

## Специфика продвижения корейских музыкальных коллективов на примере группы ENHYPEN

*Кишмахова Милана Казбековна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

*E-mail: kishmahova8@gmail.com*

Глобальные перемены коснулись нашего общества в последние десятилетия. Ценности, устоявшиеся годами, претерпели изменения и во многом потеряли свою актуальность. Людям стало важно не только отдавать себя целиком работе, но и ценить свободное время, позволяя устраивать досуг в соответствии со своими интересами.

Уровень жизни стал совсем иным и теперь никто не представляет своего существования без качественного отдыха. Можно сказать, что развлечения заняли одну из важнейших ниш в повседневной жизни людей. То, насколько человек удовлетворен качеством своего отдыха, стало являться для него показателем его социального статуса. (Сергеева, 2015) [4]. Сейчас индустрия развлечений находится на одном из лидирующих мест по важности, как в мире в целом, так и в России в частности. Люди смотрят сериалы и фильмы, слушают музыку, ходят в театры и многое другое.

Особое внимание нужно уделить роли музыки в жизни каждого современного человека. Если раньше, для того, чтобы послушать свои любимые композиции, нужно было покупать виниловые пластинки, DVD, MP3 и многое другое, то сейчас все это заменяют стриминговые (от англ. streaming - онлайн-вещание) платформы, с помощью которых прослушивание песен любых жанров стало в сотни раз доступнее. С развитием музыкальных площадок, музыка стала окружать нас повсюду, давая возможность не только слушать, но и создавать, а также выкладывать ее в сеть.

В последние десятилетия весь мир в целом и Россию в частности, завоевывает корейская культура. Термин «Халлю» или по-другому «корейская волна» появился в начале 90-х годов XX века. Им обозначают субкультуру, включающую в себя разные элементы сферы развлечений, начиная с фильмов и сериалов, музыки, косметических средств и заканчивая продуктами питания, электроникой и автомобилями. Используя корейскую продукцию, многие россияне, даже не имеющие представления о Корее, как стране, сами того не осознавая становятся частью корейской субкультуры. (Степанова, Павлеченко, 2019) [5].

Одну из важнейших ролей во влиянии корейской волны играет их поп-музыка - K-POP (от англ. Korean pop). Когда в 2012 году корейский исполнитель PSY выпустил песню Gangnam Style, он побил рекорды просмотров на YouTube, но тогда никто не мог подумать, что корейская музыка в скором времени покорит весь мир.

В настоящее время огромное количество подростков во всем мире с самого детства мечтает дебютировать (от франц. debuter- начать (карьеру), впервые выступить на сцене) и стать известными артистами - айдолами (от англ. idol-кумир), но не у всех получается выдержать испытания и дойти до конца. Сама модель продвижения артистов в корейском шоу-бизнесе достаточно сложная: годы стажировок в музыкальных компаниях в качестве трейни (от англ. trainee- стажер), дебют и попытки стать замеченным и набрать фандом (от англ. fandom - фанатское сообщество), музыкальные шоу для продвижения артистов, развлекательные шоу, концерты и другие мероприятия для фанатов - обязательные части каждого продвижения группы с новыми релизами (от англ. release - выпуск, публикация (в данном случае альбомов, песен)).

Но несмотря на все сложности модели продвижения в Южной Корее, оно является одним из самых показательных примеров промоутинга (от англ. promoting - продвижение) музыкальных артистов или любых других проектов индустрии развлечений в мире.

### Источники и литература

- 1) Гармаханов М.Ц. «Корейская волна» в Китае // Вестник Бурятского государственного университета – 2015.
- 2) Кадосина А.В., Филиппова Я. Д. Корейская волна в контексте развития экономики Южной Кореи. Казанский вестник молодых ученых. 2019. Том 3. № 1
- 3) Ким Сук Янг. К-POP. Живые выступления, фанаты, айдолы и медиа / Ким Сук Янг; Пер, с англ. — М.: АСТ, 2019.
- 4) Сергеева А.В. Досуг россиян: динамика последних лет // Русские. Как мы изменились за 20 лет?, 2015.
- 5) Степанова В.С., Павлюченко О.Л. Корейская поп культура в России: основные направления развития // Казанский вестник молодых ученых – 2019. – Том 3.