

Корейская субкультура в контексте психологии подростка

Незванкина Алина Алексеевна

Студент (специалист)

Государственный университет «Дубна», Факультет социальных и гуманитарных наук,
Кафедра клинической психологии, Дубна, Россия

E-mail: pika09@inbox.ru

Подростковый возраст является одним из самых сложных, переломных этапов в онтогенезе. Нередко данный период бывает очень болезненным для подростка, поскольку он критично настроен по отношению к собственной внешности, телу, окружению и жизни в целом. Подросток легко и с большим желанием вовлекается во все новое, отказываясь от прежних интересов. Как писал Л. С. Выготский [1], ключом к пониманию психического развития подростка является проблема интересов в переходном возрасте. Ведомые новизной и популярностью, подростки становятся частью новой культуры, а именно субкультуры, которая не только отражает интересы молодежи, но и играет важную роль в освоении моральных норм и формировании мировоззрения.

В своей работе мы рассматриваем влияние корейской субкультуры на субкультуру российского подростка. Российская современная молодёжь все чаще оказывается вовлеченной в субкультуру корейской волны, особенно в К-поп. Очевидно, это связано с тем, что музыка является одним из видов искусства, дающим новые эмоциональные состояния и средства самовыражения. В корейской субкультуре наблюдается тенденция к драматизации жизни: так, корейские артисты поют про одиночество, изоляцию, неприятие их социумом. Одиночество для них - способ прислушаться к своему внутреннему голосу. Однако, как показывает наше исследование, российский подросток, не понимая природы чужой культуры, неосознанно начинает уподобляться ей.

Нами был проведен контент-анализ интернет-сайтов и форумов, в рамках которых происходит виртуальное общение фанатов: Weverse, Twitter, различные фан-кафе и тематические группы в ВКонтакте. Данные медиа культивируют мощные онлайн-молодежные течения, усиливая транснациональное распространение корейской музыки. Благодаря тесным отношениям к-поп с разными медиа-платформами и сайтами социальных сетей в интернете фан-культура распространилась и на международном уровне.

В качестве критериев для контент-анализа выступили: ценности, специфика объединений фанатов, иерархия общения, основные жанры субкультуры, возраст, одежда, манера поведения, специфика внешности, сленг.

По результатам анализа сетей видно, что основная масса увлечённых корейской волной - это подростки 12-18 лет. Данный результат вполне ожидаем, так как именно подростки наиболее подвержены вступлению в субкультуры из-за своего неустойчивого положения в обществе.

С вхождением в корейскую волну всё в жизни подростка сосредотачивается вокруг этого увлечения: друзья только те, кто так же увлекается к-попом; если писать что-то в социальную сеть или вести какой-либо блог, то только об участниках из какой-либо группы. Фанаты к-попа глубоко погружены в себя и в мир своего увлечения, поэтому общение с такими же людьми и нахождение в к-поп пространстве, участие в жизни своего фан-клуба жизненно необходимо для них [2]. Онлайн-общение с представителями своей субкультуры, на наш взгляд, во многом удовлетворяет нереализованные потребности в реальной жизни молодого человека.

Очень часто фанаты употребляют корейские слова в своей речи, и иногда это выходит за рамки увлечения, то есть подростки начинают употреблять корейские слова типа «пошли», «да», «мама» и другие наиболее используемые фразы в своей обыденной, повседневной речи с друзьями и семьей. Еще один феномен, который наблюдается у подростков - это тенденция к изменению своей внешности и образа жизни в сторону азиатского: макияж (попытка придать глазам азиатский разрез), уход, одежда, частое употребление азиатской еды в повседневной жизни. Подростки, увлекающиеся корейской волной, как правило, копируют паттерны поведения корейского человека.

Безусловно, подростковая субкультура является в целом нормативным вариантом развития. Любой подросток пытается найти для себя то пространство, где ему будет комфортно, ту группу, где он будет принят, те формы культуры, которые будут ему интересны. Однако зачастую увлечение определенной субкультурой может привести к фанатизму. Так, например, возможности и потребности фанатов привели Южную Корею к появлению уродливого феномена «сасэн-фанат» [3]. С корейского языка сасэн-фанат - это фанат, посягающий на личную жизнь артиста. Данный феномен заключается в том, что фанат становится одержимым своим кумиром настолько, что готов посягать на личное пространство второго и даже преступить закон. Он ищет внимание кумира, устраивая слежку, покупая личную информацию, проникая в дом, покупая рейсы на один самолет. Такое явление сродни фанатизму, сталкерству, но при этом имеет свои особенные черты и массовый характер.

Таким образом, тема фанатизма в последнее время становится актуальной для исследований и в контексте субкультуры современных российских подростков. Фанатичное увлечение тем или иным видом субкультуры зачастую затрудняет вхождение в мировую культуру или культуру своей страны. Выходом из данной ситуации может быть квалифицированная психологическая помощь подростку в поиске новых ориентиров в мировой культуре через расширение границ субкультуры, в которой он находится. Для решения этой задачи нами разработан проект «Корейский ритм», который через расширение знания о корейской культуре, постижение корейской психологии общения, создание собственного мультфильма, освоение азов корейского языка позволяет подростку шагнуть на новый уровень в своём культурном развитии и преодолеть фанатичное увлечение только одним направлением субкультуры.

Источники и литература

- 1) Выготский, Л. С. Собрание сочинений: в 6 т.: Т.4 Детская психология / Под ред. А.Р. Лурия, М.Г. Ярошевского. - М.: Педагогика, 1984.
- 2) Жданова, Л. Г. Эмоциональные особенности молодёжи, увлекающейся корейской волной / Л. Г. Жданова, О. Д. Шрейбер // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии: сб. ст. по матер. XLIII междунар. науч.практ. Конф. / Новосибирск: СибАК, 2014 - № 8(43).
- 3) Williams, P.J. Negotiating Fan Identities in K-Pop Music Culture, 2016 – 96p.