

## Специфика продвижения креативных индустрий на примере "корейской волны"

Научный руководитель – Прокудина Елена Константиновна

*Надергулова Дарья Сагитовна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

*E-mail: dashanadergulova@gmail.com*

В рамках 74-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН 2021 год был объявлен Международным годом креативной экономики в целях устойчивого развития. Без таких продуктов креативных индустрий как музыка, кинематограф и видеоигры становится трудно представить досуг человека в современном мире, а пандемия COVID-19 ускорила цифровую трансформацию творческих индустрий, делая доступ к продуктам креативных индустрий более доступным и создавая новые возможности для их продвижения на национальном и мировом уровнях.

Южная Корея известна миру не только как страна инновационных технологий, но и как страна с высоким уровнем развития творческих индустрий. Сериалы, музыка, комиксы - продукты креативных индустрий Южной Кореи, получившие высокий спрос во всем мире. Корейские комиксы зачастую сопровождают выход популярных сериалов и деятельность ведущих музыкальных групп, артисты имеют миллионные фанклубы, а кинематограф получает положительную оценку не только у зрителей, но и у мировых кинокритиков.

Инновационная для Южной Кореи стратегия поддержки и продвижения творческих индустрий рассматривается не только как объект экономических исследований, но как интересный кейс с точки зрения продвижения целых индустрий. Продвижение корейских креативных индустрий стало рычагом распространения увлечения корейской культурой за пределами Южной Кореи, формируя основу феномена, называемого «корейской волной». По данным исследования издания Блумберг, прибыль от экспорта продуктов креативной индустрии в 2020 году составила 10.8 миллиарда долларов [2].

В докладе будут проанализированы основные тенденции и специфика продвижения креативных индустрий, на примере ведущих творческих индустрий Южной Кореи, представляющих из себя основу такого феномена как «корейская волна».

### Источники и литература

- 1) «Международный год креативной экономики в целях устойчивого развития», ЮНЕСКО Алматы, [Электронный ресурс] URL: <http://ru.unesco.kz/international-year-of-creative-economy-for-sustainable-development>
- 2) «Bloomberg: В 2020 году культурный экспорт Южной Кореи достиг 10,8 млрд долларов», новостной портал FBM.ru [Электронный ресурс] URL: <https://fbm.ru/novosti/kultura/bloomberg-v-2020-godu-kulturnyj-jeksport-juzhnoj-korei-dostig-10-8-mlrd-dollarov.html>