

КИМ СУК ЯНГ

# К-РОР

ЖИВЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ,  
ФАНАТЫ, АЙДОЛЫ И МУЛЬТИМЕДИА



Издательство АСТ  
Москва

УДК 785(519.5)  
ББК 85.318(3)  
К40

**Suk-Young Kim**  
**K-POP Live: Fans, Idols, and Multimedia Performance**  
Английское издание опубликовано Stanford University Press

All rights reserved. This translation is published by arrangement with Stanford University Press, www.sup.org

Все права защищены.

Ни одна часть данного издания не может быть воспроизведена или использована в какой-либо форме, включая электронную, фотокопирование, магнитную запись или иные способы хранения и воспроизведения информации, без предварительного письменного разрешения правообладателя.

Для оформления обложки фотоматериалы предоставлены фотобанком  
Getty Images (Astrid Stawiarz / Stringer/ Gettyimages.com)

Перевод с английского  
*Натальи Ивановой*

К40 **Ким, Сук Янг.**

К-POP. Живые выступления, фанаты, айдолы и мультимедиа /  
Ким Сук Янг : [пер. с англ. Н. Ивановой]. — Москва : Издательство  
АСТ : Кладезь, 2019. — 368 [16] с : ил. — (MUSIC LEGENDS & IDOLS).

ISBN 978-5-17-115162-1 (ООО «Издательство АСТ»)

ISBN 978-1-50-360503-9 (англ.)

Вы когда-нибудь задумывались, почему К-поп стал таким популярным? Как за очень короткое время сумел выйти на мировые сцены и завоевать сердца фанатов со всего земного шара?

В своей книге автор, специалист по культуре Азии, объясняет этот феномен и его влияние на современную медиаиндустрию, а также живо и доступно рассказывает о самих айдолах, об их взаимодействии с фанатами, СМИ и социальными сетями.

«К-POP. Живые выступления, фанаты, айдолы и мультимедиа» — настоящая находка не только для поклонников корейских исполнителей, но и для всех меломанов, интересующихся внутренней кухней музыкального мира.

**УДК 785(519.5)**  
**ББК 85.318(3)**

ISBN 978-5-17-115162-1  
ISBN 978-1-50-360503-9 (англ.)

© the Board of Trustees of the Leland  
Stanford Junior University, 2018  
© ООО «Издательство АСТ», 2019

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> . . . . .	<b>6</b>
Что такое К-рор? . . . . .	13
Почему понятие «живой» имеет важное значение для К-рор. . . . .	17
Понятие «жизнеспособность» — корейская версия?. . . . .	26
Примечания по этнографии . . . . .	32
Главы . . . . .	34
 <b>ИСТОРИЗАЦИЯ К-РОР.</b> . . . . .	 <b>39</b>
Идеология в К-рор: поколение Телепузиков, Поколение лайков и медиатрайбализм . . . . .	43
Технологическое осуществление «жизнеспособности»: цифровая экономика, цифровое проектирование . . . . .	61
 <b>К-РОР МУЗЫКА. ОТ ЖИВОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ К СОЦИАЛЬНЫМ СЕТЯМ.</b> . . . . .	 <b>80</b>
Шоу музыкальных К-рор чартов и значение прямой трансляции . . . . .	84
 <b>СИМУЛЯЦИЯ «ЖИВОГО» В МУЗЫКАЛЬНЫХ К-РОР КЛИПАХ</b> . . . . .	 <b>138</b>
Отголоски ревью, Мотауна и Бродвея в «Twinkle» . . . . .	144
К-рор и Бродвей — счастливые партнеры-любовники . . . . .	149
Флэпперы и «Twinkle» как «сжатый мюзикл» . . . . .	158
Шоу продолжается... . . . .	168
«Who You?» на обочине исполнительского искусства . . . . .	169

<b>ЗВЕЗДЫ-ГОЛОГРАММЫ ПРИВЕТСТВУЮТ ЖИВУЮ АУДИТОРИЮ. . . . .</b>	<b>186</b>
Кlive, театр голограммы и реконструкция тела . . . . .	193
<b>ЖИВЫЕ КОНЦЕРТЫ К-РОР МУЗЫКИ И ИХ ЦИФРОВЫЕ ДВОЙНИКИ . . . . .</b>	<b>229</b>
Цифровые фантомы на живой сцене: тур Made группы BIGBANG в 2015 году . . . . .	234
«Живое» на фестивале культуры KCON: аффективный труд и мягкая сила Кореи. . . . .	254
<b>ПОСЛЕСЛОВИЕ . . . . .</b>	<b>277</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ . . . . .</b>	<b>281</b>
<b>БЛАГОДАРНОСТИ. . . . .</b>	<b>292</b>
<b>ПРИМЕЧАНИЯ. . . . .</b>	<b>296</b>
<b>ПРОЦИТИРОВАННЫЕ РАБОТЫ. . . . .</b>	<b>345</b>

*For Miles, the Rising Star*  
*Майлзу, восходящей звезде*

# ВВЕДЕНИЕ

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

*Билл Майерр*

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

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

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

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

рых сейчас привычнее следить на 2D-пиксельных экранах ТВ, компьютеров или мобильных телефонов.

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

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

Итак, если мы допускаем, что экосистему К-рор составляет цифровая медиасреда, почему же тогда мы начали эту книгу с описания живого концерта? Почему в заголовке книги мы разместили определение «живой» рядом с К-рор, таким образом

давая понять, что концепция «живой» и производное от него слово «жизнеспособность» станут основными темами в книге?

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

Такой интерес к «живой» природе К-роп культуры вызван не только увеличением количества живых концертов К-роп музыки. В основном книга затрагивает более теоретические исследования «жизнеспособности» как технологической, идеоло-



гической и эмоциональной модели, в которой живые существа (люди) взаимодействуют с другими живыми существами и неодушевленными предметами в цифровой век. Мы живем в эпоху, когда вовлечение в общественные отношения происходит за счет цифровых технологий — с их помощью мы отправляем SMS-сообщения, участвуем в видеочатах или погружаемся в виртуальную реальность. В этом высокомультимедийном окружении понятие «живой» становится вопросом нашего образа жизни. С одной стороны, мы становимся объектами, подверженными влиянию мультимедиа, живем во фрагментарном мире, изолированные друг от друга технологическими чудесами, с другой — тоскуем по чувству сопричастности и интерактивному живому общению, которое и называем жизнью. К-роп как раз является тем основным средством, с помощью которого можно объяснить этот парадокс: в основном мы воспринимаем его как цифровую музыку, которая постоянно сопровождается идеей живого шоу.

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

Пока исполнители отдыхали после напряженного танцевального номера, на экране стали появляться увеличенные изображения звезд, как бы компенсируя зрителям, сидящим далеко от сцены, невозможность хорошо разглядеть их лица. Один за одним каждый участник группы с любовью пристально смотрел

в камеру, прямо в глаза зрителям — казалось, будто каждый сам стоял за камерой. Исполнители протягивали руки, касаясь ладони видеооператора, а через это касание — руки каждого зрителя, трансформируя 2D-экран в эмоциональный интерфейс, благодаря которому тысячи анонимных зрителей на концерте внезапно испытали близость контакта со звездами, подобную той, какую могут испытывать при общении самые близкие друзья.

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

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

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

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

Таким образом, опосредование живых представлений не только фантомный пережиток прошлого, но и катализатор для формирования впечатлений живого взаимодействия в режиме здесь и сейчас. Пример тактильной иллюзии во время живого концерта *ЕХО* показывает, как работает интерфейс, созданный двойными силами. Это явление Антонен Арто назвал «*виртуальностью возможного — всего того, что уже существует в материальном мире*»

[13]. Мы живем в мире, в котором стерты границы между обществом и коммерцией, виртуальным и материальным, локальным и глобальным. В этой книге мы рассмотрим исторические, социальные и культурные причины, почему К-роп культуре удалось обеспечить возможность глобального соединения в погоне за сохранением «живого участия» как особого вида человеческого контакта в конкретной медиасреде [14].

Я попытаюсь показать в этом процессе, как различные проявления «жизнеспособности», в том числе «живость» (liveliness), создают диапазон способов коммуникации и установки контактов между людьми как важного условия существования. Подобно бессознательному процессу дыхания, о котором мы редко задумываемся, но от которого постоянно зависим, ощущение жизни возникает в процессе живого общения, когда ты реально убеждаешься, что еще жив. В этой книге я буду следовать предложению Дэниела Сэка выйти за пределы перестановки сопresentствующих на перформансе зрителей и исполнителей, которое является основополагающим аспектом в обычных обсуждениях концепции «живой»:

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

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

в эпоху цифровых технологий, когда продвижение технологий все больше превращается в самоцель — в конечную цель.

## ЧТО ТАКОЕ К-POP?

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

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

К-рор устрашает!.. Если бы я была артисткой в Корее, я бы нервничала. Популярность музыки развивается быстрыми темпами. Успех песни может ограничиваться неделей... Вы столько сил вкладываете в создание песни — а ей предстоит так быстро состариться. Корейцы заточены на появление новых песен

каждую неделю, и в моем представлении это — самое трудное испытание. Постоянно выдавать популярные хиты, потому что вам в затылок дышат сотни конкурентов, а продолжительность жизни песни так коротка. Это довольно тяжело [17].

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

Тот, кто хочет добиться успеха в К-рор, должен кардинально изменить свой образ жизни на заре совершеннолетия [18]. Новых кандидатов для музыкальных групп находят через агентство управления талантами, которое в корейском мире развлечений обычно выполняет функции тренингового центра по обучению К-рор, а временами еще и студии звукозаписи. Эти молодые люди добровольно отказываются от личной жизни и подчиняются правилам компании. Самые меньшие жертвы, на которые они готовы пойти, — это отказаться от сотовых телефонов. Они уходят из семей, чтобы жить со своими потенциальными товарищами по команде в условиях тотального контроля менеджеров и преподавателей. Они охотно утрачивают личную свободу и целеустремленно занимаются вокалом и хореографией, учат иностранные языки и отрабатывают правила этикета, чтобы подготовиться к успешному дебюту. Они постоянно обучаются, пребывая в полной неизвестности, день за днем, ночь за ночью, обычно уделяя сну от 4 до 6 часов, иногда вообще отказываясь от него, и не теряют надежды, что упорная работа и самопожертвование позволят им превратиться из никому не известных учеников в мегазвезд [19]. Они готовятся штурмовать сцены на просторах всей Азии и завоевать сердца зрителей за пределами континента. Их песни можно услышать на городских площадях

Парижа, Лондона, Буэнос-Айреса, Лимы, где их лояльные фанаты организовывали флешмобы, таким образом выражая властям просьбу разрешить их айдолам посетить их города с концертом [20].

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

В более широком смысле *К-поп* — это аббревиатура для корейской популярной музыки, которая включает все жанры поп-музыки, зародившейся в Южной Корее. Этот термин впервые прозвучал в 1995 году на гонконгском медиаканале *V* — он обозначал музыкальные клипы, которые они снимали. Очевидно, он был создан по аналогии с термином *J-поп*, широко приме-