитарного правления²⁰.

Поворотный момент в существовании корейской медиасистемы наступил в 1987 году. Тогда по всей стране развернулось масштабное демократическое движение – массовые демонстрации, организованные акции – что привело к смене режима и переходу корейского общества к демократизации. Начались реформы, затронувшие в том числе медиасистему: ее ждала либерализация и дерегулирование. Так, 70 % акций компании MBC перешли в собственность общественной корпорации «Фонд вещательной культуры», что вывело ее из-под прямого государственного контроля. Также был отменен запрет на коммерческое вещание, и уже с 1991 года заработал первый коммерческий канал Seoul Broadcasting System (SBS). Вскоре в стране насчитывались уже десятки коммерческих вещательных и кабельных телеканалов. Кроме того, были снижены ограничительные квоты на зарубежные телепрограммы, и они наводнили корейское телевидение²¹.

²⁰ Shim D. South Korean media industry in the 1990s and the economic crisis // Prometheus. 2002. Vol. 20. No. 4. P. 338.

²¹ Общие тенденции либерализации затронули и аудиторию медиа. В 1988 году в Сеуле прошла Олимпиада, которая впервые за долгое время открыла стра-

Нельзя сказать, что в тот момент медиасфера полностью перешла на рыночные законы. Государственное вмешательство сохранялось как в политике поддержки (в том числе через внутренние квоты), так и в определенных требованиях и ограничениях к содержанию программ. Однако с 1990-х кардинально изменился сам подход: теперь медиа рассматривали в контексте не только общественных, но и коммерческих интересов.

И это приводит нас ко второму фактору появления корейской волны – формированию культурной индустрии.

«Парк юрского периода» и нашествие чэболей

По мере того как в конце 1980-х Южная Корея открывалась миру, перед ней встала необходимость включаться в международные экономические сети. Одним из шагов на этом пути стало присоединение к многостороннему Генеральному соглашению по торговле услугами (сейчас знакомо нам как Всемирная торговая организация, которая занимается установлением основных правовых норм в международной коммерции и торговле). Кроме прочего, участники со-

ну для мира. Граждане Кореи получили возможность свободно путешествовать, стало популярно заграничное образование. Внутри самой Кореи вследствие урбанизации и расширения доступности образования рос средний класс. Все это постепенно формировало новую медиа-аудиторию, уже знакомую с заграничной развлекательной культурой и желавшую потреблять разнообразные и качественные медиатексты.

глашения обязались открыть свои рынки для продукции из других стран, чтобы усилить конкуренцию, повысить качество и разнообразие товаров²². Среди секторов, входящих в перечень услуг «на открытие», оказался и аудиовизуальный сектор²³

²² Корея позже вступила и в Организацию экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), что также подразумевало снятие ограничений на импорт культурной продукции.

²³ Параллельно Соединенные Штаты активно добивались открытия сектора вещания уже в рамках двухстороннего корейско-американского соглашения.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.