

ВЛИЯНИЕ КОРЕЙСКОЙ POP – КУЛЬТУРЫ НА РОССИЙСКУЮ МОЛОДЕЖЬ И ПОДРОСТКОВ

А.А. Сафина,

*Казанский национальный исследовательский
технологический университет*

Аннотация. В статье рассматривается феномен корейской популярной музыки (K-pop), анализируются причины стремительного роста ее популярности по всему миру; приводятся результаты эмпирического исследования влияния K-pop на российских подростков и молодежь; актуализируется необходимость дальнейших подобных исследований с целью адаптации к реалиям нашей страны эффективных механизмов работы с подростками и молодежью.

Ключевые слова: корейская волна, халлю, к-поп, айдол, молодежь, подросток.

THE INFLUENCE OF KOREAN POP CULTURE ON RUSSIAN YOUTH AND ADOLESCENTS

A.A. Safina,

Kazan National Research Technological University

Abstract. The article examines the phenomenon of Korean popular music (K-pop), analyzes the reasons for the rapid growth of its popularity around the world; provides the results of an empirical study of the influence of K-pop on Russian adolescents and youth; actualizes the need for further such studies in order to adapt effective mechanisms for working with adolescents and youth to the realities of our country.

Keywords: korean wave, hallyu, k-pop, idol, youth, teen.

Молодежь всегда была «локомотивом» общественного развития, политических реформ, являя собой важнейший ресурс страны. Соответственно, от качества этого ресурса зависит ни много, ни мало будущее страны. Что же происходит с современной молодежью? Каковы ее заботы и устремления, увлечения? Предлагаю в данной статье ответить на эти вопросы с несколько необычной

точки зрения – распространения по всему миру и в нашей стране «корейской волны», в частности К-поп культуры как одного из ее проявлений.

Начало распространения культуры Южной Кореи относят к середине 1990-х годов, когда пекинские журналисты, поражённые быстрорастущей популярностью в стране южнокорейской индустрии развлечений, дали этому явлению даже отдельный термин «Халлю» (Hallyu). Корейская популярная музыка, так называемая К-поп, является одной из значимых элементов Hallyu, наравне с национальной кухней, языком, модой, видеоиграми. На сегодняшний день это очень популярное явление в подростковой и молодежной среде, в связи с чем в последние годы К-поп попала в поле зрения исследователей. Анализируя имеющиеся работы в этой области, можно сделать вывод, что популярность К-поп исследуется по трем основным направлениям: а) как отдельное явление в музыкальной индустрии [1; 2]; б) как грамотно продуманный политический инструмент повышения статуса страны и ее экономического благополучия, т.н. «мягкая сила» [3; 4]; в) как способ влияния на подростков и молодежь [5;6; 7].

Среди исследователей данного феномена существуют определенные разночтения по поводу причин столь стремительной популярности корейской поп-музыки и прогнозируемых сроков ажиотажа вокруг нее. Еще в период развития Халлю в начале 2000-х годов многие критики говорили о ее быстром затухании. Однако современная ситуация доказывает обратное. Миллионы фанатов по всему миру. Основные потребители К-поп в России – молодежь в возрасте от 13 до 25 лет, главным образом девушки. Анализ имеющихся исследований и собственные наблюдения дают основания выделять следующие слагающие популярности К-поп:

1. Особенности корейской популярной музыки, заключающиеся в смешении музыкальных жанров (в одной песне могут при-

существовать элементы хип-хопа, r&b, поп, электронной музыки и рэпа), что делает ее универсальной для потребителей с разными музыкальными вкусами. Этой же цели отвечает и большой состав музыкальных групп, насчитывающий от 7 до 21 участника. Отчетливое присутствие национального колорита и фольклора делает ее непохожей на стандартизованную американо-европейскую поп-культуру [8]. Заряженность музыкальных композиций позитивом, кипучей, искрящейся энергией, которая присутствует в той или иной мере даже в самых меланхоличных, минорных образцах. Это, по мнению некоторых исследователей, также связано с национальными традициями, со стихией народной музыки, площадного театра, ярмарочной кутерьмы [9, с.57]. Тексты песен как нельзя лучше отвечают потребностям целевой аудитории. Зачастую это те проблемы, с которыми сталкиваются подростки, входя во взрослую жизнь: эйджизм, обесценивание, социальное неравенство, осознание того, что у некоторых есть недоступные тебе привилегии от рождения и т.п. [10].

2. Айдолоцентризм и фанатоцентричность. Айдолами называют солистов К-поп групп. Айдолы – весьма примечательное социокультурное явление в азиатской массовой культуре. Айдол (от англ. «*idol*») – это медиа-персона со скрупулезно продуманным имиджем, весьма привлекательным для молодежи. Айдол максимально приближен к идеалу: прекрасно поет и двигается, соответствует южнокорейским стандартам красоты. И все это рассчитано на некую целевую аудиторию, фанатов. Фанатоцентричность само по себе явление в музыкальной индустрии не новое, однако в К-поп оно возведено в абсолют. Текст песен, эффективно выстроенная система коммуникации с фанатами через медиа-ресурсы (фанмитинги, фанкамы, постоянное присутствие айдов в социальных сетях через стримы и прямые трансляции), все это создает

у фанатов ощущение прямого общения, близости с кумиром, взаимной поддержки между айдолами и фанатами.

3. Продуманная до мелочей визуальная составляющая всех выступлений. Выступление айдолов на публике или клипы песен – все превращается в хорошо спродюсированное шоу, включающее яркие, даже пестрые костюмы айдолов, отражающие некую эклектичность; сложную отточенную хореографию, завораживающие декорации; одновременное нахождение на сцене большого количества участников группы,двигающихся слаженно и в едином порыве, создавая ощущение театрального действия. Все это поражает воображение. По мнению одного из музыкальных критиков и журналистов, К-рор в большей степени феномен мультимедийный, телевизионный и такая его лавинообразная популярность связана с тем, что видеоконтент захватывает все больше внимания молодых людей по всему миру. А К-рор изначально предназначен для существования в формате видеоконтента.

Проведенное нами в г. Казани на базе школ и вуза пилотное исследование в очередной раз подтвердило имеющиеся выводы о степени и характере распространения К-рор культуры. Были опрошены 120 молодых людей и подростков в возрасте от 15 до 29 лет, из них 53 девушки и 67 юношей. 27 % опрошенных оказались ярыми К-рор фанатами, и все они были девушки в возрасте 15-17 лет. Еще 13% ответили, что слушают К-рор наравне с другой музыкой и среди них уже были как девушки, так и юноши. Очевидно, что 40% опрошенных активно вовлечены в К-рор культуру. Это опровергает нашу гипотезу о повальном увлечении ею подростков и молодежи, но подтверждает тот факт, что основной аудиторией данного музыкального жанра являются девушки в возрасте от 15 до 18 лет.

На вопрос: «Что больше всего привлекает в К-рор?» девушки на первое место ставят внешность айдолов и песни (имеет значе-

ние и текст и звучание), тогда как юноши – только песни; на второе место девушки – систему коммуникации айдолов с фанатами, юноши – хореографию (то как айдолы двигаются); на 3 место девушки – хореографию, юноши – коммуникацию с фанатами. На последнем месте по значимости у юношей внешность айдолов.

На вопрос: «Увлекаясь К-рор, что вы для себя «приобрели»?» чаще встречались такие ответы как «новых друзей, круг общения», «возможность окунуться в корейскую культуру», «поддержку в трудное время», «свою музыку», «стремление двигаться (танцевать) также как айдолы». Увлечение К-рор 30 % подвигло опрошенных ребят на более глубокое изучение южнокорейской культуры. Кто-то решил изучать корейский язык, кто-то планирует посетить страну (некоторые даже переехать в будущем).

Таким образом, основной целевой аудиторией К-рор жанра все-таки остаются подростки, хотя встречаются и любители данной музыки среди молодежи более старшего возраста. В нашем случае таких было 8 % в возрасте от 20 до 27 лет. Более всего в К-рор молодежь и подростков привлекает визуальная составляющая, что особенно ярко проявляется у женской половины аудитории. Отсюда и желание копировать стиль одежды, манеру двигаться, жесты. Соответственно, наблюдается трансформация идеала красоты (как мужского, так и женского) от европейского образа к азиатскому. Результаты нашего исследования также подтвердили, что К-рор является эффективным инструментом приобщения молодежи к южнокорейской культуре. Однако, на наш взгляд, необходимо проведение дальнейших более детальных исследований того, почему современное молодое поколение так привлекает корейская культура? Является ли это лишь результатом поклонения айдолам? Ведь далеко не всегда увлечение иностранными музыкальными исполнителями влечет желание окунуться в иную

культуру. Возможно, срабатывает «эффект новизны» или же присутствуют иные факторы?

Можно по-разному относиться к феномену К-рор, но тот факт, что он является мощным ресурсом экономики Южной Кореи на протяжении уже многих лет завораживающим умы молодого поколения по всему миру, безусловно достоин уважения. А также требует глубокого изучения с целью возможной адаптации к реалиям нашей страны эффективных механизмов работы с подростками и молодежью, воздействия на их идентичность. Именно адаптации, а не копирования, так как К-рор нельзя сделать нигде, кроме Южной Кореи. Русский и американский К-рор невозможен, в этом его интересное своеобразие [8].

Список литературы:

1. Субкультурные практики в социальных сетях (на примере к-рор сообщества) / М.Н. Андрос // XLVII Огаревские чтения. Материалы научной конференции. В 3-х частях. – 2019. – С. 125-128.
2. Фадеева, А.В. СМИ как инструмент экспорта культурного медиапродукта: кейс Южной Кореи / А.В. Фадеева. – Век информации (сетевое издание), 2020. – Т. 4. – № 1 (10). – С. 31-50.
3. Корейская волна и мягкая сила. Стратегия развития и распространения / Д.И. Бураев, М.Ц. Гармахаев // Вестник Бурятского государственного университета. – 2013. – № 8. – С. 115-120.
4. Теоретическая и практическая адаптация концепта «мягкой силы» восточно-азиатскими государствами / Д.М. Ковба // Пространство и время. – 2014. – № 4 (18). – С. 11-118.
5. Эмоциональные особенности молодежи, увлекающейся корейской волной / Л.Г. Жданова, О.Д. Шрейбер // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. – 2014. – № 43. – С. 94-100.

6. Феномен «корейской волны»: синтез запада и востока? / О.Н. Михайлик // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Политология. Религиоведение. – 2008. – № 1. – С. 31-40.

7. Влияние корейской поп-культуры на современную российскую молодежь / Д. С. Шледовитц. – Пенза: Сборник статей IV Международной научно-практической конференции, 2020. – С. 303-305.

8. Сила К-рор в том, что он ненастоящий // Реальное время: официальный сайт. – 2020. – URL: <https://realnoevremya.ru/articles/187192-v-chem-fenomen-k-pop-i-pochemu-on-zahvatyvaet-mir> (дата обращения: 25.01.2022).

9. К-рор как феномен современной массовой культуры / Н.Е. Титкова // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования. – 2020. – №5. – С. 56-61.

10. К-Рор, BTS и ARMY – причины популярности // Скуртул Александр: [сайт]. – 2021. – URL: <https://www.skurtul.com/k-pop-bts-army/> (дата обращения: 03.02.2022).