

Тамар Херман

BTS

BLOOD
SWEAT
& TEARS

준진기석민형국
남석윤호지태정
김김민정박김전

КРОВЬ
и ПОТ
СЛЕЗЫ



ИСТОРИЯ ПУЛЕНЕПРОБИВАЕМЫХ ПАРНЕЙ

Херман, Тамар.
X39 BTS. Кровь, пот и слёзы. История пуленепробиваемых парней / Тамар Херман ; [перевод с английского]. — Москва : Эксмо, 2020. — 312 с. — (К-POP. Главные книги о корейской культуре).

Почему BTS стали выдающимся музыкальным феноменом? Как семерым «пуленепробиваемым бойскаутам» удалось сломать барьеры мировой музыкальной индустрии и приобрести славу не только в Южной Корее, но и за ее пределами? Журналистка и k-pop-эксперт Тамар Херман в своей книге «BTS: кровь, пот и слезы» исследует истоки и историю успеха группы, специфику ее стиля, звучания и образ, сложившийся благодаря непрерывному труду и таланту ее участников. Она касается каждого аспекта BTS — дискографии, текстов песен, биографий Джина, Suga, J-hope, RM, Чимина, V и Чонгука, особенности их общения с поклонниками, влияния на мировую сцену и позиционирования в медиапространстве. Как в 21 веке, когда все вокруг меняется с каждым днем, им удается оставаться на пике славы, постоянно приобретать новых слушателей и не терять актуальность? Это книга о талантливой семерке, которая сумела влюбить в себя весь мир и до сих пор не перестает его удивлять.

УДК 784(519.5)
ББК 85.318(5Кор)

ISBN 978-5-04-116627-4

© Ратникова Д., перевод на русский язык, 2020
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2020

Все права защищены. Книга или любая ее часть не может быть скопирована, воспроизведена в электронной или механической форме, в виде фотокопии, записи в память ЭВМ, репродукции или каким-либо иным способом, а также использована в любой информационной системе без получения разрешения от издателя. Копирование, воспроизведение и иное использование книги или ее части без согласия издателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

Издание для досуга

К-POP. ГЛАВНЫЕ КНИГИ О КОРЕЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Херман Тамар
BTS. КРОВЬ, ПОТ И СЛЁЗЫ. ИСТОРИЯ ПУЛЕНЕПРОБИВАЕМЫХ ПАРНЕЙ

Главный редактор *Р. Фасхутдинов*. Руководитель направления *Т. Коробкина*
Ответственный редактор *Е. Комиссарова*. Младший редактор *В. Шабанова*
Художественный редактор *В. Давлетбаева*. Научный редактор *В. Бирюкова*
Литературные редакторы *А. Шустова, Ю. Олейникова*. Компьютерная верстка *Р. Муртазин*

ООО «Издательство «Эксмо»
123308, Россия, город Москва, улица Зорге, дом 1, строение 1, этаж 20, каб. 2013.
Тел.: 8 (495) 411-68-86.
Home page: www.eksmo.ru E-mail: info@eksmo.ru
Финансир.: «ЭКСМО-АРС БЕЛГРУС»
123308, Ресей, қала Мәскеу, Зорге көшесі, 1 үй, 1 ғимарат, 20 қабат, офис: 2013 ж.
Тел.: 8 (495) 411-68-86.
Home page: www.eksmo.ru E-mail: info@eksmo.ru
Тауар белгісі: «Эксмо»
Интернет-магазин: www.book24.ru
Интернет-магазин: www.book24.kz
Интернет-дүкен: www.book24.kz
Импортер в Республику Казахстан ТОО «РДЦ-Алматы»,
Казахстан Республикасындағы импорттаушы «РДЦ-Алматы» ЖШС.
Дистрибутор и представитель по приему претензий на продукцию,
в Республике Казахстан ТОО «РДЦ-Алматы»
Казахстан Республикасында дистрибутор және өнім бойынша арыз-талпаттарды
қабылдаушының өкілі «РДЦ-Алматы» ЖШС,
Алматы қ., Давыдовский көш., 3-қау., литер Б, офис 1.
Тел.: 8 (727) 251-59-90/91/92; E-mail: RDC-Almaty@eksmo.kz
Өнімнің жарамдылық мерзімі шектелмеген.
Сертификация туралы ақпарат: сайтта www.eksmo.ru/certification
Сведения о подтверждении соответствия издания согласно законодательству РФ
о техническом регулировании можно получить на сайте Издательства «Эксмо»
www.eksmo.ru/certification
Өндiрген мемлекет: Ресей. Сертификация қарастырылмаған

ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ К НАМ!

БОМБОРА
ИЗДАТЕЛЬСТВО

БОМБОРА – лидер на рынке полезных и вдохновляющих книг. Мы любим книги и создаем их, чтобы вы могли творить, открывать мир, пробовать новое, расти. Быть счастливыми. Быть на волне.

Мы в соцсетях:

[f](https://www.facebook.com/bomborabooks) [i](https://www.instagram.com/bomborabooks) [y](https://www.youtube.com/bomborabooks) [t](https://www.tiktok.com/bomborabooks) [bombora](https://www.bombora.ru)
bombora.ru

ISBN 978-5-04-116627-4

9 785041 166274 >

book 24.ru

Официальный
интернет-магазин
издательской группы
«ЭКСМО-АСТ»

В электронном виде книги издательства вы можете
купить на www.litres.ru

ЛитРес:
одни книги до книг



16+

Дата изготовления / Подписано в печать 31.10.2020.
Формат 84x108¹/₁₆. Печать офсетная. Усл. печ. л. 32,76.
Тираж экз. Заказ

Введение 8

КРОВЬ

ИСТОКИ И ИСТОРИЯ BTS

Часть 1. Первые шаги группы ... 14

Часть 2. Стремительный успех
«Beautiful Moment» 34

Часть 3. Послание миру:
«Love Yourself» 50

Часть 4. BTS и их команда 70

ПОТ

МУЗЫКА BTS

- Часть 5. Звучание и образ 106
- Часть 6. Период «Skool» 112
- Часть 7. «Dark & Wild»:
становится
всё мрачнее 138
- Часть 8. Переживая лучшие
мгновения с «The Most
Beautiful Moment
in Life» 150
- Часть 9. «Wings»: покоряя
новые высоты 176
- Часть 10. Самопознание
с «Love Yourself» 194
- Часть 11. «Map of the Soul»:
карта души 226
- Часть 12. Остальные релизы
(японские издания,
сольные работы,
коллаборации
и кавер-версии) 252

СЛЁЗЫ

ЛЮБИТЬ СЕБЯ КАК BTS

- Часть 13. BTS и A.R.M.Y. 272
- Часть 14. BTS взрывают
Интернет 286
- Часть 15. Послание,
заключённое
в музыке 296
- Заключение 304
- Благодарности 306



КРОВЬ

The image features the Cyrillic word "КРОВЬ" (Blood) in a stylized, colorful font. The letters are rendered in a gradient of colors: the 'К' is light purple, the 'Р' is orange, the 'О' is yellow, the 'В' is orange, and the 'Ь' is light purple. A thick, pink, wavy ribbon-like shape is superimposed over the text, starting from the top left and curving downwards and to the right, passing behind the letters.

ИСТОКИ И ИСТОРИЯ ВТС

1

ПЕРВЫЕ ШАГИ ГРУППЫ



ЧАСТЬ 1

Когда BTS дебютировали в 2013 году под эгидой Big Hit Entertainment, их название вызывало массу вопросов, особенно у англоязычных медиа, пишущих о феномене, повсеместно известном как k-поп. Об их оригинальное корейское название «Бантансонёндан» (транслитерация 방탄소년단) неподготовленный человек мог сломать язык, поэтому чаще всего использовался переводной вариант «Пуленепробиваемые бойскауты» (Bulletproof Boy Scouts). Это звучало довольно нелепо. Поэтому появился неформальный вариант «Bangtan Boys», и одно время он довольно активно использовался, но в конце концов победила аббревиатура BTS. На протяжении многих лет участники группы неоднократно олицетворяли собой различные варианты названия и, помимо зарубежных наименований вроде японского «Bodan Shonendan», даже добавили к ним новые. Например, «Beyond the Scene» отсылает к их уникальному положению среди всех южнокорейских артистов, ведь они напрямую взаимодействуют с международной музыкальной сценой, не сдерживаемые ни географическими, ни социальными барьерами.

BTS дебютировали в 2013 году, когда музыкальная индустрия в Южной Корее претерпевала значительные изменения. В конце 2000-х и начале 2010-х годов k-поп уже начал победное шествие по планете, во многом благодаря YouTube, который дал жизнь многим вирусным хитам и разжёл интерес публики к происходящему в южной части Корейского полуострова. Но, несмотря на рост популярности жанра на многих мировых сценах, ему не удалось оставить значительного следа в музыкальной индустрии в англоговорящих странах. К моменту появления BTS в южнокорейском музыкальном мире произошла смена поколений. Артисты, бывшие лидерами сферы в предыдущие годы, начали терять популярность, несмотря на то, что сама индустрия продолжала расти и приносить прибыль, расширяя своё влияние дальше, чем когда-либо прежде. Вирусный успех «Gangnam Style» Psy в 2012 году привлек ещё больший интерес мирового сообщества к южнокорейской сцене.

На фоне этого бурного роста и появились BTS, первый бойз-бэнд, сформированный компанией Big Hit Entertainment. Это стало абсолютно новым проектом для фирмы: в команде были представители независимой хип-хоп-сцены и участники, больше отвечающие традиционным требованиям k-поп, то есть певцы и танцоры.

Big Hit была основана в 2005 году продюсером и автором многих хитов Бан Шихёком и до того момента специализировалась в основном на продвижении исполнителей баллад вроде трио 8Eight и популярного поп-квартета 2AM (последние находились под совместным

руководством с JYP Entertainment). Также была женская группа GLAM, начавшая карьеру в 2012 году. Этой группой, как и 8Eight, управляли совместно Big Hit и Source Entertainment. Однако BTS должны были стать чем-то совершенно новым: первой группой под эгидой исключительно Big Hit и ориентированной на хип-хоп-сцену. Идея создания коллектива возникла за несколько лет до 2013 года, равно как и ранний вариант названия, появившийся в 2010 году⁶. Эта идея отразилась в альбомах 2010 – 2011 годов таких исполнителей, как Лим Чонхи, Кан Миён, Ли Хён, Ли Синги, где потенциальные члены будущей группы участвовали в качестве приглашённых гостей. Но между 2010 годом, когда первый участник коллектива RM (известный как Rap Monster в ранний период) начал сотрудничать с лейблом, и дебютом BTS в 2013 году произошли изменения в составе группы, и звучание стало ближе к поп-музыке.

Изначально коллектив задумывался скорее как хип-хоп-команда, нежели как типичная поп-группа, поэтому в его составе преобладали рэперы, а не вокалисты. Первым в Big Hit пришёл RM, позже присоединились j-hope и Suga, а также Supreme Boi, впоследствии занявшийся продюсированием BTS. Несколько других рэперов, таких как Iron, i1levn и Kidoh (позже дебютировал как участник группы Topp Dogg), также некоторое время были вовлечены в работу над проектом. Но со временем концепция менялась, и в финальный состав попали как хип-хоп-исполнители, так и более традиционные поп-певцы. Трое отвечали за первый аспект, четверо — за второй (хотя некоторые из вокалистов также читали рэп в ранний период, а все рэперы так или иначе поют). Таким образом в начале существования группы упор делался на хип-хоп: «BTS — это хип-хоп-команда, — сказал Suga в интервью LOEN TV (впоследствии 1theK) на дебютном выступлении на MelON⁷ 12 июня 2013 года. — Сейчас много айдол-групп, которые исполняют рэп, но мы будем делать самый настоящий хип-хоп».

Хотя у Big Hit были в команде многообещающие персоны как на сцене, так и за ней, она все ещё оставалась скромной командой по сравнению со своими конкурентами. И появление бойз-бенда, напоминавшего других музыкантов, тяготеющих к хип-хопу, например, Block B (2011), V.A.P (2012) или Topp Dogg, было, вероятно, приметой времени. С момента, когда к-поп начал пробивать себе дорогу в 1990-х годах, элементы хип-хоп-музыки заимствовались многими артистами и группами, особенно бойз-бендами, где обычно был отдельный участник-рэпер. Среди представителей предыдущего поколения в этом жанре выделялись BIGBANG, поскольку в команде были собраны несколько талантливых хип-хоп-исполнителей. Однако стандарты индустрии для большинства артистов задали ещё более ранние группы, такие как H.O.T (1996–2001, 2018 — настоящее время), Sechs Kies (1997–2000, 2016 — настоящее время) и g.o.d (1990–2005, 2014 — настоящее время), в которых также были отдельные участники-рэперы. Некоторые ранние команды, например, 1TYM (1998–2005)⁸, состояли полностью из хип-хоп-исполнителей, но для поздних нулевых и ранних 2010-х го-

дов это было редкостью, когда большинство айдол-групп исполняли преимущественно поп и танцевальные композиции. Но к дебюту BTS хип-хоп начал набирать популярность, и некоторые артисты не просто черпали вдохновение в этом жанре, а непосредственно ассоциировали себя с ним, заимствуя как музыку, так и прямолинейность в текстах. При этом они смешивали эти элементы с более привычными чертами k-поп. В самом начале своей карьеры BTS были одним из многих молодых бойз-бендов, чей стиль основывался на хип-хопе, но очень быстро группа стала выделяться на фоне остальных.

Сразу с порога BTS заговорили о тех вещах и темах, которые впоследствии, с развитием их музыкальной карьеры, раскроются во многих релизах группы.

В проект попали не только талантливые артисты с образованием, характерным для потенциальных айдолов k-поп, такие как Чимин или Джин (первый обучался хореографии, второй — актёрскому мастерству), но и участники корейской андеграундной хип-хоп-сцены. Так, рэперы RM и Suga выступали с командами и занимались продюсированием, а j-hope был брейкдансером. Но не этот флёр уличного искусства помог новоиспечённой группе выделиться на фоне всех остальных команд, где каждый норовил соотноситься с хип-хопом. И сам жанр был на подъёме в Корее во многом благодаря популярному шоу «Деньги на бочку» (Show Me the Money).

Это шоу стало популярным почти сразу после запуска в 2012 году. Хип-хоп был востребован в Южной Корее в конце 90-х и начале 2000-х годов, и спектр артистов был очень широк: Drunken Tiger, Verbal Jint, Tasha (Юн Ми Рэ), Epik High и не только. Но к середине-концу нулевых годов корейская музыка сдвинулась к попу и R&B, и лишь нескольким рэперам удалось сохранить популярность. Вслед за взлётом шоу «Деньги на бочку» хип-хоп в стране возродился, создав среду, в которой k-поп мог свободно вдохновляться этим жанром.

Сразу с порога BTS заговорили о тех вещах и темах, которые с развитием их музыкальной карьеры раскроются во многих релизах группы.

Дебют BTS с песней «No More Dream» и альбомом «2 Cool 4 Skool» 12 июня 2013 года ещё не стал тем, что помогло им выделиться на фоне остальных бойз-бэндов, что заигрывают с хип-хопом и красуются в чёрных нарядах, золотых цепях и кричащих аксессуарах, сочетая уличный и спортивный стиль. Однако команде удалось заявить о себе через актуальное содержание песни и альбома. В нем звучал правдивый рассказ о том, как молодым людям не позволяют мечтать и следовать своим желаниями. С самого начала BTS заговорили о тех вещах и темах, которые с развитием их музыкальной карьеры раскроются во многих релизах группы. И, хотя дебют не вознёс их сразу на вершину успеха, тем не менее «2 Cool 4 Skool» занял 65-е место в ежегодном чарте Gaon среди альбомов-бестселлеров в Южной Корее в 2013 году, что можно считать предвестником растущей популярности семёрки. Следующий релиз, пластинка «O! RUL8,2?», вышедшая в сентябре, попала уже на 55-е место, что указывает на то, что группа обрела преданную и постоянно растущую фанбазу уже на старте карьеры.

Однако им пришлось столкнуться не только со ставшей привычной острой конкуренцией в k-pop, но и с враждебным отношением со стороны набирающей популярность южнокорейской хип-хоп-сцены. Первые несколько лет карьеры, пока формировалась самобытность команды, были полны противоречий. BTS были k-pop-айдолами, но не вполне. С другой стороны, их истоки были в хип-хопе, но сама основа жанра как формы музыкального самовыражения вступала в конфликт с корпоративным подходом музыкальных компаний, формирующих айдол-группы и поп-музыку в целом. Это противостояние сохранялось на протяжении большей части их пути, и сами артисты продолжали исследовать эту дихотомию в своём творчестве, пока в 2018 году не выпустили сингл «IDOL». В этой композиции BTS заявляют, что им наплевать, как их называют окружающие, ведь они гордятся тем, чего смогли достичь, несмотря на все преграды. Их музыка говорит сама за себя.

В ноябре 2013 года семёрка столкнулась с серьёзным вызовом. Во время мероприятия, приуроченного к первой годовщине подкаста хип-хоп-журналиста Ким Пон Хёна Hip-Hop Invitational, где присутствовали RM и Suga, разговор зашёл о том, можно ли считать корейских «айдолов» скорее продуктом индустрии, а не музыкальными талантами. Рэпер B-Free задался вопросом, могут ли RM и Suga в полной мере считать себя хип-хоп-артистами, фактически обвинив их в продажности. А также он напрямую спросил, зачем им строить карьеру в этой индустрии, где мужчинам приходится делать макияж. В ответ RM и Suga объяснили, почему предпочли более стабильную и прибыльную карьеру исполнителей k-pop независимой сцене. RM рассказал, как он безуспешно пытался попасть в несколько хип-хоп-команд, прежде чем рэпер Sleery из Untouchable познакомил его с Бан Шихёком. Suga в свою очередь напомнил, что писал музыку, но на жизнь денег

не хватало. Да, они предпочли путь, где надо краситься и синхронно танцевать, как и всем айдолам, но они не продались, а сохранили возможность самовыражаться в творчестве, находясь как бы между двух миров. Это был короткий диалог, но хип-хоп-исполнитель не скрывал своей неприязни к BTS, и этот инцидент стал ярким примером, когда команда осталась верна себе, поставив при этом под сомнение сложившиеся нормы в музыкальном мире.

В январе 2016 года B-Free разместил в Twitter извинения, а в 2018 году он вспомнил эту ситуацию в интервью журналу W Magazine, где назвал свои претензии к BTS «жестоким шуткой» и отказался от своего прежнего мнения по поводу мужского макияжа⁹. В 2019 году он повторно извинился в социальной сети.

Исполнители k-поп часто сталкиваются с таким умаляющим их заслуги и таланты восприятием. На это влияют многие факторы, начиная с современной чувствительности к вопросам творческой неприкосновенности и расизма и заканчивая широко распространённым мнением, что вся индустрия стоит на рабском использовании молодых талантов и строит империю развлечения на их спинах. Справедливы эти идеи или нет (в каком-то смысле все сферы эксплуатируют своих работников), необходимо прежде разобраться, чем же этот жанр является, а чем — нет.







ЧТО ТАКОЕ К-РОР?



К-рор — это не отдельный музыкальный жанр, а скорее набор связанных между собой элементов, воплощающих в себе определённый тип музыки, происходящей из Южной Кореи. По сути, этот термин охватывает все явления, включающие артистов, музыку, клипы, выступления и другие мультимедийные материалы, в которых фигурируют молодые звёзды, обычно называемые «айдолами», чьими карьерами управляют развлекательные компании. Также это слово используется в самом общем смысле, обозначая популярную музыку из Южной Кореи. Во время беседы в Музее «Грэмми» в Лос-Анджелесе в 2018 году Suga кратко сформулировал эту мысль, назвав к-рор формой «комплексного контента», порождённого южнокорейской мейнстримной музыкальной индустрией. Группа как никто преуспела в таком разностороннем подходе к созданию материала. Особенно эффектно это проявилось в «BU» — творческом повествовании о «Вселенной BTS» («BTS Universe»), которое проходит красной линией через дискографию и видеоклипы группы.

Хотя у жанра значительная и невероятно разнообразная аудитория по всему миру, он основан на молодых звёздах, чьим имиджем и всей карьерой управляют развлекательные компании, которые воспринимают своих артистов скорее как исполнителей, чем как творцов. Эта сфера в основном имеет дело с бойз- и гёрлз-бендами. Хотя многие группы, включая BTS, участвуют в создании песен, есть заметная разница между корейскими поп-музыкантами и исполнителями к-рор. Однако англоязычный термин обычно применяется ко всему, что связано с корейской поп-музыкой. В то же время в стране понятие «к-рор-айдол» не приравнивается к поп-исполнителю. Термин стигматизируется так же, как это происходит с понятиями «бойз-бэнд» и «гёрлз-бэнд». Это по крайней мере частично связано с предполагаемой нехваткой оригинальности, присущей корпоративно созданным и финансируемым артистам, поскольку почти всех к-рор-айдолов за редким исключением отбирают, обучают и обеспечивают финансированием развлекательные компании, видящие в них скорее культурный, чем творческий продукт. Также негативно на их восприятие влияет и то, что звёзды часто сталкиваются с угнетением и плохим обращением, традиционно

они вынуждены перерабатывать, не получая должной оплаты. Однако в последние годы контракты, которые заключают с артистами крупные развлекательные компании, начали лучше регулироваться законодательством. Тем не менее злоупотребления, сверхурочная работа и нестабильные условия труда все ещё широко распространены.

Если говорить в целом, айдол-музыка в Южной Корее считается поджанром поп-музыки, композиции которой обычно представляют собой танцевальные электропоп-треки с элементами хип-хопа, R&B, EDM или же, напротив, трогательные баллады. Броские ритмы — неотъемлемая часть танцевальных треков, и многие композиции создаются так, чтобы выступление под них сопровождалось сложной хореографией. Технически музыка BTS не слишком отличается от большинства поп-композиций, но члены коллектива, особенно RM и Suga, с самого основания группы вовлечены в написание песен и на протяжении многих лет помогали формировать и оттачивать идентичность группы. Это, равно как и работа вместе с командой преданных своему делу авторов песен с самого зарождения проекта, помогло BTS развить такой неповторимый творческий стиль, какой редко можно встретить в этом жанре. Отчасти они выделяются на фоне остальных, потому что большинство подобных групп основывают новые композиции на одноразовых идеях, а не развивают свою творческую идентичность длительное время. Разумеется, есть и исключения: такие артисты, как BIGBANG, Highlight, B1A4, Seventeen и даже более молодые группы — Stray Kids, ATEEZ и (G)I-DLE, самостоятельно сформировали своё уникальное звучание благодаря участникам, которые пишут песни. Но самая суть BTS, состоящая в том, что два представителя коллектива уже были авторами песен до того, как пришли в группу, а также активное участие остальных членов в написании композиций на протяжении многих лет сыграли ключевую роль в том, что они сияют особенно ярко на переполненном небосклоне мировой музыкальной индустрии.

На заре своего становления BTS потратили много сил и времени, чтобы занять собственную нишу в высококонкурентной сфере, где молодые артисты обычно не только певцы, но также и танцоры, модели, актёры и телеведущие. К-поп — это воплощение кроссплатформенного маркетинга в эру глобализации. И команда ещё до своего первого выступления (в мире к-поп этот момент называется просто «дебют») начала укреплять своё влияние в социальных сетях. Это в итоге разрослось не только до одного из самых влиятельных Twitter-аккаунтов конца 2010-х годов, но и до сотен видеороликов на YouTube, в которых аудитория со всей планеты может увидеть моменты жизни и карьеры артистов. Такое применение социальных сетей в качестве способа поделиться моментами повседневной жизни группы быстро привело к появлению небольшого числа преданных поклонников, которым понравились самобытные и полные жизни ролики, а также ранние видео с выступлений, включая многочисленные кавер-версии.



**BTS во время
презентации альбома
«Dark & Wild» в августе
2014 года.**

РАННИЕ ГОДЫ — ПЕРИОДЫ «SKOOL» И «WILD»



В период между 2010 и 2013 годами компания Big Hit собрала группу, которая впоследствии станет BTS. Участников команды нашли через прослушивания, кастинги и рекомендации, а после они попали в фирму и прошли через суровые тренировки. На протяжении нескольких лет будущие члены коллектива появлялись в качестве то подтанцовки, то приглашённых артистов в клипах и песнях других исполнителей. Выходу их первого клипа предшествовало большое количество разнообразных материалов, которые были опубликованы в соцсетях группы, на SoundCloud и YouTube. В них все участники, кроме Ви, который до последнего момента оставался «тёмной лошадкой» и скрывался от публики, рассказывали о себе через разный контент, включая кавер-версии многих известных хип-хоп-песен. К ним относится «Graduation Song», в которой Чимин, Чонгук и j-hope рассказывают о чувстве свободы после выпуска из школы, она основана на треке «Young, Wild & Free» Snoop Dogg, Wiz Khalifa и Бруно Марса. А «A Typical Trainee's Christmas» является миксом двух композиций: «Christmas in Harlem» Канье Уэста и «Last Christmas» Wham!

Во время официального дебюта 13 июня 2013 года BTS выступили на музыкальном k-поп-шоу «M Countdown» канала Mnet, а накануне представили «No More Dream» и другие композиции альбома на показе-презентации. Из-за этого участники считают днём своего дебюта 13-е, а не 12 июня, когда официально вышла первая пластинка. Из-за высокой конкуренции в корейском музыкальном мире в самые первые дни своей карьеры BTS фактически оставались в тени. Об этом участники группы впоследствии вспоминали в композиции «Sea», вышедшей как скрытый бонус-трек на пластинке 2017 года «Love Yourself 承 'Her'». Они рассказывают, как с нетерпением ждали, когда же другие артисты поскорее уйдут со сцены, чтобы уступить место семёрке под софитами.

В альбомах серии «Skool», вышедших в 2013–2014 годах, BTS активно задаются вопросами собственных идентичности и мировоззрения, рисуя образ героя, который сочетает в себе черты бунтаря-хулигана и чувствительного юного романтика. «2 Cool 4 Skool», первая из трёх пластинок, принесла им награду «Новый бойз-бэнд» в конце 2013 года на церемонии музыкального чарта Gaon. А главный сингл альбома «No More Dream» привлёк к группе внимание в США, где пес-

ня почти сразу после выхода попала на 14-е место в чарте Billboard's World Digital Song Sales.

Примерно спустя месяц после дебюта BTS объявили официальное название своего фанклуба — ARMY (более точное написание — A.R.M.Y.), аббревиатура от Adorable Representative MC for Youth (примерный перевод: «Очаровательные представители артистов среди молодежи»). Это случилось 9 июля, всего за несколько дней до выхода второго клипа группы, на песню «We Are Bulletproof Pt. 2», назначенного на 16 июня. И это имя стало пророческим: оно прямо символизирует масштабную, верную и преданную поддержку, которую семёрка в следующие годы будет только наращивать.

С момента выхода «We Are Bulletproof Pt. 2» едва ли прошёл месяц, а BTS уже начали намекать на первый камбэк. В западной культуре слово «камбэк» обычно означает долгожданное возвращение после длинного перерыва, а в мире k-pop — просто новый релиз. 27 августа группа выпустила первый концептуальный камбэк-трейлер, который оказался предвестником будущего альбома «O! RUL8,2?». Идея камбэк-трейлеров, в которых коллектив намекает на общую тематику будущего релиза, станет неотъемлемой частью продвижения BTS на долгие годы. После первого анимационного ролика 2 сентября вышел второй концепт-трейлер, в котором был представлен кавер на песню Канье Уэста 2013 года «BLKKK SKKKN Head». В клипе участники исполняли танцевальный номер, где по сюжету они сталкиваются с полицией, в них стреляют, а после RM всех воскрешает. Хотя это был один из многих каверов на известные хип-хоп-композиции, которые BTS выпустили за годы своего существования, в трейлере нигде прямо не указывалось авторство американского рэпера. Это стало одной из причин разногласий в принципиальном споре с B-Free, произошедшем несколько недель спустя, поскольку до этого он написал в своём Twitter, что для него такое поведение граничит с плагиатом. Однако семёрка не копировала, а скорее отдавала дань уважения хип-хоп-наследию, а в видеоролике демонстрировала отточенную театрализованную хореографию, которая подчёркивала послание песни, направленное против истеблишмента.

Второй альбом BTS вышел 11 сентября того же года, и тематика его была та же, что и у первого, подтверждая их репутацию хип-хоп-команды, выступающей против общественного давления и в особенности трудностей, с которыми сталкиваются школьники в агрессивной навязывающей образованной Южной Корее. Главный сингл альбома «N.O» вышел 10 сентября. В клипе на него участники показаны в футуристичном и авторитарном государстве, они сидят в классе в окружении вооружённых охранников. Мятеж против подавления переключается с темой песни, которая, как и в «No More Dream», указывает на общественные проблемы и раскрывает стремление группы стать голосом своего поколения. Альбом сразу попал на четвёртую строчку недельного чарта Gaon, а в конце года занял 55-е место среди пласти-

нок 2013 года, обогнав «2 Cool 4 Skool» на десять позиций (релиз занял 65-е место).

Помимо выхода «O! RUL8,2?» сентябрь был отмечен ещё одним начинанием BTS — их первым собственным реалити-шоу (в мире k-поп они также называются «развлекательные шоу»). «Канал королей-новичков Bangtan» (Rookie King: Channel Bangtan) вышел 3 сентября на корейском кабельном телеканале SBS MTV. В следующие несколько месяцев группа появлялась в разных передачах и выпустила несколько каверов. А 14 ноября 2013 года она получила свою первую награду на Melon Music Awards (MMA), вручаемую по итогам года, где ребята выиграла в номинации «Лучшая новая группа года» (лучшим новым артистом года была выбрана Лим Ким). Хотя это, безусловно, большая победа и BTS можно было только поздравить с ней, в одном из выпусков Bangtan Bomb (серии видеороликов на YouTube) записан откровенный разговор между Ви и другим участником, оставшимся за кадром. Они обсуждают систему вручения наград, которая, по всей видимости, связана с корпоративной политикой, и на результат влияет, например, участие в мероприятиях, которые транслируются, чтобы помочь телеканалам привлекать зрителей, а не исключительно способности самих артистов. Эта запись показала, что с самых первых дней и BTS, и Big Hit (которая и загрузила запись в сеть), готовы сражаться с традиционными интригами мира k-поп, чтобы добиться признания своих талантов и заслуг. Эта награда стала первой в череде многих, но навсегда останется важной вехой в истории группы. В течение того года они победили ещё в нескольких номинациях для начинающих групп, и каждая стала символом того, что индустрия признаёт потенциал команды, а также осознаёт, что их новый подход к айдол-музыке привлекает внимание и приносит плоды.

Намеки на выход третьей и последней части трилогии «Skool» появились 4 февраля с камбэк-трейлером «Skool Luv Affair». Это яркий анимационный ролик, в котором звучит последняя часть из «Intro: Skool Luv Affair», энергичной рэп-композиции, в которой раскрывается, что это значит — быть «в стиле бантан». Но, несмотря на очевидное тяготение к хип-хопу в ролике, именно с этого альбома BTS стали отходить от своего напористого, вдохновлённого гангста-рэпом, стиля и звучания. 11 февраля вышел клип на песню «Boy In Luv» (другое название — «Real Man», прямой перевод корейского «상남자»), а 12 февраля — сам альбом, в котором хип-хоп сочетался с рок- и поп-мотивами, а тема социальных проблем уступила место юношеской романтике.

Вскоре после выхода «Boy In Luv» BTS объявили о событии, которое потом станет ежегодной встречей с поклонниками: первый официальный Сбор международного фанклуба A.R.M.Y., название которого напрямую отсылает к военным сборам. Это мероприятие прошло 29 марта в «Олимпик-холле» в Сеуле и стало первым в череде многих.

6 апреля они выпустили клип на «Just One Day», мягкий R&B-трек, второй сингл с альбома «Skool Luv Affair». Эта песня, равно как и «Boy

In Luv», попала в чарт Billboard's World Digital Song Sales, причём второй сингл занял 25-е место, а первый — пятое. Сам альбом после выхода этого трека поднялся в еженедельном чарте Gaon с третьего на первое место. «Skool Luv Affair» также стал первой пластинкой BTS, попавшей в зарубежные чарты: Billboard's World Albums в США и Oricon в Японии. Но и это ещё не всё: 14 мая группа выпустила переиздание «Skool Luv Affair», добавив в него две новые песни: «Miss Right» и «Like (Slow Jam Remix)». В итоге альбом попал в топ-20 бестселлеров в Южной Корее по итогам 2014 года по версии чарта Gaon. Примерно в то же время команда приступила к завоеванию зарубежной публики, выпустив 25 мая японскую версию клипа «No More Dream». А 2 июня они объявили, что проведут двухнедельный марафон мероприятий, названных «Феста», которые завершатся в день годовщины группы, 13 июня. 4 июня BTS выпустили свой первый японский сингл-альбом «No More Dream», куда вошли японские версии трёх предыдущих песен, включая заглавный трек, а спустя месяц, 4 июля, вышел японский клип на «Boy In Luv».

Одним из самых ярких событий ранней карьеры BTS стала их поездка в США, куда они отправились учиться хип-хопу в рамках шоу «Энергичная жизнь в Америке» (American Hustle Life), выходившего на корейском кабельном телеканале M.net. Съёмки проходили летом 2014 года, а первый выпуск появился в эфире 24 июля. Группа отправилась в Лос-Анджелес, чтобы поучиться хип-хопу у таких мастеров, как Coolio, Warren G, и у других артистов, узнать об истории жанра и его взаимосвязи с культурой и историей афроамериканцев, ближе познакомиться с такими явлениями, как брейк-данс, битбокс, R&B, соул и не только. Хотя в шоу и были непростые моменты столкновения культур и излишней драматизации, в целом эти восемь выпусков показали, что BTS уважают истоки хип-хопа и готовы погрузиться в эту культуру. Мини-сериал завершался самым первым концертом в Америке в истории группы. 14 июля в лос-анджелесском клубе Troubadour состоялось их выступление «Show & Prove» («Покажи и докажи»). Ребята всего за пару дней до концерта рекламировали его на улицах города, но местные A.R.M.Y. повалили на него толпами, и число зрителей значительно превысило ожидавшиеся 200 человек. В итоге мероприятие пришлось перенести на более просторную площадку, вмещающую 500 гостей, чтобы все желающие, нетерпеливо ожидающие в очереди на улице, тоже могли посмотреть выступление.

«DARK & WILD»

Пока BTS были в Лос-Анджелесе, они работали над своей четвёртой пластинкой, которая вышла 19 августа под названием «Dark & Wild» и стала первым полноформатным альбомом коллектива. Группа продолжала расширять границы своего звучания, например, в треках «Danger» и «War of Hormone» появились рок-элементы. Но основой

продолжил выступать хип-хоп, так, например, в соответствующе названной композиции «Hip-Hop Phile» рэперы перечисляют легенд жанра, которые их вдохновляют. Альбом попал на второе место недельного чарта Gaon и третье место Billboard's World Albums, а также на 27-ю строчку Billboard's Heatseekers, что говорило о росте интереса к группе в США. Это было неудивительно, если учесть, какую популярность BTS получили во время своего первого концерта на KCON (фестивале корейской поп-музыки), проведённом незадолго до выхода пластинки. Группа выступила на самом мероприятии, а также на завершавшем фестиваль концерте, который проходил 10 августа 2014 года на «Мемориальной спортивной арене» в Лос-Анджелесе. Именно эту дату многие считают точкой отсчёта, когда стало очевидно, что у BTS и их музыки масса поклонников в Штатах, учитывая восторженный отклик аудитории на их выступление. Первая полноформатная пластинка группы стала 14-й среди альбомов-бестселлеров 2014 года в Южной Корее по версии Gaon.

После выхода «Dark & Wild», который, учитывая его хип-хоп-звучание и темы юношеской влюбленности, можно считать продолжением или расширением серии «Skool», BTS отправились в свой первый концертный тур, начавшийся 17 октября. Полное его название «2014 Live Trilogy Episode II: The Red Bullet Tour» («Живая трилогия, эпизод II: Тур красных пуль», 2014 год) вводило в заблуждение, поскольку «Episode I» состоится позднее, в марте следующего года в Сеуле, в середине большого турне. Программа продолжалась в 2014 и 2015 годах, и BTS отыграли 22 концерта в 13 странах, включая четыре выступления в США, которые состоялись в следующем августе. На протяжении всего тура BTS были завалены работой, а конец 2014 года выдался особенно богатым на новые материалы. Помимо клипа на песню «War of Hormone» 9 ноября вышла японская версия «Danger», а затем и соответствующий сингл-альбом 19 ноября. На следующий день, 20 ноября, увидел свет релиз ремикса на этот сингл, вышедший под названием «Mo-Blue-Mix», в записи которого участвовал музыкант Than Vui. А ещё через день вышел японский сингл-альбом «Danger». В самом конце года, 24 декабря, появился полноразмерный альбом семёрки под названием «Wake Up». За 2014 год группа выпустила много нового материала и начала активно гастролировать, а их верная фанбаза лишь росла после каждого релиза, чему способствовали многочисленные публикации участников в соцсетях и несколько телешоу, главными героями которых были ребята из BTS.

ПЕРЕМНЫ В BIG HIT

Несмотря на то, что тот период был временем роста популярности группы, для BTS он оказался непростым. Пока молодой коллектив пытался найти своё место в мире и занять устойчивое положение, в Big

Hit произошли серьёзные изменения, из-за которых состав участников лейбла значительно сократился, что привело к неизбежному росту давления на бойз-бэнд. Сначала в апреле трое участников 2AM покинули Big Hit и вернулись в JYP, из-за чего группа ушла на бессрочный перерыв, и в итоге это стало концом существования квартета. Остался лишь Ли Чанмин, выступавший также под псевдонимом Homme вместе с Ли Хёном из 8Eight, пока он не организовал собственный лейбл в 2018 году. Затем в сентябре того же года индустрию k-pop потряс скандал: Дахи из GLAM, известную также как Ким Шивон, вместе с моделью Ли Джиён обвинили в попытке шантажа.

По сообщениям СМИ девушки угрожали опубликовать видео, компрометирующее Ли Бёнхона, звезду серии «Бросок кобры», где он разговаривает с девушками о сексе, в то время как был женат на актрисе Ли Минджон. В суде выяснилось, что Дахи и Ли Джиён намеренно подстроили ситуацию, чтобы вымогать у Ли Бёнхона деньги. Согласно материалам в медиа, где есть ссылки на судебные документы, Дахи задолжала Big Hit более 300 миллионов вон¹⁰. 15 января 2015 года Дахи была приговорена к году, а Ли Джиён — к году и двум месяцам тюремного заключения, но в итоге обе вышли раньше. В тот же день Big Hit объявили, что группа GLAM расформирована.

Такие шокирующие новости не могли не затронуть репутацию лейбла, который на тот момент потерял почти всех своих артистов: оставались лишь BTS, Ли Чанмин и Ли Хён. Поэтому агентство сконцентрировало почти всё свое внимание на семёрке.

С выходом в апреле 2015 года альбома «The Most Beautiful Moment in Life, Pt. 1» BTS превратились из одного из многообещающих хип-хоп-бойз-бэндов на корейской сцене в группу, обладающую своим собственным неповторимым звучанием и стилем. Это был не первый раз, когда исполнитель k-pop использовал литературные и повествовательные элементы в своих песнях и клипах. Например, EXO и В.А.Р прибегали к научной фантастике в своём творчестве, что придавало им оттенок инопланетности. Но альбом «The Most Beautiful Moment in Life, Pt. 1» (другое его название «НҮҮН 1») вознёс трансмедийное повествование на новый уровень. Вместе с уникальным звучанием сингла «I Need U» релиз Bangtan Universe (BU) изменил ситуацию в индустрии.

После выхода «НҮҮН 1» и внедрения BU BTS и команда их соавторов решили сделать ещё один шаг вперёд и фактически приступили к созданию вымышленного повествования, в котором участники позиционировались как персонажи их собственных работ. До этого они уже выпустили два связанных между собой вебтуна (онлайн-комикса): «We On: Be the Shield» — фантастический сериал, где участники BTS представлены супергероями, и «Hip Hop Monster», где они представлены мультипликационными. Последний сериал стал предшественником BT21, коллаборации BTS и Line Friends, создавшей нарисованных персонажей, изображавших семёрку, которая с большим успехом была запущена в 2017 году. Но в 2015 году истории стали ещё более связанны-

ми. За годы существования группы сюжет «The Most Beautiful Moment in Life», известной также как BTS Universe или BU, разросся до полноценной истории со своими тревогами, трагедиями, дружбой и прыжками во времени. Она рассказывается через клипы, концепт-фотографии в альбомах, серию заметок (уже есть две книги заметок, заметки выпускают с альбомами до сих пор), публикации в социальных сетях, комиксы и не только.

Запуск BU был связан с выходом «НҮҮН 1» и ознаменовал собой смену стиля BTS, которые теперь немного отошли от своей первоначальной концепции и двинулись в сторону динамичного синти-попа. Первым примером смены стиля стала композиция «I Need U», принёсшая по-настоящему крупный успех группе в Южной Корее. Вслед за ней в июне вышла «Dope», в которой заметно осознание поворотной точки в их карьере. Начальная фраза песни «Добро пожаловать, впервые с BTS?» указывает на то, что группа и команда их соавторов осознали, что «НҮҮН 1» суждено перерасти в нечто большее и «Dope» станет проводником в мир коллектива для многих новых поклонников.



ТРАНСМЕДИЙНОЕ ПОВЕСТВОВАНИЕ В К-РОР

Трансмедийное повествование — это способ рассказывать историю через различные виды платформ. Обычно этот термин используется для художественных произведений, таких как «Звёздные войны» или «Мстители», где вселенная раскрывается через фильмы, телешоу, книги, видеоигры и другие платформы. Однако уже довольно давно и к-рор использует этот прием для того, чтобы продвигать своих артистов на разных платформах и увеличивать прибыль. Например, обычная звезда этого жанра не только выпускает песни и выступает на концертах, но и снимается в рекламе, которая соответствует его или её имиджу. Это может быть реклама школьной формы, различных закусок или дорогих кремов, а также участие в корейских развлекательных или сюжетных телешоу и даже в фильмах и сериалах. Некоторые ведут радиопередачи, а в последние годы у многих появились собственные стрим- или видеоканалы, где они показывают аудитории часть своей жизни. И, конечно, не стоит забывать о социальных сетях, где артисты по большей части общаются с поклонниками. Цель всего этого — добиться такой вовлечённости фанатов в личный бренд знаменитости на различных платформах, чтобы они поддержали не только музыкальную карьеру своего кумира, но также его опыты и в других сферах: актёрстве, модельных показах и так далее. По сути, индустрия к-рор лишь частично занимается продажей музыки слушателям и больше продвигает самих звёзд, продукты и контент, которые они представляют, создавая эффект погружения. Эта стратегия идеально подходит для нынешнего времени, когда музыкальные релизы обычно приносят скромный доход от распространения непосредственно музыки и стриминга, зато есть преданные фанаты, готовые платить за атрибутику группы, альбомы, билеты на концерты и так далее.

Но в наш цифровой век практически каждый артист так или иначе занимается подобным продвижением. В чём же отличия к-рор? Их почти нет, если не считать того факта, что эта модель открыто всеми признаётся. Поклонники знают, что клип исполнителя или его появление в телешоу не обязательно раскрывает его как личность, а представляет скорее его публичный образ. Хотя, конечно, часть невозможно отделить от целого, и эти образы воплощают в себе идеализированные черты конкретной звезды. Как и в религиозных культурах, откуда и происходит эта терминология, айдолы часто представляют и отдельный подвид людей, и стандарты, налагаемые на них как самой индустрией, так и ожиданиями поклонников. Это фантазии на тему того, что значит быть обожаемой знаменитостью, которой преданные поклонники помогают следовать за своей мечтой.

По сути, трансмедийное позиционирование звёзд к-рор является воплощением их образов на различных платформах, при этом сохраняется чёткое разграничение публичной и частной жизни артиста, на что редко обращают внимание. Хотя в последнее время ситуация меняется и многие исполнители стали откровенней рассказывать о себе и выражать своё личное мнение, аура культа айдолов все ещё окутывает многих представителей этого жанра, проводя явную границу между их частной жизнью и публичными образами. Романтические отношения могут серьёзно повлиять на карьеру, особенно женщин-исполнительниц; также от айдолов ожидают соблюдения правил приличия на публике. По мере роста индустрии и взросления поклонников граница между публичной и частной жизнью артистов стирается, но от звёзд все ещё ожидают, что они будут улучшенными версиями представителей своего поколения.