

Hallyu: Poarta media spre cultura coreeana

Domnul Sean Lee este un expert in social media, reprezentant al EC21, una dintre cele mai mari firme coreene de New Media. Din pozitia ?i pe baza experientei sale, aceasta a fost de acord s? ne r?spund? la c?teva ?ntreb?ri ?i curiozit???i ?n leg?tur? cu fenomenul care ne-a atras tuturor de fa?? aten?ia: Valul Coreean. Responsabilitatea lui principala la EC21 este planificarea strategica de marketing, planificarea online de marketing (inclusive Social media marketing, marketingul motoarelor de c?utare ?i optimizarea motoarelor de c?utare), precum ?i managementul produselor ?i parteneriatelor la aceea?i firm?. ?nainte de EC21, experienta lui include web design, marketing online ?i cercetare de pia??. Sean Lee a fost, de asemenea, implicat ?n campania social media din 2010 a Organiza?iei Coreene pentru Turism (Korea Tourism Organization – KTO) pentru promovarea Coreei ca destina?ie turistic?.

KF: ?ncep?nd cu o ?ntrebare de ?nc?lzire: sunte?i un fan al K-pop-ului ?i al dramelor coreene? Dac? da, care sunt prefera?ii dumneavoastr?? Sean Lee: Cantarea? mea preferat? de K-pop este Lena Park, cunoscut? ca Park Jung Hyun, iar K-drama favorit? este IRIS, dar ?i Winter Sonata. Dintre filmele coreene pe care le-am v?zut p?n? acum a? alege Joint Security Area – JSA.



În afară de conținutul în sine al dramelor și al melodiilor, credeți că pentru fanii europeni, valul coreean transmite mai mult, ca de exemplu promovează valorile coreene, obiceiurile, bucuria coreeană? SL: Da. Din punctul meu de vedere,