

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
"ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ"

II Всеукраїнська науково-практична конференція

ЖУРНАЛІСТИКА ТА СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ
в контексті становлення
громадянського суспільства в Україні та світі:
виклики, тенденції, перспективи

15 березня 2024

Національний університет «Одеська юридична академія»
Факультет журналістики

ЖУРНАЛІСТИКА ТА СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СТАНОВЛЕННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ І В СВІТІ: ВИКЛИКИ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

Матеріали

II Всеукраїнської науково-практичної конференції

(Одеса, Національний університет «Одеська юридична академія»,
15 березня 2024 року)

Одеса 2024

Відповідальний за випуск:

Скалацька Олена Віталіївна

– доктор філософських наук, доцент, декан факультету журналістики
Національного університету «Одеська юридична академія»

Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред.
В.Колкутіна, упоряд. Ю.Грушевська]. Одеса: Національний університет
«Одеська юридична академія», 2024. 151 с.

Матеріали конференції присвячені визначенню перспективних напрямів
досліджень журналістики й соціальних комунікацій.

Призначається для науковців і викладачів у галузі соціальних комунікацій, а
також аспірантів, студентів і широкого кола читачів.

Матеріали публікуються в авторській редакції.

ЗМІСТ

Андрейченко Марія	
РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ І СТВОРЕННЯ АВТОРСЬКОЇ РАДІОПРОГРАМИ ПРО ПЕРЕБІГ РЕАБІЛІТАЦІЇ ПОРАНЕНИХ БІЙЦІВ «ОДУЖАННЯ ЗАХИСНИКАМ!».....	7
Архангельська Марія	
ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ КОНЦЕПЦІЇ І СТВОРЕННЯ ЛОНГРІДУ НА ТЕМУ «ЗЕРНОВА УГОДА І ОДЕСА».....	9
Березовська Наталя	
ПИТАННЯ АКТУАЛЬНОСТІ ІСНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІЙСЬКОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	12
Борисевич Анна	
СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ПРОСУВАННЯ КІНОТЕАТРУ (НА ПРИКЛАДІ СІНЕМАПАРКУ).....	15
Буханова Владислава	
ВИЗНАЧЕННЯ КРИТЕРІЇВ СЕГМЕНТАЦІЇ РИНКУ НА ОСНОВІ ТИПІВ САМОВИЗНАЧЕННЯ.....	20
Гаврилова Регіна	
РОЗРОБКА ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ «ЗДОРОВЕ ХАРЧУВАННЯ – ЗДОРОВЕ ЖИТТЯ».....	23
Глушко Катерина	
РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО ПОДКАСТ-РИНКУ: ПЕРЕШКОДИ ТА МОЖЛИВОСТІ..	28
Грубська Дарія	
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	31
Гаврилова Яна, Клименко Наталя	
МОВНИЙ УПЛИВ У ЗМІ (СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ)	35
Данько Діана	
КОНЦЕПЦІЯ ЖУРНАЛУ НА ЕКОЛОГІЧНУ ТЕМАТИКУ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕКО-ОБІЗНАНОСТІ НАСЕЛЕННЯ	38
Каплінська Анна	
«УКРАЇНСЬКА TRAVEL ЖУРНАЛІСТИКА»	43
Карагяур Алефтіна	
СТВОРЕННЯ РАДІОПЕРЕДАЧІ НА ТЕМУ СУЧАСНОЇ МУЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ «К-РОП ВІД ПОЧАТКУ ДО СЬОГОДЕННЯ».....	47
Ковра Дар'я	

Карагяур Алефтіна

СТВОРЕННЯ РАДІОПЕРЕДАЧІ НА ТЕМУ СУЧАСНОЇ МУЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ «K-POP ВІД ПОЧАТКУ ДО СЬОГОДЕННЯ»

Радіопередачу присвячено дослідженню та аналізу так званої «Корейської хвилі» або «халлю». Метою створення є ознайомлення слухачів з одним із популярніших музичних напрямів сьогодення, K-POP. Та популяризація цієї культури серед української аудиторії. Задача радіопередачі це - ознайомлення та більше занурення в Азійську, а саме Корейську культуру.

Ключові слова: радіопередача, K-POP, халлю, музика, стилі, жанри, радіо, ознайомлення з Корейською культурою.

The radio program is devoted to research and analysis of the so-called "Korean wave" or "hallyu". The purpose of creation is to familiarize listeners with one of the most popular music trends today, K-POP. And the popularization of this culture among the Ukrainian audience. The task of the radio broadcast is to familiarize and immerse more in Asian, namely Korean culture.

Keywords: radiobroadcast, K-POP, hallyu, music, styles, genres, radio, familiarization with Koreanculture.

Постановка проблеми. Після «Корейського буму» чи Hallyu весь світ, а саме країни Європи, Америки, Євразії зацікавила така нова течія в музиці, як K-POP. BTS та Psy одні з першопроходців, які створили такі світові хіти, як «Dynamite» та «GANGNAM STYLE». Їхні пісні неочікувано, як і для артистів, так і для інших країн, потрапили на перші місця в американському хіт-параді Billboard. Та групи які дебютували після BTS не опустили планку, а тільки підігрівали інтерес до K-POP. Тому розробка радіопередачі на тему Корейської музики, яка зараз дуже популярна, може мати гарний попит та зустрінє хороший відгук, як від молоді, так і - старшого покоління.

Матеріалом дослідження слугують англійські та корейські видання, що висвітлюють життя айдолів, кампаній, що знаходять трейні та тренують їх. А також розповідають історію створення K-POP та його розвитку. За допомогою цих матеріалів ми спробуємо з'ясувати, чому в наш час так популярна Корейська культура.

Виклад основного матеріалу. Насамперед з'ясуємо, що таке K-POP. Це стиль в музиці до якого відносять такі жанри, як корейська традиційна, класична музики, трот, рок, поп, R&B, балада, хіп-хоп, джаз, фолк, госпел, елементи дитячих пісень тощо. З цього робимо висновок, що - це гармонійний мікс стилів (переважно лірики та репу). Але що відрізняє корейське змішання стилів від інших? Адже вони не перші почали об'єднувати різні стилі роблячи з цього щось нове. Що це таке - цей загадковий K-POP?

Не існує правила, згідно з яким K-POP - це тільки якщо його співають корейці. Але все одно переважає думка, що пісні, створені в Кореї, що містять корейську мову та подобаються корейцям, це і є K-POP. Можливо так було раніше, але на теперішній час в індустрії вже беруть участь багато іноземців, у тому числі айдоли, композитори та хореографи. Дехто з них живе і працює в Кореї. Деякі переїжджають до цієї країни з малечку та зростають у цій культурі.[1]

Після Hallyu або так званої «корейської хвилі» пішла така тенденція, що компанії, які зрощують артистів націлюються не на корейський, а скоріше орієнтуються на закордонні - і вкорінюються як гравці на місцевому музичному ринку. І вже за межами Кореї, не корейці просувають K-POP, що сприяє популяризації цього стилю. Після цих міркувань стає очевидно, що «корейський» вже вийшов за рамки значення цього слова.

Що про K-POP кажуть люди, які працюють безпосередньо в індустрії:

- «Це преміум лейбл. Це гарантія якості, за яку виборювали ті, хто був до нас» - R.M;[2]
- «Для мене K-POP - це красивий гібрид, створений багатьма людьми» - hwasu;[3]
- «Музика K-POP сама по собі може бути музикою, але я думаю, що це велика культура» - Changbin;[4]

- «Я думаю, що K-POP – це всеосяжне мистецтво. Тому, що я можу грати хорошу музику, показувати танці та демонструвати яскраву моду» - I.N;[5]
- «На цей момент мені здається, що складно сказати, що K-POP - це хоча б музичний жанр» - Bang Si-hyuk;[6]
- «Наближається час, коли визначення K-POP має змінитись. Я не думаю, що справа тільки в тому, в якій країні співак виступає на сцені або якою мовою він співає» - JYP.[7]

Висновки. Було проаналізовано та виділено важливі чинники поширенню K-POP. Завдяки цьому сформовано думку щодо впливу K-POP на людину. Радіопередача по K-POP може бути цінним джерелом інформації для тих хто хоче зануритись в Корейську культуру. А також місцем де можна відпочити від проблем та послухати гарну музику.

Література

1. 나무위키:대문 URL: <https://namu.wiki/w/K-POP>
2. 나무위키:대문 URL: <https://namu.wiki/w/RM>
3. 나무위키:대문 URL: <https://namu.wiki/w/회사>
4. 나무위키:대문 URL: <https://namu.wiki/w/창빈>
5. 나무위키:대문 URL: <https://namu.wiki/w/아이엔>
6. 나무위키:대문 URL: <https://namu.wiki/w/방시혁>
7. 나무위키:대문 URL: <https://namu.wiki/w/JYP엔터테인먼트?from=JYP>
8. TVING URL: <https://www.tving.com/contents/E003863022>

Науковий керівник: Малярєнко Тетяна Анатоліївна – доктор наук з державного управління, професор кафедри журналістики Національного університету «Одеська юридична академія»