

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 654.198

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2024-10-2-476-486>

Шифр научной специальности 5.9.9



«Корейская волна» и тенденции развития южнокорейской телерадиовещательной корпорации KBS

Маргарита Евгеньевна Утина 

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы»

117198, Российская Федерация, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

 m.utina@mail.ru

Аннотация

ВВЕДЕНИЕ. Рассмотрены история, развитие, особенности лицензирования, финансовые проблемы южнокорейской телерадиовещательной корпорации KBS. Актуальность темы обусловлена недостаточной изученностью влияния корейской волны и медиакомпаний Южной Кореи на глобальный медиарынок. Цель – показать особенности стратегии развития KBS. **МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ.** Изучены аспекты корейской волны, история формирования KBS, тенденции её развития в 2023 и 2024 гг., направления вещания в 2024 г. Рассмотрены медиапродукты южнокорейской международной радиостанции KBS World Radio, вещающей на русском языке. Проанализированы причины возникновения и пути решения финансовых трудностей KBS. Выводы о тенденциях развития KBS сделаны на основе опубликованных на сайтах компании медиаматериалов, а также новостей южнокорейских медиа, освещающих изменения в особенностях оплаты телевизионной лицензии KBS. Рассмотрены труды исследователей об особенностях корейской волны и стратегии борьбы KBS с зависимостью от рекламы. **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.** Деятельность KBS направлена на создание здоровой культуры вещания и объективных новостных программ, продвижение корейской культуры. Представители KBS объявили о политике вещания на 2024 г., уделяя особое внимание обеспечению беспристрастности и продвижению инновационного контента на различных медиаплатформах для расширения охвата аудитории. Предполагается, что в 2024 г. медиакомпания KBS столкнётся со значительными трудностями. Внутренняя и международная конкуренция за контент, изменения в медиапространстве и сборе оплаты за лицензию KBS вызвали финансовые проблемы. **ЗАКЛЮЧЕНИЕ.** KBS влияет на глобальный медиарынок, способствуя продвижению корейской волны. Радиостанция KBS World Radio создаёт контент для российской аудитории. Опыт южнокорейских развлекательных медиа можно использовать для деятельности ведущих российских телерадиовещательных корпораций. Результаты исследования можно применить для увеличения качественных российских аналогов корейских медиапродуктов. Выводы вносят дополнения в рассмотрение методов продвижения национальной культуры среди молодёжи по всему миру.

Ключевые слова: южнокорейские медиа, телерадиовещательная медиакорпорация KBS, тенденции развития, Южная Корея

Благодарности и финансирование. О финансировании исследования не сообщалось.

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Утина М.Е. «Корейская волна» и тенденции развития южнокорейской телерадиовещательной корпорации KBS // Неофилология. 2024. Т. 10. № 2. С. 476-486. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2024-10-2-476-486>

“Korean Wave” and development trends of the South Korean broadcasting corporation KBS

Margarita E. Utina 

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba
6 Miklukho-Maklaya St., Moscow, 117198, Russian Federation

[✉m.utina@mail.ru](mailto:m.utina@mail.ru)

Abstract

INTRODUCTION. The study examines the history, development, licensing features, and financial problems of the South Korean broadcasting corporation KBS. The relevance of the topic is due to insufficient knowledge of the influence of the Korean wave and South Korean media companies on the global media market. The goal is to show the features of KBS's development strategy. **MATERIALS AND METHODS.** Aspects of the Korean wave, the history of the formation of KBS, its development trends in 2023 and 2024, and broadcasting directions in 2024 are studied. The media products of the South Korean international radio station KBS World Radio, broadcasting in Russian, are considered. The reasons for the occurrence and ways to solve the financial difficulties of KBS are analyzed. Conclusions about KBS development trends are made on the basis of media materials published on the company's websites, as well as South Korean media news covering changes in the features of paying for the KBS television license. The works of researchers on the features of the Korean wave and KBS's strategy to combat advertising addiction are considered. **RESULT AND DISCUSSION.** KBS's activities are aimed at creating a healthy broadcasting culture and objective news programs and promoting Korean culture. KBS officials announced their broadcast policy for 2024, focusing on ensuring impartiality and promoting innovative content across various media platforms to expand their audience reach. Media company KBS is expected to face significant challenges in 2024. Domestic and international competition for content, changes in the media landscape and KBS's license fee collection have caused financial problems. **CONCLUSION.** KBS influences the global media market by promoting the Korean Wave. The radio station KBS World Radio creates content for the Russian audience. The experience of South Korean entertainment media can be used for the activities of leading Russian television and radio broadcasting corporations. The results of the study can be used to increase the quality of Russian analogues of Korean media products. The findings add to the consideration of methods for promoting national culture among young people around the world.

Keywords: South Korean media, KBS Broadcasting Media Corporation, development trends, South Korea

Acknowledgements and Funding. No funding was reported for this research.

Conflict of Interest. The author declares no conflict of interest.

For citation: Utina, M.E. “Korean Wave” and development trends of the South Korean broadcasting corporation KBS. *Neofilologiya = Neophilology*, 2024;10(2):476-486 (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2024-10-2-476-486>

ВВЕДЕНИЕ

Крупнейшая корейская телерадиовещательная корпорация KBS и южнокорейское телевидение в целом оказали большое влияние на дальнейшее развитие страны в период с конца 90-х гг. XX века по настоящее время. Термин «корейская волна» (Халлю) означает распространение современной культуры

Южной Кореи по всему миру. Корейская волна приносит значительный доход в бюджет Республики Корея и создаёт положительный образ страны. Журналист Ким писал в южнокорейской газете Korea Herald: «...Халлю сейчас распространилась и стала неотъемлемой частью жизни людей и экономики. Халлю в конечном счёте стала воплощением корейского образа жизни» [1, р. 91].

В конце XX века люди по всему миру начали интересоваться южнокорейской культурой: музыкой, кинематографом, дорамами, традиционной кухней, модой. Привлекательность корейской поп-культуры имеет большое значение для корейского правительства, «поскольку национальный имидж страны не всегда был положительным в соседних странах» (цит. по: [1, p. 86]).

Известно, что до распространения корейской волны многие люди знали лишь несколько стереотипных фактов о Южной Корее. Южная Корея изображалась с негативной точки зрения, упоминались Корейская война (1950–1953), бедность и политическая нестабильность [1, p. 86]. В медиа перестали появляться негативные образы благодаря модным артистам, новым технологиям и современному южнокорейскому образу жизни в шоу, дорамах, фильмах, песнях.

Южнокорейское правительство активно способствует распространению корейской волны, организуя различные культурные, развлекательные, музыкальные фестивали, PR-кампании для международного признания корейской уникальности. «По данным Института статистики ЮНЭСКО, доход от глобального продвижения культуры составил более 190,5 миллионов долларов США в 2013 г., в связи с чем корейское правительство рассмотрело дальнейшее официальное распространение Халлю» [2, с. 130].

В России наблюдается рост популярности разнообразных южнокорейских медиа-продуктов. Следовательно, отечественные медиа реагируют на требования массовой аудитории, адаптируют, создают контент, отвечающий запросам подписчиков, заинтересованных в южнокорейских медиа. Исследователи О.В. Смирнова., Г.В. Денисова, М.А. Бобылева подробно изучили феномен «корейской волны» в российском медиадискурсе. «Сравнительный анализ публикаций, вошедших в выборку отечественных средств массовой информации (2011–2012 и 2021–2022 гг.), выявил увеличение объёма контента о корейской культуре и показал, что «корейская волна» становится частью культурной повестки российских газет и новостных интернет-изданий» [3, с. 16].

В научной литературе последних лет уделяется заметное внимание тем или иным аспектам корейской волны, в частности, музыкальному жанру К-поп. Поклонникам К-поп нравится необычное продвижение южнокорейских артистов, сочетание идеального вокала и хореографии, разнообразие официального мерча, интересные клипы. «Результаты опроса показали, что К-поп является собой целый синтез исключительных характеристик, по-разному увлекающих российскую аудиторию уже на протяжении долгих лет. Индивидуальные продюсерские проекты, непривычный «запуск» групп, юный возраст артистов, безупречный вокал, гармонирующий с отточенной хореографией, сочетание сразу нескольких музыкальных жанров и стилей танца, богатый спектр официального мерча – всё это интенсивно потребляется фанатами» [4, с. 100].

Стоит отметить, что корейский кинематограф также становится всё более популярным по всему миру. «В феврале 2020 года южнокорейский фильм «Паразиты» удивил многих, выиграв «Оскар» за лучшую картину на 92-й церемонии вручения премии, став первым в истории фильмом, снятым не на английском языке» [5].

В последние годы актуальными становятся исследования южнокорейских дорам. Исследователь Ре писал, что южнокорейские дорама «затрагивают семейные проблемы, любовь и сыновнюю почтительность в меняющихся технологиях и часто подкрепляют традиционные ценности ва»¹. Южнокорейские фильмы и сериалы подчинены жёсткой цензуре: недопустимы сцены интимного характера, нецензурная лексика. Как правило, герои ведут здоровый образ жизни.

Исследователь А.В. Тарасова рассмотрела популярную фэнтези-дораму «Школьная медсестра Ан Ын Ён» с точки зрения целостного текста для изучения особенностей построения пространства, в котором развивался

¹ Ryoo W.-j. Globalization, or the Logic of Cultural Hybridization: The Case of the Korean Wave. Conference Papers – International Communication Association, 2007. P. 1-27. Retrieved from Communication & Mass Media Complete database.

сюжет сериала. «В создании образа школы и в том, как представлены образы «населяющих» её персонажей, разумеется, немалую роль играет компьютерная графика. Однако основная заслуга в том, что мир школы из «Школьной медсестры Ан Ын Ён» стал таким причудливым и вместе с тем обладающим своей внутренней логикой, принадлежит в равной, наверное, мере сценарию и операторской работе, сюжетным поворотам и набору простых технических приёмов, которые позволили «странному» проявиться во вполне «обычном»» [6, с. 150].

Исследователи обратили внимание, что в южнокорейских сериалах прослеживаются определённые стандарты красоты. «Дорамы создают идеальные образы персонажей, которые служат образцом для подражания и показывают, что необходимо делать, чтобы стать похожим на них» [7, с. 86]. К примеру, использование определённых косметических продуктов, регулярные пробежки помогут приблизиться к образу главных героев.

Медиапродукты корейской волны обладают коммерческим успехом. «Достижения сектора креативной экономики Республики Корея шаг за шагом раскрывают потенциал симбиотических отношений трёх ключевых аспектов публичной дипломатии и национального брендинга: правительства, культуры и медиа» [8].

По мнению исследователя Хен Ген Кима, популярность корейской волны возникла в результате гибкости производственного процесса корейской телевизионной индустрии, которая является продуктом глобализации и финансиализации корейской вещательной индустрии 80–90-х гг. XX века [9]. В результате эти процессы привели к созданию конгломерата дорам (южнокорейских сериалов). Знаменитости корейской волны занимают главное место в медиасистеме, образ знаменитости является основным капиталом, а реальные усилия и труд сотрудников конгломерата южнокорейских дорам становятся незаметными. Таким образом, конгломерат дорам и популярных артистов корейской волны можно считать примерами капитализма: «создание нематериальных товаров, способных расширить каналы прибыли, при-

влекая внимание и делая связанный с ним труд невидимым» [9].

Сотрудничество, формирование положительного образа стороны влияния, продвижение национальной культуры являются инструментами «мягкой силы» Республики Корея. «В результате усиления в мировой политике влияния стран Азиатско-Тихоокеанского региона, Ближнего Востока, Латинской Америки проявилась асимметричная глобализация, в контексте которой возросло значение «мягкой силы», или, точнее, «мягкой власти» – именно такой смысл вкладывал в термин Д. Най, предложивший его академическому сообществу» (цит. по: [10, с. 19]). Южнокорейские медиа продвигают культуру, образ жизни и ценности страны в глобальном медиапространстве.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В основе исследования лежат методы сравнительно-исторического и критического анализа. Сравнительно-исторический подход позволил проанализировать развитие южнокорейских медиа, историю формирования KBS. Мы также обратились к методу контент-анализа медиатекстов и медиапродуктов корпорации KBS и радиостанции KBS World Radio, чтобы выявить основные характеристики и принципы работы данной телерадиовещательной компании. Сравнительный метод изучения тенденций развития медиакорпорации KBS в 2023 и 2024 гг. позволил изучить стратегии развития компании на ближайшие годы, различные изменения и основные направления вещания в 2024 г.

Изучим подробнее крупнейшую телерадиовещательную корпорацию KBS, распространяющую информацию про Южную Корею по всему миру. История крупнейшей корейской корпорации KBS началась в 1927 г., когда была основана радиостанция Кенсон (Gyeongseong Broadcasting Corporation)², передающая первые радиосигналы. После освобождения Корейского полуострова от

² KBS Introduction Public network KBS works hard to be the broadcaster that viewers trust // KBS. URL: <https://about.kbs.co.kr/eng/index.html?sname=kbs&stype=introduce> (accessed: 03.01.2024).

японской колониальной оккупации и обретения независимости Кореи корпорация KBS возродилась в качестве Сеульской центральной радиовещательной станции в 1947 г. Компания KBS начала телевизионное вещание в 1961 г. В 1973 г. была основана компания Korea Broadcasting System (KBS), начав общественное вещание.

Корпорация KBS обладает широким спектром медиа-платформ: четыре наземных телеканала (HD1TV, HD2TV, UHD1TV, UHD2TV)³, два спутниковых телевидения (KBS World, KBS KOREA)⁴, семь радио, четыре канала DMB, работающие с помощью технологии, позволяющей передавать цифровой сигнал на мобильные устройства, различные новые сервисы, например, приложение KBS+, ранее известное как my K. Телеканалы KBS1, KBS2 известны глобальной аудитории в качестве создателей и вещателей популярных дорам (южнокорейских сериалов).

Штаб-квартира медиакорпорации KBS находится в Сеуле, компания имеет 18 региональных станций в крупных городах по всей стране. 11 зарубежных бюро KBS работает в странах по всему миру, включая США, Европу, Китай и Японию.

Компания KBS финансируется за счёт платы за телевизионную лицензию и рекламы. С октября 1994 г. KBS управляет своими 1TV и 1Radio без рекламы, стремясь лучше взаимодействовать с аудиторией, руководствуясь подлинными общественными ценностями.

Основными целями телерадиовещательной корпорации KBS являются продвижение национальной культуры, создание здоровой культуры вещания, глобализация корейской культуры.

Корпорация KBS была вещателем, отвечающим за Азиатские игры (1986 г.) и Олимпийские игры в Сеуле (1988 г.), чемпионат мира по футболу между Кореей и Японией, Азиатские игры в Пусане (2002 г.). Также представители KBS освещали саммит глав

государств и правительств стран «Группы двадцати» G20 в Сеуле (ноябрь 2010 г.), Всемирную выставку Экспо (2012 г.). Кроме того, медиакомпания KBS вела трансляции межкорейского саммита (2018 г.)⁵.

Сравним тенденции развития южнокорейской компании KBS в 2023 и 2024 гг. Телерадиокорпорация KBS выделила основные направления развития вещания в 2023 г.: борьба с климатическим и экономическим кризисами, сохранение доверия аудитории, укрепление сервисов вещания контента с помощью мультимедийных платформ, увеличение влияния, производство различных высококачественных крупномасштабных проектов, повышение статуса корейской культуры с помощью международного маркетингового планирования.

Выделим основные направления вещания медиакомпании KBS в 2024 г.: быть в центре справедливости и доверия, защита безопасности Республики Корея от стихийных бедствий, повышение конкурентоспособности цифрового контента для увеличения его влияния и прибыльности⁶. Если в 2023 г. компания ставила перед собой цель сохранить доверие аудитории, то в 2024 г. представители корпорации намерены получить признание за ценность общественного вещания с контентом, который сохраняет идентичность KBS. Также сотрудники планируют предоставить платформу для интеграции с помощью спортивного вещания. Неизменной целью остаётся повышение статуса корейского контента с использованием стратегического глобального маркетинга.

Национальный общественный вещатель KBS несёт ответственность за предоставление достоверной информации. В частности, в условиях информационного потока в эпоху мультимедиа и многоканальности KBS фокусируется на создании объективных новостных программ.

Отметим, что медиакорпорация KBS освещает события, связанные со стихийными

³ KBS Introduction Public network KBS works hard to be the broadcaster that viewers trust // KBS. URL: <https://about.kbs.co.kr/eng/index.html?sname=kbs&style=introduce> (accessed: 03.01.2024).

⁴ Ibid.

⁵ History Introducing the journey of KBS // KBS. URL: <https://about.kbs.co.kr/eng/index.html?sname=kbs&style=history> (accessed: 03.01.2024).

⁶ About KBS // KBS. URL: <https://about.kbs.co.kr/> (accessed: 22.05.2024).

бедствиями, например, землетрясениями⁷. Представители компании выполняют общественные обязанности по обеспечению безопасности населения в различных ситуациях стихийных бедствий, своевременно предоставляя достоверную информацию. В Республике Корея этот контент один из наиболее актуальных, так как в этой стране происходят тайфуны, землетрясения. Медиакорпорация KBS оперативно информирует граждан о приближении опасных природных явлений.

В состав медиакомпаний KBS входят радиостанции⁸, кратко представим некоторые из них.

1Radio – радиостанция, основной контент составляют образовательные программы, представляющие общественный интерес, а также вещание о стихийных бедствиях.

Радиостанция 2Radio подходит для аудитории, предпочитающей популярные музыкальные радиопрограммы, поп-музыку.

Радиопрограммы 3Radio способствуют социальной интеграции, предоставляя различную информацию для социально незащищённых граждан.

Радиостанция 1FM в основном транслирует классическую музыку, популяризируя данный жанр.

Рассмотрим медиапродукты международной радиостанции KBS World Radio, входящей в компанию KBS. Наиболее интересной, познавательной и удобной в качестве источника информации для российской аудитории является радиостанция KBS World Radio. Перейдём к изучению единственной в Южной Корее международной радиостанции KBS World Radio, вещающей на весь мир на 11 языках. Кратко их перечислим: русский, арабский, китайский, английский, вьетнамский, французский, немецкий, индонезийский, испанский, корейский, японский⁹. Впервые радиостанция начала вещание в августе 1953 г., тогда она называлась «Голос

свободной Кореи»¹⁰ и создавала радиопрограммы на английском языке для иностранцев, проживающих в Корее.

Пользователи могут читать на русском языке новости KBS World Radio на сайте¹¹ с удобным интерфейсом, где ежедневно публикуются новости на тему политики, международных отношений («В мире», «Корея: Юг-Север»), экономики, науки, спорта, культуры, развлечений.

Рассмотрим актуальную программу радиопередач KBS World Radio 2024 г. По будням транслируются новостные выпуски. С понедельника по четверг выходят выпуски радиопрограммы «Сеул сегодня»¹² о разных аспектах жизни корейцев, событиях, происходящих в Корее. Рубрики: «Шоубиз сегодня», «Корея: страна и люди».

Отметим, что с понедельника по четверг также выходят новые выпуски проекта «Говорим как герои сериалов»¹³, в котором ведущие знакомят слушателей с простыми выражениями, используя примеры из фрагментов из популярных южнокорейских телесериалов. Радиопрограмма может привлечь молодёжную аудиторию, изучающую корейский язык.

По понедельникам выходят выпуски «Аудиосказки всему миру». По вторникам выходит радиопрограмма «У книжной полки» о произведениях корейской литературы, дающей слушателям представления об изменениях в жизни корейцев, истории этой страны¹⁴.

По средам можно ознакомиться с радиопрограммой «На пути к воссоединению» о последних событиях на Корейском полуост-

⁷ KBS, a leading creative media company trusted by the people // KBS. URL: <https://about.kbs.co.kr/index.html?name=kbs&type=broadcast#none> (accessed: 22.05.2024).

⁸ Ibid.

⁹ О нас // KBS World Radio. URL: http://world.kbs.co.kr/service/about_us.htm?lang=r (дата обращения: 03.01.2024).

¹⁰ О Всемирном радио KBS // KBS World Radio. URL: https://world.kbs.co.kr/service/about_kbsworld.htm?lang=r (дата обращения: 03.01.2024).

¹¹ KBS World. URL: <https://world.kbs.co.kr/service/index.htm?lang=r> (accessed: 03.01.2024).

¹² Сеул сегодня // KBS World Radio. URL: https://world.kbs.co.kr/service/program_main.htm?lang=r&procode=hello (дата обращения: 03.01.2024).

¹³ Говорим как герои сериалов // KBS World Radio. URL: https://world.kbs.co.kr/service/program_main.htm?lang=r&procode=kor_chair (дата обращения: 03.01.2024).

¹⁴ У книжной полки // KBS World Radio. URL: https://world.kbs.co.kr/service/program_main.htm?lang=r&procode=audiobook (дата обращения: 03.01.2024).

рове и совместных усилиях Юга и Севера для воссоединения Кореи¹⁵.

По четвергам выходят выпуски «Мелодии Кореи»¹⁶ о традициях и особенностях корейской современной национальной музыки.

По пятницам транслируется радиопередача «Корея и я»¹⁷. Ведущая И. Ким информирует слушателей о различных организациях и мероприятиях в Корее, имеющих отношение к России и странам СНГ. Участвуют граждане России и стран СНГ, живущие и работающие в Южной Корее. Также по пятницам выходит радиопередача «Почтовый ящик»¹⁸, в которой ведущие делают обзоры на письма слушателей, отвечают на вопросы, анализируют качества приёма передач, устраивают викторины.

По выходным транслируется радиопрограмма «Музыкальный марафон»¹⁹ о корейской поп-музыке, ведущая К. Альметова представляет различные песни в жанре К-рор, музыкальные новинки, рассказывает о творческой жизни южнокорейских исполнителей.

Ранее в 2023 г.²⁰ по будням выходил цикл передач, посвящённый 70-летию Всемирного радио KBS и глобализации Кореи.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Перейдём к изучению финансовых трудностей, общественной критике и политике вещания медиакорпорации KBS на 2024 г.

¹⁵ На пути к воссоединению // KBS World Radio. URL: https://world.kbs.co.kr/service/program_main.htm?lang=r&procode=korea_today (дата обращения: 03.01.2024).

¹⁶ Мелодии Кореи // KBS World Radio. URL: https://world.kbs.co.kr/service/program_main.htm?lang=r&procode=tmusic (дата обращения: 03.01.2024).

¹⁷ Корея и я // KBS World Radio. URL: https://world.kbs.co.kr/service/program_main.htm?lang=r&procode=worldreport (дата обращения: 03.01.2024).

¹⁸ Почтовый ящик // KBS World Radio. URL: https://world.kbs.co.kr/service/program_main.htm?lang=r&procode=one (дата обращения: 03.01.2024).

¹⁹ Музыкальный марафон // KBS World Radio. URL: https://world.kbs.co.kr/service/program_main.htm?lang=r&procode=interactive (дата обращения: 03.01.2024).

²⁰ Программа передач // KBS World Radio. URL: http://world.kbs.co.kr/service/common/images/about/schedule_230326.pdf (дата обращения: 03.01.2024).

Представители телерадиовещательной корпорации KBS объявили о своей политике вещания на 2024 г., уделяя особое внимание обеспечению беспристрастности и инноваций.

По мнению представителей, в 2024 г. медиакорпорация KBS столкнётся со значительными вызовами и кризисами. Внутренняя и международная конкуренция за контент, изменения в медиапространстве способствовали появлению финансовых проблем для корпорации KBS. Кризис вызван раздельным сбором платы за телевизионную лицензию и сокращением рынка наружной рекламы. Следовательно, потребуются снижение производственных затрат.

В 2024 г. медиакорпорация KBS будет уделять приоритетное внимание беспристрастности. Цель компании заключается в укреплении доверия аудитории с помощью предоставления объективной информации в новостях. В данном заявлении KBS упоминает парламентские выборы в Республике Корея в апреле 2024 г., отметив, что будет транслировать беспристрастные выборы для проверки политики и квалификации кандидатов. Телевизионная и радиовещательная компания KBS также усилит своё значение в качестве основного национального вещателя по чрезвычайным ситуациям для защиты жизни и безопасности людей.

Компания KBS планирует использовать различные платформы для расширения охвата аудитории, создавая инновационный контент: качественные документальные фильмы, концерты, программы, представляющие общественный интерес.

Руководство ставит перед собой сложную задачу: «Просматривая весь контент и сосредотачиваясь на ключевых областях, KBS может внедрять инновации и улучшать свою структуру, чтобы снизить производственные затраты и максимизировать преимущества для зрителей»²¹.

В настоящее время компания сокращает расходы, закрывая некоторые проекты. Стало

²¹ KBS Broadcast Policy 2024: New KBS, Delivering Impartiality and Innovation // KBS. URL: https://open.kbs.co.kr/eng/index.html?source=openkbs&sn_ame=lastest&stype=magazine&contents_id=2142 (accessed: 08.01.2024).

известно, что медиакорпорация KBS отменила программу Hong Kim Dong-jeon²² не только из-за зрительских рейтингов, но и финансового положения корпорации, которое ухудшилось из-за отдельного сбора телевизионной лицензии.

Изучим подробнее причины необходимости сокращения финансовых затрат вещательной компании KBS. Система абонентской платы KBS была внедрена в январе 1963 г., когда KBS управлялась правительством, с ежемесячной платой в размере 100 вон²³. Исследователь Х. Казума изучал проблемы компании KBS, связанные со структурой её доходов, в частности, противостояние с чрезмерной зависимостью от рекламы. В идеале телевизионная лицензия должна быть основным источником дохода корпорации KBS, чтобы она реализовывала свои цели в интересах общества в качестве основной общественной вещательной компании. Однако в последние годы было сложно повысить ежемесячную абонентскую плату KBS. В результате нехватки средств из-за увеличения расходов на персонал, финансовые проблемы решаются с помощью увеличения доходов от рекламы вместо сокращения расходов. Таким образом, представители медиакорпорации KBS сосредоточились на рейтингах, тесно связанных с доходами от рекламы, создавая много развлекательных программ, несмотря на критику, что «его идентичность как общественного вещателя неясна»²⁴.

С 1994 г. корпорация KBS взимала ежемесячную плату в размере 2500 вон (165,4 руб.) с каждой семьи за просмотр программ, получение сигнала от общественного вещателя KBS. Ранее люди, имевшие в доме телевизор, были обязаны платить лицензионный сбор вместе со счетами за электроэнергию. Однако после изменения правил

оплаты жильцы имеют право подать заявку на отдельную оплату электроэнергии и ежемесячного сбора телевидения KBS²⁵.

Предложив изменения в оплате сбора KBS, авторы инициативы ссылались на опрос, в ходе которого выяснилось: «...96,5 процентов из 58251 участника были против нынешней системы. В разделе комментариев около 38000 из 64000 ответов призывали к полной отмене платы за просмотр, в то время как около 20000 комментариев заявили, что плата должна взиматься отдельно от счёта за электроэнергию»²⁶. Позже власти приняли решение разделить счёт за электроэнергию и ежемесячную оплату KBS, дав гражданам возможность сделать самостоятельный выбор. Это особенно актуально для аудитории, предпочитающей потреблять контент в Интернете. Однако у общественности появились сомнения в целесообразности данного решения и том, как оно способно повлиять на свободу южнокорейских СМИ. К примеру, представитель Демократической партии Республики Корея заявил: «Причина, по которой общественный вещатель работает за счёт платы за просмотр, взимаемой с общественности, заключается в том, чтобы поддерживать справедливость, не поддаваясь влиянию власти и денег»²⁷.

В результате проведённого исследования выяснилось, что общественность подвергает критике некоторые действия сотрудников медиакорпорации KBS. В январе 2024 г. Сеульский суд оштрафовал трёх сотрудников KBS на 30 миллионов вон (22 406,46 долларов США)²⁸ за жёсткое отношение с животными на съёмочной площадке во время съёмок драмы в 2021 г. Несмотря на наличие

²² Jeong Hye-won. KBS reveals the reason for the abolition of 'Hong Kim Dong-jeon', "It is difficult to expand the viewership" // SPOTV News. URL: <https://www.spotvnews.com/news/articleView.html?idxno=79047> (accessed: 08.01.2024).

²³ Hanawa Kazuma. The Korean Broadcasting System and Strategies Against Overdependence on Advertising. URL: https://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/pdf/05_no4_06.pdf (accessed: 08.01.2024).

²⁴ Ibid.

²⁵ Separate collection of TV license fees for the first time in 30 years 'truth and misunderstanding'... Organize by Facts (Issue Drawer) // EFocus. URL: <https://www.efocus.co.kr/news/articleView.html?idxno=2880950> (accessed: 22.05.2024).

²⁶ Lee Hyo-jin. Presidential office's plan to revamp TV viewing fees causes stir // The Korea Times. URL: https://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2024/01/113_352438.html (accessed: 08.01.2024).

²⁷ Ibid.

²⁸ Jung Min-kyung. KBS employees fined W30m for abuse and death of horse // The Korea Herald. URL: <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20240117000783> (accessed: 08.01.2024).

различных вариантов, обеспечивающих безопасность для животных, например, использование компьютерной анимации, работники компании KBS приняли решение пожертвовать жизнью лошади для сокращения производственных расходов.

Рассмотрим южнокорейскую музыкальную телепередачу Music Bank, которая выходит с 1998 г. на телеканале KBS2. Исследователи отмечают, что ранее этот проект KBS подвергался критике. В 2022 г. полиция проводила расследование в отношении продюсерской группы музыкального шоу Music Bank. Продюсеры подозревались в манипуляциях с баллами в эпизоде, вышедшем 13 мая 2022 г.²⁹ В этом выпуске песни Лим Ен Бу If We Ever Meet Again и женской группы Le Sserafim Fearless соревновались за первое место в шоу Music Bank. В феврале 2023 г. было объявлено о снятии обвинений с продюсерской группы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Корейская волна и ключевые медиакомпании Южной Кореи, в частности крупнейшая телерадиовещательная корпорация KBS, оказывают влияние на глобальный медиарынок. Медиакомпания KBS информирует аудиторию, формирует общественное мнение, продвигает национальную культуру. В задачи компании KBS входят создание здоровой культуры вещания, глобализация корейской

культуры, предоставление информации о стихийных бедствиях.

В ближайшее время южнокорейская медиакомпания KBS столкнётся со значительным финансовым кризисом, вызванным обострённой внутренней и международной конкуренцией за контент, изменением в оплате телевизионной лицензии. Выделим основные способы преодоления финансового кризиса корпорации KBS: увеличение доходов от рекламы, сокращение расходов, закрытие проектов, использование различных медиаплатформ для расширения охвата аудитории, создание инновационного контента. Несмотря на различные трудности, телерадиовещательная корпорация KBS остаётся одной из самых популярных и влиятельных в Республике Корея.

Компания KBS World Radio создаёт множество контента для людей из разных стран на одиннадцати языках. Радиостанция KBS World Radio публикует новости для российской аудитории, освещающие внутреннюю и внешнюю политику, в частности отношения между странами СНГ и Республикой Корея, Севером и Югом. Проекты радиостанции могут привлечь различную русскоязычную аудиторию всех возрастов благодаря быстрому доступу к записям выпусков на сайте, разнообразным тематикам. Кроме того, в России доступно мало официального контента, создаваемого южнокорейскими медиа специально на русском языке для стран СНГ, что способствует становлению компании KBS World Radio лидером среди южнокорейских СМИ на российском медиарынке.

²⁹ KBS at center of point-tampering allegations on 'Music Bank' episode with Lim Young-woong // The Korea JoongAng Daily. URL: <https://koreajoongangdaily.joins.com/2022/05/29/entertainment/kpop/Korea-Kpop-Lim-Youngwoong/20220529155244418.html> (accessed: 08.01.2024).

Список источников

1. Sue Jin Lee. The Korean Wave: The Seoul of Asia // The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications. 2011. Vol. 2. № 1. P. 85-93.
2. Кадосина А.В., Филиппова Я.Д. Корейская волна в контексте развития экономики Южной Кореи. Казанский вестник молодых учёных. 2019. Т. 3. № 1 (9). С. 128-134. <https://elibrary.ru/cepfto>
3. Смирнова О.В., Денисова Г.В., Бобылева М.А. К пониманию феномена «корейской волны» в отечественном медиадискурсе // Меди@льманах. 2023. № 5 (118). С. 16-22. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2023.1622>, <https://elibrary.ru/nwkxra>

4. Сергеева Д.А., Орлова Е.А. Музыкальная интеграция: положение поп-культуры Южной Кореи на российском рынке в 2023 году // Корееведение в России: направление и развитие. 2023. Т. 4. № 2. С. 93-101. <https://elibrary.ru/lbawfr>
5. Rossow R.M., Metzger C.H., Sullivan B.F., Carlson R. Lights, Camera, COVID: Adaptation of Film and Television Industries // Creative Economies in the Indo-Pacific and COVID-19: The Show Must Go On. Washington, Center for Strategic and International Studies (CSIS), 2020. P. 4-7.
6. Тарасова А.В. Странная школа для странных героев: трансформация обыденного пространства в сериале «Школьная медсестра Ан Ын Ён» // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». 2023. № 2. С. 137-152. <https://doi.org/10.28995/2686-7249-2023-2-137-152>, <https://elibrary.ru/vapvuv>
7. Абзалова А.Л. Стандарты красоты в южнокорейской повседневности на примере современного кинематографа // Корееведение в России: направление и развитие. 2024. Т. 5. № 1. С. 79-87. <https://elibrary.ru/cerlkb>
8. Фадеева А.В., Байчик А.В., Шафир Т.В., Никонов С.Б. Национальная культура как инструмент формирования имиджа Республики Корея // Этносоциум и межнациональная культура. 2023. № 1 (175). С. 110-118. <https://elibrary.ru/aswdks>
9. Kim Hyun Gyung. The Korean Wave celebrity and the birth of the K-drama conglomerate // East Asian Journal of Popular Culture. 2020. Vol. 6. Issue 2. P. 223-238. https://doi.org/10.1386/eapc_00027_1
10. Вартанова Е.Л. Развивая понимание медиа: от технологий к социальному пространству // Меди@льманах. 2020. № 5 (100). С. 12-24. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2020.1224>

References

1. Sue Jin Lee. The Korean Wave: The Seoul of Asia. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 2011, vol. 2, no. 1, pp. 85-93.
2. Kadosina A.V., Filippova YA.D. Korean wave in the context of South Korea economy development. *Kazanskiy vestnik molodykh uchenykh = Kazan Bulletin of Young Scientists*, 2019, vol. 3, no. 1 (9), pp. 128-134. (In Russ.) <https://elibrary.ru/cepfio>
3. Smirnova O.V., Denisova G.V., Bobyleva M.A. K ponimaniyu fenomena «koreiskoi volny» v otechestvennom mediadiskurse [Towards an understanding of the phenomenon of the "Korean wave" in domestic media discourse]. *Medi@l'manakh = Medi@lmanah*, 2023, no. 5 (118), pp. 16-22. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2023.1622>, <https://elibrary.ru/nwxxra>
4. Sergeeva D.A., Orlova E.A. Musical integration: the position of South Korean pop culture in the Russian market in 2023. *Koreevedenie v Rossii: napravlenie i razvitie = The Journal of Direction and Development of Korean Studies in Russia*, 2023, vol. 4, no. 2, pp. 93-101. (In Russ.) <https://elibrary.ru/lbawfr>
5. Rossow R.M., Metzger C.H., Sullivan B.F., Carlson R. Lights, camera, Covid: adaptation of film and television industries. *Creative Economies in the Indo-Pacific and COVID-19: The Show Must Go On*. Washington, Center for Strategic and International Studies (CSIS) Publ., 2020, pp. 4-7.
6. Tarasova A.V. Strange school for strange heroes. Transforming ordinary space in "The school nurse files" TV series. *Vestnik RGGU. Seriya «Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kul'turologiya» = RGGU Bulletin. Series: Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies*, 2023, no. 2, pp. 137-152. (In Russ.) <https://doi.org/10.28995/2686-7249-2023-2-137-152>, <https://elibrary.ru/vapvuv>
7. Abzalova A.L. The beauty standards in South Korean everyday life using the example of modern cinema. *Koreevedenie v Rossii: napravlenie i razvitie = The Journal of Direction and Development of Korean Studies in Russia*, 2024, vol. 5, no. 1, pp. 79-87. (In Russ.) <https://elibrary.ru/cerlkb>
8. Fadeeva A.V., Baichik A.V., Shafir T.V., Nikonov S.B. National culture as a tool for image formation republic of Korea. *Etnosotsium i mezhnatsional'naya kul'tura = Etnosocium (Multinational Society)*, 2023, no. 1 (175), pp. 110-118. (In Russ.) <https://elibrary.ru/aswdks>
9. Kim Hyun Gyung. The Korean Wave celebrity and the birth of the K-drama conglomerate. *East Asian Journal of Popular Culture*, 2020, vol. 6, issue 2, pp. 223-238. https://doi.org/10.1386/eapc_00027_1
10. Vartanova E.L. Razvivaya ponimanie media: ot tekhnologii k sotsial'nomu prostranstvu [Developing an understanding of media: from technology to social space]. *Medi@l'manakh = Medi@lmanah*, 2020, no. 5 (100), pp. 12-24. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2020.1224>

Информация об авторе

УТИНА Маргарита Евгеньевна, аспирант, кафедре теории и истории журналистики, Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0000-3409-4701>, m.utina@mail.ru

Вклад в статью: общая концепция исследования, поиск и анализ научной литературы, анализ медиаматериалов, написание и оформление текста статьи.

Поступила в редакцию 25.01.2024

Поступила после рецензирования 29.03.2024

Принята к публикации 19.04.2024

Information about the author

Margarita E. Utina, Post-Graduate Student, Theory and History of Journalism Department, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0000-3409-4701>, m.utina@mail.ru

Contribution: general research concept, materials analysis, scientific literature search and analysis, media materials analysis, manuscript text drafting and design.

Received January 25, 2024

Revised March 29, 2024

Accepted April 19, 2024