

Как справедливо отмечает М. Кузнецов: Отличительной чертой современных информационных, прежде всего мультимедийных, технологий является их способность не только производить некий предназначенный для употребления продукт, но и, что гораздо важнее, оказывать косвенное влияние на пользующегося ими человека, меняя его представления о самом себе...[2]

То есть, исходя из рассуждения, можно утвердить, что благодаря цифровым технологиям, люди научились смотреть на себя и свои проблемы со стороны, получили способность рефлексировать. И в этом есть огромная роль цифровых технологий, мультимедийного экрана, в частности.

А значит, как и для сельских домов культуры, так и для всей сферы культуры в целом важно следовать и учиться принимать нововведения и работать с ними. Ведь именно человеческий фактор вместе с цифровыми технологиями поможет развивать и идти вперед, открывая новые границы для всей сферы культуры.

Жарненко Е.Н., студент 102 группы
дневной формы обучения

Научный руководитель – Кнатько Ю.И.,
кандидат культурологии, доцент кафедры

К-РОР КАК РЕВОЛЮЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ПОП-КУЛЬТУРЕ

Рост популярности k-rop как жанра вызывает массу вопросов и является актуальным поводом для научной дискуссии. Ключевым вопросом сегодня является следующий: в чём заключается секрет популярности k-rop? И чтобы дать на него ответ, в первую очередь следует обозначить особенности, характерные для исследуемого жанра.

K-pop (сокращённое от Korean pop) – музыкальный жанр южнокорейского попа, включающий в себя элементы R'n'B, западного электропопа и хип-хопа [1]. В дальневосточной культуре существуют аналогичные жанры, такие как: j-pop (Japanese pop), c-pop (Chinese pop), t-pop (Thai pop). Но большей популярностью и распространением пользуется именно k-pop.

На своей родине k-pop – это не просто музыкальный жанр, а целая индустрия. Для поиска будущих артистов снимаются шоу, открываются агентства. Артистов данного жанра принято называть «idol», или райская птица, экзотический цветок. Артист или «idol» становится настоящими предметом поклонения, культа.

Южнокорейскому обществу присуща состязательность, или агональность. Истоки этого явления связаны с иерархичностью и социальной стратификацией общества. Огромная конкуренция в университетах, на рабочих местах создаёт условия для стремления к самосовершенствованию людей. Важно отметить, что корейцы чрезвычайно восприимчивы к чужому мнению, и эта особенность корейской культуры помогает «айдолам» занимать первые места во всевозможных шоу и находится довольно долгое время на первых позициях чартов.

Необходимо подчеркнуть особую роль агентств, продвигающих молодые таланты. Прежде чем стать идиолом для своих поклонников будущий артист должен пройти прослушивание или кастинг. В зависимости от результата агентство может заключить или не заключить контракт. Если же результат оказался положительным, тогда будущая звезда становится «trainee», что в переводе с английского означает стажёр. Юные стажёры с этого момента начинают усиленно прорабатывать свои вокальные навыки, оттачивают свою гибкость, изучение иностранных языков. Всё это осуществляется благодаря агентствам, в которых существует целый штаб преподавателей в различных направлениях. В среднем период стажировки от

2 лет до 7. Но в истории k-рор существуют айдолы, стажировка которых длилась меньше года, например: Вууп Ваекхууп (Бён Бэкхён) солист популярной группы «EXO». Его стажировка длилась всего 4 месяца. Одна из самых длинных стажировок была у такого артиста, как G-Dragon. Его стажировка длилась 11 лет. Период стажировки артиста заканчивается дебютом.

К-рор культура – это всегда идеальная картинка, именно поэтому, даже будучи стажёром, артисты вынуждены соответствовать стандартам. Черты лица, телосложение, причёска, костюмы – всё должно быть безупречно.

Южнокорейская индустрия дифференцирована крупными музыкальными компаниями. Каждое агентство имеет свой уникальный концепт. Например, одна из крупных компаний «SM Entertainment» славится потрясающим вокалом; «JYP Entertainment» известна как компания с самой сложной, но впечатляющей хореографией. Компания «HYBE labels», или «Big Hit Entertainment» дало старт одной из самых популярных групп – «BTS». Бойзбэнд считается легендой k-рор. Они не раз бывали на первых позициях «Billboard Music Awards». Многие южнокорейские артисты благодарят их за то, что теперь корейский поп смогут услышать все. Так об этом говорят артисты гёрлзбэнда «Twice»: «Мы никогда не думали, что К-рор будет так популярен, но «BTS» проложили путь и дали возможность нам стать более известными» [2]. Именно агентство решает, когда будет дебютировать стажёр, и выйдет ли он на сцену вообще. Этот процесс напоминает конвейер. Поэтому одной из важнейших претензий к k-рор как к молодежному музыкальному движению, является его шаблонность.

Появившись как музыкальный жанр, k-рор со временем превратился в масштабную субкультуру, которая распространилась по всему миру. В 1990-х гг. начинается зарождение «корейской волны» или «халлю». Данный термин начал использоваться в среде пекинских журналистов, описывающий процесс быстрого распространения современной южнокорейской поп-

культуры. «Прорывом» становились группы, которые ломали стереотипы и внедряли новые жанры. Первопроходцами «халлю» стали артисты из группы «Solid» – южнокорейское R'n'B и хип-хоп трио. Первый их альбом не получил должного внимания, так как общество не привыкло к американскому звучанию, что вызвало некоторое отторжение. Тогда трио поменяли свою тактику и выпустили альбом с треками, в которых смешались корейская мелодия и американский бит. Именно эта вариация пришлась по вкусу корейским слушателям.

В становлении k-поп огромную роль сыграли «Seo Taiji and Boys». Их выступление стало феноменом в южнокорейской музыкальной поп-индустрии. Они ввели новый жанр – рэп. После выступления в телешоу артисты начали набирать популярность. Их сингл «I know» стал излюбленным треком радиостанций. «Seo Taiji and Boys» обрели популярность в кратчайшие сроки: всего за выходные. Известно, что южнокорейская культура довольно консервативна, чем и вызывает у молодёжи потребность в отдыхе, отвлечении от строгих правил. Именно эту особенность и использовала группа, внедрив в свое творчество неординарный стиль одежды, музыки, поведения.

Настоящей революцией в поп-музыке стал трек артиста PSY – «Gangnam style». В 2012 году клип к данной песне в кратчайшие сроки побил все рекорды видеохостинга «Youtube». Именно это событие можно считать отправной точкой небывалого подъёма популярности k-поп музыки. Ни для кого не секрет, что вирусный припев звучал отовсюду. Хотя многие и не знали конкретных слов песни, но это не помешало набрать на данный момент 4.3 миллиарда просмотров. Клип стал одним из самых просматриваемых видеороликов, что доказывает факт влияния социальных сетей на распространение k-поп. В то же время этот трек можно считать одним из кич-примеров массовой культуры. Хотя раннее творчество групп «BTS» и «EXO» можно отнести именно ко второму уровню массовой культуры – мид-

культуре, так как оно сочетало в себе черты традиционной и популярной культуры.

Численность поклонников и фан-клубов k-поп артистов становится всё больше, следовательно, более конкретно определяется и целевая аудитория. В первых альбомах артистов иллюстрируется типичный лирический герой, соответствующий образу самих участников: школьник, который страдает от неразделённой любви, но в то же время бросает вызов всем стандартам и клише. Его также можно назвать бунтарем-идеалистом. Постепенно он превращается из школьника в довольно смыслёного молодого человека. В некоторых клипах артистов начинают появляться символические образы: например, в начале клипа «Young Forever» участники группы будто заперты в клетке и эта клетка олицетворяет рамки, в которые их запирает современное общество, но уже в конце клипа все освобождаются от оков, оставляя все свои ошибки позади. Кроме трансформации героев, меняется и качество самого видеоконтента. Видеоролики становятся более красочными, хореография более запоминающейся, а тексты треков продуманы до мелочей.

Популяризации южнокорейской поп-музыки способствовало разнообразие соцсетей, в которых фанаты могут общаться между собой, обмениваться впечатлениями и, непосредственно, поддерживать своих кумиров. У фанатов возникает потребность в сопричастности с прекрасным: они начинают разучивать хореографию из клипов, постят это в своих аккаунтах, тем самым продвигают любимую группу; делают различные мастер-классы, связанные со сценическим макияжем «айдола» и др. Именно социальные сети помогают расширять фан-базу, что продвигает k-поп как отдельную субкультуру, имеющую свой язык, особенности внешнего вида, уникальную модели поведения и др. Наибольшую популярность данная субкультура получает в Латинской Америке, США и Европе, а сегодня развивается и в странах СНГ.

Феноменальный коммерческий эффект создаёт синтез k-поп с киноискусством [3]. Айдолы снимаются в фильмах, которые являются актуальным средством их популяризации, привлекая внимание не столько из-за содержательной стороны произведения, сколько из-за огромной фан-базы артистов.

Но, как и у практически любого социокультурного явления, у k-поп движения есть ряд критиков. Зачастую эту субкультуру критикуют за образ мальчиков андрогинного типа. Это противоречит традиционному восприятию мужчины, поэтому традиционные, консервативные государства, например такие, как Китай, выступают против продвижения бойзбэндов среди своего населения.

Таким образом, можно сделать вывод, что k-поп является революцией в современной поп-музыке, так он заложил основы для формирования и широкого распространения нового жанра, популяризировал направление «coverdance», переформатировал и популяризировал южнокорейскую массовую музыкальную культуру, с одной стороны, открыв ее миру, но с другой, сохранив ее национальный колорит.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. К-поп [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.m.wikipedia.org/wiki/К-поп> – Дата доступа: 16.03.2022.
2. ОМК: Let's KCON with Kalen! («TheEllenShow») / Youtube: видеохостинг. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=u2leQ13GRq4> – Дата доступа: 14.03.2022.
3. Титкова, Н.Е. К-поп как феномен современной массовой культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-pop-kak-fenomen-sovremennoy-massovoy-kultury/viewer> – Дата доступа: 16.03.2022

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЦИОНАЛЬНОГО ПОДХОДА К ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩИМ ТЕХНОЛОГИЯМ

Здоровье человека — тема для разговора достаточно актуальная для всех времен и народов, а в XXI веке она становится первостепенной. Состояние здоровья общества вызывает серьезную тревогу специалистов. Наглядным показателем неблагополучия является то, что здоровье людей ухудшается по сравнению с их сверстниками двадцать или тридцать лет назад. При этом наиболее значительное увеличение частоты всех классов болезней происходит в возрастные периоды, совпадающие с получением высшего образования [1].

Изменения, которые происходят в образовательном пространстве, не столь очевидно и быстро проявляются как, например, результат удачно сделанной операции. Но такова особенность большинства профилактических и психолого-педагогических (воспитательных, в широком смысле) воздействий: отдельные малозаметные сдвиги в состоянии организма, физиологических и психологических процессах, личностных структурах, накапливаясь, приводят в результате к уже заметным изменениям. То же в случае патогенных факторов, характерных для системы образования: их почти незаметное каждодневное воздействия на студентов и педагогов приводят к постепенному истощению ресурсов здоровья, появлению сначала пограничных, а за тем клинически выраженных