





## Вступ л е н и е

Попытка раскрыть секрет  
феномена BTS

Переломный момент в развитии музыкальной индустрии Кореи наступил в первой половине 1990-х годов с появлением Seo Taiji & Boys<sup>1</sup>. Песни из просто популярных мелодий стали превращаться в явление, близкое к американской поп-музыке по уровню современности и концептуальности. Во второй половине 1990-х годов начала формироваться полноценная систематизированная музыкальная индустрия. В начале XXI века корейская поп-музыка вышла за узкие рамки внутреннего спроса на мировой рынок и получила новое имя — кей-поп/ к-рор<sup>2</sup>. **Внутри этого нового музыкального жанра возникло два ключевых явления, которые можно назвать феноменами.** Во-первых, это, конечно же, песня Gangnam Style Сая<sup>3</sup> (2012 год) — самый известный мировой хит за всю историю корейской поп-музыки, который стал вирусным и вызвал появление бума вокруг к-рор. Во-вторых, это феномен Bangtan Sonyeondan<sup>4</sup>, или BTS, о котором я и намереваюсь говорить в этой книге. При появлении чего-либо нового люди всегда ищут этому самое понятное, простое и чёткое объяснение. Я прекрасно понимаю логику, которой они руководствуются. И так как моя задача и заключается в проведении анализа подобного нового явления, я постараюсь по возможности дать ему понятное и точное объяснение. Однако изучение, преподавание музыки, а также работа музыкальным критиком научили меня тому, что возможность досконального и точного анализа таких явлений — вещь зачастую нереальная. Безусловно, у любого явления в массовой культуре есть определённые причины, приведшие к его появлению,

---

1. Популярная южнокорейская группа, существовавшая в 1992-1996 гг. (материалы Википедии: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Seo\\_Taiji\\_and\\_Boys](https://ru.wikipedia.org/wiki/Seo_Taiji_and_Boys)). Здесь и далее примечания переводчика, если не оговорено иное.

2. Далее по тексту к-рор.

3. Psy, кор. 싸이 («Сай») — южнокорейский исполнитель и автор песен, продюсер, основатель агентства P Nation (прим. науч. ред.).

но их никогда нельзя объяснить целиком с позиций логики. Условия, в которых эти феномены возникают, как правило, поддаются логическому разбору, но при этом велика вероятность того, что саму сущность этих явлений не объяснить парой слов или одним-двумя предложениями, так как она слишком сложна и имеет много уровней. И так называемый феномен BTS именно такой.

Чем выделяются BTS? В чём суть их феномена? О чём говорит нам их успех?

Люди часто задают подобные вопросы, ведь я много времени посвятил исследованию музыки и деятельности BTS. Возможно, это вас разочарует, но в своей книге я намеренно не даю чётких и прямых ответов на такие вопросы. Более того, я искренне рекомендую вам не верить людям, которые говорят, что знают точные и окончательные ответы на них. Объяснения, интерпретации (и в чём-то заблуждения) относительно того, чем выделяются BTS и в чём секрет их успеха, безусловно, у каждого будут свои — в зависимости от человека, его специализации или интересов. К сожалению, насколько мне известно, на сегодняшний день не выходили исследования, в которых должным образом проводился бы анализ сути феномена. Всё оттого, что концентрируемся на результатах успеха группы и не берём во внимание весь творческий процесс и тот путь, который она прошла. BTS достигли своего успеха не в одночасье и не по мановению волшебной палочки. Успех их стал результатом всего того, через что группе пришлось пройти от самого дебюта до сегодняшнего дня.

В этой книге я предлагаю рассмотреть путь группы начиная с 2014 года, когда она развернула активное наступление на американский музыкальный рынок, а также с различных точек зрения проанализировать феномен BTS, который группа создавала совместно с фанатами.

И я считаю, что этот процесс нужно начать с прослушивания музыки, вникания в мировоззрение группы, а не с громоздких объяснений или анализа. Люди легко забывают, что BTS — в первую очередь музыканты. В итоге любой анализ сводится к обсуждению количества записей, денег или достижений. Подобные рассуждения инте-

ресны, но нередко в них теряется суть и они оказываются пустыми. BTS — музыканты, и главный секрет их притягательности и успеха кроется именно в их музыке и выступлениях, однако немногие готовы основательно и глубоко погрузиться в изучение их музыки. Музыкальный анализ — слишком абстрактная и сложная вещь, и считается, что музыка айдолов не требует настолько серьёзного отношения. Эта книга предлагает искать ответы на все вопросы непосредственно в музыке группы. Однако речь идёт не о бесцельном прослушивании. Если не знать историю и современное развитие популярной музыки, не чувствовать схожесть и различия с ней, не рассматривать феномен музыки BTS в рамках общемировых трендов, а не только k-поп, то невозможно будет легко ответить на все «почему» и «зачем». Именно в постоянном изучении и критическом анализе музыки и заключена моя роль.

Большая часть книги посвящена всестороннему анализу 16 альбомов<sup>4</sup>, записанных участниками группы. Такая структура может быть неудобна читателям, но для меня это естественный и безболезненный выбор. Чтобы написать эту книгу, я заново прокрутил всю и так заслушанную дискографию BTS, вновь на бесконечном повторе слушал все студийные альбомы ребят, все отдельные записи и сольные альбомы и заново проанализировал всю их деятельность. Нередко случалось, что я настолько погружался в песню, что в голову не шли никакие мысли. Однако я, стараясь с позиций музыкального критика тщательно проанализировать, в чём смысл и притягательность этих песен, одновременно с этим стремился и к тому, чтобы книга могла стать путеводителем для тех, кто столкнулся с музыкой BTS впервые, и поэтому, переслушивая песни вновь и вновь, старался найти новые подходы. С этой точки зрения моя книга является сборником критических заметок, обзоров и аннотаций. Здесь есть ответ на вопрос, как эта группа достигла таких сенсационных вершин. Естественно, о таком не расскажешь в двух словах или даже двух предложениях; понять такое можно только благодаря изучению всех песен, текстов и шагов группы на её пути к успеху. Я ни в коем случае не лукавлю.

Было бы замечательно, если бы вы, читая мою книгу, взяли свои любимые колонки или наушники и заново открыли для себя музыку

---

4. Имеется в виду количество альбомов на момент написания книги и её публикации в 2019 году (прим. науч. ред.).

BTS и отследили их творческий путь. Вы также сможете сравнивать свои ощущения от музыки с виденьем музыкального критика. И наконец, я надеюсь, что к моменту, когда вы перевернёте последнюю страницу этой книги, у вас будет ответ на вопрос, в чём же кроется секрет успеха BTS и их суть.

«Пьёшь тёплый чай и смотришь на Млечный Путь...»<sup>5</sup>

Февраль 2019 года, Сиэтл, США  
Ким Ёндэ, музыкальный критик

---

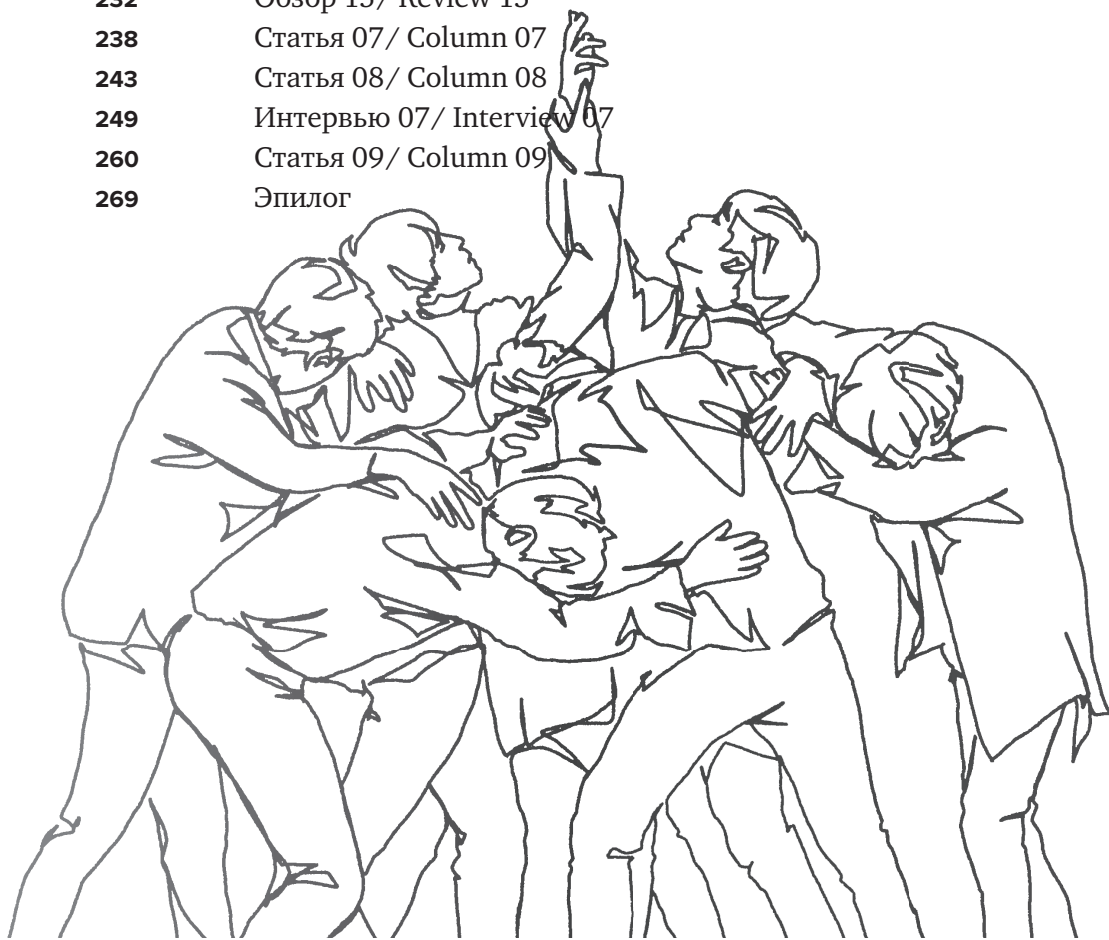
5. Цитата из песни BTS «Magic Shop», вышедшей в альбоме LOVE YOURSELF 轉‘TEAR’ в 2018 году.

# О г л а в л е н и е

4	Вступление
10	<b>ЧАСТЬ 1</b>
	<hr/>
12	Статья 01/ Column 01
18	Обзор 01/ Review 01
24	Обзор 02/ Review 02
32	Обзор 03/ Review 03
41	Статья 02/ Column 02
48	Обзор 04/ Review 04
58	Обзор 05/ Review 05
67	Интервью 01/ Interview 01
76	<b>ЧАСТЬ 2</b>
	<hr/>
78	Статья 03/ Column 03
90	Обзор 06/ Review 06
96	Обзор 07/ Review 07
102	Обзор 08/ Review 08
106	Интервью 02/ Interview 02
116	Обзор 09/ Review 09
124	Обзор 10/ Review 10
138	Интервью 03/ Interview 03
148	Интервью 04/ Interview 04

---

160	Обзор 11/ Review 11
168	Статья 04/ Column 04
177	Интервью 05/ Interview 05
184	Обзор 12/ Review 12
190	Обзор 13/ Review 13
198	Статья 05/ Column 05
205	Интервью 06/ Interview 06
218	Обзор 14/ Review 14
224	Статья 06/ Column 06
232	Обзор 15/ Review 15
238	Статья 07/ Column 07
243	Статья 08/ Column 08
249	Интервью 07/ Interview 07
260	Статья 09/ Column 09
269	Эпилог





— Часть 1 —

ХИП-ХОП-АЙДОЛЫ

---

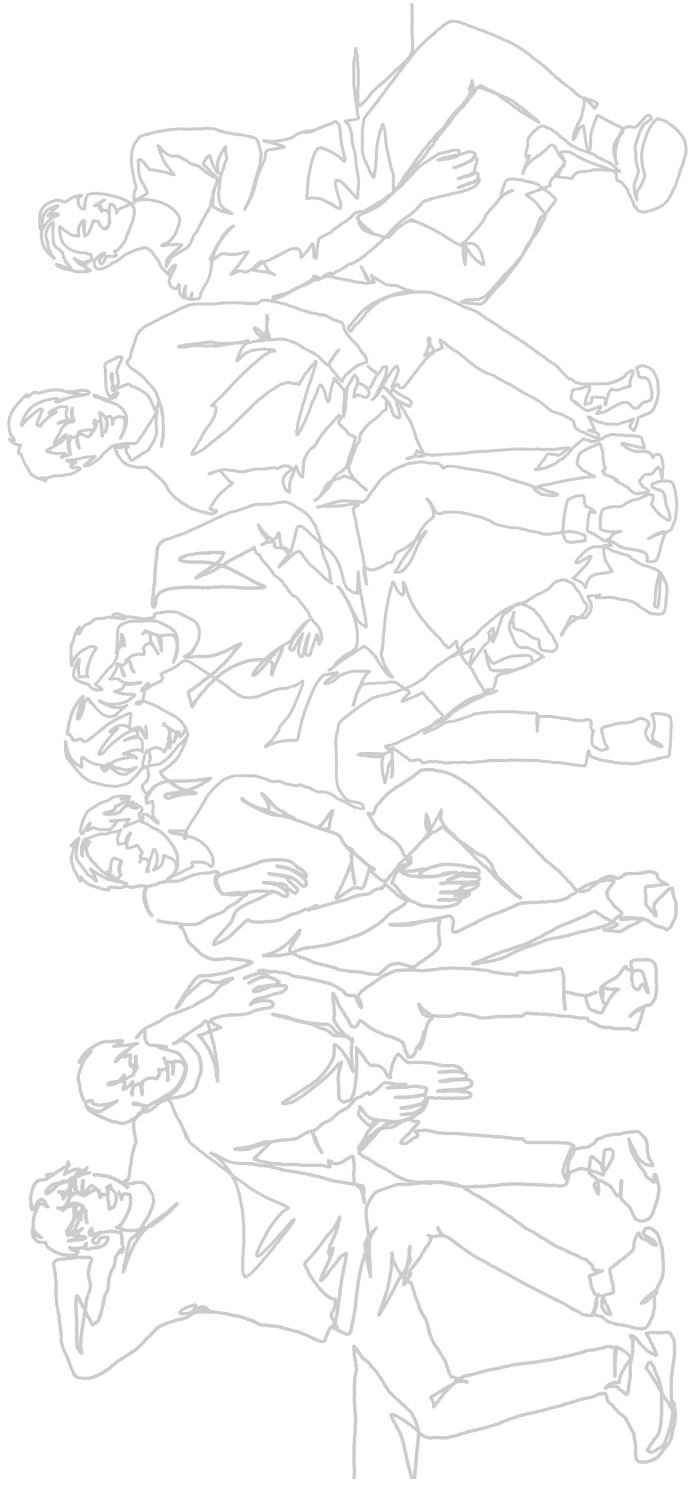
BTS

---

В этой части представлен анализ значения BTS как хип-хоп-айدолов для истории корейской поп-музыки. Временные рамки охватывают период с KCON-2014, который стал начальным этапом становления феномена BTS, и их раннее творчество.

---

# BTS: THE REVIEW



Феномен BTS, впервые проявившийся на фестивале KCON-2014

Сегодня, в 2019 году, BTS покорили весь мир популярной музыки. Суть их феномена можно объяснять по-разному. Однако для истории корейской популярной музыки, или k-поп, наибольшее значение, несомненно, имеет момент, когда с победы BTS в альбомных чартах журнала Billboard началось их вторжение на североамериканский музыкальный рынок. Можно вспомнить немало примеров, демонстрирующих достижения корейской поп-музыки на мировом музыкальном рынке. В первой половине 2000-х годов k-поп ворвался на международную музыкальную арену, и в первую очередь надо отметить успехи артистов БоА (BoA)<sup>1</sup> и Пи<sup>2</sup> (Rain) на этом поприще. Так, первые достижения БоА после внедрения продуманной стратегии локализации продукта показали направление, в котором нужно развиваться индустрии k-поп. К этим же явлениям относится и бум вокруг k-поп, вызванный популярностью айдол-групп, и мода на кавер-дэнс, охватившие весь мир после 2010 года. В качестве яркого примера, несомненно, можно назвать песню Сая Gangnam Style с его так называемым «танцем на лошадях». Песня, ставшая самым вирусным корейским хитом, распространившимся повсеместно. Однако ничто из этого не сравнится по значимости с феноменом BTS, что с 2017-го вышел на мировой уровень. Феномен BTS в ряде моментов отличается от привычной картины популяризации k-поп, возникшей на волне моды на Халлю<sup>3</sup>. Во-первых, это региональное отличие. Как правило, явления Халлю распространяются через страны восточной Азии — Корею, Китай и Японию, — достигают региона ЮВА<sup>4</sup>, а затем уже в гораздо меньших масштабах появляются в странах Европы, Южной и Северной Америки. С BTS всё произо-

1. Южнокорейская сольная исполнительница, дебютировавшая в 2000 году. Является самой известной сольной певицей в Южной Корее и в Японии (*прим. науч. ред.*).

2. Южнокорейский певец, автор песен, продюсер, актер. Псевдоним Пи происходит от корейского «비» — «дождь» (*прим. науч. ред.*).

3. Международный феномен распространения корейской развлекательной поп-культуры, «корейская волна».

4. Юго-Восточной Азии

шло ровно наоборот: они были горячо приняты в главной империи поп-музыки — США, и эта реакция послужила толчком к росту их популярности в Азии и Южной Америке. Эту ситуацию невозможно было предугадать: популярность, приобретённая в Штатах, стала тем фитилём, который поджёт интерес к группе внутри Кореи; впервые в истории к-рор возникла такая «обратная реакция», «ре-импорт» в собственную страну.

Вторым отличием является беспрецедентно прочная поддержка мирового фандома, на которой зиждется успех группы. Как правило, популярность явлений Халлю или исполнителей к-рор сначала появлялась в сериалах, а затем переходила в музыкальную сферу. В обоих случаях эта популярность строилась на интересе со стороны узкого круга фанатов.

Однако успех BTS не связан с «сериальными» традициями, он является полностью «музыкальным» феноменом, и этой особенностью группа обязана мощной поддержке со стороны АРМИ (A.R.M.Y.)<sup>5</sup> — своего крайне сплочённого фан-клуба. Сами АРМИ, о которых мы ещё поговорим, позиционируют себя как фанатов именно BTS, а не к-рор в целом. Настолько сильную преданность группе до недавнего времени среди к-рор-фанов было практически не найти.

**В Корее историю BTS изображают как историю Золушки, говоря, что они в одночасье стали известными суперзвёздами.** Однако с момента их дебюта было видно, что в ребятах заложен потенциал, который позволит им стать звёздами мировой величины. Истоком этой тенденции стал к-рор-фестиваль KCON, проходивший летом 2014 года в Лос-Анджелесе, США. Там случилось невообразимое. Выступавшие на фестивале абсолютные BTS, чьё название никому ни о чём не говорило, были необычно горячо встречены американскими к-рор-фанами. Конечно, этот приём нельзя сравнить с реакцией на выступления таких суперзвёзд к-рор, как G-Dragon<sup>6</sup>, Girl's Generation<sup>7</sup> или IU<sup>8</sup>, однако публика приветствовала BTS очень оживлённо и горячо. Это заметил не только я. Радужный приём, оказанный группе американскими фанатами, моментально привлёк внимание зарубежной прессы, начиная

5. Название фан-клуба A.R.M.Y. означает армию и символизирует, что группа и её поклонники всегда вместе — как бронезилеты («пантхан/бантан/bantang» в названии группы переводится как «пуленепробиваемый») и военные. Также эту аббревиатуру расшифровывают как «Adorable Representative M.C. for Youth» («очаровательный представитель ЭмСи для молодёжи»).

6. Южнокорейский певец, рэпер, композитор, а также участник и лидер группы BIGBANG (прим. науч. ред.).

7. Популярная южнокорейская женская группа в составе 8 человек, сформированная компанией SM, одна из ярчайших представительниц Халлю (прим. науч. ред.).

8. Южнокорейская сольная певица, модель и актриса, обладательница титула «Богиня Халлю» (прим. науч. ред.).

с журнала Billboard. Вернувшись с фестиваля, я, рассказывая о том, как встретили группу, написал в своих обзорах для прессы и в постах в соц-сетях, что это был ни с чем не сравнимый восторг, такого давно не случилось в k-поп-сообществе, и что я почувствовал, будто стою на пороге новой эпохи. Действительно так и было.

Рассмотрим один примечательный факт. В 2014 году BTS были не просто новичками, они являлись единственной айдол-группой, которую продвигала недавно созданная небольшая компания BigHit, не крупное влиятельное агентство из «большой тройки» — SM, JYP, YG, которые продвигают и популяризуют k-поп-исполнителей за рубежом.

Основателем BigHit стал бывший продюсер и композитор из JYP Бан Шихёк, и конечно же он принёс с собой ряд ноу-хау в ведении музыкальных проектов и музыкальном производстве, однако, в отличие от детищ крупных агентств, которые с момента дебюта пользуются благожелательностью журналистов, группа была встречена прессой прохладно. Прошло немало времени, прежде чем у группы возник огромный фан-клуб в Корее и их везде стали горячо принимать. Кроме того, 2014 год, когда BTS впервые были тепло приняты в США, был годом расцвета k-поп, вызванного всё ещё пользовавшейся огромной популярностью Gangnam Style Сая. IU только что заняла трон королевы k-поп, Girl's Generation и BIGBANG<sup>9</sup> находились на пике своей популярности, а EXO<sup>10</sup> курсировали между Кореей и Китаем и постепенно превращались в k-поп-звёзд мировой величины. Примерно в это же время на сцену вышли В.А.Р<sup>11</sup>, Block B<sup>12</sup> и другие мужские и женские коллективы со схожей хип-хоп-концепцией, что привело к ожесточённой конкуренции, выделиться на фоне которой было очень непросто. Понятно, что нельзя было предугадать, что BTS подойдут американскому рынку и станут всемирно известны.

Однако американские фанаты быстро обратили на BTS своё внимание. Это было неожиданно, с какой стороны ни посмотри. Состав

---

**9.** Хип-хоп-группа в составе четырёх человек под управлением компании YG, обладатель титула «Короли корейской музыки» (*прим. науч. ред.*).

**10.** Изначально корейско-китайский, впоследствии южнокорейский бой-бенд под управлением компании SM, состоящий из 9 участников (*прим. науч. ред.*).

**11.** Мужская группа в составе 6 человек под управлением компании TS. Была расформирована в 2019 году (материалы Википедии: <https://ru.wikipedia.org/wiki/В.А.Р>) (*прим. науч. ред.*).

**12.** Южнокорейская мужская группа в составе 7 человек, сформированная компанией Stardom. На данный момент не продвигается, однако официально не расформирована. (материалы Википедии: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Block\\_B](https://ru.wikipedia.org/wiki/Block_B)) (*прим. науч. ред.*).

группы изначально не предполагал ни продвижения в Штатах, ни мировой популярности; особенно это становится заметно в сравнении с проектами крупных агентств, где задействованы глобальные ресурсы и в состав участников входят либо иностранцы, либо корейцы, проживающие в Америке. Кроме того, BigHit были маленькой компанией, и, несмотря на наличие собственных наработок и ноу-хау в сфере музыки, они не имели возможностей подготовить необходимые условия для планомерного завоевания американского рынка, соответствующего плана и поддержки местных влиятельных промоутеров и массмедиа. Если говорить о новых тенденциях в хип-хопе, то одной из них был формат айдол-групп, исполняющих хип-хоп. Этот формат многие называли сырым, не видя его потенциал. И корейские СМИ не обратили внимания на BTS, посчитав их очередной проходной группкой и не заметив, что имеют дело с новым крупным явлением, из-за жесточайшей конкуренции, царившей на айдол-сцене в первой половине 2010-х годов. Однако их настоящий потенциал смогли разглядеть американские музыкальные СМИ и фаны, не имеющие таких предубеждений. В количественном отношении их было немного, однако их вклад оказался решающим.

Рассмотрим деятельность BTS в США в 2014 году. За несколько месяцев до открытия фестиваля KCON группа сыграла своеобразный «партизанский» концерт для своих фанов в Лос-Анджелесе в маленьком зале Troubadour, вмещавшем около 200 человек. К-рор тяготеет к роскоши и большим пространствам, а здесь всё было камерным, что скорее ассоциируется с инди-музыкой, но при этом накал страстей, как рассказывают, был крайне мощным. Конечно же, успех в музыке начинается не с роскоши или крупных масштабов. BTS выступили в маленьком зале перед горсткой фанов, в атмосфере близости и доверия возникли искренность и «скиншип»<sup>13</sup>, что и проявилось через какое-то время на KCON.

На встречах с фанами и сцене театра состоялось первое появление будущих АРМИ, носивших чёрные маски и подобранную по цвету одежду.

Эта душевная атмосфера распространилась и на встречи фанов, состоявшиеся на следующий год в Северной и Южной Америке.

<sup>13</sup>. Физический контакт (без интимного подтекста) — например, держаться за руки, обниматься и т. п.

Через несколько лет они станут важнейшей поддержкой феномена BTS. В мире k-поп-айدолов сложно найти пример подобных отношений в инди-стиле, основанных на неискоренимой связи «верха и низа» и укрепляющих успех группы. BTS, не имея ни единой записи на английском, появились на американском музыкальном рынке и привлекли к себе внимание в качестве k-поп-группы нового поколения. И через два года, когда группа появилась как хедлайнер шоу на KCON, проходившем на огромной арене в «Стейплс-центре», стадион огласился приветственными криками. Эти восторги предвосхитили первое американское турне BTS, которое состоялось в следующем году.

Если вы пристально наблюдали за развитием событий в те дни, вы могли немного раньше и в довольно неожиданных местах увидеть намёки на то, что BTS ждёт в Америке беспрецедентно горячий приём.

Имя BTS стало известно всему мировому фан-сообществу благодаря реалити-шоу с участием группы BTS American Hustle Life<sup>14</sup>, которое транслировалось в Корею на одном из кабельных каналов в 2014 году.

Авторы программы хотели привлечь внимание корейских фанатов к новой хип-хоп-группе, показав, как движимые одной только страстью неопытные и искренние новички впервые ступили на американскую землю, где с ними стали заниматься и сотрудничать известные рэперы, о встрече с которыми раньше можно было только мечтать. Анализируя с высоты сегодняшнего дня это шоу, можно сказать, что, несмотря на зрелищность, оно было обречено на провал среди корейских любителей музыки, и особенно в хип-хоп-сообществе. Фанаты хип-хопа, свято верящие в его превосходство, не могли увидеть ничего, кроме жалких попыток со стороны какой-то танцевальной айдол-группы имитировать хип-хоп-артистов. На самом деле в «Энергичной жизни BangTan в Америке» на основе исторических жанровых, региональных, расовых особенностей хип-хопа с высокой точностью передан истинный дух этого музыкального направления. Ещё раз отмечу, в этом шоу стремились показать корейским фанам искреннюю страсть к хип-хопу со стороны участников BTS. Однако неожиданно реакция оказалась обратной. Программа была воспринята корейской аудиторией как что-то карикатурное и в итоге привлекла интерес не

---

**14.** На русский язык название шоу переведено как «Энергичная жизнь BangTan в Америке».