

BLACKPINK
IN YOUR AREA!

Эдриан Бесли

BLACKPINK **IN YOUR AREA!**

БИОГРАФИЯ САМЫХ
ПОПУЛЯРНЫХ К-РОР ДИВ

 **БОМБОРА**
ИЗДАТЕЛЬСТВО

Москва 2024

УДК 784(519.5)
ББК 85.318(5Кор)
Б53

Adrian Besley
BLACKPINK. K-POP'S NO.1 GIRL GROUP

© Michael O'Mara Books 2019

Бесли, Эдриан.

Б53 BLACKPINK in your area! : Биография самых популярных К-ПОП див / Эдриан Бесли ; [перевод с английского Д. Ратниковой]. — Москва : Эксмо, 2024. — 192 с. : ил. — (К-ПОП. Главные книги о корейской культуре).

ISBN 978-5-04-110217-3

Они — первая южнокорейская гёрл-группа, чьи первые 5 синглов были проданы в США в количестве более 100 тысяч цифровых копий, первая южнокорейская гёрл-группа, у которой все альбомы побывали на вершинах чартов Billboard, первые корейские артистки, попавшие в топ-25 летних песен от YouTube... На этом список не заканчивается! На сегодняшний день у девушек 32 млн подписчиков на YouTube, 22 млн в Instagram, 230 000 в «ВКонтакте». Пройди вместе с любимыми певицами путь от стажеров до звезд мирового масштаба!

УДК 784(519.5)
ББК 85.318(5Кор)

ISBN 978-5-04-110217-3

© Ратникова Д., перевод на русский язык, 2019
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	7
ГЛАВА ПЕРВАЯ. Н-роп и феномен «гёрл краш»	10
ГЛАВА ВТОРАЯ. Pink Punk: Эволюция Blackpink	20
ГЛАВА ТРЕТЬЯ. Дебют: Когда ожидания оправдываются	29
ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ. Намбэн	39
ГЛАВА ПЯТАЯ. Королевы новичков	50
ГЛАВА ШЕСТАЯ. Словно...	60
ГЛАВА СЕДЬМАЯ. Япония	70
ГЛАВА ВОСЬМАЯ. Дом для Blackpink	78
ГЛАВА ДЕВЯТАЯ. Равный четырехугольник	86
ГЛАВА ДЕСЯТАЯ. Коллаборации и сольные проенты	96
ГЛАВА ОДИННАДЦАТАЯ. Добро пожаловать в Америку	105
ГЛАВА ДВЕНАДЦАТАЯ. Коачелла: Как был завоеван Запад	116

ВЛАСКРИНК: ЖЕНСКАЯ Н-РОР ГРУППА № 1

ДЖИНСУ: Мисс Корея	127
ДЖЕННИ: Секретное оружие	139
РОЗЗ: Унивающий голос	149
Лиса: Королева маннэ	159
КОМАНДА ВЛАСКРИНК	169
ЭПИЛОГ. Что дальше?	177
СЛОВАРЬ	179
БЛАГОДАРНОСТИ	181
ИСТОЧНИКИ ИЛЛЮСТРАЦИЙ	182
УКАЗАТЕЛЬ	183

ПРЕДИСЛОВИЕ

Возможно, вы давний поклонник Blackpink и с нетерпением ждали выхода «Boombayah» и «Whistle», а может, вы заинтересовались ими после выхода хита «Ddu-du Ddu-du», совместного трека с Дуа Липа «Kiss and Make Up» или триумфального выступления группы на фестивале Коачелла в 2019 году. Но каким бы ни было ваше знакомство с этим k-поп феноменом, вам предстоит узнать или оживить в памяти многие моменты истории самой талантливой и обворожительной четверки в поп-индустрии.

Эта книга предназначена для Blink (фанатов Blackpink), новых поклонников и для всех, кому интересно узнать, как группа из небольшой азиатской страны завоевала мир. Она рассказывает, как возникли Blackpink, проследивает путь группы к всемирной славе, подробно раскрывает биографии участниц и для тех, кто новичок в k-поп, объясняет, как особенности, традиции и культура этого явления способствовали успеху команды.

Может показаться странным, что вы держите в руках биографию группы, которая существует всего три года и записала всего с дюжину хитов. Что про них вообще можно сказать? Оказалось, что очень многое, ведь эти четыре девушки — Джису, Дженни, Розэ и Лиса — особенные. В их (пока что) короткой карьере столько ярких собы-

тий, сколько другие поп-группы переживают за десятилетия. Они творили историю, били рекорды, путешествовали по всему свету, собирая полные залы, и написали несколько самых зажигательных хитов последнего времени.

Любой, кто не останавливается только на прослушивании песен и узнаёт о группе немного больше, начинает ломать голову над некоторыми вопросами. Почему продюсерские компании столь важны? Что такое «гёрл краш»? Как вышло, что не все k-pop звезды на самом деле корейцы? И какую жизнь участницы группы ведут, когда они не на сцене? Ответы на эти и другие загадки откроют, кто же такие Blackpink и почему они столь неотразимы.

Глядя на любую фотографию группы — что на сцене, что с фотосессии, что из обычной жизни, очевидно, что все четверо участниц невероятные красавицы. Но их неоспоримая красота — лишь одна составляющая их успеха, и по снимку нельзя понять, как они развивали свой стиль в жизни и на сцене, нельзя почувствовать их харизму и шарм, увидеть их огромный талант в вокале, танцах и рэпе, осознать масштабы их труда для достижения сегодняшнего успеха. Однако все это поможет сделать наша книга!

Эти девчонки отнюдь не родились с серебряным микрофоном в руке. Джису, Дженни, Розэ и Лиса тренировались и готовились стать поп-звездами (или айдолами, как их называют в k-pop) с раннего возраста. Все они родом из разных мест — Австралии, Таиланда, Южной Кореи — но их отобрали среди тысяч других претенденток, после чего девушки переехали жить в Сеул и провели от четырех до шести лет, изнурительно тренируясь и развивая свои навыки. И даже тогда они не знали наверняка, что их ждет: возьмут ли их в группу или же укажут на дверь, что происходит со многими стажерами.

Сотрудники компании, которая продюсирует Blackpink, вспоминают, что девушки фактически сами организовали группу. Эта четверка

была не только фантастически талантливой и трудолюбивой, но, что более важно, очень сплоченной. Вдали от дома они заменяли друг другу семью: поддерживали и помогали учить язык или отрабатывать танцевальные движения, окружали заботой тех, кто скучал по родным. Все это оказалось жизненно необходимым, когда им пришлось столкнуться с победами и неудачами в музыкальной карьере.

За три коротких года, пролетевших с момента дебюта Blackpink, они превзошли все ожидания и в карьерном, и в личном развитии. Их хиты били рекорды на YouTube и возглавляли чарты в десятках стран. Они выступали с масштабными концертами на четырех континентах, а каждая из участниц стала звездой и иконой стиля, на чьи аккаунты в соцсетях подписаны многие знаменитости и миллионы поклонников.

Многие из фанатов относят себя к Blink, чья безграничная преданность группе и девушкам была и остается неотъемлемой составляющей их успеха. Они неизменно поддерживают активность группы и ее участниц, помогают новым людям узнать о Blackpink, поднимают количество просмотров на YouTube, следят, чтобы группа была в трендах в социальных сетях и, конечно же, отрываются на концертах. Участницы Blackpink чувствуют любовь своих фанатов и стараются делать все, чтобы Blink знали: эта любовь взаимна.

Blink играют важную роль в истории Blackpink, истории трансформации четырех девочек-подростков в мировых звезд. Это отнюдь не история о том, как проснуться знаменитым. Нет, в ней есть всё: разочарования, резкие повороты, взлеты и падения. И начинается эта история еще до рождения нашей четверки...

ГЛАВА ПЕРВАЯ

К-РОР И ФЕНОМЕН «ГЁРЛ КРАШ»

Сейчас большинство любителей музыки представляют себе, что такое k-рор. Это музыка из Южной Кореи, дальневосточной страны, которая граничит (и одновременно конфликтует) с Северной Кореей и которую отделяют примерно 800 километров по морю от Японии. К-рор в том виде, как он известен большинству людей в мире, представляет собой группы из юношей и девушек, зачастую с большим количеством участников. Песни обычно зажигательные и сопровождаются сложной и четко синхронизированной хореографией. Участники групп очень привлекательны и отличаются идеальной кожей, дизайнерскими нарядами и изысканным макияжем. Все это, конечно, справедливо, но все-таки это значительное обобщение, ведь на деле существуют сотни очень непохожих друг на друга k-рор групп.

Южнокорейцы любят свою поп-музыку. Они слушают и западных исполнителей (в Сеуле в последние годы можно было услышать Кэти Перри, Сэма Смита, Ариану Гранде, U2 и других), и японских, но по-настоящему они гордятся собственными артистами, за которыми корейцы готовы следить вечно, в чем им помогают телешоу, СМИ

и интернет-сайты. Шоу талантов крайне популярны, и такие сериалы, как Superstar K или Produce 101, привлекают широкую аудиторию.

Долгое время над k-pop (по-корейски его также называют *каё*) превалировали баллады и трот — музыкальное направление с двухударной тактовой акцентировкой и характерным вокалом («трот» — это сокращение от «фокстрот»). Затем в 1992 году на телешоу талантов выступила группа Seo Taiji and Boys с песней «Nan Arayo» (или «I Know»). В шоу они заняли последнее место, но зато этот сингл — смелая смесь американской и корейской поп-музыки — занял первое место в национальном чарте и оставался там семнадцать недель. Seo Taiji and Boys вдохновили массу новых корейских групп использовать в своих песнях американский хип-хоп стиль.

Seo Taiji and Boys распались в 1996 году, и один из рэперов, Ян Хёнсок, основал собственную компанию (YG Entertainment), чтобы собирать и продюсировать k-pop группы. Примерно в то же время и с теми же целями были основаны SM Entertainment и JYP Entertainment. У «Большой тройки», как их стали называть, были опыт, деньги и четкое видение, как писать хиты один за другим, и они остаются лидерами k-pop рынка по сегодняшний день.

На протяжении следующих двадцати лет k-pop впитывал влияние Запада, заимствуя элементы рока, попа и R&B, а также хип-хопа и рэпа. В итоге получился характерный стиль, отвечающий запросам корейцев. Корейская публика хочет развлечений — k-pop артисты привлекательные, яркие и необычные. Хореография — важная составляющая, равно как и вокальные данные, будь то бодрый трек или печальная баллада. Несмотря на некоторые громкие скандалы последних лет, Корея остается страной консервативной и с твердыми моральными устоями. Песни, в которых упоминаются секс, наркотики и алкоголь, часто запрещены на радио и телевидении, а от артистов ожидают, что они будут неизменно чисты и невинны.

Телевизор в Корею смотрят миллионы, и это один из ключей к успеху k-pop. Огромное количество музыкальных шоу — Inkigayo, Show! Music Core, Music Bank, M Countdown, Show Champion и The

На протяжении следующих двадцати лет k-pop впитывал влияние Запада, заимствуя элементы рока, попа и R&B, а также хип-хопа и рэпа. В итоге получился характерный стиль.

Show — обеспечивает наличие посвященной поп-музыке программы практически на каждый день недели. В этих шоу обычно показывают живые выступления, а не клипы, поэтому умение выступать на сцене — важный аспект k-pop. Virtuозная хореография, уверенное поведение на сцене, сногшибательные наряды и красота артистов так же важны, как сами песни и хорошие вокальные данные. Артисты представляют свои но-

вые композиции, а шоу каждую неделю награждают победителей, основываясь на сочетании таких показателей, как позиция в хит-параде, количество скачиваний и просмотров.

От k-pop артистов также ждут, что они и группой, и по отдельности будут участвовать в многочисленных развлекательных телешоу, например в Knowing Bros, Running Man и Weekly Idol, наравне с комиками, актерами и другими звездами. Иногда в таких передачах надо давать интервью или выступать, но чаще они посвящены шуточным испытаниям, в которых раскрываются характеры, способности и чувство юмора знаменитостей. У некоторых групп есть собственные развлекательные или реалити-шоу, благодаря которым поклонники могут лучше узнать участников.

Заявив о себе, k-pop артисты с нетерпением ждут сезона награждений, который выпадает на конец года. Церемоний награждений много, но самые престижные — это Golden Disc Awards, Melon Music Awards, Mnet Asian Music Awards (MAMA) и Seoul Music Awards.

Понсаны — это призы, которые вручают нескольким отличившимся артистам, но каждый стремится получить *тэсан* — главный приз, который вручают за песню, исполнителя и альбом года.

В мире k-рор есть специальное слово, которым называют звезд, живущих в статусе небожителей: айдолы. «Большая тройка» и компании поменьше стремятся создавать высокопрофессиональных и харизматичных исполнителей, которые могли бы стать айдолами. Они готовы на все, лишь бы найти, взрастить и помочь развиваться певцу или танцору, у которого есть потенциал стать звездой. Процесс поиска начинается с прослушиваний, где царит ожесточенная конкуренция, и отсмотра шоу талантов в надежде найти будущего айдола. Удачливые молодые исполнители, часто это подростки или совсем еще дети, заключают с компанией контракт, становясь стажерами и переезжая жить в общежития вместе с другими юными дарованиями.

Компании могут взять вокалиста и тренировать его в качестве рэпера или найти одаренного танцора и научить его петь. Некоторые ребята, у которых нет особых талантов, кроме исключительной внешности и умения себя держать (так называемые «вижуалы»), обучаются пению и танцам, чтобы они смогли выступить на должном уровне. В целом стажеры проходят через бесконечный тренировочный лагерь танцев, пения, тренировок, диет и уроков иностранных языков, зачастую посещая при этом и обычную школу или колледж, чтобы получить образование. Это изнурительный процесс, и многие, сочтя его слишком трудным, выбывают, другие же получают отказ от компании, если та сочтет, что стажер не соответствует требованиям.

Компания со временем формирует из стажеров группы или выбирает некоторых для сольной деятельности. Она контролирует всё и сама определяет название группы, имидж, хореографию и песни,

артисты в этом почти не участвуют. Почти в каждой k-POP группе есть лидер, выступающий от лица всего коллектива; обычно эту роль играет старший участник или тот, кто дольше всех пробыл стажером. Также есть *маннэ*, самый младший участник группы, он играет роль милого и очаровательного ребенка в семье.

Как только группа сформирована и все вопросы решены, компания начинает готовиться к дебюту — официальному представлению группы публике. Подобные приготовления могут длиться месяцами или даже год и более, дата дебюта может переноситься, если компания считает, что артисты еще не готовы. Перед дебютом компания стремится вызвать ажиотаж среди прессы и публики. Публикуются фотографии участников, загружаются видеоролики, а иногда даже предебютные песни, чтобы подогреть интерес. Чтобы удержать интригу, один из участников часто держится в секрете до последней минуты.

Сам дебют — это первое появление артиста или группы вместе на публике. Чтобы вызвать сенсацию, появление зачастую совмещено с выступлением перед приглашенными журналистами, одновременно транслируемое в Сети. Первое выступление часто происходит на одном из музыкальных телешоу. Это крайне волнующее время для молодых исполнителей, ведь их карьера может зависеть от того, как их примут. Онлайн-форумы будут оценивать, насколько они хороши собой, умеют ли петь (иногда группы, особенно начинающие, выступают на телевидении под фонограмму), синхронно ли танцевали и каковы они в сравнении с другими новыми группами.

Если группа удачно дебютировала и обрела базу поклонников, она может рассчитывать на камбэк. Это не значит, что до него группа бездействует, возможно, у нее даже не было перерыва. Камбэком называют выпуск нового материала и ряд выступлений на еженедельных шоу, перед которым вновь идут превью и тизеры. Также

камбэк часто связан с новой «концепцией» группы: небольшая или же значительная перемена в звучании и имидже. Как минимум год после дебюта артисты считаются новичками, это дает им некоторую свободу от критики (фанаты k-рор могут быть очень суровы к своим любимцам), но мощный дебют влечет за собой и тяжкое бремя высоких ожиданий.

Страсть k-рор фанатов — необходимая часть устойчивого успеха артиста. Общение с поклонниками через социальные сети и фан-митинги может быстро собрать толпу преданных и верных слушателей. Иногда у таких поклонников есть данное им группой специальное название, они организуют свои онлайн-форумы и могут создать неповторимую атмосферу на концертах. Фан-клуб Twice называется Once, у BTS есть ARMY, а у Blackpink — конечно же Blinks! Фанаты k-рор придумывают оригинальные способы взаимодействовать с айдолами. Им недостаточно просто кричать и аплодировать (хотя куда без этого), они размахивают лайтстиком в цветах группы, иногда устраивая волну по залу; приносят огромные транспаранты со словами поддержки; поют специальные песни-кричалки в перерывах, вступлениях или в ответ на припев.

Внимание мира к южнокорейской культуре за последние пару десятилетий неуклонно росло, для этого феномена даже существует специальный термин — *халлю*, что означает в переводе «корей-

Как только группа сформирована и все вопросы решены, компания начинает готовиться к дебюту — официальному представлению группы публике. Подобные приготовления могут длиться месяцами или даже год и более, дата дебюта может переноситься, если компания считает, что артисты еще не готовы.