

## СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СПРИЙНЯТТЯ ТА РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КОРЕЙСЬКОЇ ПОПКУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ

### SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF PERCEPTION AND REPRESENTATION OF KOREAN POP CULTURE IN UKRAINE

Статтю присвячено аналізу особливостей сприйняття українцями корейської поп-культури, яка активно поширюється в Україні, особливо серед молоді, котра є споживачем попкультурних продуктів. Запропоновані цінності, моделі поведінки, стереотипи та правила, за якими функціонує корейська попкультура, ймовірно, будуть впливати на формування особистості українців, які активно залучені у цю попкультуру. Саме тому важливим є вивчення особливостей того, як репрезентована корейська попкультура в Україні.

Здійснено теоретичний аналіз особливостей соціально-психологічного сприйняття корейської попкультури, проаналізовано її основні характеристики: масовість (орієнтованість на широку аудиторію), комерціалізація (передбачає отримання фінансової вигоди), орієнтованість на розважальний формат (є способом відпочинку та емоційного розвантаження), гнучкість (забезпечує адаптивність під потреби споживачів), різноманітність та вплив на цінності та ідентичність. Окреслено аспекти позитивного та негативного впливу, який може здійснювати корейська попкультура на особистість її споживача.

Виокремлено особливості репрезентації корейської попкультури в українському культурному просторі. Найбільш вагомими її виявами в Україні є сфера музики, кінематографу, драм, мови, їжі, стилю та особливих об'єднань споживачів цієї попкультури – фан-спільнот. Кожна із цих сфер характеризується особливим набором цінностей, певними продуктами (зокрема, художніми), які поширюються завдяки засобам масової інформації.

Робота підкреслює важливість вивчення соціально-психологічних аспектів сприйняття та репрезентації корейської попкультури в Україні для кращого розуміння культурних трансформацій та особистісних змін українців, які є споживачами цієї попкультури.

**Ключові слова:** попкультура, корейська хвиля, корейська попкультура, К-поп,

драма, фан-спільнота.

The article analyzes how Ukrainians perceive Korean pop culture, which has been actively spreading in Ukraine, especially among young consumers. The proposed values, behaviors, stereotypes, and rules of Korean pop culture likely influence the personality development of Ukrainians actively involved with it. Therefore, studying how Korean pop culture is represented in Ukraine is crucial.

The article carries out a theoretical analysis of the peculiarities of the socio-psychological perception of Korean pop culture, examining its key characteristics: mass appeal, commercialization (aiming for financial gain), entertainment focus (providing relaxation and emotional release), flexibility (adapting to consumer needs), diversity, and impact on values and identity. Aspects of the positive and negative impact that Korean pop culture can have on the personality of its consumer are also outlined.

The article highlights features of Korean pop culture's representation in the Ukrainian cultural space. Its most significant manifestations in Ukraine are the sphere of music, cinematography, drama, language, food, style and special associations of consumers of this pop culture – fan communities. Each of these spheres is characterized by a special set of values, certain products (especially artistic ones) that are distributed thanks to mass media.

The work emphasizes the importance of studying the socio-psychological aspects of the perception and representation of Korean pop culture in Ukraine for a better understanding of cultural transformations and personal changes of Ukrainians who are consumers of this pop culture.

**Key words:** pop culture, Korean wave, Korean pop culture, K-pop, drama, fan community.

УДК 159.9

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2024.61.51>

**Хорошун К.Ю.**

аспірантка факультету психології, соціальної роботи та спеціальної освіти Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

**Вступ.** Завдяки процесам глобалізації культури актуальними стають дослідження особливостей функціонування цих культурних та попкультурних проявів у різних країнах. Коли культура певної країни починає поширюватися за межі цієї країни, вона неминуче переживатиме певні зміни, що будуть зумовлені новим середовищем, у яке потрапляє ця культура. Так ми можемо сказати і про корейську попкультуру, яка знайшла своє поширення поза межами Республіки Корея. Передусім, сучасна попкультура Кореї зазнала американського впливу після закінчення корейської

війни (1950–1953 рр.) та з її повоєнним відновленням. У подальшому свій внесок у розуміння корейської попкультури додавали й інші країни, зокрема однією з таких країн є Україна. Особливого поширення корейська попкультура на території України зазнала приблизно з 2012 р.

Разом із поширенням корейської попкультури в Україні важливим є розуміння культури споживання продуктів, які продукуються попкультурою та несуть певний вплив на формування особистості українців. Культурою споживання ми можемо назвати певне відо-

браження настановлень, ціннісних орієнтацій, переконань та ставлень індивіда під час його споживчої діяльності. Ґрунтуючись на тому, що корейська попкультура містить у собі набір специфічних цінностей, переконань, моделей поведінки, норм та правил, ми можемо сказати про створення особливого контексту для формування культури споживання продуктів корейської попкультури для українців. Цей контекст базується на основних складниках попкультури, що переважають в Україні.

Г. Шамбровський у своїх роботах виділив чинники, що впливають на формування культури споживання особистості, а саме внутрішні і зовнішні соціальні, економічні та психологічні. Окрім того, важливим є поєднання конкретного економічного, політичного, ідеологічного та соціально-психологічного аспектів того середовища, у якому перебуває людина. Завдяки цьому створюється унікальний соціально-психологічний тип особистості споживача, який характеризується особливим типом мислення, сприйняття, а також відчуттям соціального та особистісного благополуччя [7]. Ми можемо прослідкувати формування такого типу споживача під впливом корейської попкультури.

Розуміння соціально-психологічних аспектів сприйняття та репрезентації корейської попкультури в Україні є важливим для дослідження культурних трансформацій та їхнього впливу на формування особистості українців.

Метою статті є теоретичний аналіз та обґрунтування особливостей соціально-психологічного сприйняття корейської попкультури в українському інформаційному просторі та виокремлення основних векторів прояву корейської попкультури в Україні.

Поставлена мета дає змогу визначити такі завдання дослідження: узагальнення наукового доробку вчених стосовно корейської попкультури, охарактеризування соціально-психологічних аспектів сприйняття корейської попкультури в Україні, аналіз векторів прояву корейської попкультури в українському культурному просторі.

Під час написання статті було застосовано загальнонаукові методи дослідження, а саме аналіз, синтез та порівняння.

**Основний матеріал.** Актуальність цього дослідження підкреслює той факт, що нині корейська попкультура продовжує власний шлях популяризації на території України, посилюючи цікавість до себе. Усе більше молоді, захоплюючись певним аспектом корейської попкультури, сприяє її популяризації та закріпленню в Україні.

Явище попкультури набуло широкого поширення завдяки потребам людей у приналежності та спільності, комерціалізації та глобалізаційним процесам. Попкультура задовольняє потребу людей у розвагах та відволіканні від проблем повсякденного життя. Завдяки попкультурним продуктам створюється

нова, більш безпечна реальність для її споживачів. Попкультура по-справжньому буде популярною, коли вона створює й утримує певну особливу структуру, яка найточніше її охарактеризує та допоможе вирізнити серед інших.

У дослідженні за основу ми взяли тлумачення поняття «попкультура», запропоноване Ю. П. Драбчуком. Попкультура – це певний комплекс духовних цінностей та культурних потреб, що тісно пов'язані з розвитком засобів комунікації та науково-технічним прогресом загалом. Орієнтація попкультури відбувається на усереднені смаки аудиторії та характеризується певними стандартизованими художніми продуктами, які поширюються завдяки засобам масової комунікації [2].

На відміну від елітарної культури (що орієнтована на невелику групу людей зі специфічними смаками, відповідними духовними запитами та досить високим інтелектуальним рівнем) попкультура більш доступна, не вимагає спеціальних знань чи освіти, більш демократична та відкрита до нових ідей та творчості, а також більш динамічна, розважальна й охоплює всі сфери людського буття [1].

Однією з популярних у світі попкультур є корейська.

Корейська попкультура – це широкий спектр культурних явищ (таких як побут, розваги), що виникли в Республіці Корея та здобули значну популярність і мають комерційну успішність у всьому світі. Її вплив відчувається в таких сферах, як музика, кіно, телебачення, мода, краса, їжа, мова та технології. Для зовнішнього спостерігача ця попкультура несе в собі набір певних закодованих знаків та сенсів, які будуть найбільш зрозумілими лише для людей, які залучені у цю попкультуру (тобто людей, які є її споживачами). Корейська попкультура має самобутній та неповторний характер, виконує чимало функцій, які є не лише суто естетичними та розважальними, а й виконують виховну, інтегративну та ідеологічну функції [6].

Корейська попкультура включає у себе головні аспекти, що притаманні попкультурі:

- масовість – орієнтованість на широку аудиторію по всьому світу, вона не обмежена географічними кордонами, вироблення контенту, який можна легко сприйняти та поширити, трендовість корейської попкультури завдяки ЗМІ, мережі Інтернет;

- комерціалізація – тісний зв'язок з індустрією розваг та комерційною вигодою завдяки просуванню брендів, товарів та інших продуктів, які продукуються попкультурною;

- легкість та розважальний формат – корейська попкультура пропонує споживачам легкий та доступний спосіб відпочинку та емоційного розвантаження, може стати джерелом отримання задоволення і позитивних емоцій;

- гнучкість – корейська попкультура, вбираючи в себе певні тренди від інших країн або

формує власні, може змінюватися, модернізуватися та відповідати актуальним потребам споживачів;

– вплив на цінності та ідентичність – закладені в корейську попкультуру цінності можуть впливати на формування ціннісної сфери її споживачів, також вона може формувати певні стереотипи, пропонувати певні моделі поведінки та стимулювати споживання;

– різноманітність та динамічність – корейська попкультура охоплює широкий спектр жанрів, форм та напрямів, постійно розвивається та змінюється, пропонуючи споживачам нові актуальні форми та контекст, зберігаючи при цьому свою цікавість і неповторність.

Процес поширення корейського культурного продукту отримав власну назву від пекінських журналістів, що характеризували його популярність у Китаї, – Корейська хвиля (анг. Hallyu, укр. Халлю). Виникнення та формування корейської хвилі можна простежити з 1990-х років минулого століття. У цей період у країнах Східної Азії почали активно популяризуватися корейські музичні гурти та телевізійні продукти (кіно та серіали). Цей процес не зупинився лише на країнах Азії й сьогодні активно поширюється в інших частинах світу, що говорить про глобальність феномену корейської хвилі. Варто зазначити, що ця популяризація сприяла тому, що корейська хвиля має значний вплив на світову культуру. Наслідком подібної популярності є інтерес звичайних споживачів до вивчення корейської мови, культури та науки [5].

Поняття хвилі дає нам зрозуміти, що процес поширення відбувався поступово з певною періодичністю. Українська науковиця Катерина Матвеева виокремила основні періоди розвитку корейської хвилі у світі [3]:

– із 1990-х – до початку 2000-х років. Перша корейська хвиля (Hallyu 1.0) пов'язана зі зростанням популярності корейської музики (k-pop) та телесеріалів (k-drama) у країнах Азії (Китай, Японія, Тайвань тощо);

– середина 2000-х – початок 2010-х років. Друга корейська хвиля (Hallyu 2.0) пов'язана зі зростанням популярності завдяки глобалізації та сучасним технологіям поза межами Азії, зокрема в країнах Європи та Північній Америці. У цей період зростає інтерес до корейської їжі, моди та краси;

– із 2010-х – до 2019 р. Третя корейська хвиля (Hallyu 3.0) пов'язана з глобальною популярністю k-pop (зокрема, з популярністю гуртів BTS, BLACKPINK, TWICE, EXO та ін.) та співпрацею корейських артистів зі світовими брендами, різними медіакомпаніями;

– із 2019 р. Четверта корейська хвиля (Hallyu 4.0) пов'язана з глобалізацією корейських ЗМІ, посиленням ваги стрімінгових сервісів, переважанням онлайн-спілкування та індивідуальним підходом до аудиторії через

різноманітність продукції, що продукується попкультурою.

Чинниками, що пов'язані з процесом становлення корейської хвилі, є розвиток економіки Республіки Корея та особлива державна політика уряду країни, що була спрямована на виокремлення та посилення корейського продукту в світі, посилення власної репутації. Така активна залученість у процес розвитку сигналізує про спрямованість корейського уряду на розвиток власного культурного бренду, посилення іміджу та можливостей впливу на світову економіку і культуру.

Основним механізмом, завдяки якому корейська попкультура поширюється, є мережа Інтернет. Тому процес прийняття корейської попкультури в Україні відбувається опосередковано завдяки розвитку медіа- та Інтернет-інфраструктури. Важливими осередками поширення можемо виділити соціальні мережі (такі як Instagram, X, Tik-tok), у яких активно публікуються новини, створюються спільноти для обміну думок та поширення контенту. Також варто зазначити вплив лідерів думок, який також здійснюється у соціальних мережах. Це можуть бути впливові люди, блогери, знаменитості з України, які є шанувальниками корейської попкультури та популяризують, розповідають про неї в Україні. Або такими лідерами стають корейські зірки (актори, співаки, блогери, інфлюенсери), які є першоджерелом та транслюють через себе певні наративи корейської попкультури.

#### **Репрезентація корейської попкультури в українському інформаційному просторі.**

Зазнаючи певних змін, корейська попкультура має свій вияв в українському інформаційному просторі. Ці зміни зумовлені політичним, економічним станом, особливостями сприймання, мислення та потребами українців, які є споживачами цієї попкультури. Завдяки переосмисленню філософії корейської попкультури в Україні створюється потужний вторинний ринок, на якому шанувальники створюють власні унікальні культурні продукти, додаючи нові сенси. Такими новими культурними продуктами є танцювальні та пісенні кавери, художня та писемна творчість тощо. Цей процес допомагає посилити позитивний імідж корейської попкультури та залучити нових шанувальників.

Найбільш значного поширення корейська попкультура в Україні здобула після 2012 р. з популярністю пісні PSY – Gangnam style, а також після зростання популярності корейського поп-гурту BTS починаючи з 2017–2018 рр. (коли виходили їхні альбоми You Never Walk Alone та Love Yourself). Можемо відзначити особливе збільшення кількості шанувальників, які захопилися корейською попкультурою лише завдяки BTS, що і створило особливу атмосферу в третій хвилі популярності корейської попкультури.



Отже, репрезентація корейської попкультури в Україні відбувається в таких векторах:

- k-pop – музика (пісні, виступи корейських артистів та кавер денс (cover dance) як вторинна продукція шанувальників, пісенні альбоми та фотокартки, феномен айдола (idol), взаємодія з артистами/айдолами, парасоціальність цих взаємин);

- k-drama & k-movie – дорама & кінематограф (передача історій, гендерних ролей, культурних норм, стереотипів, правил та моделей поведінки, розуміння стилю життя корейців, яке відрізняється від українців);

- fan community – фандоми (онлайн-спільноти, де панують дружні взаємини, відбувається обмін вторинними культурними продуктами, надається підтримка та формується відчуття приналежності; такі об'єднання дарують відчуття безпеки та прийнятості, допомагають соціалізуватися);

- k-language – мова (передача культурних цінностей, настанов, об'єднання через мову, а також завдяки вивченню мови полегшується доступ до контенту та інших складників попкультури);

- k-style – мода та краса (включає у себе естетику та тренди, тенденції моди, стилю, стандарти краси, норми ставлень до себе, певним чином формує упередження стосовно зовнішнього вигляду);

- k-food – їжа (новий гастрономічний досвід, покращує культурне розуміння, будує місточки до традиційної корейської культури);

- k-technology – технології (проникають у повсякденне життя, несуть у собі інноваційність, підтримують імідж та сприяють зростанню глобального впливу).

Найбільш вагомий внесок у розвиток та становлення корейської попкультури здійснив саме k-pop як музичний жанр, що поєднує у собі різні стилі музики, такі як поп, рок, джаз, фольк, диско тощо. Він передає основну філософію та має специфічні характеристики: гібридне звучання (поєднання традиційного звучання з елементами звучання із західним впливом), унікальний стиль (неповторні образи, у яких виступають айдоли), хореографія (пісні супроводжуються специфічним танцем, який потім можуть повторювати шанувальники, це явище cover dance).

В Україні найбільшу популярність отримав поп-гурт BTS, шанувальників якого називають A.R.M.Y. (армі). Як і BTS, кожен гурт має власні стиль, колір, гасло та назву офіційної фан-спільноти. Тому серед шанувальників k-pop є певні відмінності залежно від того, який гурт є найулюбленішим та до якого фанклубу вони себе відносять.

Учасників гуртів, виконавців називають айдолами (idol). Сучасна культура k-pop-айдолів зародилася в 1990-х роках, коли корейська попкультура збирала величезну кількість при-

хильників. Цей образ є провідним і дотепер. Корейські виконавці, артисти (айдоли) сприяють просуванню та популяризації корейської продукції у світі (засобів догляду, технологій, гаджетів, одягу тощо). Артисти мають бути ідеальними у співі та танцях, а також відповідати стандартам краси, витримувати фізичне та психологічне навантаження, яке збільшується з поширенням їхньої популярності. Тому айдоли є справжніми культурними діячами, які мають вплив на культурну та громадську думку [4]. Гурти складаються переважно з 4–12 учасників, здебільшого окремо чоловічі і жіночі, які мають унікальний концепт, котрий будується через соціальні мережі, телебачення та взаємини з фанатами. У піснях айдоли можуть як передавати власну філософію, піднімати важливі суспільні питання (такі як любов до себе, проблема самогубства, депресії, важливість дружби та підтримки), так і виконувати роль суто виконавців, співаючи комерціалізовані пісні, що спрямовані більше на популяризацію k-pop та не несуть глибокого філософського змісту.

Також значними складниками є кінематограф та серіали, які називають дорама (від японського drama). Часто дорами зосереджені на історії кохання, сімейних зв'язках, дружніх взаєминах, що є поєднанням ідей традиційного конфуціанства із західним матеріалізмом та індивідуалізмом. Персонажі здебільшого ідеалізовані з корейськими персонажами-чоловіками, які описані як красиві, розумні, багаті та шукають «справжнє кохання». Це сприяло популяризації дорам серед жінок. Жіночого персонажа можна охарактеризувати як красиву, тендітну, бідну жінку, яка прагне досягти чогось у житті власними силами. Частіше за все дорами мають легкий романтично-пригодницький сюжет, що завершується позитивно [4]. Завдяки перегляду дорам та кінофільмів засвоюються нові норми поведінки, формуються гендерні ролі, розширюється кругозір, розвивається емпатія, засвоюються нові цінності та відбувається процес навчання на помилках персонажів. Перегляд дорам може бути способом відволікання від проблем повсякденного життя та розслаблення. Популяризація стрімінгових платформ, таких як Netflix, та їх активна співпраця з корейськими компаніями полегшують споживачам шлях до споживання цього попкультурного продукту.

Закономірним також є об'єднання шанувальників корейської попкультури у певні фан-спільноти. Перебуваючи у спільному полі корейської попкультури, особистість знаходить нові шляхи, завдяки яким може регулювати власні емоції, знаходити підтримку та прийняття, розширювати свій кругозір та спектр моделей реагування. Таке об'єднання має вплив на формування особистості та становлення власного Я. Також варто зазначити, що перебування у полі корейської попкультури впливає на перебіг процесу соціалізації особистості.

Під впливом корейських лідерів думок у шанувальників корейської попкультури формується поняття стилю, стандартів краси. Відбувається зміна сприйняття власного тіла, що може супроводжуватися негативними переживаннями через неможливість досягнути певного запропонованого ідеалу або може допомогти сформулювати адекватне сприйняття власного тіла. Прикладом формування позитивного впливу є компанія гурту BTS – Love Yourself (2018 р.).

Завдяки популяризації корейського попкультурного продукту зростає зацікавленість споживачів у вивченні мови як важливого складника культури (та попкультури зокрема). Мова є засобом спілкування, самовираження та ідентифікації, тому використання мовних зворотів із корейської попкультури допомагає вирізняти особистість, розширювати словниковий запас та впливає на процес самосприйняття. Вивчення нової мови створює нові нейронні зв'язки, збільшує словниковий запас та покращує навички спілкування.

Ще одною точкою дотику є можливість познайомитися з корейською культурою та традиціями через їжу, відчути автентичні смаки та аромати, які є невід'ємною частиною корейської попкультури. Ознайомлення з традиційною кухнею допомагає краще зрозуміти звичаї, цінності та культурні норми. Цей процес ми також можемо назвати інтерактивним способом заглибитися у світ корейської попкультури. Посилення інтересу до корейської кухні також сприяє її появі в дорамах та кінематографі.

Корейська кухня стає доступною завдяки появі різноманітних корейських ресторанів, які пропонують автентичні та авторські корейські страви в Україні. Завдяки куштуванню їжі формується новий емоційний зв'язок із корейською попкультурою.

Проаналізувавши структурні компоненти корейської попкультури в Україні, можемо виділити чинники, що сприяють її популярності:

- Доступність та поширення контенту корейської попкультури через мережу Інтернет та інші комунікаційні технології, легкість доступу до попкультури.

- Привабливість та естетична цінність корейської попкультури, зокрема k-pop-музики, танців та моди, які пропонують новий набір цінностей.

- Імідж k-pop-зірок (айдолів) як успішних, талановитих та красивих людей, створення нових еталонів, на які можна рівнятися.

- Цінності та ідеали, що транслюються контентом корейської попкультури, такі як дружба, саморозвиток та позитивне мислення.

- Створення фанатського об'єднання, яке формує відчуття приналежності та прийнятості, допомагає розвивати творчі здібності.

Один із дослідників корейської попкультури, Роальд Малінгкей, до причин популярності відносить особливе оптимістичне забарвлення цієї

попкультури. Особливо її позитивна представленість у піснях k-pop, у яких піднімаються питання дружби, переживання любові, піклування про себе. Важливим є те, що корейська попкультура не містить яскравих політичних чи релігійних послань, сексуалізованості (хоча останніми роками цей пункт потребує перегляду), пропаганди агресії та наркотиків, що робить її приємною альтернативою на протигагу іншим попкультурам, які мають у собі такі елементи.

**Соціально-психологічні аспекти сприйняття корейської попкультури в Україні.** Зважаючи на структуру корейської попкультури в Україні, можемо говорити про її неоднозначне сприйняття. Частина населення ми можемо назвати шанувальниками (фанатами) корейської попкультури, зокрема це молодь та підлітки, а частина буде доволі прискіпливо ставитися до неї. Це викликано нерозумінням її психологічних складників та особливостей впливу на людину. Корейська попкультура може сприйматись як чужорідна, невідповідна часу та буде відкидатися. Таке неприйняття говорить про неготовність відкритися новому досвіду, незацікавленість або орієнтацію на власну культуру.

У випадку із зацікавленістю цією попкультурою особистість задовольняє потребу в пошуку власної ідентичності. Найбільш яскраво цей пошук відбувається в підлітковому та юнацькому віці, коли молодь шукає себе та своє місце у світі, знаходячи в корейській попкультурі певні зразки для наслідування та відчуття єднання з однодумцями. Важливо врахувати і емоційне задоволення, яке отримують фанати корейської попкультури. Продукти цієї попкультури (пісні, дорами, фільми тощо) часто емоційно заряджені та пропонують споживачам пережити різні емоції. Також за допомогою цих продуктів можна навчитися регулювати власний емоційний стан (піднімаючи собі настрій або одержуючи певну підтримку).

Цікавими є дослідження вчених Nur Ayuni Mohd Jenol та Nur Hafeeza Ahmad Pazil, які вивчали явище ескапізму (втечі від реальності) та мотивації як основи для формування добробуту (well-being) та ідентичності шанувальників k-pop [8]. Дослідження розкриває сенс поняття «бути фанатом», що не означає пасивне споглядання та споживання, а залучає до активної діяльності, включеності в процес становлення корейської попкультури, створення осередка взаємопідтримки. Фанати не лише зацікавлені в тому, щоб слідувати за айдолами, наслідувати та насолоджуватися, а й забезпечувати кращу якість життя, використовуючи механізм ескапізму. Утеча від реальності допомагає відволіктися від небажаних соціальних реалій, навіть якщо це тимчасово [8]. Неоднозначним є формування парасоціальних взаємин, що характеризуються як односторонні стосунки,

коли шанувальник розвиває певний зв'язок зі знаменитістю за допомогою засобів масової інформації. Вони можуть формувати нереалістичні очікування та певну форму поклоніння (що в корейській мові знайшло відображення у слові «сасен» (англ. sasaengraen) і відображає шанувальників, що особливо фанатично ставляться до айдолів). Але також парасоціальні зв'язки з айдолами та атмосфера сім'ї завдяки членству у фандомах мають прямий вплив на формування відчуття добробуту та задоволеності життям. Дослідники твердо переконані, що фанати корейської попкультури – це не лише споживачі, вони також залучені в процес створення позитивного впливу корейської попкультури на особистість та формування її добробуту.

Отже, можемо виділити та провести паралелі між позитивним та негативним впливом, який здійснює корейська попкультура на українців. Аспектами позитивного впливу є:

- підвищення культурної обізнаності;
- підвищення самооцінки, формування ідентичності;
- засвоєння нових цінностей, піклування про себе;
- формування навичок регулювання емоційного стану, покращення емоційного благополуччя;
- розвиток творчості, креативності;
- розвиток емпатії, підвищення обізнаності про соціальні проблеми;
- підвищення мотивації, розвиток цілепокладання;
- формування нових соціальних зв'язків, відчуття приналежності, емоційна підтримка, коло однодумців.

До аспектів негативного впливу, який може спричинити корейська попкультура, ми відносимо:

- ігнорування/знецінення власної культури;
- формування завищених очікувань стосовно себе на основі порівняння з айдолами;
- формування емоційної залежності від корейської популярної культури;
- переживання ізоляції та самотності;
- ризик виникнення гендерних стереотипів;
- відволікання від навчання та/або роботи;
- можливі конфлікти з оточенням, яке не підтримує захоплення корейською попкультурою.

Ідентифікуючи себе зі спільнотою, що захоплюється корейською попкультурою, українці можуть мати багато позитивних наслідків як із психологічного (стосовно розвитку власної особистості, покращення самооцінки, формування ідентичності, навичок емоційної регуляції), так і з соціального (у контексті соціальних взаємодій і бажання бути прийнятим, можливості полегшення процесу соціалізації) боку. Окремого вивчення потребують можливі

негативні наслідки та розроблення психологічних моделей інтервенцій цих наслідків.

**Висновки.** Підбиваючи підсумок представлено у цій статті матеріалу, ми бачимо, що корейська попкультура має значний вплив на сучасне українське суспільство, що потребує глибокого та комплексного дослідження. Зокрема, цей вплив здійснюється за допомогою музики, дорам, корейської мови та їжі, фан-спільнот, особливого стилю та технологій. Нам удалося виокремити напрями впливу корейської попкультури на українців, а також проаналізувати їх позитивні та негативні аспекти.

Важливо розуміти соціально-психологічні аспекти сприйняття та репрезентації корейської попкультури в Україні для кращого розуміння культурних трансформацій та особистісних змін українців.

Подальші дослідження корейської популярної культури в Україні є актуальними та можуть допомогти у вивченні динаміки культурних та міжкультурних впливів, особливостей формування ідентичності сучасних українців.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Дарюга Е. Трансформації культури в контексті глобалізації. *Сучасні соціокультурні процеси: компетентісно-аксіологічний аспект* : збірник матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф., м. Полтава, 10–11 листопада 2022 р. Полтава : ПНПУ імені В.Г. Короленка, 2022. С. 44–48.
2. Дрابعук Ю.П. Попкультура і її вплив на людську свідомість. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія «Філософія, культурологія, соціологія»*. 2013. Вип. 6. С. 33–38.
3. Матвеева К. Корейська популярна музика (K-pop) у глобальному світі. *Grail of Science*. 2024. № 39. С. 765–769.
4. Осадча Л. Феномен корейської хвилі в метамодерному середовищі європейської культури. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. № 2. С. 49–56.
5. Руських С.О. Республіка Корея як сучасний інформаційно-культурний центр: стратегії розвитку та вплив на міжнародні відносини. *Новітні дослідження культури і мистецтва: пошуки, проблеми, перспективи* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 18 травня 2023 р. Київ : НАКККіМ, 2023. С. 275–276.
6. Тормахова А.М. Напрямок K-pop та його роль у контексті сучасної аудіовізуальної культури. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2020. № 3. С. 14–19.
7. Щербя О.І. Соціологічні підходи до культури споживання: адаптація до сучасних умов. *Перспективи*. 2020. № 2. С. 65–72.
8. Jenol, N.A.M., & Pazil, N.H.A. Escapism and motivation: Understanding K-pop fans well-being and identity. *Geografia*. 2020. Vol. 16, no.4. P. 336–347.