

КИМ СУК ЯНГ

# К-РОР



ЖИВЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ,  
ФАНАТЫ, АЙДОЛЫ И МУЛЬТИМЕДИА

Music Legends & Idols

Сук Янг Ким

**К-ПОР. Живые выступления,  
фанаты, айдолы и мультимедиа**

«Издательство АСТ»

2018

УДК 785(519.5)  
ББК 85.318(3)

**Ким С.**

К-POP. Живые выступления, фанаты, айдолы и мультимедиа /  
С. Ким — «Издательство АСТ», 2018 — (Music Legends & Idols)

ISBN 978-5-17-115162-1

Вы когда-нибудь задумывались, почему К-поп стал таким популярным? Как за очень короткое время сумел выйти на мировые сцены и завоевать сердца фанатов со всего земного шара? В своей книге автор, специалист по культуре Азии, объясняет этот феномен и его влияние на современную медиаиндустрию, а также живо и доступно рассказывает о самих айдолах, об их взаимодействии с фанатами, СМИ и социальными сетями. «К-POP. Живые выступления, фанаты, айдолы и мультимедиа» – настоящая находка не только для поклонников корейских исполнителей, но и для всех меломанов, интересующихся внутренней кухней музыкального мира.

УДК 785(519.5)

ББК 85.318(3)

ISBN 978-5-17-115162-1

© Ким С., 2018

© Издательство АСТ, 2018

# Содержание

Введение	6
Что такое К-рор?	11
Почему понятие «живой» имеет важное значение для К-рор	15
Понятие «жизнеспособность» – корейская версия?	21
Примечания по этнографии	25
Главы	27
Историзация К-рор	30
Конец ознакомительного фрагмента.	32

**Сук Янг Ким**  
**К-POP. Живые выступления,**  
**фанаты, айдолы и мультимедиа**

*For Miles, the Rising Star*

*Майлзу, восходящей звезде*

Suk-Young Kim

K-POP Live: Fans, Idols, and Multimedia Performance

Английское издание опубликовано Stanford University Press

© the Board of Trustees of the Leland Stanford Junior University, 2018

© ООО «Издательство АСТ», 2019

## Введение

*«Знаю, что в эти дни все шоу считаются живыми, что на самом деле просто означает, что мы были живы, когда записали шоу»*

**Билл Майерр** *«Билл Майер размышляет о юморе и политике во время диких выборов 2016 года»*

Лос-Анджелес – это город с тысячей лиц, это мираж из обрывочных впечатлений, цветных оттенков, звуковых битов. Это крупный центр, где многие культуры встречаются и сходятся в единый поток; это пункт назначения, который обязательно стремятся посетить толпы туристов с другого побережья Тихого океана.

EXO – одна из самых популярных музыкальных групп современного К-рор мира – не исключение. 14 февраля 2016 года они выступили на Спортивной Арене Лос-Анджелеса, собрав полный стадион зрителей – почти все билеты были распроданы.

Атмосфера на арене, вместившей почти 16 000 зрителей, была наэлектризована до предела. Ревностные фанаты находились в возбужденном состоянии задолго до начала концерта. По крайней мере 2-х зрителей из сектора со стоячими местами вынесли на носилках еще до появления группы на сцене. Жар, исходивший от тел разгоряченных фанатов, и восторженные крики зрителей, бесспорно, свидетельствовали, что мне посчастливилось присутствовать на настоящем «живом» шоу, дышать одним воздухом с поп-звездами, за выступлениями которых сейчас привычнее следить на 2D-пиксельных экранах ТВ, компьютеров или мобильных телефонов.

К-рор как культурный феномен набрал силу на рубеже нового тысячелетия, когда начали резко сокращаться продажи музыкальных альбомов на физическом носителе, а онлайн-рынок музыки начал развиваться и укреплять позиции. В то время были широко распространены пиратство и незаконные скачивания – это тормозило рост рынка цифровой онлайн-музыки. Артисты, чья успешная карьера зависела от такого традиционного источника дохода, как продажи CD-дисков, также испытывали серьезные трудности. Сложилась ситуация, когда старая модель умирала, а рынок «живых» концертов и гастрольных туров по городам в Корее и за рубежом еще не оформился.

По иронии судьбы эти сложные обстоятельства стали основной причиной агрессивного продвижения К-рор на зарубежные рынки. Однако глобальной экспансии К-рор добился не через туры с «живыми» концертами по миру, а через музыкальные ролики, записи музыкальных ТВ-хит-парадов и другие медиашоу, получившие бешеную популярность на YouTube и укрепившие репутацию К-рор как развлекательного направления, продвигаемого преимущественно в интернете. Эволюция в сфере музыкального потребления заставила воспринимать культуру К-рор не только в качестве музыкального жанра, но и как мультимедийный перформанс с акцентом на визуальные эффекты<sup>1</sup>. Этот процесс привел к трансформации К-рор исполнителей. Они перестали быть просто певцами, освоив другие исполнительские навыки. Чтобы завоевать успех и популярность у зрителей, они начали петь, танцевать, принимать участие в

---

<sup>1</sup> В этой книге часто используется термин мультимедиа: в дословном переводе он служит для обозначения различных медийных платформ, чтобы показать, как взаимодействуют живое выступление на сцене, ТВ, видео и онлайн-медиаплатформы для создания сети К-рор контента. С точки зрения К-рор исполнителей этот термин обозначает многосторонние и универсальные способы формирования их карьеры. К-рор артисты должны быть не только опытными музыкантами и танцорами, но также принимать участие в варьете и даже в спортивных мероприятиях, разработанных для ТВ-потребления. На феноменологическом уровне термин обозначает, что К-рор – это перформанс, рассчитанный на восприятие несколькими органами чувств, через различные каналы – аудиальный, визуальный, осязательный, обонятельный, то есть для воздействия на поклонников используется синестезия.

различных шоу, играть роль очаровательного во всех отношениях персонажа, постоянно находясь под пристальным вниманием в мультимедийном мире.

Итак, если мы допускаем, что экосистему К-рор составляет цифровая медиасреда, почему же тогда мы начали эту книгу с описания живого концерта? Почему в заголовке книги мы разместили определение «живой» рядом с К-рор, таким образом давая понять, что концепция «живой» и производное от него слово «жизнеспособность» станут основными темами в книге?

Совершенно очевидно, что сегодня наблюдается устойчивый рост интереса к живым К-рор шоу. Таким образом, подвергается сомнению утверждение, что естественная среда обитания К-рор находится в интернете. Например, гастрольный тур *Made* успешного К-рор бэнда *BIGBANG* в 2015–2016 годах попал в десятку самых прибыльных туров в США по итогам 2015 года. В 1-й половине 2016 года группа *BIGBANG* сумела привлечь на свой концерт больше всего зрителей в Японии, которая считается 2-м по размеру рынком музыки в мире<sup>2</sup>. Помимо *BIGBANG*, все больше К-рор групп расширяют границы гастрольных туров и выступают не только в Лос-Анджелесе и Нью-Йорке, но и в других североамериканских городах – в Атланте, Остине, Чикаго, Далласе, Гонолулу, Лас-Вегасе, Орландо, Сиэтле, Торонто и Ванкувере<sup>3</sup>. На других континентах К-рор группы собирают толпы фанатов не только в таких мегаполисах, как Пекин, Лондон, Париж и Токио, но даже в Окленде, Дюссельдорфе, Милане, Москве и Сантьяго. Неудивительно, что в выпуске журнала *Billboard* от 3 мая 2016 года была размещена статья с красноречивым заголовком «К-рор музыка продолжает завоевывать мир за пределами Азии», в которой отмечается растущая тенденция интереса к живым К-рор концертам<sup>4</sup>. Статья указывала, что «в Северной Америке, Латинской Америке и Европе начиная с 2013 года в течение 3-х лет последовательно росло количество проведенных концертов К-рор музыки»<sup>5</sup>. Так как Азия всегда представляла основной рынок зрителей, посещавших живые концерты, и так как здесь находится основное количество поклонников, слушающих К-рор онлайн, становится понятно, почему мы обращаем внимание на эту тенденцию. Она свидетельствует об усилении влияния живых концертов на изменения в глобальной структуре потребления К-рор<sup>6</sup>.

Такой интерес к «живой» природе К-рор культуры вызван не только увеличением количества живых концертов К-рор музыки. В основном книга затрагивает более теоретические исследования «жизнеспособности» как технологической, идеологической и эмоциональной модели, в которой живые существа (люди) взаимодействуют с другими живыми существами и неодушевленными предметами в цифровой век. Мы живем в эпоху, когда вовлечение в общественные отношения происходит за счет цифровых технологий – с их помощью мы отправляем SMS-сообщения, участвуем в видеочатах или погружаемся в виртуальную реальность. В этом высокомультимедийном окружении понятие «живой» становится вопросом нашего образа жизни. С одной стороны, мы становимся объектами, подверженными влиянию мультимедиа, живем во фрагментарном мире, изолированные друг от друга технологическими чуде-

<sup>2</sup> В 1-ой половине 2016 года 590 000 посетителей посетили 34 концерта *BIGBANG* в Японии. Ким Вон Гем, «Sutjaro bon byeonhameomneun keipar hwangje “BIGBANG”» [Статистика показывает, что *BIGBANG* – бесспорные императоры в К-рор], *Dong-A Ilbo*, 20 июля 2016 года, <http://sports.donga.com/3/all/20160719/79284955/3>.

<sup>3</sup> Только за 2016 год следующие К-рор группы выступили в американских городах (за исключением 2-х крупных мегаполисов США – Лос-Анджелеса и Нью-Йорка): *B.A.P.* выступила в Атланте 16 марта; *Teen Top* – в Далласе 8 апреля; *AOMG* – в Сиэтле 17 апреля; *Day6* – в Орландо 14 августа; *BIGBANG* – в Гонолулу 22 октября, и т. д.

<sup>4</sup> В статье преимущественно использована инфографика, отражающая тенденции проведения живых К-рор концертов с января 2013 года по июль 2016 года, размещенная на веб-сайте *Kickstarter* MyMusicTaste.com. Джефф Бенжамин, «Количество К-рор концертов продолжает расти за пределами Азии: Эксклюзивная Инфографика», *Billboard*, 3 мая 2016 года, <http://www.billboard.com>.

<sup>5</sup> Статья противопоставляет рост К-рор концертов за рубежом снижению К-рор концертов в Восточной Азии. Там же.

<sup>6</sup> В общей сложности на долю Европы, Северной Америки и Южной Америки пришлось только 14,26 % концертов за период с 2013 по 2016 годы (в противоположность Восточной Азии, на которую пришлось 77,98 %), но тенденция роста К-рор концертов за пределами Азии означает важный сдвиг в распределении доли проведения К-рор концертов.

сами, с другой – тоскуем по чувству сопричастности и интерактивному живому общению, которое и называем жизнью. К-рор как раз является тем основным средством, с помощью которого можно объяснить этот парадокс: в основном мы воспринимаем его как цифровую музыку, которая постоянно сопровождается идеей живого шоу.

Я с нетерпением ожидала появления группы *EXO* на сцене, но по мере того как шел живой концерт, мое чувство непосредственного соприсутствия постепенно перерастало в разочарование. Я сидела далеко от сцены, поэтому нужно было постоянно напрягать зрение, чтобы рассмотреть через плотную толпу зрителей крохотные тела 8-ми исполнителей, каждый из которых был размером со сказочную фею Динь-Динь (фотография 1). Причина моего разочарования объяснялась не только плохим зрением, свойственным людям среднего возраста, но и обманутыми ожиданиями. Я надеялась увидеть живое представление, которое гарантировало переживание опыта близкой сопричастности. По мере того как мое раздражение росло, занавес на сцене трансформировался в большой экран для цифровой проекции.

Пока исполнители отдыхали после напряженного танцевального номера, на экране стали появляться увеличенные изображения звезд, как бы компенсируя зрителям, сидящим далеко от сцены, невозможность хорошо разглядеть их лица. Один за одним каждый участник группы с любовью пристально смотрел в камеру, прямо в глаза зрителям – казалось, будто каждый сам стоял за камерой. Исполнители протягивали руки, касаясь ладони видеооператора, а через это касание – руки каждого зрителя, трансформируя 2D-экран в эмоциональный интерфейс, благодаря которому тысячи анонимных зрителей на концерте внезапно испытали близость контакта со звездами, подобную той, какую могут испытывать при общении самые близкие друзья.

Расположение камеры на уровне глаз часто называют «съемкой с точки зрения» – этот прием часто используется на YouTube для создания иллюзии дружеского общения. И не важно, в каком жанре работают операторы: это может быть и любительская съемка детских игрушек, и вполне профессиональный музыкальный клип<sup>7</sup>. Но видео, снятое под таким углом, создает ощущение сопричастности и непосредственной близости. Зритель, находящийся за экраном, как бы ломает четвертую стену – в данном случае компьютерный монитор – и как бы видит «собственные» руки в нижних углах экрана.

Предварительно снятые клипы с участниками группы *EXO*, которые транслировались для зрителей на живом концерте, сбили настройки времени и пространства. Образы, отснятые в прошлом, обращались к зрителям в настоящем времени – здесь и сейчас, а отснятое пространство становилось порталом, через который зрители могли пожать руки участникам группы *EXO*. Через иллюзорные пиксели зрители испытывали волшебство прикосновений рук, которое заставляло их сердца биться чаще. Подобная иллюзия осязания, специально производимая для создания тактильной близости, лежит в основе явления, которое профессор Ева Кософски Сэджвик называла структурой/текстурой, «представляющей едва воспринимаемое чувствами пограничное состояние между осязанием и видением»<sup>8</sup>. Подобно Сэджвик, которая обращает наше внимание на взаимопереплетение чувств, искусствовед Ина Блом, рассуждая о творчестве художника, основателя видеоарта Нам Джун Пайка, утверждает, что с помощью технологий был создан новый вид тактильности и чувствительности, реализуемый только через «осязательные и телепатические каналы»<sup>9</sup>. Я рассматриваю К-рор как один из мощных пере-

<sup>7</sup> Другой пример использования в К-рор мире «видеосъемки на уровне глаз» можно увидеть в музыкальном ролике «Hold My Hand» в исполнении певицы Ли Хай (<https://www.youtube.com/watch?v=cuUEnho33so>), вышедшем 8 марта 2016 года, где зрители входят в виртуальный мир, держа певицу за руки, глядя ей в глаза.

<sup>8</sup> Ева Кософски Сэджвик, «Чувство прикосновения» (Дарем, Северная Каролина: Издательство Университета Дьюка, 2003 год), 101 стр.

<sup>9</sup> Ина Блом, «Прикосновение сквозь время: Рауль Хаусман, Нам Джун Пайк и трансмиссионные технологии авангарда», *Leonardo* 34, № 3 (июнь 2001 года): 211 стр.



датчиков сложных сенсорных переплетений, производящих реальное подобие живого взаимодействия. К-рор позволяет добиться живого эффекта и производит впечатление синестетического действия через медиасредства<sup>10</sup>. Мы берем за основу это предположение и считаем, что К-рор – это мультимедийное шоу, объединяющее различные ощущения и чувства: способность видеть звук, слышать образ, ощущать чувства сквозь время и пространство – именно так функционирует мультимедийная среда<sup>11</sup>. Добиться такого сложного соединения удалось благодаря использованию мультимедийных технологий, которые создают ощущение сопричастности с одной стороны и ощущение чувства фрагментации и разобщенности – с другой.

Тотальное использование технологий в К-рор культуре соединяет похожие взаимосвязанные процессы – оцифрованные события приобретают ауру живых событий, в то время как живые шоу все чаще опираются на цифровые технологии и в конце концов презентуются в интернете в таком формате, что реальная близость и иллюзия близости становятся трудно различимыми. Но один важный фактор вызывает тревогу: с помощью технологий можно не только визуализировать, произвести и подделать чувство сопричастности – с их же помощью можно вообще это чувство убить. Делез характеризовал желание как «чисто виртуальное движение, чьей движущей силой является наличие цели – места, куда эта цель стремится»; так вот использование технологий в К-рор культуре и потреблении не всегда подчиняется инструментальному аспекту (использование в качестве орудия производства) и может стать самоцелью – ее окончательным намерением<sup>12</sup>.

Таким образом, опосредование живых представлений не только фантомный пережиток прошлого, но и катализатор для формирования впечатлений живого взаимодействия в режиме здесь и сейчас. Пример тактильной иллюзии во время живого концерта *EXO* показывает, как работает интерфейс, созданный двойными силами. Это явление Антонен Арто назвал «*виртуальностью возможного – всего того, что уже существует в материальном мире*»<sup>13</sup>. Мы живем в мире, в котором стерты границы между обществом и коммерцией, виртуальным и материальным, локальным и глобальным. В этой книге мы рассмотрим исторические, социальные и культурные причины, почему К-рор культуре удалось обеспечить возможность глобального соединения в погоне за сохранением «живого участия» как особого вида человеческого контакта в конкретной медиасреде<sup>14</sup>.

Я попытаюсь показать в этом процессе, как различные проявления «жизнеспособности», в том числе «живость» (liveliness), создают диапазон способов коммуникации и установки контактов между людьми как важного условия существования. Подобно бессознательному процессу дыхания, о котором мы редко задумываемся, но от которого постоянно зависим, ощу-

<sup>10</sup> Исследователь в медиаобласти Кей Дикинсон использует термин синестезия для определения «переноса сенсорных образов или признаков из одной модальности в другую». Кей Дикинсон, «Музыкальные видео и возможность синестезии», в *Medium Cool: Музыкальные видео от Soundies до сотовых телефонов*, ред. Роджер Биб и Джейсон Миддлтон (Дарем, Северная Каролина: Издательство университета Дьюка, 2007 год), 14 стр. Хотя она использует этот термин преимущественно в отношении музыкальных видео, в этой книге я буду применять его в отношении более широкого спектра медиаплатформ и жанров, воздействующих на различные чувства.

<sup>11</sup> Этномузыковед Майкл Фур отстаивает идею, что К-рор – это популярная форма культуры, а также феномен мультиязычности и перформативности. Глобализация и популярная музыка в Южной Корее: Выяснение, что такое К-рор (Лондон: Routledge, 2016 год), 13 стр.

<sup>12</sup> Славой Жижек, *Органы без тел* (Нью-Йорк: Routledge, 2004 год), 2 стр.

<sup>13</sup> Цитата Дэниела Сэка, *После жизни: возможности, потенциал и будущее перформанса* (Анн-Арбор: Издательство Мичиганского университета, 2015 год), 164 стр.

<sup>14</sup> Термин возможность соединения в этой книге будет использован в значении, предложенном ученой в области медиаисследований Жозе ван Диджик. В своем основополагающем труде «Культура возможности соединения: Критический взгляд на историю социальных медиа» (Оксфорд: Издательство Оксфордского университета, 2013 год) она обращает внимание на различные значения понятий соединенность и возможность соединения. Если 1-е применялось в отношении объединенной интернет-культуры до 2007 года, когда социальные сети должны были быть полностью корпоратизированы, то 2-е относится к гиперкоммерциализированной культуре интернета, который приобрел особую значимость в связи с акционированием YouTube, Facebook и других социальных сетей.

щение жизни возникает в процессе живого общения, когда ты реально убеждаешься, что еще жив. В этой книге я буду следовать предложению Дэниела Сэка выйти за пределы перестановки сопричастствующих на перформансе зрителей и исполнителей, которое является основополагающим аспектом в обычных обсуждениях концепции «живой»:

Как мог живой перформанс ворваться в новое тысячелетие в пространство, которое у нас принято считать «живым»? Кто и что может считаться живым, временно или постоянно? Нам потребуется более глубоко вникнуть в понимание определения «живой» и проанализировать его другие значения, чтобы акцентировать внимание на понятиях «живой» и «живущий»<sup>15</sup>.

На самом деле можно легко проследить связь между «живущим» (alive) и «живым»: в 1-м случае понятие «жить» предполагает способ и временные рамки существования (то есть процесс существования), а во 2-м подразумеваются эмоциональные проявления существования. Это объяснение больше затрагивает сходство на основании фундаментальных философских принципов бытия, нежели на основании лингвистических производных от корня. К-рор становится главным средством, позволяющим ответить на основной вопрос существования человека в эпоху цифровых технологий, когда продвижение технологий все больше превращается в самоцель – в конечную цель.

---

<sup>15</sup> Сэк, После жизни, 12 стр.

## Что такое К-рор?

Участники группы *EXO* напоминают скорее виртуальные, чем реальные образы, с широко распахнутыми глазами, как у анимационных героев. Крупная проекция на экране лиц исполнителей – и нас уже не ограничивают пределы видимости с помощью естественного зрения. Едва различимые фигурки на сцене трансформируются в материальные объекты обожания, увеличенные на экране. Но как только зрители начинают привыкать к проекции, цифровое величие исчезает и сменяется живым перформансом *EXO* – отлично поставленной хореографией с широкой амплитудой танцевальных движений. Хотя я все еще не могу разглядеть их лица, жизнерадостное воздействие их телодвижений пересекает обширную арену. В этой мультиэтнической толпе многие зрители не могут сдержать слез, почти все кричат, отзываясь на каждый жест айдолов, ощущая исполнителей на кинестетическом уровне. В конце концов, это – живое событие.

На сцене продолжается эффектная хореография. Я не могу перестать думать, что К-рор это жанр избытка<sup>16</sup>. Роскошные голоса певцов гармонируют с пением на заднем плане. Очаровательные молодые звезды соперничают красотой друг с другом. Овальные лица девушек и парней с конфетными губами и густыми ресницами сверкают под ярким светом рампы. Их безукоризненно подтянутые спортивные тела в роскошных костюмах, расшитых блестками и кистями, демонстрируют сложный рисунок танца под электризирующие вопли сольного вокалиста, гладко переходящие в нестандартный джем рэперов.

К-рор устрашает!.. Если бы я была артисткой в Корее, я бы нервничала. Популярность музыки развивается быстрыми темпами. Успех песни может ограничиваться неделей... Вы столько сил вкладываете в создание песни – а ей предстоит так быстро состариться. Корейцы заточены на появление новых песен каждую неделю, и в моем представлении это – самое трудное испытание. Постоянно выдавать популярные хиты, потому что вам в затылок дышат сотни конкурентов, а продолжительность жизни песни так коротка. Это довольно тяжело<sup>17</sup>.

Как вы видите, в этом интервью Эллен Ким – танцовщица и хореограф из Лос-Анджелеса, работавшая в индустрии К-рор, – сравнивает К-рор культуру со сверхбыстро работающей машиной, которая, подобно «Клинекс», производит одноразовые продукты – использовал и выкинул. Высококонкурентная К-рор среда не оставляет 2-го шанса. То, что на сцене кажется спонтанной импровизацией, на самом деле является результатом многолетней тяжелой работы и наработанных шаблонов.

Тот, кто хочет добиться успеха в К-рор, должен кардинально изменить свой образ жизни на заре совершеннолетия<sup>18</sup>. Новых кандидатов для музыкальных групп находят через агентство управления талантами, которое в корейском мире развлечений обычно выполняет функции тренингового центра по обучению К-рор, а временами еще и студии звукозаписи. Эти молодые люди добровольно отказываются от личной жизни и подчиняются правилам компании. Самые меньшие жертвы, на которые они готовы пойти, – это отказаться от сотовых телефонов. Они уходят из семей, чтобы жить со своими потенциальными товарищами по команде

---

<sup>16</sup> Марк Джеймс Рассел сделал подобное наблюдение относительно природы избыточности в К-рор эстетике: «Существует нечто, что делает К-рор особенным. Он похож на остальные музыкальные жанры, но звучит немного громче, у него более яркие образы, более роскошный стиль – это просто более». Марк Джеймс Рассел, «*К-рор, сейчас!* Корейская музыкальная революция» (Сингапур: Tuttle, 2014 год), 18 стр.

<sup>17</sup> Джозеф Л. Флэтгли, «*К-рор* приходит в Америку: Как музыкальная машина Южной Кореи завоевывает Мир», *Verge*, 18 октября 2012 года, <http://www.theverge.com/2012/10/18/3516562/k-pop-invades-america-south-korea-pop-music-factory>.

<sup>18</sup> Бывшая участница *Girls' Generation* Джессика начала обучаться в *SM Entertainment* в возрасте 10 лет. Ее история не является исключением из правил, это норма в мире К-рор.

в условиях тотального контроля менеджеров и преподавателей. Они охотно утрачивают личную свободу и целеустремленно занимаются вокалом и хореографией, учат иностранные языки и отрабатывают правила этикета, чтобы подготовиться к успешному дебюту. Они постоянно обучаются, пребывая в полной неизвестности, день за днем, ночь за ночью, обычно уделяя сну от 4 до 6 часов, иногда вообще отказываясь от него, и не теряют надежды, что упорная работа и самопожертвование позволят им превратиться из никому не известных учеников в мегазвезд<sup>19</sup>. Они готовятся штурмовать сцены на просторах всей Азии и завоевать сердца зрителей за пределами континента. Их песни можно услышать на городских площадях Парижа, Лондона, Буэнос-Айреса, Лимы, где их лояльные фанаты организовывали флешмобы, таким образом выражая властям просьбу разрешить их айдолам посетить их города с концертом<sup>20</sup>.

Также известно, что фанаты К-рор, особенно из Кореи, активно участвуют в создании и разрушении карьеры К-рор звезд. Исполнителей в этом жанре часто называют айдолами – подходящий термин, чтобы передать религиозный пыл, с которым фанаты преследуют своих тщательно охраняемых фаворитов. Поклонники поддерживают звезд через платное телефонное голосование, которое позволяет их кумирам успешно дебютировать и подниматься на верхнюю ступень музыкальных чартов<sup>21</sup>. Многие фанаты скупают альбомы звезд в больших количествах, чтобы увеличить объемы продаж и получить доступ к промоакциям, где запланированы выступления их айдолов. Некоторые становятся преданными *сасэн-фанатами* (*sasaeng*), которые вторгаются в жизнь звезд, чтобы привлечь к себе внимание. Другие нанимают такси, чтобы преследовать личные автомобили звезд. Встречаются даже такие фанаты, которые устанавливают скрытые камеры, чтобы наблюдать за частной жизнью айдолов в их резиденциях. Самые отчаянные, безбашенные поклонники не останавливаются перед тем, чтобы отправить отравленные напитки своим кумирам или любовные письма, написанные менструальной кровью, – с единственной целью выделиться так, чтобы их запомнили. Даже учитывая, что в западных СМИ существует тенденция романтизировать менее известные фанатские сообщества маргинальной музыкальной среды, К-рор фанаты, возможно, являются одними из самых инициативных поклонников на современном ландшафте поп-культуры.

В более широком смысле *K-pop* – это аббревиатура для корейской популярной музыки, которая включает все жанры поп-музыки, зародившейся в Южной Корее. Этот термин впервые прозвучал в 1995 году на гонконгском медиаканале *V* – он обозначал музыкальные клипы, которые они снимали. Очевидно, он был создан по аналогии с термином *J-pop*, широко применявшимся для обозначения японской поп-музыки, переживавшей тогда расцвет. Канал *V* использовал *K-pop* в отношении всех направлений корейской музыки, но не музыки айдолов, которая тогда только зарождалась. В начале 2000-х годов, получив широкое распространение,

<sup>19</sup> Нил Ханниган, «Интервью: Экс-стажер *SME* Нил Ханниган о прослушиваниях, контрактах и жизни стажера», интервью *Kpopalypse*, 12 июня 2015 год, <http://www.asianjunkie.com/2015/06/interview-ex-sme-trainee-neil-hannigan-on-auditions-contracts-and-trainee-life>. Программы *Who Is Next* (канал *Mnet*, 2013 год) и *Mix and Match* (канал *Mnet*, 2014 год): мужчины-стажеры, выступающие под лейблом *YG Entertainment*, – участники реалити-шоу на выживание, – рассказывали, что они могут вообще не ложиться спать всю ночь, тренируясь и готовясь к предстоящим конкурсам.

<sup>20</sup> Наряду с термином фанат в контексте перформинга в книге используются другие термины с аналогичным значением, которые по сути являются синонимами – аудитория и зритель, – но в эпоху цифрового капитализма к ним также могут относиться слова с тем же значением – пользователь сети и потребитель. В этой книге, по мнению автора, термин фанат наиболее соответствует сути понятия. Как замечает ученый в области медиаисследований Чхве Чон Пен (Choe Jeong-bong), термин «не отражает полностью всю степень значимости деятельности поклонников. Невозможно даже перечислить все функции, которые они выполняют, и описать ту роль, которую играют фанаты в деле развития культуры». Говоря о важности деятельности поклонников в современном мультимедийном мире, Чхве считает, что поклонники достойны носить звание культурные кураторы. Чхве Чон Пен, «Халлю (*hallyu*) против халлю-хва (*hallyu-hwa*): Культурное явление против организационной кампании», в *Hallyu 2.0: Корейская волна в эпоху социальных медиа*, под редакцией Ли Сонджун и Абе Норнес (Анн-Арбор: Издательство Мичиганского университета, 2015 год), 42 стр.

<sup>21</sup> С недавних пор в К-рор индустрии наблюдается взлет популярности реалити-шоу на выживание, таких как *Produce 101* на канале *Mnet* (2016–2017 годы), в которых зрители в результате голосования определяют, какие соперники будут в итоге дебютировать в качестве новой К-рор группы.

этот термин стал применяться для обозначения определенной части южнокорейской музыки. По словам критика поп-музыки Чхве Чи Сона, этот термин обозначает «музыку, над которой доминирует танцевальная музыка айдолов и которая стремится получить конкурентное преимущество на международном рынке. Поэтому инди-музыка, рок или любая другая музыка, не относящаяся к ведущей музыке айдолов, обычно не характеризуется как К-роп»<sup>22</sup>.

В то же время, с точки зрения этимологии, К-роп музыка имеет корейское происхождение, но она должна постоянно подтверждать самобытность на глобальном рынке. Этномузыковед Майкл Фур довольно точно заметил, что К-роп музыка появилась и существует «на стыке напряженных отношений между глобальным образом, который она изображает, и национальным самосознанием, которое находится в постоянном конфликте с глобальным»<sup>23</sup>. В этой книге мы используем термин К-роп в значении, предложенном Фуrom и Чхве, который обозначает способ мультимедийного перформанса айдолов, ставшего глобально популярным в конце тысячелетия и постоянно продвигающего бренд «Сделано в Корее».

Для того чтобы показать многозначность термина, я рассматриваю букву «К» в «К-роп музыке» как сокращение от нескольких слов, начинающихся с буквы «К» и коллективно формирующих общее понятие *K-pop*<sup>24</sup>: «Калейдоскопный-поп» – охватывает широкий спектр мультимедийных шоу, не только музыкальных; «Клавиатурный-поп» – клавишные инструменты и клавишный поп, поп-музыка, к которой слушатели могут получить доступ через компьютер (медиасредства), а не только во время живого концерта; «Клинекс-поп» – доступный для одноразового использования<sup>25</sup>. «Кетчуп-поп» – предварительно сделан и имеет предсказуемый вкус. «Корпоративный-поп» – отполированный до зеркального блеска коммерческий продукт, единственная цель которого – генерировать прибыль на глобальных рынках<sup>26</sup>. Ну и, конечно, «Корейский-поп» – как самый горячий экспортный товар, тесно – и зачастую сомнительно – связанный с национальной гордостью Южной Кореи<sup>27</sup>.

<sup>22</sup> Цитата Ан Ин Ен, «К-роп музыка, jindani piryoae» [К-роп-музыке нужна диагностика], *Hangyeore*, 866 стр., № 27 (июнь 2011 года), [http://h21.hani.co.kr/arti/culture/culture\\_general/29888.html](http://h21.hani.co.kr/arti/culture/culture_general/29888.html).

<sup>23</sup> Фур, Глобализация и популярная музыка, 59 стр.

<sup>24</sup> Фур ставит тот же вопрос («Что означает “К” в К-роп музыке?») и посвящает книгу обсуждению национальных, глобальных и корпоративных аспектов. См. Глобализация и популярная музыка, 6–11 стр. Я предпринимаю попытку расширить семантический ряд значения буквы «К» в определении «К-роп», а также делаю акцент на новизну и одноразовость («Клинекс-поп») и цифровую среду обитания («keyboard/keypad-pop»).

<sup>25</sup> Исследователь в области перформанса Шэннон Джексон предложила использовать термин *Клинекс* в отношении молодых граждан, которых она называет одноразовыми трудовыми ресурсами в неолиберальных экономических системах. См. «Клинекс-граждане – одноразовая рабочая сила», в *Перформанс, политика, активизм*, ред. Питер Ликэнфелс и Джон Рауз (Лондон: Palgrave Macmillan, 2013 год), 237–252 стр. Подробное описание одноразового характера рабочей силы в корейской поп-культуре, см. Кан Инкю (Gang In-kyu), «Политэкономия айдолов: неолиберальная реструктуризация Южной Кореи и ее влияние на рабочую силу в индустрии развлечений», в *К-роп: Международный подъем корейской музыкальной индустрии*, ред. Чхве Чон Пон и Роальд Мэлингей (Нью-Йорк: Routledge, 2015 год), 51–65 стр.

<sup>26</sup> Производители К-роп музыки во многом зависят от интенсивных капиталовложений и поэтому не могут сосредоточиться на одном внутреннем рынке; чтобы получать прибыль и далее развивать свои продукты, они должны агрессивно продвигаться на иностранные рынки. Как сказал в своем интервью Пак Чин Ен (Bak Jin-yeong), генеральный директор компании *JYP Entertainment*: «В Японии 100 миллионов потребителей, а в Корее – только 50 миллионов. Вот почему у компаний развлечений нет другого выбора, кроме как рассматривать продвижение на иностранные рынки, если они нацелены на рост». Пак Чин Ен, интервью взято Сон Сок Хи, *News Room, JTBC*, 5 мая 2015 года.

<sup>27</sup> Буква «К» в «К-роп музыке» указывает на различные направления, в которых можно использовать глобальную популярность корейской поп-музыки. Кстати, корейское правительство предъявляет права на К-роп, который оно рассматривает как неотъемлемую часть кампании по национальному брендингу (см. главы 1 и 5). Стараниями правительственных чиновников уже появились такие К-роп направления, как *К-дорама*, *К-туризм* и *К-образование*. Однако продуктивное использование «К» прекратилось начиная с осени 2016 года в связи с разразившимся политическим скандалом, приведшим к импичменту южнокорейского президента Пак Кын Хе (Bak Geun-hye), обвиненной в неправильном использовании правительственных фондов и давлении на конгломераты, когда бизнесы были вынуждены поддерживать компании *K-Sports Foundation* и *Blue K*, принадлежащие ее доверенному лицу Чхве Сун Силь. По мнению многих корейцев, вышеуказанные компании действовали как незаконные организации по отмыванию денег. Чхве Су Мун, «Munchebu saeopseo “К” myeongching ppaenda» [«К» исчезает из названий проектов, поддержанных Министерством культуры, спорта и туризма], *Daum*, 19 декабря 2016 года, <http://v.media.daum.net/v/20161219175924498>.

В этой книге мы будем уделять внимание расшифровке каждого значения. Мы последовательно рассмотрим «Калейдоскопный-поп» и «Клавиатурный-поп». «Калейдоскопный-поп» выводит нас на понятие мультимедиа, сформулированное здесь в 2-х направлениях: во-первых, это разнообразные виды перформанса – актерская игра, пение, танец и ток-шоу, призванные создавать сложные мультимедийные перформансы, а не просто музыкальный жанр<sup>28</sup>; во-вторых, это калейдоскопическое слияние различных медиаплатформ (ТВ, YouTube, живое шоу, виртуальная реальность), в результате чего рождается феномен К-рор трансмедиа. Термин «Клавиатурный-поп» подчеркивает преобладание цифровых медиа, но это также способ показать, что, несмотря на подавляющее цифровое производство и потребление музыки, К-рор все еще сохраняет приверженность живой музыке. Почему же делается акцент на исполнении живой музыки, если очевидно, что на мониторе компьютера вы гарантированно получите изображение лучшего качества? Чтобы дойти до сути вопроса, нужно для начала понять, что мы имеем в виду под «живым» и «жизнеспособностью». И какое все-таки они имеют отношение к определениям К-рор музыки, которые я кратко изложила в этой главе?

---

<sup>28</sup> Стивен Эпштейн и Джеймс Тернбулл отмечают: «Можно считать корейских исполнителей популярной музыки универсальными эстрадными артистами... поскольку с крахом рынка продаж музыкальных записей успех артиста начал зависеть не только от вокальных данных, но и от способностей к хореографии, физической привлекательности и кампании по продвижению артиста в живых перформансах, ТВ-программах, рекламных объявлениях и так далее». «*Girls' Generation?* Пол, расширение полномочий и К-рор», в *The Korean Cultural Reader*, ред. Ким Кен Хен [Gim Gyeong-hyeon] и Чхве Ен Мин [Choe Yeong-min] (Дарем, Северная Каролина: Издательство университета Дьюка, 2014 год), 317 стр.

## Почему понятие «живой» имеет важное значение для К-рор

«К-рор как жанр, конкретно предназначенный для цифровых медиа, оказывает прямое влияние на процесс подготовки К-рор айдолов», – делится откровениями Нил Ханниган, принимавший участие в международном прослушивании, организованном *SM Entertainment* в Нью-Йорке. Нил провел некоторое время в качестве стажера в *SM Entertainment* – крупнейшей К-рор компании развлечений.

Каждую неделю проводятся пробы, во время которых оценивается твое умение работать на камеру и выступать на сцене. 3 члена жюри, присутствующие при отборе, и остальные стажеры наблюдают за тем, как ты снимаешься на видео. Они оценивают тебя как зрители, в то время как тебя снимают многочисленные камеры под разным углом. Возникает полная иллюзия выступления на сцене. Если ты чувствуешь себя уверенно, значит ты готов к работе. Если ты испытываешь неуверенность, путаешься и ошибаешься перед другими стажерами, жюри и тренерами – значит, ты еще не готов выступать перед публикой<sup>29</sup>.

Подобными воспоминаниями делится другой бывший стажер крупной развлекательной компании К-рор – Эдвард Кан. Он вспоминает интенсивные занятия, когда опытные стажеры, уже готовые к выступлению на сцене, учились перед камерой эффективно управлять мимикой и менять выражение лица<sup>30</sup>. Можно привести примеры других ТВ-программ, которые фиксируют успехи стажеров *YG Entertainment* в области пения и танцев и снимают на камеру весь процесс их превращения в К-рор исполнителей – это реалити-шоу *Who Is Next* или шоу на выживание *Mix and Match*.

Как следует из откровений стажеров, запись их репетиций используется в практических целях для наблюдения, анализа и улучшения навыков выступления. То есть приоритет изначально отдается отработке навыка хорошо выглядеть на экране, а не во время живого исполнения на сцене. Вокальное обучение также настроено на выступление под музыку в записи, а не на живое исполнение. По словам Ханнигана, продюсеры *SM* «в основном учат вас, как петь для записи, потому что процесс пения для записи требует гораздо большего контроля»<sup>31</sup>.

Однако нацеленность К-рор на цифровой перформанс усложняется тем, что трудно определить границу между живой и неживой музыкой<sup>32</sup>. Пегги Фелан, самая знаменитая защитница пуристской онтологии живого перформанса, считает, что «перформанс нельзя сохранить, записать, зафиксировать документально или иным способом тиражировать и вводить в обращение воспроизведения представлений»<sup>33</sup>. Ее неприятие «записанного» и «задокументированного» в противовес живому перформансу в значительной степени отражает реакцию на цифровую культуру, которая все больше посягает на живое. Такого же мнения придерживается Дженнифер Паркер-Старбак, которая определяет «*живое*» как «физическое присутствие, способное сопротивляться натиску коммерческого капитализма»<sup>34</sup>.

---

<sup>29</sup> Ханниган, «Интервью».

<sup>30</sup> Эдвард Кан, интервью автора, 4 февраля 2016 года, Лос-Анджелес.

<sup>31</sup> Ханниган, «Интервью».

<sup>32</sup> Обсуждение терминов «живой» и «жизнеспособность» в этом разделе книги строится на постулатах теории Ким Сук Янг, «Жизнеспособность: воплощение идеологии и технологии в изменяющемся медиапространстве», в *Oxford Research Encyclopedia of Literature*, 29 марта 2017 года, Издательство Оксфордского университета, <http://literature.oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780190201098.001.0001/acrefore-9780190201098-e-76>.

<sup>33</sup> Пегги Фелан, Неотмеченное: политика перформанса (Лондон: Routledge, 1993 год), 146 стр.

<sup>34</sup> Дженнифер Паркер-Старбак, Театр киборга: материальные/технологические пересечения в мультимедийном перформансе, 2-я редакция (Нью-Йорк: Palgrave Macmillan, 2014 год), 9 стр.

Утверждению Фелан противостоит Филипп Ауслендер – исследователь в области перформанса, который не видит принципиальной разницы между живым и опосредованным. Он считает, что «отношения между живой и опосредованной формами и понятие “жизнеспособность” исторически обусловлены и не должны определяться незыблемыми различиями»<sup>35</sup>. Заявление Ауслендера о том, что «на уровне культуры живой опыт изменяется со временем в связи с технологическими переменами», было поддержано многими учеными, работающими в сфере теоретического и эмпирического изучения природы «живого»<sup>36</sup>. Например, Шэннон Джексон и Марианн Вимс подтвердили переменчивость явления, которое часто воспринимается как бинарная оппозиция: «Если мы вспомним историю применения технологий в развитии театра, мы поймем, что невозможно разделить живую чистоту театрального представления и опосредованную природу технологии. Они с самого начала мирно сосуществовали друг с другом»<sup>37</sup>. Например, Ник Коулдри, специалист по медиакommunikациям, ввел термин «групповая витальность», обозначающий коммуникацию в реальном времени между людьми, говорящими по мобильным телефонам на расстоянии друг от друга, доказывая, что определенные виды существования человека не могут обходиться без цифровых медиа<sup>38</sup>.

Производство К-роп представляет сложную взаимосвязь живого и цифрового, как отмечали вышеупомянутые ученые, поскольку требуются постоянные усилия, чтобы создать подобие живого выступления и таким образом доказать подлинность музыкального жанра. Заметная напряженность между живым и опосредованным перформансом появляется из-за неизбежно увеличивающегося использования портативных электронных гаджетов для прослушивания К-роп музыки. В наше время подавляющее большинство зрителей, присутствующих на захватывающем живом перформансе, как правило, не используют возможность просто наслаждаться просмотром. На любом живом концерте К-роп музыки большинство зрителей помещают телефонный экран или объектив фотокамеры перед глазами, постоянно щелкая затворами камер и кнопками видеозаписи. Таким образом они позволяют медиасредствам вторгаться в живое событие на сцене и затрудняют процесс разделения живого и опосредованного.

Если запись живого события в режиме реального времени является распространенной практикой на концертах К-роп музыки, то же самое можно сказать о ТВ-шоу. За последние несколько лет значительно увеличилось количество К-роп реалити-шоу, таких как *Boys24* или *Produce 101*. Формат этих программ представляет собой прослушивания для выявления подающих надежды кандидатов в айдолы и включает проведение живых концертов (фотография 2). В результате огромной популярности шоу *Produce 101* появились группы айдолов – *I.O.I* и *WANNA ONE*, – которые провели множество живых концертов после своего успешного дебюта. Группа *BOYS24* определила новую тенденцию в К-роп: ТВ-шоу (выходившие в эфир с 18 июня по 6 августа 2016 года) стали стартовой площадкой для живых концертов с более длительной продолжительностью (открытое мероприятие с 22 сентября 2016 года), а кампания по продвижению рекламировала исполнителей как «айдолы для живого перформанса» (*gong-*

<sup>35</sup> Филипп Ауслендер, *Жизнеспособность: перформанс в опосредованной культуре* (Лондон: Routledge, 2008 год).

<sup>36</sup> Филипп Ауслендер, «Жизнеспособность в цифровом исполнении: историко-философская перспектива», *PAJ: A Journal of Performance and Art* 34, № 3 (сентябрь 2012 года): 3 стр.

<sup>37</sup> Шэннон Джексон и Марианн Вимс, *Ассоциация строителей: перформанс и медиа в современном театре* (Кембридж, Массачусетс: Издательство Массачусетского технологического института (MIT), 2015 год), 6 стр.

<sup>38</sup> Если быть точной, Коулдри использует термин «“жизнеспособность”», когда говорит о группе друзей, находящихся в непрерывном контакте, когда они звонят и отправляют SMS по мобильным телефонам... [которые] позволяют людям и группам осуществлять постоянную связь друг с другом, даже когда они сами по себе передвигаются в пространстве...». Ник Коулдри, «Жизнеспособность, “реальность” и опосредованная среда от ТВ до мобильного телефона», *Communications Review* 7, № 4 (2004 год): 357 стр.



*yeon-hyeong idol*)<sup>39</sup>. Эти примеры доказывают, что опосредованный и живой К-рор перформанс все чаще используются одновременно, дополняют друг друга и даже зависят друг от друга.

Более того, недавний всплеск применения виртуальной реальности в К-рор перформансе делает бессмысленным дальнейшее бинарное противостояние и спор между «живым» и «неживым». Габриэлла Джианначи считает, что виртуальный театр «вышел за рамки живого перформанса, ...позволив зрителям присутствовать и в реальной, и в виртуальной среде»<sup>40</sup>. Хотя на позицию Джианначи можно сослаться при анализе голограммы во время К-рор исполнения, я все-таки считаю, что живой перформанс в К-рор индустрии возможен только в режиме реального времени, в отличие от предположения Джианначи. Скорее всего, реальные и виртуальные исполнители могут вызывать в воображении впечатления живости, соприсутствия, сопричастности и непосредственного участия. В этом отношении К-рор перформанс близок к понятию «перформанс смешанной действительности» или «смещению реального с виртуальным, а также комбинации живого и интерактивного» – понятие, которое расширяет содержание споров о «живом» в цифровой век<sup>41</sup>.

В конечном счете *живой К-рор* помогает понять, как понятие «живое» обретает силу через использование различных медиаплатформ, чтобы создать, обмануть или разрушить сообщество, сформировавшееся вокруг К-рор. На протяжении книги мы будем рассматривать примеры, когда в погоне за «живым» проявляются 2 парадоксальных силы: стремление ощутить сопричастность во фрагментированном, расколоте мире и подчинение правилам неолиберального рынка, превращающим «живое» в товар. На примере кейсов, представленных в этой книге, мы будем исследовать различные виды и степени жизнеспособности, поскольку они создают спектр, заверченный с обеих сторон этими силами: воплощенное желание сосуществовать, подверженное коммерческому воспроизводству и производству.

С точки зрения истории граница между живым и опосредованным перформансом рушится, потому что музыкальный и театральный перформанс имеют разные родословные. До изобретения граммофона – устройства звукозаписи – музыка приравнивалась к музыкальному перформансу, исполнители играли на глазах у зрителей. Но с приходом эпохи технологии звукозаписи музыку уменьшили до сферы звучания, что позволило воспроизводить звуки бесконечно без продолжительной занятости живых исполнителей. Приливная волна вернулась с появлением мультимедийных технологий, позволивших добиться полной координации аудиовизуальных эффектов. Музыка снова начала выражаться в визуальном измерении с большим акцентом на музыкальные видеоклипы и перформанс на сцене. Из всех жанров поп-музыка в особенности стала синестетической сферой, воздействующей на несколько чувств, где аудио- и визуальный ряд навсегда связаны между собой, как муж и жена семейными узами. По моему мнению, живое и опосредованное так же переплетаются друг с другом.

Ключевым понятием, которое здесь необходимо прояснить, является определение «живой» и его производное «жизнеспособность». Это всеобъемлющие термины, которые могут использоваться в отношении разных видов перформанса, медиаплатформ, процессов производства и потребления поп-музыки, мимолетности нашего существования и даже систем оценочного суждения. Их семантический диапазон настолько универсален и мобилен, что, вероятно, будет целесообразнее рассмотреть понятие «живой», исследуя то, чему противостоит это понятие: «цифровой», «опосредованный», «записанный», «бывший в употребле-

<sup>39</sup> Хотя «айдолы в живом перформансе» – новая тенденция, введенная на К-рор сцене в 2016 году, это очень напоминает перформанс J-рор айдов, как в случае с группой *AKB48*, которая организовывала живые выступления в собственном театре с 2005 года.

<sup>40</sup> Габриэлла Джианначи, «Виртуальные театры: введение» (Лондон: Routledge, 2004 год), 123 стр.

<sup>41</sup> Стив Бенфорд и Габриэлла Джианначи, «Перформанс смешанной действительности» (Кембридж, Массачусетс: Издательство Массачусетского технологического института (MIT), 2011 год), 1 стр.

нии», «отрепетированный» и «неаутентичный» – значения этих слов противоположны понятию «живой». Эти противоположности имеют ценность в случае, когда их можно использовать как отправную точку для начала концептуального обсуждения, но они не выдерживают критики на практике в реальной жизни, поскольку противоположные полюса имеют тенденцию притягиваться.

1-е противоположное понятие – «цифровой» – относится к формату аудиовизуального перформанса, если мы сравниваем цифровое и живое выступление; в данном случае важен вопрос – присутствуют ли исполнители и зрители вместе в одном и том же пространстве и в том же самом времени? Часто термин «цифровой» можно заменить на «опосредованный», так как они имеют отношение к медиаплатформе, используемой для аудиовизуальной презентации. В основе лежит утверждение: то, что мы видим на сцене – живое событие, а то, что мы видим на экране – медиаобъекты. 3-й противоположный по значению термин – «записанный» – касается вопроса производства; для того, чтобы получить запись музыки или музыкального видео, должно быть живое выступление, которое проходило в студии или на сцене в прошлом. Эта бинарность часто связана с потоком времени – возникает парадоксальная ситуация: живая музыка и танец могут существовать только в настоящем времени, тогда как записанная музыка или музыкальное видео возрождают живую музыку из прошлого.

С понятием «записанный» связано понятие «бывший в употреблении», которое часто соотносят с процессом потребления. Мы исходим из предположения, что бесконечно воспроизводимые в записи музыкальные номера или видео не являются оригинальными в том смысле, что живые артисты не исполняют их в студии или на сцене. Следовательно, слушатели и зрители получают то, что уже было в употреблении. К тому же просматривается взаимосвязь с понятием «отрепетированный» – свежесть импровизации составляет важную часть живого перформанса – и с понятием «неаутентичный», которое соответствует представлению, рассматривает исполнение живой музыки как что-то более ценное и подлинное, чем его дубликат/копия. К живым выступлениям относятся как к более подлинным и аутентичным, потому что их невозможно переделать или отредактировать, и, следовательно, артисты больше рискуют во время живого перформанса.

Уравнять «живое» и подлинное в К-роп уже было предложено Джоном Лаем, который считает, что К-роп музыка испытывает недостаток в аутентичности в контексте евроцентрических идеалов романтического артиста:

Современная аутентичность, связанная с понятием искренности, правдивости по отношению к себе, понимается как внешнее выражение внутреннего соответствия между тем, какой ты есть на самом деле, и тем, каким ты предстаешь миру, – соединение 2-х твоих сущностей, бескомпромиссное относительно движения времени и внешних непредвиденных обстоятельств. Другими словами, К-роп преследует корыстную цель, не оставаясь верным своему искусству (какими бы ни были формы искусства). В этом смысле К-роп категорически противоречит европейскому романтическому идеалу артиста – искателя красоты и правды. Почти каждый аспект К-роп функционален и предназначен удовлетворять потребности рынка, а не выполнить некие глубокие артистические или политические устремления<sup>42</sup>.

Лай проводит параллель между сопротивлением К-роп артистов петь под фонограмму и желанием пианиста на концерте удовлетворить желание зрителей видеть игру на фортепиано по памяти и считает это способом доказать музыкальную подлинность. Он приходит к выводу, что «единственная причина, почему К-роп исполнитель сопротивляется исполнению

<sup>42</sup> Джон Лай, *К-роп: популярная музыка, культурная амнезия и экономические инновации в Южной Корее* (Беркли: Издательство Калифорнийского университета, 2015 год), 141 стр.

под фонограмму, в том, чтобы удовлетворить желание зрителей услышать живого артиста и таким образом выполнить коммерческое требование рынка – угодить зрителям»<sup>43</sup>.

Трудно оспорить факт, что К-рор – гиперкоммерциализированное предприятие, которое подчиняется логике рынка, и поэтому не стоит ожидать от него правдоискательства. В выводах Лая о том, что живой перформанс на сцене подтверждает подлинность, отсутствует понятие, что К-рор не просто музыка, а полноценный перформанс (фотография 3). К-рор (в значении «Калейдоскопический-поп») является мультимедийным перформансом, в котором хорошо поставленный танец играет такую же важную роль – если не больше, – как и вокальное исполнение. Иными словами, утверждение Лая можно было бы принять за истину, если бы мы рассматривали К-рор в узком смысле – только в качестве музыкального жанра. Зрителям нравится наблюдать за движениями на сцене живых К-рор звезд, видеть их лица, макияж, костюмы – это реально сделать только на живых концертах. Любой артист может исполнить песню под фонограмму, но не каждый сможет профессионально станцевать под песню. Мы еще не достигли технического уровня, когда голографические изображения человеческих тел смогут так же красиво двигаться, как их биологические оригиналы.

Следовательно, фанатов привлекают живые концерты. Они хотят видеть, как К-рор айдолы «поют вживую», как они «танцуют вживую», они хотят услышать «живую речь» и таким образом удостовериться, что красота айдолов на экране соответствует их сценической красоте в реальности, когда они смотрят на них вживую (речь не о той «красоте», которую имел в виду Джон Лай, а о ярко выраженной физической красоте айдолов). Эффектная визуальность, которая включает симпатичную внешность, уникальное следование моде и умение красиво танцевать главным образом объясняют безумие вокруг К-рор. Зрители посещают живые концерты, чтобы удостовериться, что визуальное удовольствие, которое они получают при виде айдолов на 2-мерных пиксельных экранах, сохранится, когда они увидят их на сцене из плоти и крови.

Если вернуться к основной предпосылке этой книги, рассматривающей К-рор как мультимедийный перформанс, исполнение под фонограмму, несмотря на замену живого на записанный голос в цифровом формате, не передает понятие живого перформанса и считает его подлинным в том случае, когда айдолы профессионально исполняют танец на сцене перед живой аудиторией. Изящная хореография участников *EXO* подтверждает это утверждение. Их отлично записанные вокальные номера время от времени сопровождалось причудливыми импровизациями танцевальных движений – удовольствие от этого зрелища можно получить только во время волшебных мгновений живого перформанса.

Итак, событие может считаться живым, если оно происходит в режиме реального времени или связано с ощущением непосредственности и подлинности в восприятии участников, которые собираются вместе онлайн или офлайн. Понятие «жизнеспособность» определяется в большей степени не онтологией, а восприятием, не просто выбором медиаплатформы или смешиванием исполнителей и зрителей. Стив Диксон, ученый в области медиа и искусства, уточняет, что «жизнеспособность» для зрителя означает не только физическое присутствие в момент времени, когда событие происходит, – это также феноменологический опыт, имеющий тенденцию отличаться в зависимости от степени внимания, обращенного на событие, в большей степени, чем присутствию живых физических тел по сути:

Под присутствием мы понимаем интерес и владение вниманием, а не пространство или жизнеспособность. Для того чтобы рассмотреть присутствие живых тел в сравнении с медиаобразами, можно использовать пример, когда повсеместно в барах и других общественных местах устанавливаются телевизоры. Если компания посетителей в баре ведет интересный разговор, присутствие ТВ кажется отдаленным или не замечается. Когда это не так, ТВ может привлечь

<sup>43</sup> Там же, 141 стр.

внимание и начать доминировать в пространстве над присутствующими живыми людьми... В этом смысле присутствие в отношении вовлечения зрителей и привлечения внимания зависит от принуждения к аудиовизуальной деятельности, а не от живого взаимодействия или физической 3-мерности в пространстве<sup>44</sup>.

Данный пример Диксона с телевизором в баре главным образом касается присутствия внимания зрителей к событию, передаваемому по телевизору. А что же можно сказать о так называемом восприятии исполнителей? Другими словами, чьи глаза видят перформанс как живой и чьи уши не слышат музыку как живую? Что можно сказать об интенсивном раппорте между исполнителем и зрителем как о факторе, определяющем признаки живого, сосуществуют ли они физически в одном времени и пространстве? И, что более важно, может ли это считаться уникальным корейским вариантом понятия «живой», основанным на взаимозаменяемости между исполнителем и зрителем?

---

<sup>44</sup> Стив Диксон, Цифровой перформанс: история новых медиа в театре, танце, исполнительском искусстве и инсталляциях (Кембридж, Массачусетс: Издательство MIT, 2007 год), 132 стр.

## Понятие «жизнеспособность» – корейская версия?

Одна из причин постоянной трансформации К-рор объясняется постоянным изменением позициональности сторон, участвующих в процессе формирования мира К-рор. Фанаты часто выступают в роли потребителей, но они не всегда приравниваются к потребителям или к случайным зрителям. Поскольку звездами в К-рор индустрии не рождаются, а становятся только в результате упорного труда, айдолы начинают путь к звездной карьере с позиций поклонников-любителей, как в случае с IU (Aiyu) и Ailee (Eilli), которые дебютировали как любители и продвигали свои видеоклипы с кавер-версиями песен К-рор. Кроме того, звезды постоянно обязаны демонстрировать привязанность к своим фанатам, то есть стать фанатами своих фанатов, так как их карьера зависит от степени эмоциональной связи с поклонниками, особенно в Южной Корее<sup>45</sup>. В этом отношении «параобщительность», которая традиционно определяет односторонние отношения между поклонниками и звездами, когда поклонники выражают одностороннюю любовь к звездам, в то время как звезды не проявляют интереса к своим фанатам, не очень применима к миру К-рор. Звезды, по крайней мере, прилагают все усилия, чтобы произвести впечатление на поклонников, выражая привязанность к фанатам на различных медиаплатформах. Мы будем далее касаться этого вопроса, потому что я глубоко верю, что гибкая взаимозаменяемость позиций между различными К-рор посредниками и чувственным восприятием сообщества, возникающего в процессе взаимодействия (в следующей главе мы уделим этому вопросу больше внимания), как раз и объясняет, что дает неподражаемую окраску К-рор как культурному явлению и характеризует корейскую версию понятия «живой».

Когда я занималась исследованием понятия «живой» в мультимедийном пространстве в качестве ученого, мне неоднократно задавали вопрос, почему обсуждение понятия «живой» главным образом инициировалось западными учеными, имевшими представление только о формах западного перформанса. Я рискую получить обвинение в излишнем культурном эссенциализме, предполагающем поиск самого лучшего ответа из существующих вариантов. Вот вариант ответа, который я предлагаю на этот вопрос: К-рор – это не только корейское явление, но если мы предположим на мгновение, что К-рор – исключительно «корейская» поп-музыка, то выделим в основе понятия «живой» – дух, который корейцы называют *хын* (*heung*). Именно этот «живой» объединяет в динамическом танце исполнителя и зрителя, производителя и потребителя музыки. Этот исключительно корейский термин четко вписывается в обсуждение понятия *живой*, но у него отсутствует точный английский синоним, его можно перевести толкованием как «спонтанная энергия, возникающая вследствие возбуждения, вдохновения, игры и дурачества». Хотя отсутствует единое понимание и однозначный перевод, имеется общее понимание среди носителей корейского языка, что *хын* (*heung*) относится к природной энергии, присущей человеку, спонтанной радости, возникающей в процессе игры, которая проявляется, несмотря на силы противодействия. Если углубиться в детали, *хын* выстреливает, как распрямившаяся пружина, не просто в процессе развлечения, а только в процессе совместного взаимопонимания и действия, несмотря на трудности и проблемы.

В самом непосредственном значении *хын* (*heung*) – это понятие, которое часто употребляют в случае необычайно эмоционального всплеска, возникающего во время развлечений и сильного возбуждения. Он проявляется в форме энергичных физических движений, когда музыкальное исполнение звучит по нарастающей и заставляет даже пассивных зрителей вскакивать с мест и присоединяться к действию, когда зрители начинают ритмично пожимать пле-

<sup>45</sup> В целом существует значительная разница между южнокорейскими и зарубежными К-рор фанатами. В то время как зарубежные поклонники, с которыми я сталкивалась на KCON, склонны одновременно поддерживать многие К-рор группы, южнокорейские фанаты проявляют лояльность только по отношению к одной определенной группе.

чами (корейцы называют это *eo-kkae-chum* – в буквальном переводе «танец плеча»). Кроме того, *хын* (*heung*) часто физически проявляется в форме восторженной словесной реакции зрителей на рассказ исполнителей (это часто называют как *chuimsae* в жанре *pansori*)<sup>46</sup>. *Хын* (*heung*) часто связывают с выражением ритма в традиционной корейской музыке (*gugak*)<sup>47</sup>. Приводится пример из статьи в корейской газете, когда 3-е иностранцев испытали корейский *хын* (*heung*), научившись играть традиционную корейскую музыку на ударных инструментах<sup>48</sup>. Всемирно известный корейский режиссер Им Квон Тхэк также связывал традиционную музыку с *хын* (*heung*), рассказывая о своем фильме *Seopyeonje* (1993 год), с попыткой передать «*mat* (вкус), *meot* (стиль) и *хын*», характерные для *pansori-перформанс*<sup>49</sup>. В своих фильмах – *Seopyeonje* и *Chunhyang* (2000 год) – Им показывает, как искусное пение в *pansori-перформансе* – навык, полученный в результате чрезвычайно тяжелого обучения, – может пробудить *хын* (*heung-eul dot-u-da*) в зрителях и заставить их в едином порыве включиться в перформанс.

В дополнение к *пансори* (*pansori*) *хын* (*heung*) часто присутствует при обсуждении *пхунмуля* (*pungmul*) (корейской народной музыкальной традиции, которая включает игру на барабанах, танцы и пение и которая «своими корнями уходит в *dure* (коллективный труд в сельской культуре)») <sup>50</sup>. Идея сотрудничества и совместного труда, часто в сложных условиях, важна, чтобы понять, как возникает взаимопонимание и взаимозаменяемость между исполнителями и зрителями. Я считаю это состояние идеологическим и эмоциональным определением «живого» в этой книге. В продолжение этого тезиса я хочу сослаться на этномузыковеда Натана Хесселинка, который связывал понятие *хын* (*heung*) с понятием «живость и радость» и считал «дух соседства» и «чувство коллективной ответственности» мостиком, соединяющим оба понятия<sup>51</sup>. Многие современные деятели культуры, как и многие критики, сходятся во мнении, что успех корейской поп-культуры широко распространился благодаря способности Кореи свободно выражать свой *хын* (*heung*). Примечательно, что сами К-роп артисты рассматривают *хын* (*heung*) в качестве эмоционального посредника между человеком и окружающими людьми, между местными жителями и населением планеты, между прошлым и настоящим в качестве подпитки «живого» в К-роп культуре. Например, певица IU утверждает: «Когда я думаю о *самульнори* (*samulnori*) или *мадангнори* (*madangnori*), мне сразу приходит на ум – танец плеч<sup>52</sup>. Пожилые люди собирались вместе и ритмично двигали плечами вверх и вниз (под традиционную корейскую музыку). Возможно, популярность К-роп объясняется тем всеобщим возбуж-

<sup>46</sup> Согласно мнению Пак И Чан, значение *pan* в понятии *pansori* «предполагает ментальное и физическое пространство для всецелого участия», тогда как *sori* – это не «просто пение, а передача выразительного рассказа посредством музыкального метаязыка, или “звукового языка”, которым можно овладеть через метод и практику». Голоса от соломенной цинковки: к этнографии корейского рассказа посредством пения (Гонолулу: Издательство Гавайского университета, 2003 год), 1 стр.

<sup>47</sup> Майкл Фур определяет термин как «традиционная музыка, которая включает различные фольклорные жанры (*minsok*), двор/ритуал (*aak*) и аристократическую музыку (*jeongak*)». Фур, Глобализация и популярная музыка, 244 стр.

<sup>48</sup> Юн Ен Чхоль, «Hangugui heung baeunda! Noju gugak saminbang» [Трио из Австралии изучает корейский *хын* (*heung*) через традиционную музыку], 22 июня 2014 года, [http://www.yn.co.kr/\\_ln/0104\\_201406220007351069](http://www.yn.co.kr/_ln/0104_201406220007351069).

<sup>49</sup> Ха Ён Сон, «Hangugui heungi munhwabajeonui hwallyeokso» [Корейский *хын* (*heung*) оживляет культурное процветание], 17 ноября 2011 года, <http://www.koreatimes.com/article/696517>.

<sup>50</sup> Юн Чон Кан [Yun Jeong-gang], *Gugak: традиционная корейская музыка сегодня* (Элизабет, Нью-Джерси: Издательство Hollym, 2014 год), 168 стр.

<sup>51</sup> Хесселинк далее подчеркивает важность коллективного духа в понимании *пхунмуля* (*pungmul*): «Хотя в эту игру можно играть самостоятельно, настоящее наслаждение и радостное удовлетворение получаешь, когда играешь в компании многих участников. Групповой характер игры особенно придает ей живой и жизнерадостный характер (*hungyoim*)». Натан Хесселинк, *Pungmul: южнокорейская игра на барабанах и танец* (Чикаго: Издательство Чикагского университета, 2006 год), 99 стр.

<sup>52</sup> Буквально *самульнори* (*samulnori*) переводится как «игра на 4-х инструментах» и служит для обозначения популярной формы урбанизированного *пхунмуля* (*pungmul*). См. Хесселинк, *Pungmul*, 267 стр. *Мадангнори* буквально переводится как «игра на маданге». *Маданг* здесь прежде всего употребляется в значении «внутренний двор», но в переносном значении это также «место встречи» и «движение». Хесселинк, *Pungmul*, 261 стр. В отличие от *pansori*, которое предполагает рассказ и пение одним исполнителем, для исполнения *madangnori* требуется несколько актеров, которые участвуют в драматическом действии, часто поют, аккомпанируя на барабанах.

дением, которое возникает и передается каждому»<sup>53</sup>. Певица IU считает, что *хын* (*heung*) связан не только с музыкой и танцами, но глубоко пустил корни в общественную жизнь людей, а это уже социальный аспект «живого». В карьере других знаменитых К-рор исполнителей также прослеживается устойчивое отношение между К-рор и живым духом *хын* (*heung*), которого они достигают через обучение и работу. Химчан (участник бой-бэнда *B.A.P*) и *G-Dragon* (участник бой-бэнда *BIGBANG*) обучались в традиционных корейских музыкальных школах, прежде чем стать К-рор звездами. Неудивительно, что *G-Dragon* назвал свою сольную песню «*Niliria*» по мотивам известной народной песни из провинции Кенги в Южной Корее, а его товарищ по группе – Тхэян – использует *самульнори* (*samulnori*) как лейтмотив в своем музыкальном клипе «*Ringa Linga*», в котором многочисленная танцевальная группа исполняет жизнерадостный танец под традиционную корейскую ритмичную музыку с элементами корейского танца. Последний пример в особенности доказывает, что *хын* (*heung*) сегодня воспринимается мировой аудиторией как уникальное, исключительно корейское явление.

Корейское правительство всячески поощряет эту тенденцию, культивируя имидж страны и продвигая нацию через эмоциональное выражение *хын* (*heung*). Например, сайт Комитета Зимних Олимпийских игр в Пхенчхане 2018 года приводит свою версию значения *хын* (*heung*) и так характеризует национальную душу корейцев в разделе, названном «Дружелюбные корейцы»:

Уникальная культура Кореи еще не получила широкой известности за границей.

Корейская культура отмечена не только динамикой и усердием, что можно часто наблюдать в различных деловых и промышленных секторах, но также дружелюбием и страстью, которые рождают стремление корейцев к разнообразию. Корейская душа переполнена «*heung*», который ценит дружбу и страсть к жизни<sup>54</sup>.

Дружба и страсть в этом случае являются частью коллективного опыта, составляющего ядро *хын* (*heung*): это торжество открытости сообщества, оптимизм, вовлеченность и живая импровизация.

Какой бы надуманной ни казалась связь между народной музыкой досовременной Кореи и К-рор культурой глобализированного XXI века, чувство общности и сопричастности, появляющееся из коллективного усилия согласованного труда, как раз является той силой, которая связывает разрозненные корейские музыкальные направления прошлого с настоящим. Другими словами, маленькая сельскохозяйственная деревня производит *пхунмоль* (*pingmul*), а глобальный мир потребляет К-рор и делает его сегодня одним из самых живых культурных явлений. *Хын* (*heung*) – понятие, которое существовало задолго до появления медиа, из него выросла К-рор культура, но озорной дух сообщества сохранился, и мы продолжаем его ощущать – через пиксельные экраны или во время непосредственного контакта на живом концерте, – он помогает нам воспринимать живой К-рор. Я полностью разделяю утверждение Сон Чи Э, бывшего генерального директора национального корейского телеканала *Arirang TV*, которая поставила многочисленные К-рор программы и которая считала *хын* (*heung*) ключевой характеристикой К-рор наряду с другими важными особенностями корейского характера, такими как *kki* (талант к организации зрелищного, развлекательного представления) и *kkang* (стойкость, выносливость и храбрость в преодолении трудностей)<sup>55</sup>. *Хын* (*heung*), возможно,

<sup>53</sup> Хо Юн Хой, «Hanguginui munhwa DNA 3: heung. Pansori myeongchang An Suk-seon, aidol gasu IU» [ДНК культуры Кореи (часть 3): Хын (*Heung*). Певец *pansori* Ан Сок Сон и певица-айдол IU], *Joseon Ilbo*, 20 сентября 2012 года.

<sup>54</sup> Сайт Комитета зимних Олимпийских игр в Пхенчхане 2018 года, [http://www.pyeongchang2018.org/language/kor/sub01/sub01\\_01\\_02.asp](http://www.pyeongchang2018.org/language/kor/sub01/sub01_01_02.asp), 22 сентября 2014 года.

<sup>55</sup> Сон Чи Э [Son Ji-ae], «К-рор мания: место Южной Кореи под солнцем», публичная лекция, Школа Анненберг по коммуникациям и журналистике, Университет Южной Калифорнии, 12 ноября 2014 года.

родился в досовременную эпоху из живого взаимодействия между членами сообщества, но начал преобладать именно в цифровой век за счет совместного потребления информации в режиме реального времени, создающего близость пользователей, участвующих в потреблении К-роп культуры. Осмелюсь предположить, что врожденная любовь корейцев к пению и совместным тусовкам являются проявлением *хын* (*heung*) и характеризуют *пхунмоль* (*pingmul*) и К-роп. При этом я не пытаюсь защитить культурный эссенциализм, а хочу понять исторические и географические аспекты понятия «живой» в К-роп культуре.



## Примечания по этнографии

Дух спонтанности, входящий в понятие *хын* (*heung*), сопровождал меня в процессе работы над этой книгой. Много времени я провела в качестве исследователя, неподвижно сидя за столом, смотрела и слушала К-рор музыку, делая записи, которые легли в основу этой книги. Столько же времени я провела в качестве участвующего наблюдателя, посещая живые концерты, К-рор мероприятия и выставки. Я организовывала интервью с различными К-рор исполнителями; я подслушивала случайные разговоры фанатов офлайн, просматривала отзывы фанатов онлайн. Я уделила много внимания изучению печатных материалов в книгах, журналах и газетных статьях, работе над изучением материалов, услышанных лично, собранных в процессе глубинных интервью, проведенных лично мною, вникала в интервью, проведенные другими журналистами. Я не просто пыталась расшифровать устные стенограммы, менее популярные у исследователей по сравнению с обычными письменными текстами<sup>56</sup>. Я использовала любую возможность прикоснуться к сфере, которую изучала. Я с головой погрузилась в процесс исследования, примеряя роли участника и наблюдателя, производителя и потребителя, в соответствии с «врожденной переменчивостью» К-рор музыки<sup>57</sup>.

Переменчивость означает склонность к постоянным изменениям, а изменение во многих научных документах трактуется как процесс проживания. В соответствии с утверждением Тома Боеллстроффа и др. идеальное этнографическое исследование должно гибко адаптироваться к постоянно меняющейся окружающей среде исследования<sup>58</sup> независимо от того, происходит оно онлайн или офлайн. Так как К-рор музыка господствует в виртуальном мире, онлайн этнография становится все более важной методологией. В этой книге я использую информацию, полученную через визуальный и аудиальный каналы, а также данные, полученные в повествовательных описаниях. Это могут быть интервью, проведенные с помощью электронной почты или через посты в социальных сетях, которые размещают развлекательные компании, фанаты или сами айдолы. При этом я отдавала себе отчет, что социальные сети могут давать «искаженное представление о событиях»<sup>59</sup>. Я старалась не попасть в сети «положительной наивности». Этот термин использовала Д. Сойни Мэдисон, ученая в области изучения перформанса, когда утверждала, что «ты не должен смиренно полагаться на других, доверять и принимать на веру знания тех, кто утверждает, что знает». Мэдисон считает, что «знание знающего человека провокативно по своим последствиям для того, кто знает и кто стремится узнать. С позиций этнографов наше знание уравнивается незнанием, которое мы изо всех сил пытаемся заполнить, спрашивая информацию у знающего»<sup>60</sup>. В стремительно развивающемся мире К-рор музыки, где новое знание создается каждую секунду за счет такого количества сдвигов и перемен, верно предположение, что нужно держать в поле зрения «позитивную наивность» и не попадать под ее действие.

Именно в этом контексте я сознательно примеряю широкий спектр ролей, являясь одновременно и производителем, и потребителем контента, относящегося к К-рор в реальном и

---

<sup>56</sup> См. Дуайт Конкергуд, «Исследования перформанса: вмешательства и радикальные исследования», *Drama Review* 46, № 2 (лето 2002 года): 145–156 стр.

<sup>57</sup> Рэндалл Пакер и Кен Джордан, «Введение в мультимедиа: от Вагнера до виртуальной реальности», ред. Рэндалл Пакер и Кен Джордан (Нью-Йорк: Нортон, 2001 год), XXXVIII.

<sup>58</sup> Том Боеллстрофф, Бонни Нарди, Селия Пирс и Т. Л. Тейлор, «Этнография и виртуальные миры: сборник методов» (Принстон, Нью-Джерси: Издательство Принстонского университета, 2012 год), 6 стр.

<sup>59</sup> Яримар Бонилья и Джонатан Роза, «#Фергюсон: цифровой протест, хештег этнография и радикальная политика социальных медиа в Соединенных Штатах», *American Ethnologist* 42, № 1 (2015 год): 6 стр.

<sup>60</sup> Д. Сойни Мэдисон, *Критическая этнография: метод, этика и перформанс* (Таузенд-Окс, Калифорния: Издательство Sage Publications, 2005 год), 32 стр.

виртуальном мире. Более того, в роли производителя я принимаю активное участие в создании видеосериала о К-рор музыке, состоящего из 5 частей, на *BuzzFeed* в качестве интервьюируемого эксперта. Я организовывала работу дискуссионных групп на ежегодных музыкальных фестивалях *KCON 2015* и *KCON 2017*, проходивших в Лос-Анджелесе, работала журналистом, освещая события на фестивале *KCON Paris 2016* и *KCON LA 2017*, участвовала в качестве почетного гостя в программе *Radiolab* на радио *NPR* в передаче, посвященной обсуждению мира К-рор айдолов корейскими папарацци. Хотя эта деятельность, по сути, напрямую не связана с производством К-рор музыки, она оказывает влияние на общий ажиотаж вокруг К-рор. В качестве наблюдателя я играла роли: медиа-аналитика – когда анализировала музыкальные видеоролики; историка – когда читала лекции по эволюции К-рор музыки в учебных аудиториях; фаната – когда посещала живые концерты моих любимых К-рор исполнителей; антрополога туризма – когда посещала святыни К-рор; и просто зрителя – когда старалась в обязательном порядке посмотреть ТВ-шоу, имеющие отношение к К-рор, с целью исследования.

Когда я брала интервью, я пыталась воспринимать интервьюируемых как сложную, многогранную личность, вместо того чтобы лепить из них уникальных профессионалов, имеющих опыт в каком-то одном направлении, – был ли это стажер, продюсер, автор песен или журналист. Я отстаиваю свое определение К-рор музыки как мультимедийного перформанса. Многообразие, заключенное в этом понятии, пронизывает все аспекты встреч, которые произошли во время исследований, сделанных для этой книги.

## Главы

Все главы этой книги посвящены практическим исследованиям конкретных ситуаций, которые доказывают, насколько важно применять понятие «живой» к высокоопосредованной форме К-рор. Главы изложены как последовательное руководство, которое демонстрирует, как можно с помощью К-рор разносторонне развивать медиаплатформы, чтобы получить доступ к более широкой глобальной сети потребителей музыки, в то же время придерживаясь идеи живой музыки. 2 предпосылки заложены в основу построения глав. Во-первых, понятие «живой» будет определяться исходя из специфики медиасреды; каждая глава будет освещать различные медиаплатформы, такие как наземное и кабельное ТВ, YouTube, голографические шоу и живые концерты. Во-вторых, хотя каждая глава будет посвящена одной медиаплатформе, бесполезно пытаться провести демаркацию границ между ними. Различные медиасредства, формирующие способ живого выступления, взаимозаменяемы и все больше сближаются – это мешает четко разграничить медиаплатформы. Поэтому, хотя в каждой главе подробно рассматривается одна медиаплатформа, мы будем также касаться других медиа, дополняющих основную медиаплатформу и неотделимых от нее в данном конкретном случае.

Глава 1 «Историзация К-рор» изображает К-рор музыку как идеологическое и технологическое игровое поле, на котором взаимодействуют силы быстро изменяющейся медиасреды, неолиберального рынка и последующих стремлений, нацеленных на создание и разрушение различных социальных сетей. Поскольку К-рор музыка за последнее 10-летие получила такое признание во всем мире, южнокорейское правительство пытается установить конструктивное сотрудничество с К-рор индустрией. Рассматривая этот шаг в исторической траектории, эта глава изображает К-рор музыку как динамическую силу, которая формировалась равномерно в результате движения «сверху вниз» (изменения парадигмы в медиатехнологии, вызванной развитием промышленности) и в результате восходящего движения «снизу вверх» (творческие способы, с помощью которых пользователи применяют эту технологию).

Глава 2 «К-рор музыка. От живого телевидения к социальным сетям» представляет уникальные способы производства и потребления К-рор музыки, имеющие отношение к конкретной медиаплатформе – ТВ. История ТВ показывает, что оно, по сути, связано с форматом живого театра, так как акцент сделан на формате прямой трансляции/прямого эфира. В этой главе мы рассмотрим 2 конкретных примера ТВ-шоу о К-рор. Это лидер чарта – шоу *Music Core (Eumak jungsim)* – и англоязычное шоу живого чата *After School Club*, которые поощряют зрителей участвовать в шоу в реальном времени и которые открывают новые возможности живого ТВ в эпоху цифровых технологий. Определяя эту возможность как одновременное производство и потребление музыки, а не как неотрепетированный перформанс в форме импровизации, эта глава бросает вызов догматическому понятию «живой». 2 рассмотренных примера представляют противоположные видения того, как внутренние (корейские) и внешние (зарубежные) фанаты отстаивают право собственности на К-рор, используя различные цифровые платформы, и показывают, как телеканалы оптимизируют просмотры программ, перемещая ТВ-медиаконтент в социальные сети.

Глава 3 «Симуляция “живого” в музыкальных К-рор клипах» рассматривает музыкальные К-рор видеоклипы как основной способ отображения динамики между живым и опосредованным. Основные платформы размещения музыкальных клипов – YouTube и Vevo – базируются на воспроизведении записанных перформансов. Изначально они не задумывались как главные площадки для живого исполнения. В лучшем случае музыкальные клипы могут только моделировать отдельные элементы уже состоявшихся живых выступлений. Сравнительный анализ 2-х музыкальных К-рор клипов – «*Twinkle*» в исполнении *TaeTiSeo*, официальной подгруппы южнокорейской герл-группы *Girls' Generation*, и «*Who You?*» в исполнении *G-Dragon*,

лидера бой-бэнда *BIGBANG*, – показывает, какие огромные усилия вкладываются в развитие понятия «живой» К-рор перформанс для создания художественной аутентичности этого жанра. Также этот процесс высветил важность других традиций художественного исполнения – ревю, мюзиклов в бродвейском стиле, голливудских мюзиклов, арт-перформанса, чтобы сделать музыкальные К-рор клипы более доступными для мировой аудитории.

Глава 4 «Звезды-голограммы приветствуют живую аудиторию» исследует зарождающийся интерфейс между цифровой технологией и живым перформансом. 2 ключевых игрока К-рор индустрии – компании *YG Entertainment* и *SM Entertainment* – инвестировали большие средства в создание неограниченного количества воспроизводимых и экспортируемых К-рор шоу, изображающих ведущих звезд в голографической форме. Получив финансовую поддержку от своего партнера по бизнесу – южнокорейского Министерства науки, информационно-коммуникационных технологий (*ICT*) и планирования будущего (*Mirae changjo gwahakbu*), правительственного подразделения, взявшего на себя обязательства поддерживать кампанию национального брендинга, – обе компании начали активно искать возможности представить их голографические работы на зарубежных рынках, на которые реальным звездам было трудно попасть с традиционными живыми турами. В этой главе мы сравним голографический концерт *YG Entertainment* с голографическим мюзиклом *SM Entertainment* и убедимся, что живой перформанс может быть реализован без живых исполнителей – при наличии только живых зрителей.

Глава 5 «Живые концерты К-рор музыки и их цифровые двойники» расскажет о зарубежных живых К-рор турах, указывающих на глобальное распространение жанра. В то время как изучение конкретных тематических ситуаций (кейсов) в этой главе демонстрирует понятие «живой» в самом обычном прямом смысле – в значении соприсутствия исполнителя и зрителя, – мы дополнительно рассмотрим примеры, доказывающие, что живые концерты просто не могут существовать без вмешательства цифровых аудиовизуальных эффектов. В этой главе мы также изучим, как живые туры К-рор музыки продвигаются при помощи цифровых акций, организуемых в социальных сетях и в музыкальных онлайн-магазинах, стирая грань между живым событием и его цифровым аналогом. Сравнивая тур *Made*, совершенный *BIGBANG* в 2014–2015 годах, прошедший в 70 городах на 4-х континентах, с музыкальным К-рор фестивалем *KCON*, организованным *CJ Entertainment and Music (CJ E&M)*, проходившим в течение нескольких дней в Европе, Японии, на Ближнем Востоке и в Соединенных Штатах, я анализирую различные стратегии, которые широко применялись во время проведения этих событий с целью привлечения корейских и международных зрителей, в то же время ненавязчиво продвигая кампанию по усилению национальной «мягкой силы».

Главы 2 и 3 рассказывают о типичных медиаплатформах К-рор музыки, которые не могут собирать живых зрителей. Большинство зрителей могут смотреть музыкальные ролики и ТВ-шоу на экране в частных параметрах настройки. В Корее музыкальные видео можно было смотреть на каналах кабельного ТВ в середине 1990-х, но в новом тысячелетии, тем более с появлением YouTube в 2006 году, зрители переместились к экранам компьютеров, планшетов и смартфонов. К-рор шоу первоначально производились для сетевого ТВ, а сейчас они успешно обосновались онлайн на YouTube.

В главах 4 и 5 мы рассмотрим ситуации, когда живая аудитория собирается в реальном физическом пространстве, причем это могут быть живые исполнители или голограммы в цифровом формате. Различие между исполнителями сомнительное, не категоричное, так как даже во время традиционных живых концертов исполнители на сцене обращаются к зрителям, используя цифровые технологии (их голоса усиливаются через звукозапись, а изображения лиц увеличиваются с помощью крупных планов, сделанных камерой, проецируемых на большом экране). Голограмма иногда помогает добиться более ярких образов, размещая их на сцене

под нужным углом или заставляя их выполнять движения, отрицающие законы притяжения, которые физические тела не в состоянии повторить.

Хотя главы структурированы в соответствии с медиаплатформами и концепцией сравнения жанров, книга в конечном счете доказывает, что бесполезно искать различия между музыкальными видеороликами и музыкальными ТВ-шоу или живыми концертами и голографическими шоу, так как каждый вариант перформанса все больше создается с расчетом, что он может быть адаптирован под другие платформы. В конце концов, нет ничего более важного для индустрии, чем позволить трансмедиа распространять перформансы, ориентированные на образ, в исполнении К-роп айдолов. Как утверждают авторы концепции *Spreadable Media* «легко распространяемых медиа»: «То, что не распространяется – мертво». Эта книга может добавить дополнительную строчку к мудрой рифмовке в стиле Доктора Сьюза: «Если ты не прыгнул – хоп! – значит, это не К-роп».

## Историзация К-рор

*К-рор музыка в некоторой степени означает для нового поколения движение вперед, которое, хорошо это или плохо, не содержит болезненных воспоминаний о Корейской войне 1950–1953 годов, в отличие от корейцев старшего поколения. Этот жанр олицетворяет прогресс, для которого характерны невероятно оптимистичное исполнение, текст песен и взгляд на жизнь.*

*Дженис Мин (из ее интервью Ким Чи Су, 2014 год)*

Этот эпиграф показывает, какую оценку дала К-рор музыке Дженис Мин – генеральный директор журналов *Billboard Magazine* и *Hollywood Reporter* – во время ее программной речи на музыкальном фестивале *MU: CON* в Сеуле в 2014 году. Поначалу такое утверждение может показаться верным для большинства поклонников К-рор музыки – современной молодежи, продвинутых медиапользователей, ориентированных на будущее. Молодые корейцы уже способны начать жизнь с чистого листа, уезжая подальше от родителей, бабушек и дедушек, чье прошлое пришлось на беспокойные годы войны, разделение страны, построение демократии и экономические потрясения. Для большинства поклонников К-рор музыка несколько не ассоциируется с политическими или историческими трудностями. Она присутствует здесь и сейчас и создает невероятные связи с остальным миром.

Но у К-рор музыки есть другая сторона – история, отражающая специфику Кореи, давшей начало такой неповторимой форме массовой культуры. Первоначально на создание этой книги меня вдохновила популярность К-рор музыки, растущая в новом тысячелетии в геометрической прогрессии. Хотя при анализе конкретных ситуаций (кейсов) я буду приводить примеры преимущественно из прошлого 10-летия, когда К-рор музыка начала приобретать всемирное распространение, я считаю, что каждый момент в настоящем коренится в прошлом. Прошлое, независимо от того, помним мы его ясно или предпочли напрочь стереть из памяти, продолжает существовать, отбрасывая тени, определяющие контуры современной К-рор музыки. Поэтому в этой главе мы рассмотрим различные преобразования, сформировавшие идеологические и технологические основы К-рор, и более глубоко исследуем социальный, политический и культурный контексты, а именно формирование *халлю* (*hallyu*) (корейской культурной волны), в которой К-рор музыка занимает видное место<sup>61</sup>.

*Hallyu* (##) – это сложное слово, которое буквально обозначает «Корея» (#) и «поток» или «течение» (#). Значение, заключенное во 2-м символе – «поток» или «течение», – означает нечто, что трудно сдерживать и стабилизировать. Подобно быстро меняющемуся тренду, оно уплывает, не успев застыть, и поэтому означает «скоротечность и эфемерность». Термин стал широко известен в конце 1990-х, когда начал употребляться в мире, говорящем на китайском языке. В частности он вошел в обиход в 1997 году с выходом в эфир корейской ТВ-дорамы *What Is Love* на кабельном ТВ, получившей всеобщее признание<sup>62</sup>. Термин *халлю* (*hallyu*) стал широко применяться и фактически открыл эпоху *халлю* (*hallyu*) в новом тысячелетии после широко разрекламированного концерта группы К-рор айдолов *H.O.T.* в Пекине (2000 год)<sup>63</sup>.

<sup>61</sup> Фур отмечает, что «музыка представляет только 1 из элементов в официальной трактовке “корейской волны”, которая гибко использовалась, чтобы охватить другие области национального контента». Фур, Глобализация и популярная музыка, 7 стр.

<sup>62</sup> Выход на кабельном ТВ драмы *What Is Love*, отметившей начало халлю (*hallyu*), считается признанным историографическим событием среди специалистов. Например, см. Пак Вон Дам, *Халлю (Hallyu): Культурный выбор Восточной Азии* (Сеул: Издательство Пентаграмма, 2005 год), 34 стр; Чон Сон, *Корейская мужественность и транснациональное потребление: Йонсама, Рейн, Олдбой, К-рор айдолы* (Гонконг: Издательство Гонконгского университета, 2011 год), 1 стр.

<sup>63</sup> Многие признанные ученые согласны с генеалогией этого термина. Например, см. Юн Чэ Сук, *Hallyuwa bangsong*

Но вопреки этой распространенной точке зрения Чан Гю Су, историк корейской индустрии развлечений, считает, что термин *халлю* (*hallyu*) был официально введен в обращение Министерством культуры, спорта и туризма Республики Корея, а не китайскими СМИ, чтобы продвигать популярные корейские песни в той части мира, которая говорит на китайском языке<sup>64</sup>. Неудивительно, что любое этническое государство использует культуру для продвижения своей мягкой силы. Чан считал, что южнокорейские чиновники не знали о японском происхождении термина и использовали японскую фразировку, дав определение культурному буму, который корейское правительство рассматривало как воплощение национальной гордости. Опираясь на тщательное исследование первоисточников, содержащих упоминание, что термин *халлю* (*hallyu*) появился в Китае, Японии и Корее в конце прошлого тысячелетия, Чан утверждает, что в основе термина лежит модель из японского языка, которая использовалась повсеместно в Азии для обозначения популярности национальной культуры: такие фразы, как *гонконгская волна* (*Hong Kong wave*; ##) в 1980-х, *японская волна* (*Japanese wave*; ##) в 1990-х и *китайская волна* (##) в 2010-х, обеспечивают контекст, в котором смог появиться термин *корейская волна* (*Korean wave*; ##)<sup>65</sup>. Таким образом, корейская культурная волна, несмотря на запрограммированную этноцентрическую гордость и местные черты, переплетается с межнациональной культурной политикой – на это указывает сама этимология. В настоящее время вопрос происхождения не важен, использование иностранных терминов для продвижения корейской культуры или наоборот – обязательный аспект глобальной культурной политики.

В век, когда культурные потоки и влияния носят мультинаправленный, транснациональный характер и так переплелись, причину глобального взлета интереса к корейской культуре невозможно объяснить только одним желанием этнического государства, как бы сильно ни старалось корейское правительство продвигать культурное влияние своей страны<sup>66</sup>.

---

*yeongsang kontencheu maketing* [Халлю (*Hallyu*) и продвижение мультимедийного контента через телерадиовещание] (Сеул: Communication Books, 2004 год), 36–37 стр.

<sup>64</sup> Чан Гю Су, «*Hallyuui eowongwa sayonge gwanhan yeongu*» [Изучение корейских волн: происхождение и применение], *Hangug kontencheu haghoe nonmunji* 11, № 9 (ноябрь 2011 года): 169 стр.

<sup>65</sup> Там же.

<sup>66</sup> Южнокорейское правительство в 1990-х годах при нескольких президентах активно проводило кампанию по национальному брендингу. При этом использовались лозунги: «Динамичная Корея», «Глобальная Корея» и «Креативная Корея». Лозунги отличаются по форме, но преследуют одну цель – продвижение совместного сотрудничества государственной политики с частными секторами индустрии культуры через мультимедийные платформы. К-роп музыка выросла на этом этапе исторического развития, когда национальное самосознание начало формироваться на фоне укрепления отношений Кореи с другими глобальными культурами, опираясь на брендинг-стратегии, заимствованные из делового мира.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.