

## Молодежная субкультура К-рор как социальный феномен: на примере представителей фандома группы "BTS"

Научный руководитель – Рязанова Татьяна Александровна

*Бахова Ксения Андреевна*

*Выпускник (бакалавр)*

Новосибирский государственный технический университет, Факультет гуманитарного образования, Кафедра социально-массовых коммуникаций, Новосибирск, Россия

*E-mail: bakhovaksenia@icloud.com*

*В данной статье молодежная субкультура рассматривается, как социальный феномен на примере субкультуры К-рор. Представлены результаты социологического исследования представителей Российского фандома Корейской К-рор группы «BTS».*

Актуальность темы данной работы определяется тем, что в настоящее время среди современной Российской молодежи все чаще отмечается увлечение различными молодежными субкультурами. Субкультура содержит в себе различные интересы, которые могут быть связаны с музыкальными вкусами, стилем одежды, сексуальными предпочтениями и многим другим. Субкультуры стремятся к изоляции от массовой культуры. В первую очередь, это вызвано происхождением субкультур, стремлением отделиться от основной культуры, противопоставить ее субкультуре. Входя в протест с основной культурой, субкультуры могут носить агрессивный и иногда даже экстремистский характер.

Молодёжные субкультуры зародились в 50-х годах 20-го столетия. Долгое время, их практически не изучали социологи, а иногда, даже игнорировали вообще. Считалось, что это аномалия, патология, девиация, которая должна была иметь временный характер. В каждой стране субкультуры проявлялись по-своему. Свое начало субкультура берет в США, а именно в Лос-Анджелесе и Нью-Йорке. Субкультуры развиваются в других странах путем глобализации. Так, например, наиболее популярными примерами среди субкультур являются поп-культура, панк, рок, металл, ди-джеинг культур [1. С. 102]. Рассмотрим подробнее субкультуру К-рор, которая растет и развивается с каждым днем.

Название «К-рор» произошло от словосочетания «Корейская поп-музыка». К-рор является не только музыкальным жанром, он перерос в популярную среди молодежи всего мира субкультуру «к-поперов», которая движет интересом молодежи к современной корейской моде, стилю и сериалам, которые в Корее называются дорамами [2.].

К-рор имеет черты субкультуры, например, свой сленг, стиль, культуру поведения, нормы и стандарты, ценности, увлечения и интересы, культура Кореи и кухня. Стандартный путь включения в субкультуру К-рор такой же, как и в других субкультурах в настоящее время - через различные социальные сети.

Таким образом, субкультура «к-поперов» является новым формирующимся молодежным явлением и имеет большой потенциал. Также данная субкультура формирует новые ценности, традиции, увлечения, вкусы, тягу к знанию корейского языка, в изучении которого нужно будет приложить немало усилий, развивает сочувствие и сострадание, приучает к благотворительности. Для кого-то она может являться стилем жизни. Касаясь данной субкультуры можно сказать, что она помогает молодежи найти свой творческий путь. Именно поэтому появилась необходимость в проведении социологического исследования, направленного на выявление распространенности феномена К-рор культуры на территории России и его особенностей.

Данное исследование было проведено в мае 2018 года. Респондентами явились фанаты Корейской поп-группы BTS (участники соответствующей группы, функционирующей в соц. сети "ВКонтакте"). Метод исследования - анкетный опрос. В анкетировании приняли участие 155 человек, значительную долю респондентов (26%) составили лица женского пола. Возрастные группы респондентов выглядят следующим образом: от 10-18 лет - (23%), от 18-25 лет - (72%), более 25 лет - (5%). Метод формирования выборки - простая вероятностная выборка.

Далее, приведем некоторые результаты исследования. Так, первый вопрос, который мы задали респондентам был о том, давно ли они увлекаются «Корейской волной», то есть слушают К-поп и смотрят дорамы. Большинство респондентов увлекаются К-поп на протяжении от 1 года до 4 лет (52%), чуть более трети респондентов (36%) указали, что К-поп стали интересоваться очень давно, то есть более 4-х лет назад, а наименьшее число респондентов (12%) знают о К-поп меньше года. Следующий вопрос был направлен на выяснение того, как респонденты узнали о К-поп. Так, значительная часть респондентов (44%) узнали о К-поп от друзей или знакомых, (33%) опрошенных случайно увидели или услышали клип, или же песню К-поп музыкантов, а (22,5%) узнали из Интернета.

Следующий вопрос был направлен на выявление взаимодействия участников различных фандомов между собой. Большинство респондентов (78%) являются мультифандомщиками, что указывает на то, что респондентам интересна не только данная группа, но и многие другие. Наименьшее число респондентов (22%) указали, что они не поддерживают связь с другими фандомами. Скорее всего, им это просто не интересно или же между фандомами есть какое-то недопонимание или «война».

Следующий вопрос анкеты был нацелен на выявление степени принятия другой культуры респондентами, точнее, изучают ли они Корейский язык, знают какие-то традиции, изучают ли историю и национальную кухню Южной Кореи. Большинство респондентов (19%) указали, что они изучают Корейский язык и знают какие-то традиции или праздники, (11%) указали, что они хотели бы изучать, но у них отсутствует свободное время, (2%) указали, что им это неинтересно.

В настоящий момент в мире существует огромное количество различных субкультур, все они отражают внутренний мир молодежи и являются способом удовлетворения потребности в самовыражении. К-поп-субкультура набирает стремительную популярность среди молодежи по всему миру и Россия не исключение. Наиболее популярной К-поп группой является группа BTS, фанатов которой мы и исследовали. Поскольку сейчас К-поп только набирает обороты, то можно смело утверждать, что через год-два он будет являться признанной субкультурой во всем мире, так как в Европе, Америке, Азии он уже является субкультурой. В будущем, имеет смысл провести более масштабное исследование с целью сравнения степени распространенности и особенностей функционирования субкультуры К-поп в России и зарубежом.

### Источники и литература

- 1) Братухин А. В. Молодежные субкультуры как социокультурный феномен современности / А. В. Братухин. – М.: Известия науки, 2014. –102с.
- 2) Портал субкультура. Новые субкультуры: ванильки, тамблер-герл, Ко-рейская волна [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sub-cult.ru/chtivo/sub-cult/6727-novye-subkul-tury> – Загл. с экрана.