

Содержание

.....

ВВЕДЕНИЕ В K-POP.....	7
Развлекательные компании.....	8
Трейни.....	8
Роли и лайны внутри групп.....	9
Дебют	9
Айдол.....	10
Эгъё.....	10
Гёрл-краш.....	10
Музыкальные шоу	11
Реалити-шоу	11
V LIVE.....	12
Церемонии награждения	12
Фан-клубы	13
Камбэки.....	14
Поколения	14

ЧАСТЬ 1. ИСТОРИЯ TWICE.....	15
1. 6Mix и sixteen	17
P.S. Что стало с.....	33
Чхэрён	33
Чэён	34
Ынсо.....	34
Чживон	34
Минён.....	35
Нэтти.....	35
Соми.....	36
2. Дебют	37
3. «The story begins»	51
4. Once.....	65
5. «Cheer up»	79
6. Формула победы.....	93
7. «One in a million»	107
8. Добро пожаловать в страну TWICE.....	121
9. Любимицы нации	134
10. «What is love?».....	150
11. «Summer nights».....	166
12. Слезы горя и радости	181
13. «Feel special»	197
14. «More & more»	209
 ЧАСТЬ 2. УЧАСТНИЦЫ TWICE	 223
15. Наён	225
16. Чонён	236
17. Момо.....	247

.....

18. Сана.....	258
19. Чжихё.....	268
20. Мина	278
21. Дахён	288
22. Чеён	299
23. Цзыюй.....	309

ВВЕДЕНИЕ



В К-ПОП

Корейская поп-музыка, К-поп — термин, который охватывает множество разнообразных групп и сольных исполнителей. Они отличаются не только с точки зрения музыкальных жанров — R'n'B, танцевальная музыка, хип-хоп, баллады, рок и инди — но также по стилю, размеру группы и, в большей степени, по национальности, так как многие участники групп родом из Японии, Китая и других стран. Все эти группы составляют К-поп, в том числе Twice. Больше чем за двадцать лет эта культура разрослась, производя и продвигая не только музыку исполнителей, но и их танцевальные навыки, внешность и личности. Ниже приводится краткий справочник, охватывающий некоторые вехи, концепции и события, которые помогут любому новичку в К-поп разобраться в этом увлекательном жанре.



РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ КОМПАНИИ

Подобно западным звукозаписывающим компаниям, развлекательные компании — это агентства, которые занимаются К-поп исполнителями, финансируют их запись и продвижение. Таких компаний множество, но за последнее десятилетие сформировалась «большая тройка»: SM Entertainment, YG Entertainment и JYP Entertainment — они и доминируют в этой области. Не так давно компания Big Hit Entertainment стала еще одним крупным игроком. Компании руководят группами, сольными исполнителями и актерами, нередко с помощью строгих контрактов, которые регламентируют такие вещи, как диеты, отношения и социальное взаимодействие.

ТРЕЙНИ

Звукозаписывающие компании постоянно находятся в поиске новых талантов и проводят прослушивания. Часто прошедшие прослушивания подписывают контракты в подростковом возрасте и проводят многие годы за интенсивным обучением вокалу, танцам и другим полезным навыкам, таким как изучение языков, обязательно посещая специальную школу. Быть трейни — изнурительная работа. Каждый месяц проводятся аттестации, по итогу которых многих отчисляют. Те, кто остаются, лелеют надежды, что именно они будут выбраны для «дебюта» (см. ниже).

—————

РОЛИ И ЛАЙНЫ ВНУТРИ ГРУПП

К-поп группы обычно состоят из четырех и более участников. Несмотря на то что все участники поют и танцуют, каждому отводится определенная роль. Выделяют вокалистов, танцоров и визуалов (тех, кто является своего рода «лицом» группы). В каждой группе есть лидер (часто, но не обязательно, это самый старший участник) и *макнэ* — самый младший участник, с которым обращаются как с ребенком и который должен быть супермилым. Часто фанаты выделяют подгруппы, или лайны, которые базируются на самых разных объединяющих характеристиках, например, на ролях участников — вокальный лайн; на одинаковом возрасте и, соответственно, одном годе рождения — 98-лайн; по национальности — как в Twice, где участницы-японки составляют J-лайн¹.

ДЕБЮТ

Компания — продюсеры, хореографы, стилисты, преподаватели вокала и другие специалисты — работает с выбранными участниками в преддверии даты запуска проекта, называемой дебютом. Дебют — часто пан или пропал, прекрасный шанс произвести впечатление на переполненном рынке. Многие компании тратят месяцы на подготовку почвы для дебюта. Они выпускают фото- и видеотизеры о каждом участнике группы, иногда даже клипы и преддебютные видео.

¹ Jарап – Япония (с англ).

В день дебюта группа выступает на специальном шоу, а весь следующий месяц общается со СМИ и дает концерты.

АЙДОЛ

Айдол — главная звезда в К-поп, которая противопоставляется хип-хоп-исполнителям, рок-музыкантам и представителям других аутсайдерских жанров. Предполагается, что айдолы талантливы во всем: умеют держаться на сцене, петь, танцевать и прекрасно выглядят. Плюс к этому от них ожидают личное общение с фанатами, общение в социальных сетях и участие в разнообразных шоу.

ЭГЬЁ

Аегуо — произносится как «эгьё» и обозначает использование милого голоса, жестов и мимики, демонстрирующих симпатию или используемые для флирта. Предполагается, что девушки-айдолы и юноши будут демонстрировать эгьё во время различных шоу, на встречах с фанатами и во время концертов. Это могут быть особые детские интонации в голосе, складывание сердечек из ладоней или воздушные поцелуи. Также это позирование с супермилыми мордашками, изображение руками ямочек на щеках и острого подбородков.

ГЁРЛ-КРАШ

Традиционно у представительниц гёрл-групп милый и невинный образ, часто с переодеванием в школьную

—————

форму или одежду ярких цветов. Однако у групп конца 2000-х годов, таких как Miss A, f(x) и 2NE1, более жесткий, уверенный, индивидуальный и сексуальный имидж, похожий на образы западных исполнителей. Эта концепция получила название «гёрл-краш». Группы последнего десятилетия, такие как Red Velvet и Girls' Generation, сочетают в своем имидже нежность и «гёрл-краш» одновременно.

МУЗЫКАЛЬНЫЕ ШОУ

Почти каждый день по национальному и кабельному ТВ в Южной Корее показывают музыкальные шоу. У них разные форматы, но все они дают возможность группам представить свои новейшие релизы, а иногда выступить с другими песнями. На ТВ транслируют музыкальные клипы, но важным элементом является выступление перед живой аудиторией, даже если оно проходит под фонограмму. Также на каждом шоу вручают приз самому популярному исполнителю, а выиграть в музыкальном шоу — первая цель любого К-пор айдола. У многих шоу есть рождественские и другие сезонные спецвыпуски, где группы исполняют кавер-версии хитов или объединяются для выступления с другими исполнителями.

РЕАЛИТИ-ШОУ

Айдолы могут продемонстрировать себя и свое чувство юмора, появившись в одном из многочисленных южнокорейских эстрадных шоу. Это могут быть обычные ток-шоу, но куда чаще они включают в себя испыта-

ния, игры и розыгрыши, предоставляя возможность раскрыться с разных сторон. В таких шоу, как Weekly Idol¹, Running Man² и Knowing Bros, проводятся популярные танцевальные игры, где айдолы исполняют танцы других групп или танцуют ускоренную версию своих, также это может быть выступление под нарезку из треков.

V LIVE

Приложение, запущенное в 2015 году. Представляет собой стриминговый сервис для фанатов К-поп. Исполнители могут выкладывать видео или общаться с фанатами в режиме реального времени. У фанатов есть возможность оставлять комментарии, а артисты их сразу же зачитывают. Трансляции могут как рекламироваться заранее, так и проводиться спонтанно, тогда уведомление о начале приходит пользователю приложения на телефон. Чаще всего трансляции проводятся из общежития, но также бывают из концертных гримерок, за кулисами телешоу, из аэропортов, даже во время поездок в такси. Многие эфиры снабжаются субтитрами для зарубежных фанатов.

ЦЕРЕМОНИИ НАГРАЖДЕНИЯ

В К-поп индустрии проводится множество ежегодных церемоний награждения, где отмечают исполни-

¹ «Еженедельный Айдол».

² «Бегущий человек».

телей, их записи и выступления в течение года. Самыми престижными являются MAMA (Mnet Asian Music Awards), MMA (Melon Music Awards), Korean Music Awards, Seoul Music Awards и Golden Disc Awards. Это пышные события, на которых айдолы позируют на красных дорожках и находятся в VIP-секции. Многие исполнители выступают с одной или несколькими песнями, а фанаты громко поддерживают своих любимцев. Награды присуждаются по разным критериям, обычно неотъемлемой их частью являются продажи, стримы и онлайн-голосования, поэтому результаты часто вызывают разногласия.

ФАН-КЛУБЫ

Фанаты в К-поп поддерживают своих исполнителей со всей страстью, все общепризнанные исполнители имеют свои фан-клубы с индивидуальными названиями. У Twice — Once, у BTS — «Army», а у Blackpink — «Blink». К фан-клубу может относиться любой желающий, во многих нет понятия членства, а участники по своему выбору могут погружаться в общественную жизнь настолько, насколько хотят. Основным каналом для общения являются онлайн-форумы, где фанатам рекомендуется смотреть видео с группой, голосовать за них в музыкальных шоу и на страницах церемоний награждения, организовывать голосование, создавать баннеры для концертов и в целом поддерживать участ-

ников группы. Часто фанаты собирают крупные благотворительные пожертвования от имени своих айдолов.

КАМБЭКИ

Исполнителю необязательно отсутствовать долго, чтобы объявить камбэк. Камбэк означает релиз и продвижение нового материала. Часто камбэк связан с изменением концепции — новой концепцией может оказаться что угодно, от изменения цвета волос до совершенно нового музыкального жанра, но обычно она включает в себя сценические костюмы, стиль и музыку.

ПОКОЛЕНИЯ

Принято считать, что в К-поп четыре поколения. Первое поколение возникло в 90-е, со становлением К-поп таким, каким мы его знаем. К первому поколению относятся пионеры жанра Seo Taiji and Boys, успешные гёрл-группы S.E.S. и Fin.K.L. Второе поколение вдохновила «корейская волна» (халлю) в 2000-х годах и породила такие легенды, как Girls' Generation, 2NE1 и Wonder Girls, в то же время Big Bang и Super Junior были самыми популярными бой-бэндами. Активаторами третьего поколения выступили EXO, затем BTS, Twice и Blackpink, а Red Velvet смогли добиться международного признания. В 2018 году возникло четвертое поколение, возглавляемое гёрл-группами (G) I-dle, Iz*One, Itzy и бой-бэндами Stray Kids и Ateez.

ЧАСТЬ 1

ИСТОРИЯ TWICE

