

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.

Перевод с английского
Натальи Ивановой

Ким, Сук Янг.

К40 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

ВВЕДЕНИЕ	6
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
ИСТОРИЗАЦИЯ К-РОР.	39
Идеология в К-рор: поколение Телепузиков, Поколение лайков и медиатрайбализм	43
Технологическое осуществление «жизнеспособности»: цифровая экономика, цифровое проектирование	61
К-РОР МУЗЫКА. ОТ ЖИВОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ К СОЦИАЛЬНЫМ СЕТЯМ.	80
Шоу музыкальных К-рор чартов и значение прямой трансляции	84
СИМУЛЯЦИЯ «ЖИВОГО» В МУЗЫКАЛЬНЫХ К-РОР КЛИПАХ	138
Отголоски ревю, 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

ЗВЕЗДЫ-ГОЛОГРАММЫ ПРИВЕТСТВУЮТ ЖИВУЮ АУДИТОРИЮ.	186
Klive, театр голограммы и реконструкция тела	193
ЖИВЫЕ КОНЦЕРТЫ К-РОР МУЗЫКИ И ИХ ЦИФРОВЫЕ ДВОЙНИКИ	229
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
ПОСЛЕСЛОВИЕ	277
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	281
БЛАГОДАРНОСТИ.	292
ПРИМЕЧАНИЯ.	296
ПРОЦИТИРОВАННЫЕ РАБОТЫ.	345

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