

УДК 811

И. В. Верман,

филологический факультет,

Омский государственный педагогический университет, Омск

Научный руководитель: канд. филол. наук, доц. Е. А. Глотова

Терминология музыкального жанра К-поп

В статье описываются новые заимствованные слова, использующиеся для коммуникации в особой сфере — в сообществе поклонников музыкальной субкультуры К-поп.

Ключевые слова: К-поп, заимствование, лексика, корейский язык, русский язык.

Язык — это главное средство общения людей. Он живет и развивается в неразрывной связи с обществом. Это обстоятельство создает условия для определенных изменений и стимулирует поток языковых процессов. Для нашего языка, как и для многих других языков мира, характерной чертой является пополнение лексики за счет заимствований слов из других языков.

Термины-заимствования исследуются в течение довольно продолжительного времени. В настоящее время значительно активизировался процесс появления новых терминов в русской терминологии, что характерно и для других языков мира.

«Новизна» слова постепенно утрачивается. До тех пор, пока носители языка коллективно отмечают «новизну» слова, оно обладает дополнительно к его другим качествам особым видом выразительности, связанным именно с его новизной, — *экспрессивностью новизны*. Экспрессивность новизны во многом субъективна и зависит от языкового опыта человека, например, владения другим языком.

«Чтобы новое слово воспринималось как новое, оно должно либо обозначать новый предмет, либо иметь «нестандартную форму» — нестандартное звучание, словообразовательную структуру, либо своеобразную семантическую организацию» [2].

Одним из таких новых терминов является *К-поп* (/keɪ pɒp/, сокращение англ. Korean pop), который и обозначает новое явление и имеет нестандартную для русского языка форму.

«*К-поп* — музыкальный жанр, появившийся в Южной Корее и вобравший в себя элементы западного электропопа, хип-хопа, танцевальной музыки и современного ритм-н-блюза. Появившись изначально как музыкальный жанр, *К-поп* превратился в масштабную музыкальную субкультуру с миллионами поклонников среди молодежи во всем мире» [1].

Поп-культура Южной Кореи в современном мире во многом задает тон всей молодежной культуры в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Корейская поп-музыка исполняется *айдолами* (англ. Idol) — ребятами подросткового возраста, которых с детства в продюсерских агентствах специально обучают вокалу и танцам.

Айдолами становятся не сразу. Во время стажировки в агентстве такие ребята именуются *трэйни* (англ. trainee — стажер). Также *трэйни* — это сам период стажировки, который включает в себя различные тренировки, уроки по вокалу, танцам и актерскому мастерству, игру на всевозможных музыкальных инструментах, изучение иностранных языков.

Тематика песен *К-поп* варьируется от еды и образа жизни до романтических отношений, а некоторые песни могут быть полноценными историями, содержащими в себе глубокие мысли.

Одним из главных факторов привлекательности этого жанра является визуальное наполнение и образ исполнителей. Азия издавна славится своим артистизмом, тонким художественным подходом, сыгравшим значительную роль в местной индустрии развлечений.

К-поп оставляет положительное впечатление у его слушателей: это приятные песни с интересными текстами и отличным визуальным контентом.

Корейская культура в России распространяется не только через национально-культурные объединения корейцев, но и через молодежные объединения поклонников музыки, кино и другой культурной продукции Южной Кореи.

Поклонники южнокорейской поп-культуры образуют собственную субкультуру и обычно называют себя *кей-поперами*. *К-пóпер* (K-poper) — это человек, который слушает *К-поп* и состоит в каком-нибудь *фандоме* южнокорейского артиста.

Аналитики объясняют успех корейской поп-индустрии тем, что ее «маркетинговая модель довольно сильно отличается от мировой практики. К системе *камбэков* и *промоушенов* присоединяется развитая система фан-клубов, тематических

заведений и услуг для фанатов, а также активное участие айдолов в общении с поклонниками в социальных сетях» [3, с. 1].

Камбэк (англ. comeback) определяется как «возвращение публичного лица или спортивной команды, творческого коллектива к активной профессиональной деятельности» [6, с. 125]. Такое возвращение чаще всего сопровождается выходом клипа и альбома.

Промоушен (англ. promotion) — это «торговая деятельность по продвижению товаров, распространению предоставляемых услуг на рынке, популяризации кого-, чего-либо» [5, с. 427]. Если говорить именно о корейском промоушене, то это период продвижения альбома после его релиза (англ. release — выход, выпуск).

Как правило, каждая публичная личность имеет своих фанатов и антифанатов. Восточная Азия известна своим ярким фанатизмом: каждая музыкальная группа, актер/актриса, модель или другая знаменитость имеет собственный фандом и официальный фан-клуб. **Фандом** (также употребляется транслитерация *фэндом* англ. fandom, букв. фанатство) — «неформальное субкультурное сообщество, участники которого объединены единым интересом, связанным с произведениями искусства» [6, с. 574].

В рамках «Корейской волны» каждая группа имеет свою многочисленную армию поклонников, которые организуются во множество фандомов. **Корейская волна**, или *Халлю* (кор. 한류, кит. 韓流, роман. Hallyu) — так называется распространение современной культуры Южной Кореи по всему миру.

В любой субкультуре существует такое понятие как *стафф*. В зависимости от вида субкультуры оно может иметь различные значения. В рамках корейской массовой культуры термин *стафф* имеет два значения: 1) разнообразная продукция с изображениями звезд «корейской волны», выпускаемая специально для фанатов: диски и плакаты, *фотобуки* (англ. photobook — «книга с фотографиями»), журналы, одежда (футболки, толстовки, бейсболки и пр.), аксессуары (кольца, подвески, серьги, браслеты), канцелярия (тетради, ручки, карандаши, пеналы, наклейки, календари и т. д.), наушники, рюкзаки и сумки, кружки, кошельки, коврики для мышки, *лайтстики* (англ. light stick — «светящаяся палочка») и т. д.; 2) личная команда помощников артиста (менеджеры, визажисты, стилисты и др.).

Лайтстик — это светящаяся палочка с эмблемой группы, которую используют на концертах, фанмитингах и любых мероприятиях, где выступают артисты.

Фанмитинг (англ. fan meeting) — это встреча с фанатами. На такие встречи попадает совсем небольшое число фанатов, которые могут поговорить с каждым айдолом, подарить ему какую-нибудь вещь и получить автограф.

Среди фанатов групп есть так называемые **аксэ-фанаты** — поклонники отдельного участника, а не всей группы в целом. Участники группы называются **мемберами** (англ. member).

Среди фанатов встречаются **сасэн-фанаты**. **Сасэн** (кор. 사생팬 + англ. fan; sasaengpaen) — корейский неологизм, означающий поклонников **К-поп**-музыкантов, особенно фанатично любящих своих кумиров и способных в ряде случаев на нарушение закона «ради них».

Особо ярые поклонники называются **стэнами**. **Стэн** (англ. stan) — одержимый поклонник, который делает все, чтобы помочь группе или исполнителю.

Помимо наименований любителей **К-поп** есть так называемые **нетизены** (от англ. Netizen: internet + citizen — гражданин). Дословно слово **нетизен** переводится как «гражданин Интернета», в русском варианте — пользователь Сети. Нетизены мгновенно реагируют на все последние новости, оставляя при этом как положительные, так и отрицательные комментарии.

В мире **К-поп** существуют свои наименования наград на музыкальных премиях:

Дэсан (Daesang, кор. 대상) — это престижная награда, которая вручается за победу в следующих номинациях: «Альбом года», «Артист года», «Песня года»;

Бонсан (Bonsang, кор. 본상) — вторая по значимости награда, которую нужно получить, чтобы вступить в борьбу за право получения Дэсана.

В корейских поп-группах есть своя иерархия **мемберов** (англ. member), то есть участников группы, обычно они распределяются по возрасту, так как возраст играет очень важную роль в азиатском обществе. В большинстве групп есть **лидер** (англ. leader), поэтому он занимает самое важное место. Лидер должен следить за дисциплиной в группе и нести ответственность.

Самый младший мембер в группе — **макнэ** (маннэ, кор. 막내).

В каждой группе есть **визуал** (англ. visual) — лицо группы. Так называют обычно самого красивого мембера в группе.

К-поп очень быстро набирает обороты и закрепляется на мировой арене.

Фан-база (англ. fan base — объединение фанатов) айдолов растет с каждым днем: билеты на концерты продаются с огромной скоростью.

В России **К-рор** тоже пользуется заслуженной популярностью.

Большинство терминов **К-рор** являются заимствованиями из английского языка. Английский язык, который используется в Республике Корея (далее — РК), называется **кóнглиш** (Korean + English). Конглиш получил широкое распространение в РК в результате культурного влияния США. Множество заимствований из западноевропейских языков, в том числе из английского, пришли в корейский язык через японский язык. Сейчас в РК происходит массовое приобщение к новому языку-посреднику. Например, *камбэк* (англ. comeback — кор. 컴백), *промоушен* (англ. promotion — кор. 프로모션).

Помимо этого, в терминологии корейской поп-индустрии есть слова, присущие только жанру **К-рор** и корейской культуре, то есть они являются исконными. Например, *макнэ* (кор. 막내), *Дэсан* (кор. 대상).

Также присутствуют слова, образованные при помощи слов английского и корейского языков. Например, *сасэн-фанат* (кор. 사생팬 + англ. fan; sasaengraen).

Установление точной этимологии рассмотренных терминов вызывает определенные трудности. Г. Н. Ким пишет: «Поскольку вся грамота в Корею вплоть до середины XX в. опиралась на

иероглифику, то в корейском языке появлялось огромное количество китайских слов. В корейском языке почти не было своих неологизмов, они заимствовались и, таким образом, словарный запас обогащался за счет *кита́йзмов* — заимствований из китайского языка <...> В результате со временем иероглифическая лексика настолько «окорейзировавшись», что стала восприниматься как исконно корейская. Но все же вплоть до современной истории XX в., устная и письменная речь в Корею сильно отличались друг друга. В разговорной речи в основном использовались исконно корейские слова, а в письменной — иероглифические. Многие слова пришли в корейский язык из японского языка, так как с 1910-го по 1945 г. корейский язык испытал сильное давление со стороны японского языка. Но в результате многолетних усилий многие японские слова были искоренены из корейского языка» [4, с. 278].

Можно предположить, что в русский язык термины **К-рор** пришли несколькими путями:

- китайский язык → корейский язык → русский язык;
- японский язык → корейский язык → русский язык;
- английский язык → корейский язык → русский язык.

1. Flying Too High? // TIME : [сайт]. — URL: <http://content.time.com/time/world/article/0,8599,2056115,00.html> (дата обращения: 11.02.2020).

2. Ефимов Д. К. Новые термины-заимствования в русском языке // Вестник ШГПУ. — 2018. — № 1 (37). — С. 134–141.

3. К-POP: Почему это новый тренд в мировой музыке? // ИЛИ : [сайт]. — URL: <https://www.ili-nnov.ru/k-pop-rochemu-echo-novyyj-trend-v-mirovoj-muzyke> (дата обращения: 11.02.2020).

4. Ким Г. Н. Республика Корея. Страны мира. — Алматы : Дайк-пресс, 2010. — 584 с.

5. Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века : в 3 т. / под ред. Т. Н. Буцевой (отв. ред.) и Е. А. Левашова; Ин-т лингвистических исследований РАН. Т. 3: Паркомат-Я. — СПб. : Дмитрий Буланин, 2014. — 1360 с.

6. Шагалова Е. Н. Словарь новейших иностранных слов (конец XX — начало XXI вв.): более 3000 слов и словосочетаний. — М. : АСТ: Астрель, 2010. — 943 с.