

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. Подросток и субкультура	
1.1. Психолого-педагогическая характеристика подросткового возраста....	8
1.2. Понятие субкультуры и её виды.....	16
Глава 2. К-рор как явление: понятие, история и особенности	
2.1. История и распространение корейской поп-культуры.....	24
2.2. Айдол и его роль в корейской поп-культуре.....	32
2.3. К-рор как новая субкультура.....	40
Глава 3. Последствия увлечения к-рор'ом для детей подросткового возраста в России.	
3.1. Позитивное воздействие на подростков в России.....	42
3.2. Негативное воздействие на подростков в России.....	49
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	53
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	56
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	61

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность нашей работы заключается в необходимости учёта современных культурологических факторов, под воздействием которых происходит становление мировоззренческих ориентиров современных подростков. Одним из таких факторов является растущая популярность к-рор'а среди современной российской молодёжи. Согласно статистике, основной целевой аудиторией корейских айдол-групп, несомненно, являются школьники и студенты. Если говорить о российских фанатах, то более заинтересованной в к-рор культуре является возрастная группа школьников от 12 до 17 лет, реже группа студентов, то есть самая подверженная влиянию возрастная группа. Так как целенаправленное формирование мировоззрения подростка позволяет прививать систему жизненных взглядов и ценностей, которые будут в дальнейшем выступать в качестве основы психологически зрелых и конструктивных норм поведения в будущем, то для успешной реализации этой задачи необходимо тщательное изучение внутреннего мира подростков, понимание того, к каким веяниям и трендам массовой культуры они наиболее восприимчивы, в том числе, какие идеи и жизненные принципы они «впитывают» при «погружении» в корейскую поп-культуру.

С научной точки зрения данная работа позволяет лучше понять, как субкультура может повлиять на мировоззрение и жизненные цели подростка.

Степень изученности.

Теоретическую базу исследования составил ряд работ, посвящённых феномену «корейской волны». К ним относятся статьи М.Ц. Гармаханова ««Корейская волна» в Китае»¹ и «Политическое и экономическое влияние корейской волны в начале XXI в.»²», статья Е.Л. Катасонова «На гребне

¹ Гармаханов М.Ц. «Корейская волна» в Китае // Вестник бурятского государственного университета. 2015. №8 – С. 123-126

² Гармаханов М.Ц. Политическое и экономическое влияние корейской волны в начале XXI в. // Вестник бурятского государственного университета. - 2013.- №8 - С. 78-80

«Корейской волны»³, а так же работа О.Н. Михайлик «Феномен «корейской волны»: синтез Запада и Востока?»⁴.

Стоит так же отметить важность работы Д. И. Каминченко «Новые модели распространения локальных вариантов ценностей массовой культуры: пример Южной Кореи»⁵, в которой автор рассматривает особенности распространения корейского контента в сети Интернет.

Говоря о работах, непосредственно касающихся вопроса влияния корейской поп-культуры на увлекающуюся ею молодёжь, можно отметить всего два исследования. Во-первых, это статья А. Ю. Ивановой «Феномен К-РОР волны в России: успех и фанаты»⁶. Данная работа рассказывает о стремительном распространении корейской поп-культуры среди российской молодёжи, о феномене к-рор'а в целом и особенностях образа корейского айдола в частности. Примечательно и то, что в данной статье делается упор на положительном влиянии данной субкультуры на её участников, исключая какие бы то ни было негативные последствия.

Во-вторых, - совместная работа Л. Г. Ждановой и О.Д. Шрейбер «Эмоциональные особенности молодёжи, увлекающейся корейской волной»⁷.

Таким образом, из историографического обзора мы видим, что по большей части внимание ученых концентрируется на рассмотрении причин и истории появления «корейской волны», в то время как работ, посвящённых влиянию данного феномена на увлекающуюся ею молодёжь, крайне мало. Что касается конкретных исследований, посвящённых воздействию к-рор'а

³ Катасонова Е.Л. На гребне «Корейской волны» // Азия и Африка. - 2014. - № 4 – С. 69-74

⁴ Михайлик О.Н. Феномен «корейской волны»: синтез Запада и Востока? // Известия Иркутского государственного университета. - 2008. – С. 31-40.

⁵ Каминченко Д. И. Новые модели распространения локальных вариантов ценностей массовой культуры: пример Южной Кореи. Информационное общество. 2014. № 5—6– С. 84-88

⁶ Иванова А.Ю. Феномен К-рор волны в России: успех и фанаты [Электронный ресурс]. // IV Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум 2012». URL: <http://www.rae.ru/forum2012> (дата обращения: 12.04.2018).

⁷ Жданова Л. Г., Шрейбер О.Д. Эмоциональные особенности молодёжи, увлекающейся корейской волной // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XLIII междунар. науч.-практ. конф. № 8(43). – Новосибирск: СибАК, 2014.

на такую возрастную группу, как подросток, то в этом случае можно отметить недостаточную изученность данной темы в научных исследованиях.

Объект исследования – современная корейская поп-культура как вариант молодежной субкультуры.

Предмет исследования – оказываемое влияние корейской поп-культуры на российских подростков.

Цель нашей работы – оценка влияния, которое оказывает корейская поп-культура на детей подросткового возраста в России.

Для достижения поставленной мною цели предлагается решить следующие задачи:

- Уточнить сущностные и содержательные характеристики подросткового возраста, а так же какую роль играют субкультуры в жизни подростков.
- Рассмотреть общую характеристику объекта исследования, его историю, особенности, а так же отличия от зарубежной поп-культуры.
- Уточнить роль айдола в корейской поп-культуре.
- Изучить положительные и отрицательные стороны влияния k-pop'a на российских подростков.

Основными источниками для данного исследования послужили:

- Он-лайн опрос, проведённый среди 100 фанатов k-pop'a⁸.
- Интервью непосредственно с представителями субкультуры в количестве 5 человек для выявления положительного и отрицательного влияния корейской поп-культуры на лиц подросткового возраста. При

⁸ Приложение №4

этом упор делался на опрашиваемых, ещё обучающихся в школе, и тех, кто начал увлекаться к-пор'ом в школьные годы⁹.

- Социальная сеть «Вконтакте». Анализу были подвержены сообщества, созданные к-пор'ерами.
- Фото-материалы, отображающие деятельность представителей субкультуры.
- СМИ. **Основным материалом** для исследовательской работы послужили данные российских сайтов, посвященных азиатской культуре (например, www.asia-tv.ru – «Азия-ТВ», www.k-drama.ru – «Корейские сериалы»), содержащие любительские заметки, блоги и статьи о Южной Корее.

В исследовании также использовались и аудиовизуальные источники в виде клипов и развлекательных шоу с участием популярных к-пор групп, в качестве анализа их образа, как примера подражания для подростков. С этой целью были проанализированы такие аудиовизуальные источники как:

1. Музыкальный клип группы BTS – DNA¹⁰;
2. Музыкальный клип группы Black Pink – As if it's Your Last¹¹;
3. Музыкальный клип соло-исполнительницы SUNMI - Gashina¹²;
4. Развлекательное шоу «Молодожёны»¹³;
5. Развлекательное шоу «Здравствуй, малыш!»¹⁴;
6. Развлекательное шоу «Бесконечный вызов»¹⁵
7. Развлекательное шоу «Бегущий человек»¹⁶;
8. Передача «Сильное сердце»¹⁷;
9. Разговорное шоу «Здравствуйте»¹⁸.

В ходе исследования применялись следующие **методы**:

⁹ Приложение №5

¹⁰ YouTube. BTS (방탄소년단) 'DNA' Official MV URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MBdVXkSdhwU&feature=youtu.be> (дата обращения: 08.06.2018).

¹¹ YouTube. BLACKPINK - '마지막처럼 (AS IF IT'S YOUR LAST)' M/V URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Amq-qlqbjYA> (дата обращения: 08.06.2018).

¹² YouTube. [MV] SUNMI(선미) _ Gashina(가시나) URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ur0hCdne2-s> (дата обращения: 08.06.2018).

¹³ «Молодожёны» («We got married», с 2008 г.– по настоящее время)

¹⁴ «Здравствуй, малыш!» («Hello Baby» (Hangul: 헬로 베이비), с 2009 – 2013гг.)

¹⁵ «Бесконечный вызов» («Infinity Challenge», с 2011 – 2017 гг.)

¹⁶ «Бегущий человек» (Running Man / 런닝맨, с 2010 г. по настоящее время)

¹⁷ «Сильное сердце» («Strong Heart» (Hangul: 강심장, с 2009 – 2013гг.)

¹⁸ «Здравствуйте» («Hello Counselor», с 2010г. – по настоящее время)

- 1) репрезентативный;
- 2) анализ аудиовизуальных источников;
- 3) метод интервью;
- 4) социологический опрос.

В соответствии с целями и задачами определена **структура работы**: работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка источников и литературы, а также приложений.

Первая глава выпускной квалификационной работы даёт развёрнутую характеристику психолого-педагогических особенностей подросткового возраста и новообразований, сопутствующих данному жизненному периоду. Также в первой главе рассматривается роль субкультур в становлении личности подростка и его социализации в обществе.

Вторая глава работы посвящена феномену k-pop'a в мире: его истории, особенностям и отличиям от зарубежной поп-культуры, роли в ней айдола, а так же выявлению признаков, свойственных ему как субкультуре, таким как: атрибутика, жаргон, внешний облик участников и т.д.

В третьей главе оценивается позитивное и негативное влияние k-pop'a на российских подростков, основанное на он-лайн опросах (проведённых среди участников тематических групп, посвящённых корейским музыкальным исполнителям, на платформе сайта «Вконтакте»), на данных интервью респондентов и на выводах, сделанных в результате семилетнего погружения в данную субкультуру.

Практическая значимость представленного исследования, заключается в том, что его результаты планируется применять в организации клуба по интересам для детей подросткового возраста, связанного с корейской культурой.

Глава 1. Подросток и субкультура

1.1 Психолого-педагогическая характеристика подросткового возраста

Подростковый возраст является одним из самых важных и, одновременно, сложных периодов в жизни любого человека. Именно в этот отрезок времени происходит становление личности, закладывается личностный фундамент. Подросток самоопределяется, примеряя на себя различные социальные роли, сравнивает себя с другими и опытным путем отсекает модели поведения, которые оказываются для него неподходящими.

Согласно определению из психологического словаря, подростковый возраст - период онтогенеза, переходный между детством и взрослостью, который был выделен в качестве особого периода развития в XIX в.¹⁹

В психологии до настоящего времени ведутся дискуссии о хронологических рамках подросткового периода. По этому вопросу существует множество точек зрения.

Так, Л.С. Выготский выделяет пубертатный возраст 14-18 лет и два кризиса: кризис 13 и 17 лет.

По Э. Эриксону подростковый возраст приходится на стадию идентичности (диффузии идентичности), которую человек проходит с 15 до 20 лет.

Л.Ф. Обухова говорит, что по современным данным подростковый период охватывает почти десятилетие – от 11 до 20.

А.М. Прихожан указывает, что это период длится с 10-11 до 16-17 лет, совпадая в современной российской школе со временем обучения детей в 5-11 классах.²⁰

Интересна точка зрения М. Кле: «Достижение пубертата знаменует вступление в отрочество, универсальная точка отсчета которого определяется

¹⁹ Психологи Подростковый возраст [Электронный ресурс]. URL: http://www.b17.ru/dic/podrostkovyy_vozrast/ (дата обращения 02.05.2018).

²⁰ Model Psychology Хронологические рамки подросткового возраста, их зависимость от социокультурных условий [Электронный ресурс]. URL: <http://www.modelpsychology.ru/tpans-290-1.html> (дата обращения 04.02.2018)

биологическим созреванием...». Однако использование биологических критериев провоцирует ряд затруднений:

1) хронологический возраст является не очень точным индикатором биологического возраста;

2) для девочки появление первых менструаций является показателем биологического созревания, а вот мужскую половую зрелость определить сложнее.

Основная же проблема состоит, по мнению М. Кле, в определении конца подросткового периода: «Отрочество заканчивается с вхождением человека в мир взрослых, однако, по крайней мере, в нашем обществе, достижение взрослого статуса не имеет точных, общепринятых критериев»²¹.

На сегодняшний день учёные всё сильнее сдвигают ранее установленные рамки подросткового возраста. К примеру, австралийские исследователи полагают, что пришло время увеличить период подросткового возраста. Если раньше считалось, что он длится с 10 до 19 лет, то теперь, по мнению специалистов, он заканчивается в 24 года²². Обусловлено это длительным периодом обучения и, как следствие, поздним началом самостоятельной взрослой жизни.

Таким образом, можно сделать заключение, что хронологические рамки для подросткового периода по-прежнему имеют условный, ориентировочный характер.

Рассмотрим научные концепции таких психологов, как: Э. Шпрангер, Ш. Бюлер, Э. Штерн, Л. Выготский.

Э. Шпрангер (1882–1963) разработал культурно-психологическую концепцию подросткового возраста и описал три возможных типа развития личности подростка.

1 тип подразумевает резкое и эмоциональное развитие, итогом которого является становление качественного нового Я.

²¹ Психологи Подростковый возраст [Электронный ресурс]. URL: http://www.b17.ru/dic/podrostkovyy_vozrast/ (дата обращения 02.05.2018).

²² ВЕСТИ.RU Учёные: подростковый возраст следует продлить до 24 лет [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=2979252> (дата обращения 5.03.2018)

2 тип – медленное, но верное изменение, без особых отклонений в личностных чертах.

3 тип – основан на самостоятельных принятиях решений, преодолениях внутренних страхов, на процессе самовоспитания, что приводит к осознанию индивидуальности, появлению устойчивой рефлексии (самоконтроль)²³.

Ш. Бюлер (1893–1974 гг.) считала, что в подростковом возрасте происходит резкое ускорение психического и физического развития. В психическом развитии Ш. Бюлер выделила три фазы:

1 фаза – это «вступление» к самому периоду развития, первые симптомы проявляются в 11–12 лет; подростки ведут себя агрессивно, неуравновешенно, детские игры становятся не интересными, а игры старших еще не понятны.

2 фаза – продолжительность от 11–13 лет у девочек и от 14–16 у мальчиков. В этот период проявляется особая раздражительность, нервозность, неудовлетворенность собой, своей внешностью, все это переносится подростками на окружающий мир. Окончание фазы происходит параллельно с завершением телесного созревания.

3 фаза – несет в себе позитивные черты. Постепенно вырастает позитивное отношение к действительности, подросток уже может контролировать смены настроений, уже нет такой агрессивной настроенности, что раньше. Постепенно мир раскрашивается в яркие тона. В эту фазу появляются любовные переживания, которые дают выход самому тяжелому напряжению²⁴.

Э. Штерн (1871–1938) полагал «...специфика в подростковом периоде обусловлена, с одной стороны, направленностью мыслей и чувств ребенка, его стремлений и идеалов, а с другой – особым образом его действий».

²³ TopPsychologia Подростковый возраст и его особенности [Электронный ресурс]. URL: <http://www.toppsychologia.ru/infops-1065-2.html> (дата обращения 04.05.2018).

²⁴ ExpertPsychology Теоретические основы формирования самооценки подростков в процессе постижения рок-музыки [Электронный ресурс]. URL: <http://www.expertpsychology.ru/epsys-580-1.html> (дата обращения 02.05.2018).

Штерн выделил шесть типов преобладающих ценностей, которые соответствуют шести типам личности подростка²⁵.

1. теоретический тип – все стремления направлены на объективное познание действительности.

2. эстетический тип – стремится постичь каждый отдельный случай как символ, знак.

3. экономический тип – старается достичь результата с наименьшими потерями.

4. социальный тип – главной ценностью этого типа является любовь и общение.

5. политический тип – стремится к власти, управлению.

6. религиозный тип – относится философски к смыслу жизни.

Большую ценность в понимании психического развития подростка даёт концепция Л.С. Выготского, главной проблемой которой является проблема интересов подростка. В данной проблеме становится наиболее важным угасание прежних доминант интересов и заполнение их новыми. Особенно важными становятся: «эгоцентрическая доминанта», то есть интерес к собственной личности.

- «доминанта дали» – устремленность в будущее и поиск определенных интересов.

- «доминанта усилия» – волевые качества, возможность преодоления.

- «доминанта романтики» – стремление к неизвестному, неопределенному.

При появлении новых интересов преобразовываются старые и возникают новые мотивы – это меняет социальную ситуацию развития подростка. Смена социальной ситуации ведет к смене ведущей деятельности, итогом этого являются психологические новообразования подросткового

²⁵ ExpertPsychology Теоретические основы формирования самооценки подростков в процессе постижения рок-музыки [Электронный ресурс]. URL: <http://www.expertpsychology.ru/epsys-580-1.html> (дата обращения 02.05.2018).

возраста.

По мнению Л.И. Божович, главное внимание в воспитании подростка следует сосредоточить на развитии мотивационной сферы личности: определения своего места в жизни, формирование мировоззрения и его влияние на познавательную деятельность, самосознание и моральное сознание²⁶.

Именно в этот период формируются нравственные ценности, жизненные перспективы, происходит осознание самого себя, своих возможностей, способностей, интересов, стремлений ощутить себя и стать взрослым, тяга к общению со сверстниками, оформившиеся общие взгляды на жизнь, на отношения между людьми, на свое будущее, иными словами – формируются личностные смыслы жизни.

Основными новообразованиями в подростковом возрасте являются: сознательная регуляция своих поступков, умение учитывать чувства, интересы других людей и ориентироваться на них в своем поведении. Новообразования не возникают сами по себе, а являются итогом собственного опыта ребенка, полученного в результате активного включения в выполнение самых разных форм общественной деятельности.²⁷

Переход к подростковому возрасту характеризуется глубокими изменениями условий, влияющих на личностное развитие ребенка. Они касаются физиологии организма, отношений, складывающихся у подростков с взрослыми людьми и сверстниками, уровня развития познавательных процессов, интеллекта и способностей. Существенное изменение претерпевает в это время и эмоциональное развитие: подростковый возраст характеризуется как период повышенной эмоциональности, что проявляется в легкой возбудимости, изменчивости настроения, возникновении тревожности, агрессивности и других бурных реакций.

Между тем, эмоции и чувства подростков в большей степени относятся

²⁶ Психология подростка. Хрестоматия.– М.: АНО «Психологическая электронная библиотека», 2008 – С. 108-111

²⁷ Студопедия Новообразования подросткового возраста [Электронный ресурс]. URL: https://studopedia.ru/3_165515_novoobrazovaniya-podrostkovogo-vozrasta.html (дата обращения 05.04.2018)

к их внутренней жизни. Внешне же они выражаются в меньшей степени, чем у детей. И даже в самых доверительных беседах подростки зачастую говорят не обо всех своих переживаниях.

Еще одна важная особенность эмоциональной сферы подростков - возможность сосуществования эмоций и чувств противоположной направленности. Например, молодые люди могут любить и ненавидеть кого-то одновременно, и при этом оба чувства могут быть совершенно искренними.

Эмоции обычно делят на положительные (радость, интерес и т.п.) и отрицательные (страх, гнев, отвращение и т.д.). Все эти эмоциональные переживания полезные, поскольку они помогают человеку регулировать свое поведение, и наполняют его существование личностным смыслом. Наряду с положительными и отрицательными эмоциями существует и состояние так называемого «эмоционального нуля» - скука. Эмоциональное развитие мальчиков - подростков отличается от девочек. Считается, что девочки более эмоциональны и они интенсивнее, чем мальчики переживают по самым разным поводам, больше любят разговаривать о своих чувствах. Вот только связано это с тем, что в нашем обществе проявления и эмоций и чувств приветствуется у девочек, а у мальчиков – нет. Однако у них различаются эмоциональные реакции на сложные ситуации. У девочек чаще происходят «сбои» в эмоциональной сфере - резко меняется настроение, появляются слезы и т.п. Мальчики же в большей степени реагируют изменением поведения - например, могут вспылить, нагрубить²⁸. Эмоции же, как таковые они проявлять чаще всего избегают. Зато ведут себя более шумно, многие их действия сопровождаются ненужными движениями (не могут усидеть на месте, вертят что-нибудь в руках и т.п.). Подобные бурные реакции - попытка переложить ответственность за неудачи с себя на окружающие обстоятельства или просто «сбросить» внутренне напряжение в криках и

²⁸ Студопедия Новообразования подросткового возраста [Электронный ресурс]. URL: https://studopedia.ru/3_165515_novoobrazovaniya-podrostkovogo-vozrasta.html (дата обращения 05.04.2018)

ненужных движениях.

Таким образом, учитывая, что подростковый возраст характеризуется как период повышенной эмоциональности, следует предположить, что в этот период жизни подрастающего человека увлечение, хобби может являться регулирующим фактором эмоционального состояния подростка.

Культура чувств, которая приобретается в это время, остается достоянием личности на всю жизнь. В молодости значительно увеличивается круг факторов, способных вызвать эмоциональные отголоски, отклики, способы выражения эмоции становятся более гибкими и разнообразными, меняется длительность эмоциональных реакций. Для удовлетворения своих потребностей в переживании разнообразных эмоций молодые люди используют разные средства, в том числе и свои увлечения.

Л.И. Божович подчеркивала, что в психическом развитии ребенка определяющим является не только характер его ведущей деятельности, но и характер той системы взаимоотношений с окружающими его людьми, в которую он вступает на различных этапах своего развития²⁹.

Подростковый возраст характеризуется противоречивостью и неожиданностью, странностью его психической жизни. Эти черты проявляются в резких колебаниях настроения: веселость сменяется тоской, унынием; уверенность в себе – трусостью, боязнью и т.п.

Также в этот период прослеживается полярность психики:

- повышенная самоуверенность, безапелляционность в суждениях быстро сменяется ранимостью и неуверенностью в себе;
- потребность в общении – желание уединиться;
- «развязанность» в поведении – застенчивость;
- романтизм – цинизм, расчетливость;
- нежность, ласковость – жестокость.³⁰

²⁹ Психология подростка. Хрестоматия.– М.: АНО «Психологическая электронная библиотека», 2008 – С. 273

³⁰ Студопедия Новообразования подросткового возраста [Электронный ресурс]. URL: https://studopedia.ru/3_165515_novoobrazovaniya-podrostkovogo-vozrasta.html (дата обращения 05.04.2018)

Для подросткового возраста является характерным расширение рамок общения. Родители отмечают, что если раньше ребенок был «домашним», то переступив порог 12-летия, он стал тяготиться домом. Общение подростков уже не ограничивается рамками школы, они испытывают потребность объединиться в сообщества и соблюдать особые, установленные в них нормы. Эти группы являются неременной принадлежностью подросткового периода и возникают совершенно стихийно.

Причиной этого явления становятся так называемые реакции группирования, является естественная потребность подростков в общении со сверстниками. Микрогруппы несут полезную функцию, подросток учится выполнять определенные социальные роли, усваивает определенные правила общения и групповые нормы. Например, они могут одеваться так, что это шокирует взрослых, но дает подростку важное для него чувство принадлежности к группе.

Характерной психологической особенностью подростков является потребность в социальном признании. Эта потребность является весьма необходимой для члена общества, она лежит в основе активной жизненной позиции личности. В нормальных условиях данная потребность реализуется у подростков в том, что они стремятся достичь совершенства в физическом, моральном или психологическом плане, добиться успеха в какой-либо деятельности³¹.

Несомненно, важной особенностью подросткового возраста, напрямую связанной с темой моего исследования, является поиск объекта для подражания. Подростки постоянно ищут себе кумира, и выбор объекта для подражания зависит от степени и эффективности педагогического воздействия, строя личности подростка, конкретной ситуации и ближайшего окружения.

В силу возрастных и психологических особенностей восприятие

³¹ Студопедия Новообразования подросткового возраста [Электронный ресурс]. URL: https://studopedia.ru/3_165515_novoobrazovaniya-podrostkovogo-vozrasta.html (дата обращения 05.04.2018)

объекта подражания у подростков отличается от такового у взрослых. Взрослые в объекте подражания, если он имеется, способен видеть не только положительные стороны, но и все отрицательное. Другое дело подростки: кумира или объект подражания они воспринимают с максималистических позиций. Все черты характера, привычки, поведение, мысли, идеалы и ценности кумира оцениваются ими только положительно. Такая психическая особенность позволяет им положительно оценивать и усваивать не только достоинства, но и отрицательные черты характера, привычки, пристрастия.

1.2. Понятие субкультуры и её виды

Впервые понятие субкультуры было введено американским социологом Т.Роззаком. Позже оно обрело статус одного из базовых в различных науках и связано с такими именами как М.Гордон, У.Эко, М.Брейк, Л.Фойер, К.Мангейм, Э.Тирьякян, Л.Марсиль-Лакост, С.Типтон, П. Уилли. Среди российских ученых, занимающихся исследованиями субкультур, следует назвать П.С.Гуревича, Э.А.Орлову, И.К.Кучмаеву, С.Я.Матвееву, М.М.Шибяеву и др.³²

Как и у любого явления, у субкультуры существует множество определений.

Так, согласно определению А.В.Мудрика, субкультура – это автономное относительно целостное образование, которое включает в себя ряд более или менее ярко выраженных признаков: специфический набор ценностных ориентаций; норм поведения, взаимодействия и взаимоотношений ее носителей; статусную структуру в реальных группах; иерархию предпочитаемых источников информации; своеобразные увлечения, вкусы; способы свободного времяпрепровождения; жаргон; фольклор и т.д.

³² Мосиенко Л.В. Исследования молодежной субкультуры: аксиологический аспект // ВЕСТНИК ОГУ. – 2011. - №2 (121) – С. 236

С.И.Левикова уточняет данное определение: «Молодежная субкультура – это эзотерическая, эскапистская, урбанистическая культура, созданная молодыми людьми для себя; это «элитарная» культура, нацеленная на включение молодых людей в общество; это – частичная культурная подсистема внутри системы «официальной», базовой культуры общества, определяющая стиль жизни, ценностную иерархию и менталитет (то есть мировосприятие, умонастроение) ее носителей».³³

С.К.Бондырева определяет субкультуру как «особую сферу культуры, суверенное целостное образование внутри господствующей культуры, отличающееся собственным ценностным строем, отношениями, нормами поведения».³⁴

Таким образом, в современной науке под субкультурой понимается особая сфера культуры, суверенное ценностное образование внутри господствующей культуры, отличающееся собственным ценностным строем, обычаями, нормами. В таком случае молодежная субкультура представляет собой не что иное, как форму самовыражения и самовысказывания её молодых участников.

Считается что молодежная субкультура - это культура создаваемая молодыми людьми для самих себя, то есть культура «не для всех», определяющая стиль самой жизни, ценностную иерархию и менталитет её носителей. Она рождается и существует в связи с определенными потребностями молодых людей социализироваться и при этом активно заявить о себе.

Итак, молодежная субкультура – это модели поведения, стили одежды, музыкальные предпочтения, язык (сленг), специфические ценности и их символические выражения, характерные для групп молодых людей (12–25 лет).

³³ Левикова, С.И. Молодежная культура / С.И.Левикова. – 3е изд. – М.: Вузовская книга, 2007. – С. 34

³⁴ Мосиенко Л.В. Исследования молодежной субкультуры: аксиологический аспект // ВЕСТНИК ОГУ. – 2011. - №2 (121) – С. 237

Молодежные субкультуры существовали давно, по крайней мере, со второй половины XX века, но учёные по-прежнему пытаются понять, что именно послужило причиной их внезапного возникновения и распространения среди молодёжи.

Так, по мнению С.И. Левиковой, «появление и оформление молодежной субкультуры как социального феномена было подготовлено развитием индустриальных обществ и произошло в начале перехода индустриально развитых обществ к постиндустриализму»³⁵.

Д.В. Сочивко и Н.А. Полянин видят следующие ключевые причины распространения молодежных субкультур: последствия общего социального кризиса в современном обществе; кризис института семьи, воспитания и образования; коммерциализация культуры и СМИ³⁶.

В.В. Чернышенко, характеризуя современные молодежные субкультуры, подчеркивает, что «в условиях глобализации и постмодерна большинство “классических” западных и российских неформальных групп и объединений молодежи трансформируются в “постсубкультуры” – симулякры, разрушающие субкультурное семиотическое разнообразие и переводящие их из специфических состояний в единообразное, проявляющееся в различных моделях “культуры для молодых”, основанных не на свободе и творчестве, а на моде и поп-арте. Они перестают существовать на основе жестких моделей групповой идентификации (“мы – они”), их природа приобретает “миксовый” (смешанный) характер, упраздняющий четкое разделение на “позитивные” и “негативные”».

В нашей стране субкультурные объединения обратили на себя внимание общества и средств массовой информации в 1980-е годы. В те годы носителей таких особенных культурных практик обычно называли участниками неформальных молодежных объединений. Наиболее известные примеры – хиппи, панки, рокеры, металлисты.

³⁵ Левикова С.И. Молодежная субкультура. М., 2004.- С. 39

³⁶ Сочивко Д.В., Полянин Н.А. Криминальные идеологии современных молодежных субкультур // Прикладная юридическая психология. 2009. - № 4. - С.62-70

Главная социально-психологическая особенность неформальных молодежных объединений – символизация внешнего вида, образа жизни, образа поведения, в частности, одежды, стиля говорения. Например, длинные волосы хиппи – это не только длинные волосы, но и символизация свободы; англоязычный сленг хиппи – это ориентация на западные образцы поведения; квартира, где собираются неформалы, – это не просто помещение, а флэт, где все свои, объединенные непритязательным стилем повседневной жизни³⁷. Таким образом, стиль молодежной субкультуры оказывается не просто внешним его выражением; посредством своих ритуалов и знаковых форм, он бросает вызов существующему моральному порядку и господствующей идеологии, являясь в этом смысле символической формой сопротивления тех, кто находится на другом полюсе властной субординации.

Преобладающая направленность тех юношеских и молодежных групп была асоциальна. Асоциальна, но не антисоциальна! Асоциальность в этой терминологии трактуется как непринятие преобладающих в официальном обществе норм внешности, поведения, общения, времяпровождения. В то время как антисоциальность – это направленность личности, группы, содержащая агрессивное, противостоящее обществу начало и имеющая тенденцию к смыканию с криминальной культурой.

Тем не менее, число молодых людей, подростков, принадлежащих к молодежным субкультурам 15–20 лет назад, даже в больших городах было немногочисленно. По данным ряда опросов начала 1990-х годов, определенно к неформальным группам себя относили 1–3% юношей и девушек.

В 2000-е годы в молодежной культуре происходили и происходят значительные изменения. Прежде всего, это увеличение, рост молодежных, юношеских групп, объединенных новыми видами деятельности, такими как

³⁷ 5psy.ru Современные молодежные субкультуры [Электронный ресурс]. URL: <http://5psy.ru/obrazovanie/sovremennie-molodejnie-subkulturi.html> (дата обращения 02.05.2018).

ролевые игры (ролевки), маунтбейки, файер-шоу, фотокроссы, городские игры (дозоры, энкаутеры, квесты), паркуры, стрит-дансы, стрит-болы, граффити, пейнтболы, байкерство, стрейсеры. Некоторые из этих групп, те же байкеры и стрейсеры, существенно выходят за пределы молодежного возраста. Вокруг таких деятельностей иногда возникает своя субкультура: свои традиции, стиль одежды, кумиры, места сбора, правила³⁸.

Главными отличительными особенностями современных молодежных субкультур являются, во-первых, увеличение числа деятельностных объединений (то есть тех, в которых организуется какая-либо специфичная, относительно новая молодежная деятельность); во-вторых, погруженность современных молодежных субкультур в просторы Интернета, где ищут «своих», организуют встречи и акции, вычлняют кумиров, используют его возможности для организации соответствующей деятельности.

С педагогической точки зрения можно выделить несколько оснований для классификации современных субкультур.

Прежде всего, это отношение той или иной молодежной субкультуры к принятым в обществе социальным ценностям. Можно говорить о трех социально-ценностных направленностях молодежных субкультур:

- прокультурные (просоциальные) субкультуры: большинство музыкальных направлений и ролевые игры);
- асоциальные: хиппи, панки, металлисты, эмо;
- контркультурные (антисоциальные): молодежные группировки, близкие к взрослой криминальной субкультуре, скинхеды в их радикальном виде.

³⁸ 5psy.ru Современные молодежные субкультуры [Электронный ресурс]. URL: <http://5psy.ru/obrazovanie/sovremennie-molodejnie-subkulturi.html> (дата обращения 02.05.2018).

Другое основание для классификации – мера включения в образ жизни подростка деятельностного начала. По этому критерию возможно деление молодежных субкультур на поведенческие и деятельностные.

К поведенческим субкультурам относятся те, в которых к основным особенностям (ядру субкультуры) относятся характерные для представителей данных групп стили одежды, внешности, поведения, общения. Для этих общностей подростков, молодежи постоянное занятие какой-либо деятельностью не является важным групповым признаком (например, готы, эмо, хипстеры).

К деятельностным субкультурам можно отнести те подростковые, юношеские, молодежные общности, в которых основной особенностью является увлечение специфическими молодежными видами деятельности, требующими в той или иной мере индивидуальной активности (например, ролевики, паркурщики, граффитисты)³⁹.

В чём же заключается роль субкультуры в жизни подростка? Дело в том, что вступление в субкультуру помогает молодым людям облегчить переходное состояние и преодолеть социальное отчуждение⁴⁰. На личностном уровне субкультура является способом компенсации негативного отношения к себе, недостаточного самоуважения, непринятия образа собственного тела и стиля поведения (в том числе несоответствие маскулинным и феминным эталонам). Таким образом, сам факт вхождения в субкультурную группу позволяет преувеличить свою непохожесть, придать себе ореол исключительности, особенности.

Внешними маркерами принадлежности к субкультуре становятся манера одеваться (грязные джинсы с цепями и рваные футболки у панков, исключительно черный цвет одежды у готов) или прическа (бритые головы у

³⁹5psy.ru Современные молодежные субкультуры [Электронный ресурс]. URL: <http://5psy.ru/obrazovanie/sovremennie-molodejnie-subkulturi.html> (дата обращения 02.05.2018).

⁴⁰ Дементьева М. А. Роль субкультуры в формировании личности // Человек в мире культуры. 2015. С. 41

скинхедов, длинная челка, закрывающая глаза, у эмо); идентичность формируется приверженностью особому образу жизни и системе ценностей (пацифизм у хиппи, компьютерные игры как неотъемлемая часть жизни геймеров). Система символов и выразительных средств молодежной культуры порождает некую внутреннюю готовность к противодействию кризисной ситуации, жизненно важную для любой молодежной группы, а также служит средством коммуникации и идентификации «своих» от «чужих»⁴¹.

Социально-психологические причины связаны с эмоциональной привлекательностью неформального стиля жизни, который не предъявляет (в отличие от нормативного, школьного) повышенных требований к целенаправленности, целеустремленности, ответственности⁴².

Можно говорить о трех группах вероятных последствий, тенденций влияния юношеской субкультуры на социализацию молодого человека:

- позитивная тенденция проявляется в освоении социальных ролей в группе, социальном и культурном самоопределении, творческой самореализации (в специфических субкультурных формах), социальных пробах и социальном экспериментировании;
- социально-негативная тенденция обнаруживается в приобщении к криминальной или экстремистским субкультурам, алкоголю и наркотикам;
- индивидуально-негативная тенденция проявляется в избегании социального и культурного самоопределения, самооправдании инфантилизма, бегстве от социальной реальности.

⁴¹ Дементьева М. А. Роль субкультуры в формировании личности // Человек в мире культуры. 2015. С. 42

⁴² 5psy.ru Современные молодежные субкультуры [Электронный ресурс]. URL: <http://5psy.ru/obrazovanie/sovremennie-molodejnie-subkulturi.html> (дата обращения 02.05.2018).

Определить, какие тенденции преобладают в конкретной субкультуре и тем более в жизни конкретного подростка, очень непросто, но это нужно делать, чтобы понимать, как она влияет на жизнь подростка.

С позиций социального воспитания, то есть воспитания в школах, лагерях, структурах дополнительного образования, можно выделить три основные педагогические стратегии в отношении молодежных специфических видов деятельности: не замечать, ожидать стихийного проникновения в социальную жизнь и тогда уже с ним работать либо целенаправленно анализировать воспитательный потенциал молодежных деятельностей и использовать его в интересах развития личности.

Практика современного воспитания довольно робко соприкасается с подобными подростковыми и молодежными реалиями. Причем чаще всего это соприкосновение происходит в ситуациях летних лагерей, в детских общественных объединениях и гораздо реже в школе⁴³.

Вероятно, один из главных вопросов, решение которого покажет, идёт ли практическая педагогика на стыковку с жизнью современных подростков и старшеклассников или они (педагогика и жизнь) всё более удаляются друг от друга, – это обретут ли классные руководители, воспитатели желание и умение видеть, педагогически осмыслить и втягивать в круг своих действий новые молодежные виды деятельности и увлечения.

⁴³ 5psy.ru Современные молодежные субкультуры [Электронный ресурс]. URL: <http://5psy.ru/obrazovanie/sovremennie-molodejnie-subkulturi.html> (дата обращения 02.05.2018).

Глава 2. К-рор как явление: понятие, история и особенности

2.1. История и распространение корейской поп-культуры

К-рор — музыкальный жанр, возникший в Южной Корее и представляющий собой смесь электропопа, хип-хопа, современного ритм-н-блюза⁴⁴. Он впитал в себя элементы американской популярной музыки. Название «к-рор» — сокращение от словосочетания «корейский поп», образованное по аналогии со словом «j-рор». Появившись изначально как музыкальный жанр, К-рор превратился в масштабную музыкальную субкультуру с миллионами поклонников среди молодежи по всему миру, в том числе и в нашей стране. Хотя в самой Корее под этим термином могут пониматься почти любые направления корейской поп-музыки, за пределами страны под К-рор'ом понимается исключительно музыка, исполняемая так называемыми идолами (или айдолами, от англ. *idol* – божество, кумир).

На сегодняшний момент, это самое популярное явление корейской массовой культуры. Корейская популярная музыка, представлена как отдельными исполнителями (мужчины и женщины), так и группами (мужскими, женскими, реже смешанными), чаще всего состоящими от 5 до 9 человек, но есть и исключения.

Не смотря на огромную популярность к-рор'а, появился он всего лишь чуть более двадцати лет назад. До этого момента корейцы вполне довольствовались тротом, пока не наступил 1996 год, который положил начало культовой «корейской волне» — Халлю⁴⁵.

«Корейская волна» — это культурный феномен середины 1990-х годов, представляющий собой всплеск интереса в мире к культуре Республики Корея. Существует множество мнений о том, что именно явилось причиной

⁴⁴ Википедия – К-рор. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/K-pop> (дата обращения: 17.02.2018).

⁴⁵ Spletnik Поклонники и ненавистники айдолов ч. 1 [Электронный ресурс]. URL: http://www.spletnik.ru/blogs/pro_vvezd/131466_poklonniki-i-nenavistniki-aydolov-ch-1 (дата обращения 06.03.2018)

его появления. К примеру, есть предположение, что корейская культура явилась успешной заменой увлечению японской, которая к началу 90-х переживала не самые лучшие времена и до сих пор находится в поисках нового пути развития. Популярны ранее самурайские фильмы, книги, наполненные философией дзен-буддизма и синтоизма, анимация и манга стали для аудитории, тянувшейся к экзотике, уже чем-то привычным и обыденным и потеряли большую часть своей привлекательности⁴⁶.

Сам термин «корейская волна», или Халлю (кор. 한류, кит. 韓流, транслит. Халлю), был придуман в Китае в середине 1990-х пекинскими журналистами, которых удивляла быстрорастущая популярность корейской индустрии развлечений и корейская культура в Китае. Феномен поспособствовал появлению новых слов в лексиконе китайцев, подростков и молодых людей, фанатически увлекающихся всем южнокорейским, стали называть «ha han zu» или «han mi» («поколение кореепоклонников»)⁴⁷. Изначально данный термин применялся исключительно по отношению к Китаю, так как никакой особой популярности в других странах корейская культурная продукция тогда ещё не снискала. Теперь же на «корейскую волну» приходится миллиардный годовой доход для Южной Кореи благодаря экспорту культуры. «Корейская волна», стремительно набирающая обороты, является ощутимой движущей силой в Азии и получает огромные доходы со всего мира, продолжая укреплять позиции в Азии и завоёвывая Океанию, Северную и Латинскую Америку, Европу и Ближний Восток⁴⁸.

«Корейская волна», которая является одной из причин для национальной гордости многих корейцев, затрагивает множество аспектов культуры Республики Корея: кинематограф, музыкальную индустрию, национальную кухню, язык, моду, традиционные праздники и т.д. При этом

⁴⁶ Гармаханов М. Ц. «Корейская волна» в Китае // Вестник бурятского государственного университета. - 2015. - №8 – С. 123.

⁴⁷ Михайлик О.Н. Феномен «корейской волны»: синтез Запада и Востока? // Известия Иркутского государственного университета. - 2008. – С. 33.

⁴⁸ Гармаханов М.Ц. Политическое и экономическое влияние корейской волны в начале XXI в. // Вестник бурятского государственного университета. - 2013.- №8 - С. 79

главенствующая роль в ней отводится музыкальной индустрии, то есть к-попу⁴⁹.

Как и положено любой уважающей себя волне, она накрыла Азию внезапно и всепоглощающе, получая сотни самых разных отзывов. В 1996 году агентство SM Entertainment, одно из самых влиятельных в данной индустрии, совершило революцию в стране, выпустив в свет первую айдол-группу с запоминающимся названием H.O.T⁵⁰.

Эксперимент оказался более чем успешным: корейские подростки, которые до этого о подобных коллективах могли слышать только в иностранных медиа, буквально сошли с ума. И не они одни – множество других компаний подхватили эту идею и принялись выпускать подобные группы как с мужским, так и с женским составом. Вскоре корейская нация услышала о таких группах, как Sechs Kies, NRG, Jinusean, 1TYM, Shinhwa, G.O.D, Baby VOX, SES и Fin.K.L.

В результате появились официальные фанклубы, которые исчислялись десятками, сотнями тысяч участников, а доходы от продаж дисков, билетов и фан-атрибутики — миллионами вон. Так родилось самое первое поколение кей-попа, которое заложило основу для развития корейской музыки и её популяризации за пределами страны.

Что касается стиля, то подавляющее большинство групп первого поколения были схожи по звучанию с андеграундным хип-хопом, который перемежался с прилипчивыми мотивами и простой запоминающейся хореографией. Талантливые вокалисты были редкостью, но в них и не было особой надобности — умение читать рэп было куда более ценным. Именно поэтому исполнители выглядели как жители американских гетто-кварталов того времени, только с куда более странными прическами.

⁴⁹ О.Н. Михайлик. Феномен «корейской волны»: синтез Запада и Востока? // Известия Иркутского государственного университета. - 2008. – С. 34.

⁵⁰ Мари Саммари. Три поколения кей-поп айдолов [Электронный ресурс]. URL: <http://atimemag.ru/music/kpop-evolution/> (дата обращения: 9.11.17.)

Не смотря на кажущуюся сейчас заурядность, айдолы первого поколения стали законодателями подростковой моды и примерами для подражания. Одеваться, стричься и вести себя как кумир стало нормой и ожидаемо привело к фанатским распрям. Тогда и проявилась темная сторона кей-попа: войны между фанклубами и рождение такого феномена, как «сасен-фанаты», который, впрочем, еще не носил столь массовый характер.

С 2000 по 2002 распались четыре самые популярные группы Кореи: Sechs Kies, H.O.T, SES и Fin.K.L, что заметно подкосило фанатов, и на какое-то время интерес к кей-попу заметно упал.

Но уже в 2003 году дебютировала группа DBSK, и это всё изменило. «Волна» накрыла Корею с удвоенной силой, – новоиспечённая группа достигла первого места в корейских музыкальных чартах спустя всего три месяца после дебюта, а их фанклуб под названием «Кассиопея» попал в Книгу рекордов Гиннеса как самый большой в мире⁵¹ — в то время он насчитывал более 920 тысяч участников, включавших сасен-фанатов.

Безумие, охватившее страну, подогрели и яркие дебюты Girls' Generation, Wonder Girls, Super Junior и Big Bang⁵². Эти по-прежнему культовые группы открыли путь для продвижения своих последователей в Японии, обосновавшись на местном музыкальном рынке. «Вперед, в Японию: от БоА до «Кара» стал своеобразным слоганом следующего поколения корейских музыкантов, представленного, в основном, различными подростковыми идол-группами⁵³. Вместе с этим к-рор предпринял попытки вырваться за пределы Азии, активно, хоть и не особо успешно, продвигая себя в США.

⁵¹ Википедия - Кассиопея (фан-клуб) [Электронный ресурс]. URL:

[https://ru.wikipedia.org/wiki/Кассиопея_\(фан-клуб\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Кассиопея_(фан-клуб)) (дата обращения 13.02.2018)

⁵² Мари Саммари. Три поколения кей-поп айдолов [Электронный ресурс]. URL:

<http://atimemag.ru/music/kpop-evolution/> (дата обращения: 9.11.17.)

⁵³ Катасонова Е.Л. На гребне «Корейской волны» // Азия и Африка. - 2014. - № 4 – С. 72

То, что количество новых исполнителей после такого успеха возрастёт в геометрической прогрессии, было ожидаемым. Список талантливых и прославившихся групп пополнился множеством имен: 2NE1, Beast, SHINee, Infinite, Kara, A-Pink, Sistar и другие.

Но вместе с тем айдолы начали усиленно критиковать за недостатки. Быть просто красивым и талантливым стало уже недостаточно, нужно было быть лучшим во всем. Идеальная хореография, сильные вокалисты, как на подбор красивые участники — вот обновлённый рецепт успешной группы. До тех пор пока этих групп не стало слишком много.

Когда ситуация в среде поп-музыки стала накаляться, k-pop сделал новый рывок, но теперь уже на мировой рынок. Корейский рэпер и сольный артист PSY (кор. 싸이 *Sai*) или Пак Чже Сан (его настоящее имя, кор. 박재상 *Park Jae Sang*)⁵⁴ внёс неоценимый вклад в популяризацию корейской поп-культуры, став всемирно известным и попал в историю благодаря YouTube и своему незабвенному хиту «Gangnam Style». Невиданная популярность повлекла за собой выступления на мировых сценах рядом с именитыми артистами, а так же участие в зарубежных телевизионных шоу, концерты по всему миру, в том числе и в России. Так, 7 июня 2013 года PSY выступил на церемонии вручения 11-ой ежегодной национальной музыкальной премии в области популярной музыки телеканала МУЗ ТВ, исполнив хиты «Gangnam Style» и «Gentleman», попавшие в Книгу рекордов Гиннеса, а также получил премию «Музыкальный прорыв года»⁵⁵. Благодаря его неожиданному успеху весь мир узнал о корейской поп-культуре.

Примерно в это же время, прямиком из SM Entertainment, дебютировала новая группа — EXO. Именно этот дебют связывают с началом нового, третьего поколения корейской поп-музыки. EXO так же

⁵⁴ Википедия - PSY [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/PSY> (дата обращения 11.02.2018)

⁵⁵ Премия МУЗ ТВ 2013 [Офиц. сайт] [Электронный ресурс]. URL: <http://premia.muz-tv.ru/blog/103/> (дата обращения: 19.01.2018).

установили рекорд продаж своего первого альбома, который разошёлся тиражом более миллиона копий, в результате чего на них обрушился шквал критики за «незаслуженную славу», но билеты на их концерты всё равно раскупали за считанные минуты.

Теперь к молодым группам требований еще больше. Новички, и речь сейчас идет не только об EXO, столкнулись с ошеломляющим потоком критики в интернете. Объективы камер становятся лучше, а значит виден каждый недостаток, каждый лишний килограмм, каждое неверное движение и слово. И всё это записывается на сотни устройств одновременно.

Большинство дебютантов так или иначе сталкивается с ненавистью вечно всем недовольных интернет-пользователей. Недостаточно красив, недостаточно хороший певец, недостаточно хороший танцор, плохая репутация, пластические операции — поводов для критики масса и логики они не требуют. Найти оригинальный концепт группы практически невозможно, а это значит, что из тысячи дебютировавших групп известной становится лишь пара-тройка. Варианты давно перебраны множеством раз: сексуальность вызывает только негатив, танцы невольно сравниваются с постановками уже известных коллективов, голоса клеймят посредственными.

EXO, BTS, Got7, Mamamoo, Red Velvet и еще десяток коллективов становятся новой вехой в корейской поп-музыке. Они молоды, сильны, красивы, активны и изначально нацелены на международный рынок и чаще организуют мировые туры, захватывая чарты других стран. Так, 26 мая 2018 года на сайте YesAsia был опубликован список 100 лучших песен бойзбэндов всех времен, в число которых вошло 10 треков корейских поп-групп⁵⁶.

Корейской поп-музыке приписывается особый талант и индивидуализм, а также разнообразие и сотрудничество с международными продюсерами. При этом, k-поп всегда шел вслед за развитием корейской IT-индустрии, по максимуму используя новейшие разработки в области

⁵⁶ JaneJ. Billboard: 10 k-поп треков мужских групп вошли в топ-100 лучших песен всех времен // YesAsia. URL: <http://www.yesasia.ru/article/566302> (дата обращения: 29.05.2018)

социальных сетей и мобильных устройств для своей популяризации. После успеха PSY в 2012 году, корейские развлекательные компании признали платформу YouTube в качестве ключевого компонента международного распространения корейской поп-культуры. Развлекательные компании, занимающиеся маркетингом международных корейских исполнителей, стали создавать свои собственные каналы на данной платформе, активно внедряясь на международные рынки через Интернет.

Аналитики связывают успех корейской поп-индустрии с тем, что ее модель маркетинга отличается от мировой практики⁵⁷. Прежде всего, это развитая система фан-клубов, тематических заведений и услуг для фанатов, а также активное участие кумиров в общении с поклонниками через социальные сети. Этому также способствуют активная поддержка и распространение продукции и информации через Интернет благодаря социальным сетям, порталам и видео-ресурсам.

Уникальным является и сам продукт, предлагаемый корейской поп-индустрией, миру. Так, в качестве объекта для его анализа, нами были выбраны три наиболее популярных композиции уходящего 2017 года, представленные на видео-хостинге YouTube:

1. Музыкальный клип группы BTS – DNA(404 млн. просмотров на YouTube)⁵⁸;
2. Музыкальный клип группы Black Pink – As if it's Your Last(319 млн. просмотров на YouTube)⁵⁹;
3. Музыкальный клип соло-исполнительницы SUNMI – Gashina(59 млн. просмотров на YouTube)⁶⁰.

⁵⁷ Википедия – К-поп. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/К-поп> (дата обращения: 17.02.2018)

⁵⁸ YouTube. BTS (방탄소년단) 'DNA' Official MV URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MBdVXkSdhwU&feature=youtu.be> (дата обращения: 08.06.2018)

⁵⁹ YouTube. BLACKPINK - '마지막처럼 (AS IF IT'S YOUR LAST)' M/V URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Amq-qlqbjYA> (дата обращения: 08.06.2018)

Все приведённые выше клипы были выпущены в августе-сентябре 2017 года и были самыми запрашиваемыми в поиске в течение нескольких месяцев с даты их выхода, породив множество каверов (от англ. слова cover - менять, подражать) от фанатов как на песню, так и на сопутствующий ей танец. Кроме популярности, такому выбору поспособствовал и тот факт, что все представленные здесь композиции имеют одну общую, показательную тенденцию для большинства клипов корейских поп-музыкантов: концентрация внимания зрителей на хореографической составляющей. Ей уделяется больше экранного времени, нежели сюжету. При этом в клипах первых двух групп, в угоду демонстрации танца, сюжет как таковой вовсе отсутствует и заменён крупными планами участников, а в последнем, показан лишь в виде небольшой завязки и финального кадра, дающего некий намёк на историю расставания, соответствующую тексту песни.

Декорации, в представленных видеоклипах несколько различаются по богатству общего наполнения. Так, в клипах группы BTS и Black Pink, задний план в целом максимально минималистичен и представляет собой быструю смену сцен в насыщенной цветовой гамме, сосредотачивая внимание зрителя на самом главном: образах айдолов и танце, за тем лишь исключением, что во втором случае он разбавлен отображением так называемых «комнат» девушек, украшенных в соответствии с их индивидуальными особенностями.

В сравнении с предыдущими работами, видеоряд соло-певицы SUNMI намного более разнообразен и включает не только планы жилища героини, но и зачатки сюжета – таковым здесь является начальная сцена в кафе и заключительный кадр с машиной.

В целом же, броские, сочные цвета, использованные в палитре всех трёх работ, нацелены на передачу позитивного настроения своим зрителям, что

⁶⁰ YouTube. [MV] SUNMI(선미) _ Gashina(가시나) URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ur0hCdne2-s> (дата обращения: 08.06.2018)

вкупе с динамичним треком дозволяет забыть им о своих проблемах и получить заряд бодрости.

Что касается самих артистов, то их внешности здесь уделяется особое внимание. Индивидуальность каждого участника подчёркивается через соблюдение его особого сценического образа, заданного в группе. При этом костюмы певцов так же играют немаловажную роль в визуальной составляющей видеоряда. Необычайно яркие и многослойные, они подчёркивают дух юности, облачённых в них исполнителей, передавая, в частности, через цветовую гамму позитивный настрой всего трека. В случае с клипом SUNMI – Gashina, через наряды демонстрируется женственность и самодостаточность личности певицы, подкрепляемая общим смыслом песни.

Так же стоит отметить и тот факт, что ни в одном из представленных клипов не фигурирует насилие, употребление ненормативной лексики, алкоголя, наркотических веществ и курения, так как подобное по корейским меркам не приветствуется в видеоряде исполнителей.

2.2. Айдол и его роль в корейской поп-культуре

Изучая азиатский шоу-бизнес, невозможно не учесть и его совершенно иную концепцию, которая строится на борьбе музыкальных компаний за популярность и прибыль: в стране существует множество агентств, которые продюсируют талантливых людей – актеров, певцов, танцоров, телеведущих (например, выше упомянутый PSY выпускает свои хиты под лейблом одного из самых крупных агентств Южной Кореи «YG Entertainment»). Для того, чтобы гарантировать успех, подобные компании стараются в полной мере субсидировать и контролировать профессиональную жизнь и карьеру будущего исполнителя, тратя около 400 000 долларов на подготовку и «запуск» молодого исполнителя.

Попасть в агентство не так легко – южнокорейские продюсерские центры разработали свою систему подготовки молодых певцов и певиц для

«входа» в музыкальный бизнес: после того как юный артист проходит кастинг, его ждёт жёсткая программа обучения, впервые разработанная японским продюсером Джонни Китагава в 1980-х годах и впоследствии усовершенствованная со временем в Корее⁶¹.

Как только участник кастинга проходит прослушивание, он становится стажером (трейни). Стажировка проходит от 3 месяцев до 8 лет. Здесь сразу стоит сделать оговорку на то, что данный статус, при всех его ограничениях, о которых будет сказано позднее, к тому же не гарантирует вошедшим в него дальнейшего продвижения. Более того, стажёры могут быть удалены из компании в любой момент, если они, по мнению руководства, недостаточно хороши. Для этого они выступают для президента компании на регулярной основе, который затем указывает на их сильные и слабые стороны. Если трейни находятся на одном уровне с ожиданиями компании, то могут продолжить обучение в надежде стать k-pop-звездой. Если это не так, то стажеров удаляют без права на второй шанс.

В период стажёрства будущие звёзды работают по 14 часов в день: они занимаются в тренажёрном зале, берут уроки танцев и вокала, а так же актерского мастерства и манер⁶². Практически все из них в течение многих лет сидят на жестких диетах, так как айдол по-корейски – это очень стройный айдол. После семи вечера им не разрешено пить воду, чтобы наутро выглядеть свежими и бодрыми и не страдать отеками. Туалет и ванную посещают под чьим-либо присмотром. Их также заставляют всегда и везде носить солнцезащитные очки. Если продюсера не будет что-либо устраивать во внешности будущего поп-идола, он предложит ему сделать пластическую операцию. Живут трейни, а так же многие уже

⁶¹ muz4in.net. 10 ужасающих реалий из мира азиатской поп-музыки [Электронный ресурс]. URL: http://muz4in.net/news/10_uzhasajushhikh_realij_iz_mira_aziatskoj_pop_muzyki/2015-05-23-38440 (дата обращения 19.04.2018)

⁶² Spletnik. Тайны корейского шоу-бизнеса. [Электронный ресурс]. URL: http://www.spletnik.ru/blogs/pro_zvezd/130683_tayny-koreyskogo-shou-biznesa (дата обращения 27.03.2018)

дебютировавшие айдолы до периода выплаты всех долгов агентству в общежитиях, в комнатах по 2-4 человека.

Условия обучения стажёров - самая щепетильная тема в идеализированном мире k-pop'a. Чтобы стать звездой, будущим артистам приходится проходить тяжёлую «военную» подготовку перед своим дебютом. К примеру, стажёрам запрещается пользоваться телефонами, встречаться со своими родителями и друзьями. Сон в среднем составляет 3-4 часа в сутки без выходных, питание один-два раза в день с соблюдением постоянной диеты и ежедневных взвешиваний. В период стажировки к тому же, трейни не получают никакой зарплаты, поэтому чтобы вернуть деньги, потраченные на них агентством, артистам ещё долго нужно будет выступать на концертах и шоу-программах, почти даром, прежде чем начать получать зарплату в полном объёме⁶³. Зачастую, даже став звездами, айдолы зарабатывают больше денег, чтобы компенсировать деньги, которые ушли на обучение с самого раннего возраста. Некоторые подростки делают это, принося в жертву свое школьное образование и социальную жизнь. Одним из таких подростков был Ким Джеджун из группы DBSK, которому приходилось сдавать кровь, чтобы получить мелочь на пропитание и элементарно прожить во времена трейни, а так же искать ночные подработки после тренировок⁶⁴.

При этом, стоит отметить, что фактически трейни остаётся свободным, на отношения любовного характера ещё не накладывается запрет; он так же может проводить время в отчем доме (если тот находится недалеко от агентства, что, правда, является редкостью), в качестве места ночёвки.

Но, даже преодолев период стажировки, заключив контракт агентством, будущие айдолы (те, у кого уже назначена официальная дата

⁶³Вконтакте • Sey Lee • (Zerobelow) Музыкальная индустрия в Корее [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/topic-63520149_30341705 (дата обращения 07.05.2018)

⁶⁴ K-POP.RU 9 айдолы, преодолевших большие трудности [Электронный ресурс]. URL: <http://www.k-pop.ru/article/113173> (дата обращения 05.05.2018)

дебюта) сталкиваются с другими проблемами на пути обретения своего социального статуса.

В течение многих лет Корея славится своими «рабскими контрактами», которые заключают крупные лейблы и молодые исполнители. Согласно этим контрактам, исполнитель не имеет права прекратить сотрудничество с агентством ранее установленного срока (в некоторых случаях он может достигать тринадцати лет), то есть раньше того, как дебютант окупит затраты компании.

В основном все контракты, по сути, выгодны только самим компаниям. Айдолы, которые дебютировали должны платить за тех, кто еще только стажирруется/тренируется (то есть является трейни), тем самым создавая денежный круговорот. Так же, в некоторых компаниях время, потраченное на военную службу или болезнь, не вычитается из количества лет, прописанных в контракте, таким образом, айдол вынужден отработать месяц или год своего отсутствия на сцене. Таким способом лейблы возвращают свои затраты на артистов.

Так же, в любом контракте, любой компании будет прописано про запрет на отношения до дебюта и после⁶⁵. В крупных компаниях допускаются романы, но только через несколько лет после дебюта, дабы не разрушить имидж. В малых лейблах, чтобы избежать разнообразные скандалы, забирают телефоны и выдают раз в неделю или еще реже, а еще могут вовсе не выпускать на улицу, только с разрешения менеджера. Также мелкие компании могут запретить общаться с друзьями и даже с родственниками.

Но, тем не менее, для многих айдалов плюсы контрактов перевешивают минусы, а большинство из них вовсе живут своей мечтой, забывая про свое здоровье и просто трудясь не покладая рук. Дело в том, что

⁶⁵ Spletnik. Тайны корейского шоу-бизнеса. [Электронный ресурс]. URL: http://www.spletnik.ru/blogs/pro_zvezd/130683_tayny-koreyskogo-shou-biznesa (дата обращения 27.03.2018)

идеализированный образ певцов в Южной Корее настолько велик, что сам факт причастности к данной социальной группе перечёркивает всё то негативное, что она за собой несёт. Это подтверждает обширная фанбаза, имеющаяся у каждой поп-группы, с эксклюзивным наименованием, символикой, цветом.

Таким образом, зная обо всех трудностях, которые преодолевает трейни, прежде чем стать айдолом, корейские кумиры ещё больше возвышаются в глазах своих фанатов. Подобный образ «великомученника», показывающего своим примером, что для достижения какой бы то ни было цели нужно совершенствоваться и прилагать все усилия, в глазах подростка становится эталоном, примером для подражания, зачастую излишне романтизируя профессию артиста.

Стоит отметить, что корейская теле-индустрия широко использует в целях получения высоких рейтингов тех или иных программ звёзд корейской поп-индустрии. Трудно найти хоть одно шоу, сериал или рекламу, где бы ни была задействована какая-либо медийная в мире k'pop'а личность. Борьба каналов за рейтинги доходит вплоть до того, что приглашённые ими айдолы запросто могут вести новостные передачи, являясь в роли соведущих, а не просто интервьюируемых гостей⁶⁶. Дело в том, что аудитория фанатов корейской поп-культуры, преимущественно состоящая из подростков, готова смотреть любые теле-передачи, только из-за одного факта присутствия в них своего биса. Поэтому в любом из сообществ в социальной сети «ВКонтакте», посвящённых корейской поп-группе или отдельному исполнителю, обязательно присутствуют целые альбомы с видео-записями тех или иных передач, в которых снимался данный айдол⁶⁷.

В качестве примера, были отобраны несколько самых популярных у русскоязычных фанатов шоу и проанализировано их содержание, с целью

⁶⁶ Вконтакте – группа SHINee ★ Фансаб-группа "Ad acta" [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/ad_acta?w=wall-20176894_305297 (дата обращения: 01.06.2018)

⁶⁷ Вконтакте – CNBLUE | VOICE ★★ Шоу|Мероприятия [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/videos-11552789?section=album_32676361 (дата обращения 12.05.2018)

выяснить какую смысловую нагрузку они несут для своей целевой аудитории. Среди них:

1. Развлекательное шоу «Бесконечный вызов»⁶⁸;
2. Развлекательное шоу «Бегущий человек»⁶⁹;
3. Развлекательное шоу «Молодожёны»⁷⁰;
4. Развлекательное шоу «Здравствуй, малыш!»⁷¹;
5. Передача «Сильное сердце»⁷²;
6. Разговорное шоу «Здравствуйте»⁷³.

Данные развлекательные теле-передачи можно разделить на три группы по принципу деятельности, на которой они основываются: шоу, концентрирующееся на преодолении каких-либо препятствий, семейные шоу и, наконец, разговорные.

К первой группе теле-передач можно причислить такие развлекательные программы как популярное корейское шоу «Бесконечный вызов» и «Бегущий человек». Ведущий «Бесконечного вызова» - Ю Чжэ Сок и другие 6 участников сталкиваются с различными проблемами, от забавных до действительно сложных. При этом, все участники, не смотря на их звёздный статус, в этом шоу равноправны и даже страдают от различных травм и несчастных случаев на съёмках. Несмотря на напряженный график звезд, для зрителей невероятно трогательно видеть, как они выполняют все поставленные перед ними задачи, будь то конкурс спортивного танца, соревнования по аэробике и т.д. Второе шоу – «Бегущий человек» относится к жанру городской «погони». Передача привлекла к себе внимание своим практически несменяемым основным составом звёздных участников: комедиантов, актёров и певцов, которые сталкиваются в различных

⁶⁸ «Бесконечный вызов» («Infinity Challenge», с 2011 – 2017 гг.)

⁶⁹ «Бегущий человек» (Running Man / 런닝맨, с 2010 г. по настоящее время)

⁷⁰ «Молодожёны» («We got married», с 2008 г.– по настоящее время)

⁷¹ «Здравствуй, малыш!» («Hello Baby» (Hangul: 헬로 베이비), с 2009 – 2013гг.)

⁷² «Сильное сердце» («Strong Heart» (Hangul: 강심장, с 2009 – 2013гг.)

⁷³ «Здравствуйте» («Hello Counselor», с 2010г. – по настоящее время)

испытаниях с лучшими артистами Кореи, будь то айдолы, актеры или просто медийные персонажи. Участники и гости оказываются запертыми в различных городских объектах (университет, театр, музей, стадион и т. д.) на неопределённое время, предварительно поделившись на команды, после чего должны наперегонки выполнять различные задания и участвовать в разного рода конкурсах на получение призов.

Таким образом, общим посылом приведённых выше теле-передач является преодоление своих собственных возможностей и поиск выхода из любой даже самой сложной ситуации. Так аудитория на примере участников данных шоу может наблюдать их личностный рост и учиться никогда не сдаваться.

Ко второй группе, так называемых семейных шоу, можно отнести передачи «Молодожёны» и «Здравствуй, малыш». Первая из них показывает жизнь молодой семьи, созданной, преимущественно, из участника мужской и женской айдол-группы, которые случайным образом отбираются на роль мужа и жены. С момента их встречи, они обязуются жить вместе, вести общий семейный быт и выполнять еженедельные задания в конвертах. К таким заданиям может относиться совместное обустройство дома (который они так же, чаще всего получают в ходе выполнения определённой цепочки действий), совместный поход в спортзал, приготовление пиццы, знакомство с родителями. Суть второго шоу заключается в воспитании и заботе о ребёнке одной из популярных айдол-групп. При этом, возраст порученного им на воспитание малыша может варьироваться от возраста грудничка до дошкольника, что значительно усложняет процесс ухода за ним. Данное шоу так же предусматривает выполнение определённых заданий, связанных непосредственно с его темой, но при этом имея негласный характер, т.е. выполнение по мере необходимости (как в примере с посещением парикмахерской или больницы с ребёнком). В основном же программа показывает повседневную жизнь, акцентируя особое внимание на нюансах

ухода за ребёнком (если это младенец, то данный момент включает в себя режим кормления, смену подгузников, купание и прочее), а так же его обучение, если тот достиг дошкольного возраста.

Таким образом, мы видим, что обе эти программы демонстрируют модели поведения в рамках семьи, закладывая базовые ценности и объясняя полезные в быту вещи.

Разговорные шоу в нашем исследовании представлены передачами «Сильное сердце» и «Здравствуйте». «Сильное сердце» - это ток-шоу, представляющее собой своего рода соревнование между 18-20 корейскими знаменитостями, которое заключается в рассказе наиболее интересной истории из жизни, при этом она может быть как весёлой (неловкие ситуации, произошедшие за кадром съёмки), так и грустной (к примеру, повествующей о тяжёлых временах стажёрства). Конечная цель программы заключается в обретении статуса «Сильное Сердце», его получает последний участник в битве историй, который завоевывает симпатии зрителей. Кроме того, что данная передача сближает фанатов с их кумиром, посредством раскрытия ранее неизвестных фактов о нём, она несёт в себе простую мораль о том, что нужно быть искренним и открытым, не стесняться каких-либо глупых, нелепых ситуации, когда-либо произошедших с тобой, а так же учит свою аудиторию состраданию.

И наконец, разговорное шоу «Здравствуйте!». В рамках этого шоу, ведущие и приглашённые айдолы помогают совместными усилиями решить сложные ситуации, которые присылают зрители в студию программы. При этом каждый из приглашённых гостей высказывает своё мнение по поводу заданной проблемы, основываясь на собственных моральных нормах, что так же позволяет фанатам узнать своего кумира лучше и сформировать для себя верное и неверное поведение в обществе.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что развлекательные программы с участием поп-звёзд корейской эстрады несут определённый посыл для своих зрителей, закладывая базовые человеческие ценности и формируя приемлемую модель поведения в социуме. А вот выбор самого шоу для просмотра основывается лишь на присутствии интересующего айдола в нём, что в очередной раз подтверждает ключевую роль последнего в корейской поп-культуре.

2.3. К-роп как новая субкультура

На современном этапе к-роп – не только музыка, он перерос в популярную среди молодежи всего мира субкультуру, движимую интересом к современной южнокорейской моде и стилю. Поэтому, как и участникам любой другой субкультуры, к-роп'ерам присущ ряд отличительных признаков: собственная атрибутика, отличный от других жаргон, поведение. Так, к примеру, услышав разговор двух к-роп'еров, люди, не знакомые с корейской поп-культурой, не поймут его суть, так как тот пестрит сленговыми словечками, иногда образованными от английских терминов, иногда заимствованиями из корейского языка⁷⁴.

Внешне к-роп'еры так же выделяются среди представителей иных субкультур. Часто они носят что-либо из атрибутики того фэндома, к которому они принадлежат: рюкзаки, футболки, браслеты, значки и прочие предметы с символикой любимой группы⁷⁵. Но есть среди них и те, что просто стараются одеваться в том же стиле, что и их кумир, красить волосы в столь же яркие цвета.

В силу того, что целевая аудитория, на которую направлена современная корейская поп-культура – это школьники и студенты (преимущественно девушки), им присущи любопытство и потребность в расширении информации, соответственно, её зарубежные поклонники

⁷⁴ Приложение №1

⁷⁵ Приложение №2

начинают интересоваться самой корейской культурой, которая сильно отличается от любой другой, ведь культура Азии довольно специфична для европейцев. Поклонники культуры Южной Кореи начинают изучать обычаи и традиции этой страны, учат корейский язык, знакомятся с корейцами как в реальной жизни, так и по Интернету, ходят в кафе и рестораны корейской кухни, придерживаются южно-корейской моды, читают произведения корейских писателей и стараются следить за внешнеполитическими отношениями России и Республики Корея.

Возникает резонный вопрос: почему подобной субкультуры не сложилось из обожания звёзд мировой величины или из культа отечественных звёзд эстрады?

Всё дело здесь в тесной связи корейских исполнителей с фанатами. Без них не может существовать ни один артист, они буквально являются неотъемлемой частью мира К-поп. Если бы мы говорили о западных поп-группах, то эту часть спокойно можно было бы пропустить, ведь фанаты по большей части выполняют роль потребителя. Говоря же о к-поп, обойти фанатов совершенно невозможно. Во-первых, потому что к-поп относится к своим поклонникам так же серьезно, как к живому пению, тренировкам и правильному поведению. Во-вторых, потому что фанаты к-поп - многочисленная, хорошо организованная и влиятельная часть индустрии, так же влияющая и на самого айдола, так как мнение фанатов является первостепенным, влияя на рамки личной жизни, поведения, дозволенности в речи звезды.

Фанаты платят членские взносы и приходят на концерты с (атрибутикой группы, к фанклубу которой они принадлежат) надувными шариками и флажками определенного цвета - у каждого фан-клуба свои. Также фанаты тысячами подписывают петиции в защиту любимой группы, пишут письма на ТВ и являются на встречи с любимыми идолами (fanmeets), на которые надо покупать билеты.

Глава 3. Последствия увлечения k-пор'ом для детей подросткового возраста в России.

3.1. Позитивное воздействие на подростков в России

Как и любая субкультура, k-пор оказывает определённое влияние на подростка. Для подтверждения данной гипотезы и формирования наиболее объективного мнения по теме исследования, был проведён он-лайн опрос в социальной сети «ВКонтакте» среди русских фанатов корейской поп-культуры, где все желающие (100 человек) приняли участие, а так же интервью с 5 представителями этой субкультуры. Возрастная категория, на которую были рассчитаны данные виды деятельности, - это школьники 11-17 лет, увлекающиеся k-пор'ом, и молодёжь, присоединившаяся к данной субкультуре в школьные годы.

Для начала мы решили выяснить, какая возрастная категория превалирует среди участников нашего опроса. В ходе анализа результатов было выявлено следующее: наибольший интерес к корейской поп-культуре с последующим вхождением в субкультуру, возникает у детей 14-15 лет⁷⁶, - данный возрастной промежуток охватывает 59% (при этом на 15-тилетних приходится - 34%, а на 14-тилетних – 25%) опрошенных. На третьем месте по численности выступает категория школьников, начавших увлекаться k-пор'ом в 16 лет, их число составляет 17%, а вот категория годом старше чуть менее многочисленна – 12%.

Меньше всего среди k-пор'еров, поучаствовавших в опросе, оказалось детей младшего подросткового возраста: 11-12 лет, от общего количества ответивших, таковых оказалось всего лишь 2%. При этом, заявленный изначально пункт «11 лет» опрашиваемые оставили без внимания, позволив нам сделать вывод, что это слишком ранний возраст для данного увлечения. Подобную тенденцию вполне можно объяснить физиологическими

⁷⁶ Приложение №4, диаграмма 1

особенностями ребят в возрасте от 14 лет, так как именно этот период в жизни подростка отмечен возникновением первых любовных переживаний, и айдол выступает в это время в качестве эталона объекта противоположного пола и первой влюблённости.

В целом, увлечение корейской поп-культурой сказалось на большинстве опрошенных положительно, - только 5%⁷⁷ респондентов не ощутили на себе какого-либо влияния, связанного с вступлением в данную субкультуру. Остальные 95% опрошенных имели возможность выбрать более одного варианта ответа в данном опросе, при наличии у них нескольких занятий, из заявленных в нём. Таким образом, самым популярным увлечением оказалось изучение иностранных языков (49%), фикрайтерство (написание историй о реально существующих людях или известных персонажах из кино, литературы, игр и т.д.) (45%) и занятие музыкой (41%). Танцы, на удивление, оказались менее востребованной деятельностью, в сравнении с предыдущими пунктами, их выбрали 23% опрошенных, а спорт и вовсе – 12%.

Опрошенные в интервью респонденты так же отметили особое влияние их увлечения на свою жизнь.

«Жизнь в корне изменилась! Сейчас я могу не спать ночами, дожидаясь камбека, голосую везде, где только можно за любимых биасов, чтобы они взяли награду. Волнуюсь за них, как за родных мне людей, если узнаю из новостей посвящённого им сообщества что-то, что встревожит меня. Ну, ещё начала узнавать про культуру другой страны и изучать её язык»⁷⁸.

⁷⁷ Приложение №4, диаграмма 2

⁷⁸ Инф. 2. И.П., 2002 г.р., жен., в субкультуре с 14 лет, школьница, февраль 2018 г.

«Активно начала изучать азиатские языки: корейский, китайский... стала много танцевать ещё. Соответственно, времени свободного стало не хватать»⁷⁹.

«Не особо как-то повлияло в плане увлечений, но зато всегда спасает от депрессии»⁸⁰.

«Стала интересоваться музыкой, пытаюсь сочинять собственные песни, но пока это не очень хорошо получается»⁸¹.

«Теперь изучаю корейский и английский язык, параллельно начала писать небольшие истории, фанфики с участниками любимых групп в главной роли. Многие, конечно, говорят, что это не серьёзно всё, но я надеюсь связать своё будущее с культурой этой страны. В идеале - переехать⁸²».

Как мы видим из представленных ответов, почти все участники связывают произошедшие с ними перемены с вхождением в данную субкультуру, считая данное стечение обстоятельств знаковым событием своей жизни.

Увлечение корейской поп-культурой так же повлияло и на внешний вид участников он-лайн опроса. Более 60% респондентов дали утвердительный ответ на этот вопрос, признавшись в том, что стали интересоваться модой и следить за своей фигурой⁸³. Подобное рвение можно напрямую связать с влиянием биаса (любимого айдола) на мировоззрение своих фанатов, так как облик одного тщательно продумывается вплоть до мелочей, компанией, которой он принадлежит. Идеальный внешний вид, присутствие на таких мероприятиях, как «неделя моды в Сеуле», задают определённый тренд для подростков, отслеживающих любые новости о

⁷⁹ Инф. 1. Д.К., 1997 г.р., жен., в субкультуре с 12 лет, студентка, январь 2018 г.

⁸⁰ Инф. 3. К.Б., 1999 г.р., жен., в субкультуре с 16 лет, студентка, апрель 2018 г.

⁸¹ Инф. 4. О.П., 2001 г.р., жен., в субкультуре с 14 лет, школьница, апрель 2-18 г.

⁸² Инф. 5. О.К., 2003 г.р., жен., в субкультуре с 13 лет, школьница, май 2018 г.

⁸³ Приложение №4, диаграмма 3

своём кумире. Особую роль биасу (любимому исполнителю) в становлении себя как личности отводят и 71% участвовавших в опросе российских участников данной субкультуры⁸⁴, а так же респонденты, с которыми было проведено интервью. На вопрос «Есть ли пример для подражания?» (подразумевается корейская поп-звезда), все ответили утвердительно, отметив те черты, что привлекают их в выбранном человеке.

«Конечно, есть! Более того, их несколько. В одном человеке меня впечатляет и воодушевляет независимость от общественного мнения. Умение быть собой. В другом - способность улыбаться, как бы тяжело ни было. В третьем, безграничная трудолюбивость»⁸⁵.

«Естественно. Это Мин Юнги, - как по мне, мы с ним очень похожи. И я хочу так же, будучи никем, со своими трудностями в жизни, достичь своей мечты»⁸⁶.

«BTS. Так как добились так много своими силами, огромным талантом и замечательными характерами, не смотря на то, что из неизвестного (на тот момент) агентства»⁸⁷.

«Да, есть такой человек, на которого я по-прежнему ровняюсь. Он написал множество замечательных песен и его характер – идеален для меня»⁸⁸.

«Конечно, есть. Это довольно известная женская группа Black Pink! Мне очень хотелось бы быть похожей на одну участницу этой группы. Она всегда такая жизнерадостная и у неё отличное чувство юмора. Надеюсь, что стану когда-нибудь похожей на неё»⁸⁹.

⁸⁴ Приложение №4, диаграмма 4

⁸⁵ Инф. 1. Д.К., 1997 г.р., жен., в субкультуре с 12 лет, студентка, январь 2018 г.

⁸⁶ Инф. 2. И.П., 2002 г.р., жен., в субкультуре с 14 лет, школьница, февраль 2018 г.

⁸⁷ Инф. 3. К.Б., 1999 г.р., жен., в субкультуре с 16 лет, студентка, апрель 2018 г.

⁸⁸ Инф. 4. О.П., 2001 г.р., жен., в субкультуре с 14 лет, школьница, апрель 2-18 г.

⁸⁹ Инф. 5. О.К., 2003 г.р., жен., в субкультуре с 13 лет, школьница, май 2018 г.

Приведённые выше цитаты дают нам понять, насколько важной является фигура айдола в этом увлечении для российских подростков. Сценический образ, созданный корейской поп-индустрией, становится для них эталоном поведения в обществе, перенимаются любимые занятия айдола (к примеру, если он хорош в танцах, или считает, что девушки, умеющие танцевать, особо привлекательны в его глазах), прочитываются его любимые книги, изучается его родной язык, дабы иметь возможность посетить другую страну. При этом, исключительно положительный образ биаса может помочь раскрыть в подростке талант к тому или иному делу, поспособствовать привитию позитивных качеств, манер поведения.

К примеру, для всех фанатов корейской поп-культуры известным фактом является так же и то, что многие звезды «корейской волны» жертвуют деньги для детей-инвалидов, посещают больных детей в больницах, поддерживают ЮНИСЕФ, делая пожертвования в фонды, помогающим жертвам наводнений, землетрясений, больных раком и жертвам Корейской войны⁹⁰. Помимо этого, артисты проводят благотворительные концерты и жертвуют часть прибыли от отдельных проектов или концертных туров на другие социально необходимые нужды. Благодаря этому некоторые наиболее активные знаменитости становятся послами различных международных благотворительных организаций, так, к примеру, JYJ стали почетными послами нескольких крупных организаций, в том числе Good Library Project, Саммита по ядерной безопасности, и ЮНЭЙДС.

Естественно, их фанаты не имеют возможностей для выполнения таких социальных функций в обществе, однако, иностранные поклонники Халлю собирают деньги и отправляют их в Корею, где на них покупаются тонны мешков риса (как символ поддержки и уважения), которые звезды жертвуют детским домам и больницам. Так в пример такой благотворительности можно привести акции одной из групп русских фанатов – общая сумма составила

⁹⁰YesAsia Айдолы с горячими сердцами: их добрые дела [Электронный ресурс]. URL: <http://www.yesasia.ru/article/128745> (дата обращения 27.03.2018)

\$910, из которых \$450 шли на поддержку дорамы одного из айдолов, а \$460 – отправили вместе с корейским клубом для благотворительной акции Operating Smile⁹¹.

Подобная акция проводилась совсем недавно, в мае 2018 года, в официальном российском сообществе, посвящённом корейской поп-группе «SHINee» на платформе социальной сети «ВКонтакте». Акция была приурочена к 10-летию данной айдол-группы (25.05.2018), и заключалась в сборе средств для помощи тяжелобольным детям⁹². В результате данного флэш-моба за короткий срок было собрано 62000 р.⁹³ для подопечных фонда «Линия жизни»⁹⁴.

Так же существует и другой своеобразный вид благотворительности - деятельность определенных фанатских групп, которые собираются вместе для создания бесплатного перевода корейских дорам, фильмов, передач и песен. Эти группы людей бесплатно, на основании лишь своего интереса и возможностей переводят множество различных передач и кино-продукцию, тем самым облегчая к ним доступ фанатов, не знающих иностранные языки. Так можно найти различные виды переводов: переводы с субтитрами с оригинальной звуковой дорожкой, переводы с озвучкой (поверх оригинальной звуковой дорожки идет перевод на русский, обычно одно- или двухголосый). В качестве примера можно привести такие русские фансаб-группы как: ⇒ Фансаб-группа | Bangtan Movement | ВМ⁹⁵, Фансаб-группа □АЗАЛИИ□⁹⁶, Фансаб - группа Bears⁹⁷, Фансаб-группа АЛЪЯНС⁹⁸ и многие другие.

⁹¹ Студопедия. Внутри к-попа в России. [Электронный ресурс]. URL: https://studopedia.ru/13_5904_vnutri-k-popa-v-rossii.html (дата обращения 15.05.2018)

⁹² Приложение №6

⁹³ Приложение №7

⁹⁴ Вконтакте – группа shine on you [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/shineonyou25?w=wall-165679607_12 (дата обращения: 05.06.2018).

⁹⁵ Вконтакте – ⇒ Фансаб-группа | Bangtan Movement | ВМ [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/bulletproofboyscouts> (дата обращения 15.05.2018)

⁹⁶ Вконтакте – Фансаб-группа □АЗАЛИИ□ [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/azaleafansub> (дата обращения 15.05.2018)

⁹⁷ Вконтакте – Фансаб - группа Bears [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/fsg_bears (дата обращения 15.05.2018)

⁹⁸ Вконтакте – Фансаб-группа АЛЪЯНС [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/alliancefansub> (дата обращения 15.05.2018)

3.2. Негативное воздействие на подростков в России

Не смотря на кажущуюся яркость, беззаботность и исключительную положительность образов, используемых в корейской поп-культуре, влияние, оказываемое ею на подростков имеет не только позитивные последствия.

Некоторые фанаты с российских сайтов, ведущие блог о Корее, с усердием твердят о том, что «корейская волна» приносит «стране утренней свежести» больше вреда, чем пользы. Дело в том, что через визуальные материалы (фильмы, сериалы, клипы, TV-шоу) у аудитории, на которую они транслируются, создается искаженное представление о нации в целом, так как корейская культура раскрывается через историю, язык, различные традиционные формы искусства и философии, а не через сериалы и поп-музыку, в то время как именно К-рор и драмы являются главными источниками популяризации корейской культуры в мире. Соответственно, складывается ситуация, когда ещё не созревшее психологически поколение фанатов, рисует в своей голове совершенно иную картину жизни в Южной Корее, излишне идеализируя оную и стремясь во что бы то ни стало уехать туда на постоянное место жительства, не думая о сопутствующих этому трудностях. Примером тому может послужить цитата из уже упомянутого нами ранее интервью одной из респонденток.

«...Многие, конечно, говорят, что это не серьёзно всё, но я надеюсь связать своё будущее с культурой этой страны. В идеале - переехать»⁹⁹.

«Понимание культуры приходит из первых рук, от людей, а не из фильмов и драм. Корейская волна продает ложный образ, который покупается многими людьми»¹⁰⁰, – таково мнение автора статьи русскоязычного информационного портала SHOWASIA.

⁹⁹ Инф. 5. О.К., 2003 г.р., жен., в субкультуре с 13 лет, школьница, май 2018 г.

¹⁰⁰ Mimi Column. Корейская волна приносит больше вреда, чем пользы имиджу Кореи// ShowAsia. [Эл. ресурс] URL: <http://www.showasia.ru/article/233405> (дата обращения: 4.11.17)

Активные пользователи сайта «Азия-ТВ», озабоченные данной проблемой, так же пытаются воздействовать на русскоязычных поклонников К-роп'а путём ведения блогов и публикаций своих статей, уделяя особое внимание тому, что, не смотря на складывающуюся в целом позитивную общую картину, фанатам Южной Кореи нужно снять «розовые очки», ведь жизнь любимых героев в драмах и К-роп звезд сильно отличается от жизни простого населения страны. К сожалению, навязанный СМИ позитивный образ не покидает головы поклонниц представителей поп-культуры Республики Корея, в чем состоит главный минус этой субкультуры, так как реальность может нанести некоторый психологический урон неустойчивой психике фанатов.

Двое из пяти респондентов так же назвали проблему с правильным восприятием реальности последствием отрицательного влияния к-роп'а:

«Негативное влияние вижу в идеализировании образов с последующим искажением восприятия реальности»¹⁰¹.

«Излишнее увлечение приводит к жестокому разочарованию в реальности»¹⁰².

Следующим негативным фактором оказалось пагубное воздействие данного увлечения на учёбу опрошенных нами участников субкультуры. Согласно данным опроса, 53% признались, что она по-прежнему не вызывает у них какого-либо интереса¹⁰³. Подобную тенденцию подтвердил и один из интервьюированных респондентов, объяснив такой расклад более приоритетным местом в своей жизни иных занятий, связанных с саморазвитием:

¹⁰¹ Инф. 1. Д.К., 1997 г.р., жен., в субкультуре с 12 лет, студентка, январь 2018 г.

¹⁰² Инф. 2. И.П., 2002 г.р., жен., в субкультуре с 14 лет, школьница, февраль 2018 г.

¹⁰³ Приложение №4, диаграмма №5

«...в том, что моя учёба теперь отошла на второй план, намного интереснее заниматься саморазвитием, искать себя в чём-то...»¹⁰⁴.

Из данного высказывания можно сделать вывод, что учёба для многих участников этой субкультуры становится не просто не интересным видом деятельности, но, скорее, препятствием на пути к поиску себя, раскрытия потенциала в чём-то, что могло выделить их из остальной массы.

Кроме очевидных проблем в учебном процессе, данные интервью так же показали обратную сторону излишней концентрации внимания подростка на своей внешности. Дело в том, что данная тенденция, выраженная в идее внешне походить на любимого айдола, зачастую переходит в одержимость и травмирует психику ребёнка, при невозможности иметь такие же, на его взгляд, идеальные черты лица, фигуру или модные атрибуты, как у корейской поп-звезды:

«Когда я смотрю на них, меня сначала охватывает такая радость, но потом я подхожу к зеркалу и понимаю, что такой мне вряд ли когда-то стать... Наверное, в этом вся проблема – они слишком идеальные»¹⁰⁵.

Из данной проблемы вытекает и общая тенденция к тревожности участника субкультуры, исследованная ранее в работе Л. Г. Ждановой и О.Д. Шрейбер. В своей статье они пришли к неутешительному выводу, заключающемуся в том, что подростки, принадлежащие к данной субкультуре: «менее эмоционально устойчивы, более впечатлительны, более эмоционально возбудимы, им сложнее контролировать свои эмоции и управлять ими, они в большей степени склонны к депрессии».¹⁰⁶ Эту тенденцию мы проследили и в данных интервью наших респондентов.

¹⁰⁴ Инф. 4. О.П., 2001 г.р., жен., в субкультуре с 14 лет, школьница, апрель 2-18 г.

¹⁰⁵ Инф. 5. О.К., 2003 г.р., жен., в субкультуре с 13 лет, школьница, май 2018 г.

¹⁰⁶ Жданова Л. Г., Шрейбер О.Д. «Эмоциональные особенности молодежи, увлекающейся корейской волной» // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XLIII междунар. науч.-практ. конф. № 8(43). – Новосибирск: СибАК, 2014.

«Жизнь в корне изменилась! Сейчас я могу не спать ночами, дожидаясь камбека, голосуя везде, где только можно за любимых биасов, чтобы они взяли награду. Волнуюсь за них, как за родных мне людей, если узнаю из новостей посвящённого им сообщества что-то, что встревожит меня...»¹⁰⁷

Как мы видим, данное состояние излишней возбуждённости, порой, граничит с одержимостью, - медийная персона становится для подростка чем-то большим, чем просто певцом, а интерес к её жизни рассматривается им как должное, что обычно происходит в ситуации с людьми, связанными семейными узами. В результате подросток концентрирует всё своё внимание на чужой жизни, буквально проживая её за другого человека, а не на своей собственной.

¹⁰⁷ Инф. 2. И.П., 2002 г.р., жен., в субкультуре с 14 лет, школьница, февраль 2018 г.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

К-рор - это музыкальный жанр, возникший в Южной Корее и несущий в себе элементы западного электропопа, хип-хопа, танцевальной музыки и современного ритм-н-блюза, появившийся в 1996 году и породивший такое понятие как «корейская волна». Данное явление породило своего рода культ всего корейского среди молодёжи и достигло своего пика в 2012 году с приходом мировой известности к корейскому реперу PSY.

Особенностью корейской поп-культуры является синтез западной и восточной культуры, при сохранении восточного колорита, яркость и идеализация транслируемых образов. При этом ключевой фигурой к-рор'а является айдол – корейская поп-звезда, на которую ориентируются фанаты. Таким образом, создаётся своеобразный культ личности, приводящий к подражанию данной персоне подрастающего поколения, будь то во внешности, манере поведения или определённым особенностям характера.

Как и любая субкультура, к-рор оказывает влияние на подростка. В силу возрастных и психологических особенностей восприятие объекта подражания у подростков отличается от такового у взрослых, подростки воспринимают кумира или объект подражания с максималистических позиций. Все черты характера, привычки, поведение, мысли, идеалы и ценности кумира оцениваются ими только положительно. Такая психическая особенность позволяет им положительно оценивать и усваивать не только достоинства, но и отрицательные черты характера, привычки, пристрастия, а так как в изучаемой нами субкультуре ключевой фигурой является сценический образ айдола, как примера для подражания, стоит учитывать данную особенность подросткового возраста.

В рамках исследования были проанализированы наиболее популярные видеоклипы корейских исполнителей и теле-шоу с их участием, с целью определения заложенного в них послыла. В ходе данного анализа было выявлено, что каждое шоу, помимо развлекательного, несёт в себе нравоучительный характер, закладывая базовые ценности.

Проведённый он-лайн опрос в социальной сети «ВКонтакте» среди российских фанатов k-pop'a, а так же интервью с представителями данной субкультуры, позволил нам дать оценку влиянию, которое оказывает корейская поп-культура на детей подросткового возраста, как положительное, так и отрицательное. К положительным последствиям знакомства с данной культурой можно отнести:

1. всестороннее расширение интересов подростка: изучение иностранных языков (преимущественно корейского и английского), занятие спортом и танцами, написание собственных историй (фикрайтерство), занятие музыкой и т.д.;
2. повышенный интерес к культуре и истории другой страны;
3. помощь в поиске новых ценностей и качеств для участника данной субкультуры, которых ему не хватает в культуре окружающей его (к примеру, толерантности по отношению к людям и культуре других стран, что в дальнейшем поможет улучшению кросскультурных коммуникаций, прививает уважение к старшим, любовь и заботу о ближнем и т.д.);
4. интерес к благотворительности;
5. забота о собственном внешнем виде.

В то время как к отрицательным проявлениям данной субкультуры относятся:

1. искажение восприятия реальности и развитие инфантильности;
2. снижение интереса к учёбе;
3. способствование развитию эмоциональной нестабильности;
4. слепое подражание своему кумиру
5. излишняя концентрация ребёнка на внешности.

Таким образом, к-пор, как и любая другая субкультура, имеет как положительное, так и отрицательное влияние на подростка. С одной стороны, она способствует раскрытию творческого потенциала ребёнка, закладывает определённые общечеловеческие моральные нормы, принятые в обществе, но в то же время, способствует искажению восприятия реальности, развитию инфантильности и запуску учёбы.

Подводя итоги исследования, стоит сказать, что при правильном подходе, увлечение корейской поп-культурой может способствовать всестороннему расширению интересов подростков и становлению здоровой личности.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Источники:

1. «Бегущий человек» (Running Man / 런닝맨, с 2010 г. по настоящее время)
2. «Бесконечный вызов» («Infinity Challenge», с 2011 – 2017 гг.)
3. Вконтакте – ⇨ Фансаб-группа | Bangtan Movement | ВМ [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/bulletproofboyscouts> (дата обращения 15.05.2018)
4. Вконтакте – Фансаб-группа □АЗАЛИИ□ [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/azaleafansub> (дата обращения 15.05.2018)
5. Вконтакте – Фансаб - группа Bears [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/fsg_bears (дата обращения 15.05.2018)
6. Вконтакте – Фансаб-группа АЛЪЯНС [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/alliancefansub> (дата обращения 15.05.2018)
7. Вконтакте – CNBLUE | VOICE ★★ Шоу|Мероприятия [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/videos-11552789?section=album_32676361 (дата обращения 12.05.2018)
8. Вконтакте - Loot4Geek [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/loot4geek> (дата обращения 27.05.2018)
9. Вконтакте – группа SHINee ★ Фансаб-группа "Ad acta" [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/ad_acta?w=wall-20176894_305297 (дата обращения: 01.06.2018)
10. Вконтакте – группа shine on you [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/shineonyou25?w=wall-165679607_12 (дата обращения: 05.06.2018).
11. «Здравствуйте» («Hello Counselor», с 2010г. – по настоящее время)
12. «Здравствуй, малыш!» («Hello Baby» (Hangul: 헬로 베이비), с 2009 – 2013гг.)
13. Инф. 1. Д.К., 1997 г.р., жен., в субкультуре с 12 лет, студентка, январь 2018 г.
14. Инф. 2. И.П., 2002 г.р., жен., в субкультуре с 14 лет, школьница, февраль 2018 г.
15. Инф. 3. К.Б., 1999 г.р., жен., в субкультуре с 16 лет, студентка, апрель 2018 г.
16. Инф. 4. О.П., 2001 г.р., жен., в субкультуре с 14 лет, школьница, апрель 2-18 г.

- 17.Инф. 5. О.К., 2003 г.р., жен., в субкультуре с 13 лет, школьница, май 2018 г.
- 18.Опрос [Электронный ресурс]. URL: https://docs.google.com/forms/d/1j1-6Ma2P7Rv8ogwqnAaM2qlZKJHq34wHkJEPOSvf0Xk/viewform?edit_requested=true (дата окончания 10.05.2018)
- 19.«Молодожёны» («We got married», с 2008 г.– по настоящее время)
- 20.Премия МУЗ ТВ 2013 [Офиц. сайт] [Электронный ресурс]. URL: <http://premia.muz-tv.ru/blog/103/> (дата обращения: 19.01.2018).
- 21.«Сильное сердце» («Strong Heart» (Hangul: 강심장, с 2009 – 2013гг.)
- 22.JaneJ. Billboard: 10 к-поп треков мужских групп вошли в топ-100 лучших песен всех времен. // YesAsia. URL: <http://www.yesasia.ru/article/566302> (дата обращения: 29.05.2018)
- 23.YesAsia. Айдолы с горячими сердцами: их добрые дела. <http://www.yesasia.ru/article/128745> (дата обращения 27.03.2018)
- 24.YouTube. BLACKPINK - '마지막처럼 (AS IF IT'S YOUR LAST)' M/V URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Amq-qlqbjYA> (дата обращения: 08.06.2018).
- 25.YouTube. BTS (방탄소년단) 'DNA' Official MV URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MBdVXkSdhwU&feature=youtu.be> (дата обращения: 08.06.2018).
- 26.YouTube. [MV] SUNMI(선미) _ Gashina(가시나) URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ur0hCdne2-s> (дата обращения: 08.06.2018).

Литература:

1. ВЕСТИ.RU Учёные: подростковый возраст следует продлить до 24 лет [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=2979252> (дата обращения 5.03.2018)
2. Википедия - Кассиопея (фан-клуб) [Электронный ресурс]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Кассиопея_\(фан-клуб\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Кассиопея_(фан-клуб)) (дата обращения 13.02.2018)
3. Википедия – К-поп. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/K-pop> (дата обращения: 17.02.2018)
4. Википедия - PSY [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/PSY> (дата обращения 11.02.2018)
5. Вконтакте • Sey Lee • (Zerobelow) Музыкальная индустрия в Корее [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/topic-63520149_30341705 (дата обращения 07.05.2018)

6. Гармаханов М.Ц. ««Корейская волна» в Китае» // Вестник бурятского государственного университета. - 2015. - №8 – С. 123-126
7. Гармаханов М.Ц. «Политическое и экономическое влияние корейской волны в начале XXI в.» // Вестник бурятского государственного университета. - 2013. - №8 – С. 78-80
8. Дементьева М. А. Роль субкультуры в формировании личности // Человек в мире культуры. - 2015. - С. 41-43
9. Жданова Л. Г., Шрейбер О.Д. «Эмоциональные особенности молодёжи, увлекающейся корейской волной» // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XLIII междунар. науч.-практ. конф. № 8(43). – Новосибирск: СибАК, 2014.
10. Жданова Л.Г. Психологические проблемы периода молодости: учебно-методическое пособие. Самара: ПГСГА, 2012. — 116 с.
11. Иванова А.Ю. Феномен К-поп волны в России: успех и фанаты [Электронный ресурс]. // IV Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум 2012». URL: <http://www.rae.ru/forum2012> (дата обращения: 12.04.2018).
12. Каминченко Д. И. «Новые модели распространения локальных вариантов ценностей массовой культуры: пример Южной Кореи» // Информационное общество. - 2014. - № 5—6 – С. 84-88
13. Катасонова Е.Л. На гребне «Корейской волны» // Азия и Африка. - 2014. - № 4 – С. 69-74
14. Левикова, С.И. Молодежная культура / С.И.Левикова. – 3е изд. – М.: Вузовская книга, 2007. – 360 с.
15. Левикова С.И. Молодежная субкультура. М., 2004. – 608 с.
16. Мари Саммари. «Три поколения кей-поп айдолов». URL: <http://atimemag.ru/music/kpop-evolution/> (дата обращения: 9.11.17.)
17. Михайлик О.Н. Феномен «корейской волны»: синтез Запада и Востока? // Известия Иркутского государственного университета. - 2008. – С. 31-40
18. Мосиенко Л.В. Исследования молодежной субкультуры: аксиологический аспект // ВЕСТНИК ОГУ. – 2011. - №2 (121) – С.236-242
19. Психологи Подростковый возраст [Электронный ресурс]. URL: http://www.b17.ru/dic/podrostkovyy_vozrast/ (дата обращения 02.05.2018).
20. Психология подростка. Хрестоматия.– М.: АНО «Психологическая электронная библиотека», 2008 – 427 с.

21. Сочивко Д.В., Полянин Н.А. Криминальные идеологемы современных молодежных субкультур // Прикладная юридическая психология. - 2009. - № 4. - С. 62-70
22. Студопедия. Внутри к-попа в России [Электронный ресурс]. URL: https://studopedia.ru/13_5904_vnutri-k-popa-v-rossii.html (дата обращения 15.05.2018)
23. Студопедия Новообразования подросткового возраста [Электронный ресурс]. URL: https://studopedia.ru/3_165515_novoobrazovaniya-podrostkovogo-vozrasta.html (дата обращения 05.04.2018)
24. 5psy.ru Современные молодежные субкультуры [Электронный ресурс]. URL: <http://5psy.ru/obrazovanie/sovremennye-molodejnie-subkulturi.html> (дата обращения 02.05.2018).
25. ExpertPsychology Теоретические основы формирования самооценки подростков в процессе постижения рок-музыки [Электронный ресурс]. URL: <http://www.expertpsychology.ru/epsys-580-1.html> (дата обращения 02.05.2018).
26. К-поп Клипы. URL: <http://k-pop1.ru/k-pop/slovar-k-popera.html/> (дата обращения: 11.03.2018).
27. К-POP.RU 9 айдолов, преодолевших большие трудности [Электронный ресурс]. URL: <http://www.k-pop.ru/article/113173> (дата обращения 05.05.2018)
28. muz4in.net. 10 ужасающих реалий из мира азиатской поп-музыки [Электронный ресурс]. URL: http://muz4in.net/news/10_uzhasajushhikh_realij_iz_mira_aziatsoj_pop_muzyki/2015-05-23-38440 (дата обращения 19.04.2018)
29. Model Psychology. Хронологические рамки подросткового возраста, их зависимость от социокультурных условий. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.modelpsychology.ru/tpans-290-1.html> (дата обращения 04.02.2018)
30. Spletnik Поклонники и ненавистники айдолов ч. 1 [Электронный ресурс]. URL: http://www.spletnik.ru/blogs/pro_zvezd/131466_poklonniki-i-nenavistniki-aydолоv-ch-1 (дата обращения 06.03.2018)
31. Spletnik Тайны корейского шоу-бизнеса [Электронный ресурс]. URL: http://www.spletnik.ru/blogs/pro_zvezd/130683_tayny-koreyskogo-shou-biznesa (дата обращения 27.03.2018)
32. TopPsychologia Подростковый возраст и его особенности [Электронный ресурс]. URL: <http://www.toppsychologia.ru/infops-1065-2.html> (дата обращения 04.05.2018)

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение № 1

Словарь К-поп'ера

Айдол – корейский артист, преимущественно певец (синонимы – кумир, идеал).

Трейни – период подготовки стажеров, и самих стажеров в агентствах (музыкальных компаниях). Период трейни включает в себя всевозможные тренировки, уроки по вокалу и танцам, игре на всевозможных музыкальных инструментах изучение иностранных языков, актерского мастерства. Конечная цель трейни - стать айдролом.

Камбэк – любое возвращение исполнителя на сцену после небольшого перерыва, с новым клипом или альбомом.

Халлю – корейская волна, понятие, относящееся к распространению современной культуры Южной Кореи по всему миру (телесериалы, поп-музыка, кухня, мода, язык и прочее). Термин был придуман в Китае в середине 1990-х пекинскими журналистами, которых удивляла быстрорастущая популярность корейской индустрии развлечений и корейской культуры в Китае.

Фандом (фэндом) – сообщество фанатов по всему миру. Каждый фанклуб корейских групп уникален, имеет своё название, лейбл, порядки и правила, ластик – светящаяся палочка для концертов, а так же цвет. Например: группа **Big Bang** имеет фэндом с названием «V.I.P», их официальные цвета жёлтый и чёрный.

Дорама (от англ. *drama*) – корейские телесериалы. Несмотря на название, драмы выпускаются в различных жанрах – романтика, комедия, детективы, ужасы и т.п. В России дорамами называют также японские, китайские, тайваньские и гонконгские сериалы.

Мембер – так называют каждого участника группы, от слова «member».

Биас – данное понятие означает любимчика, того, кто большего всего нравится из группы.

Макнэ (Маннэ) – самый младший участник в группе. Так как в Корее жесткая, иерархическая система в отношениях между людьми, то макнэ обычно выполняет всю самую грязную работу за остальными. Он должен уважительно относиться к старшим, но в свою очередь и старшие должны помогать, оберегать и заботиться о нём.

Вижуал – самый красивый участник группы, его еще называют «лицо группы».

Эгё (эгё) – понятие, означающее «супер очарование». Представляет собой милое, детское поведение.

Нетизен – это человек, точнее виртуальное лицо, постоянно обитающее в Интернете, гражданин интернет-сообщества. Нетизены представляют собой целую армию с мгновенной реакцией на все последние новости.

Приложение №2

Изображение 1 – Лайстики с символикой корейских поп-групп;



Изображение 2 – Браслеты с названиями к-рор групп.



Приложение №3

Участник k-поп группы SHINee в роли соведущего новостной программы от 29.05.2018.



Приложение № 4

Диаграмма №1

В каком возрасте вы стали увлекаться к-рор'ом?

100 ответов

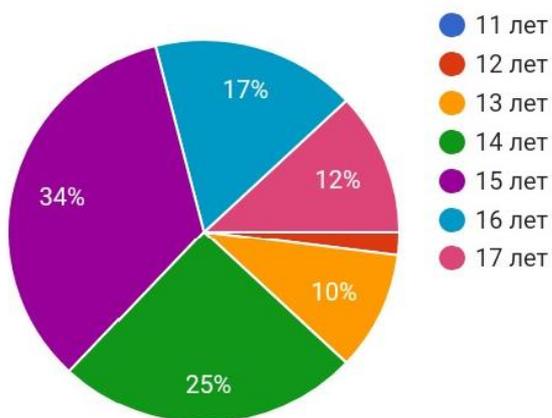


Диаграмма №2

2. Как повлияло на вас увлечение корейской поп-культурой в целом?

100 ответов



Диаграмма №3

3. Стали ли вы больше внимания уделять своей внешности (следить за фигурой, интересоваться модой и т.д.)?

100 ответов

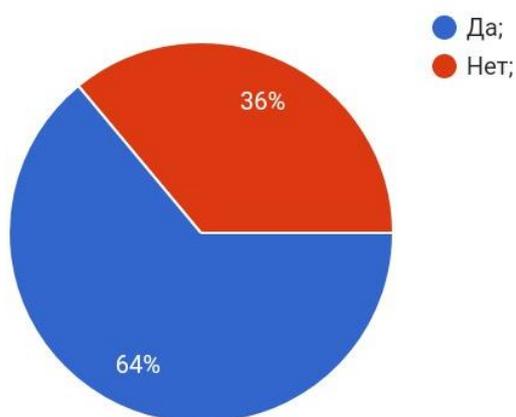


Диаграмма №4

4. По вашему мнению, пример биаса изменил ваше мировоззрение?

100 ответов

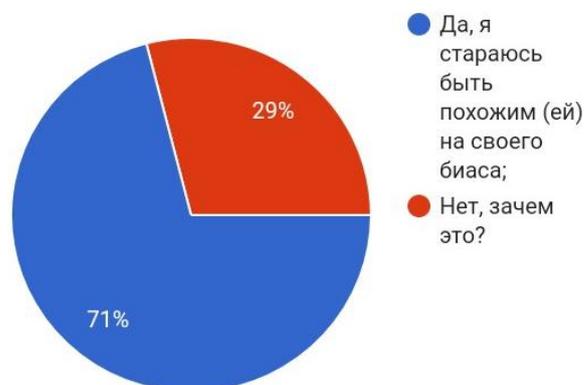
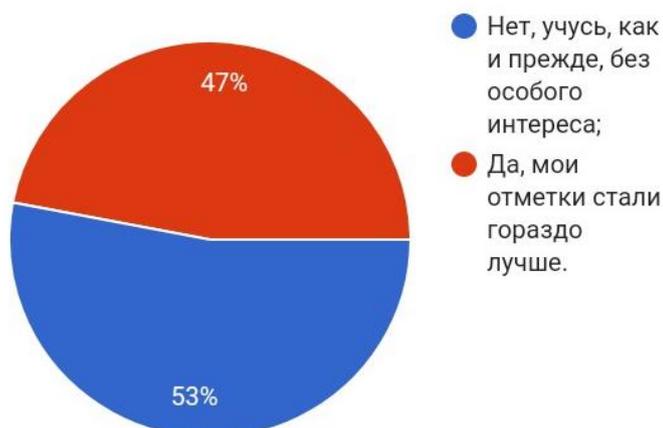


Диаграмма №5

5. Стали ли вы усерднее учиться?

100 ответов



Приложение №5

Опросный лист для интервью с k-роп'ерами.

1. Год рождения?
2. Возраст вхождения в субкультуру?
3. Что привлекло в субкультуре?
4. Каким образом увлечение повлияло на жизнь?
5. Есть ли примеры для подражания? Что в них привлекает?
6. В чём видит отрицательное влияние?

Интервью 1

Год рождения	1997
Возраст вхождения в субкультуру?	12 лет
Что привлекло в субкультуре?	Танцы
Каким образом увлечение повлияло на жизнь?	«Активно начала изучать азиатские языки: корейский, китайский... стала много танцевать ещё. Соответственно, времени свободного стало не хватать».
Есть ли примеры для подражания? Что в них привлекает	«Конечно, есть! Более того, их несколько. В одном человеке меня впечатляет и воодушевляет независимость от общественного мнения. Умение быть собой. В другом - способность улыбаться, как бы тяжело ни было. В третьем, безграничная трудолюбивость».
В чём видит отрицательное влияние	«Негативное влияние вижу в идеализировании образов с последующим искажением восприятия реальности».

Интервью 2

Год рождения	2002
Возраст вхождения в субкультуру?	14 лет
Что привлекло в субкультуре?	Необычная музыка и тексты песен
Каким образом увлечение	«Жизнь в корне изменилась! Сейчас я могу не спать ночами, дожидаясь

повлияло на жизнь?	камбека, голосуя везде, где только можно за любимых биасов, чтобы они взяли награду. Волнуюсь за них, как за родных мне людей, если узнаю из новостей посвящённого им сообщества что-то, что встревожит меня. Ну, ещё начала узнавать про культуру другой страны и изучать её язык».
Есть ли примеры для подражания? Что в них привлекает?	Естественно. Это Мин Юнги, - как по мне, мы с ним очень похожи. И я хочу так же, будучи никем, со своими трудностями в жизни, достичь своей мечты.
В чём видит отрицательное влияние	«Излишнее увлечение приводит к жестокому разочарованию в реальности».

Интервью 3

Год рождения	1999
Возраст вхождения в субкультуру	16 лет
Что привлекло в субкультуре?	«Яркость и непохожесть на русскую попсу».
Каким образом увлечение повлияло на жизнь?	«Не особо как-то повлияло в плане увлечений, но зато всегда спасает от депрессии».
Есть ли примеры для подражания? Что в них привлекает	«BTS. Так как добились так много своими силами, огромным талантом и замечательными характерами, не смотря на то, что из неизвестного (на тот момент) агентства».
В чём видит отрицательное влияние	«Какое негативное влияние, если это спасает от будничной серости?»

Интервью 4

Год рождения	2001
Возраст вхождения в субкультуру?	14 лет
Что привлекло в субкультуре?	Невероятно трудолюбивые и талантливые исполнители

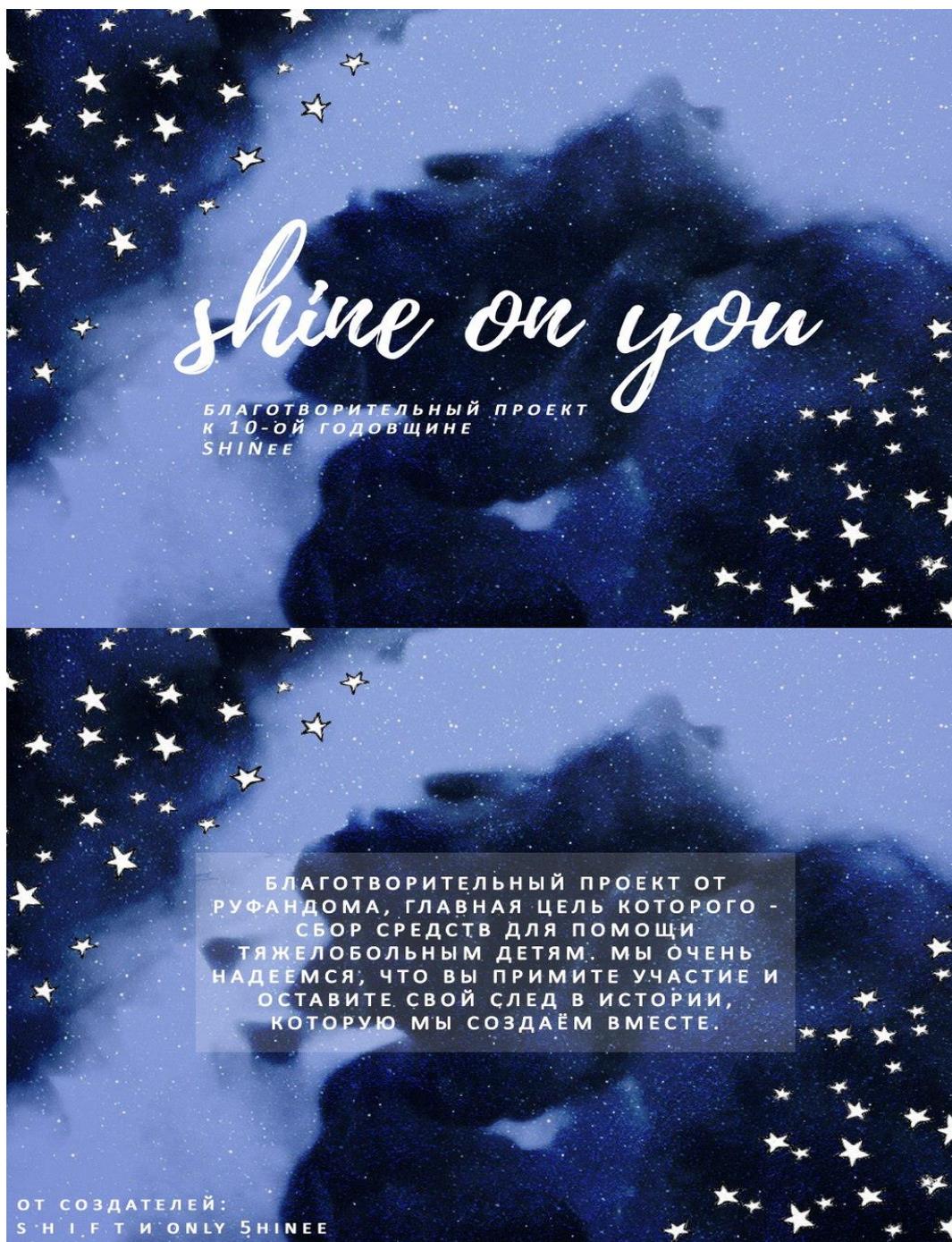
Каким образом увлечение повлияло на жизнь?	«Стала интересоваться музыкой, пытаюсь сочинять собственные песни, но пока это не очень хорошо получается».
Есть ли примеры для подражания? Что в них привлекает?	«Да, есть такой человек, на которого я по-прежнему ровняюсь. Он написал множество замечательных песен и его характер – идеален для меня».
В чём видит отрицательное влияние	«Скорее всего, в том, что моя учёба теперь отошла на второй план, намного интереснее заниматься саморазвитием, искать себя в чём-то...».

Интервью 5

Год рождения	2003
Возраст вхождения в субкультуру?	13 лет
Что привлекло в субкультуре?	Яркие образы, внешность исполнителей
Каким образом увлечение повлияло на жизнь?	«Теперь изучаю корейский и английский язык, параллельно начала писать небольшие истории, фанфики с участниками любимых групп в главной роли. Многие, конечно, говорят, что это не серьёзно всё, но я надеюсь связать своё будущее с культурой этой страны. В идеале - переехать».
Есть ли примеры для подражания? Что в них привлекает?	«Конечно, есть. Это довольно известная женская группа Black Pink! Мне очень хотелось бы быть похожей на одну участницу этой группы. Она всегда такая жизнерадостная и у неё отличное чувство юмора. Надеюсь, что стану когда-нибудь похожей на неё».
В чём видит отрицательное влияние	«Когда я смотрю на них, меня сначала охватывает такая радость, но потом я подхожу к зеркалу и понимаю, что такой мне вряд ли когда-то стать... Наверное, в этом вся проблема – они слишком идеальные».

Приложение №6

Благотворительный проект «Shine on you», приуроченный к 10-тилетию группы SHINee.



Приложение №7

Благодарственное письмо участникам благотворительной акции



Благодарственное письмо

Группе SHINee и SHINee World из стран СНГ

Благотворительный фонд спасения
тяжелобольных детей «Линия жизни»
благодарит вас за поддержку
деятельности Фонда.
Ваше пожертвование в размере
62 000 рублей будет потрачено на лечение
подопечных Фонда.

Спасаем детей вместе!

Фаина Захарова
президент
благотворительного фонда спасения
тяжелобольных детей «Линия жизни»