

## Succesul trupelor coreene pe pia?a japonez?

de **Anca Barba** Valul **hallyu** a pus st?pânire treptat pe fiecare col?i?or al lumii, f?când “victime” în cele mai nea?teptate locuri; ac?ioneaz? precum un virus: se înfiltreaz? încet dar sigur în mintea oamenilor, face din ea un domeniu stabil, ba chiar impingându-i pe majoritatea s? devin? dependen?. **K-popul**, o component? substan?ial? a acestui fenomen, a avut un impact semnificativ asupra întregii planetei, chiar dac? majoritatea nu sunt familiariza?i cu limba în care se cânt?, cu siguran?? devin? prin?i de tonurile atr?g?toare.



?i acum în urm? cu aproximativ 10 ani, trupele k-pop umpleau stadioane întregi în ?ara natal? ?i îndemnav mul?imea s? ova?ioneze la cel mai mic sunet. Cei care au investit în industria muzical?, au sim?it nevoia unei expansiuni urgente, dat fiind poten?ialul ridicat al trupelor. Au analizat atent situa?ia ?i în final, au c?zut de acord c? ?ara cea mai potrivit? pentru a fi “atacat?” se afla chiar sub nasul lor, aici fiind vorba, desigur, de Japonia. Înainte de toate, trebuie s? subliniem ?i beneficiile acestei ac?iuni, deoarece, dac? st?m s? ne gândim, pân? la urm? de ce au optat cu atâta îndârjire patronii caselor de discuri pentru pia?a japonez?? În primul ?i în primul rând, coreenii urmau s? beneficieze de avantaje din punct de vedere economic, Japonia fiind una dintre cele mai dezvoltate state. Pe lâng? asta, avea ?i o popula?ie numeroas?, deschis? la noi “provoc?ri”, un poten?ial succes ar fi

adus o audiență considerabilă. [http://www.youtube.com/watch?v=FPXs7AY\\_lys](http://www.youtube.com/watch?v=FPXs7AY_lys) Veți fi surprinși să aflați că, de fapt, drumul celebrității trupelor coreene în țara soarelui-răsare a fost deschis de...un serial! În 2002, japonezii se declarau năuciți de actorul **Bae Yong Joon** și implicit de serialul excepțional **Winter Sonata**. Chiar dacă înainte de difuzarea producției, câțiva artiști precum **BoA** încercaseră să se infiltreze în industria muzicală japoneză, totuși, popularitatea pe care a cunoscut-o nu a fost una atât de grandioasă. Winter Sonata devenea astfel un deschizător de drumuri în admirația japonezilor față de coreeni. Dacă au gustat puțin din dramele coreene, acum trebuia neapărat să experimenteze gustul dulce al k-popului.



Japonia  
devenea astfel climatul propice în care să se dezvolte muzica modernă coreeană. Unele trupe  
se mândresc cu o imensă stimă și admirație din partea locuitorilor Japoniei, altele nu. În

continuare, v? invit s? urm?ri?i în câteva rânduri, încercarea unor coreeni de a cânta în japonez?, ce este aclamat? sau nu de c?tre un juriu format din milioane de locuitori.



<http://www.youtube.com/watch?v=2HtEF4sRyWc>

<http://www.youtube.com/watch?v=weZV-LcerrM> **SM Entertainment** izbutea s?

fac? prima mutare, aruncându-i în joc pe b?ie?ii de la **Tohoshinki**(numele sub care sunt cunoscu?i în Japonia cei de la DBSK) dar ?i pe BoA care î?i încerca din nou norocul. Ei au debutat într-o perioad? în care k-popul era un termen relativ nou pentru locuitorii Japoniei, cei din agen?ie con?tientizând faptul c? nu se puteau baza pe succesul acestora din Coreea. Tot ce mai r?mânea de f?cut era s? încerce s? “concuze” cot la cot cu arti?tii japonezi, s?

devin? ca ei, s? în?eleag? mentalitatea publicului str?in ?i s? încerce s? se muleze dup? noii fani. Dup? 5 ani de munc? asidu?, au dat lovitura: BoA se men?inea strâns pe primele pozi?ii ale topurilor, în timp ce Tohoshinki impresionau publicul venit pe Tokio Dome. Dar mai important decât atât, devenea faptul c? atât BoA cât ?i cei 5 b?ie?i legendari, erau la fel de respecta?i ?i de admira?i de c?tre oficiali ?i public ca al?i arti?ti de acela?i calibru.



[http://www.youtube.com/watch?v=\\_1OIO3cYpzo](http://www.youtube.com/watch?v=_1OIO3cYpzo)

<http://www.youtube.com/watch?v=wrj6FDPY75k> Urmeaz? pe covorul ro?u dou? trupe tinere de fete tinere, frumoase ?i destul de talentate. De ce ar trebui trecute ?i ele în articolul nostru? Cred c? atingerea primelor pozi?ii ale prestigiosului top **Oricon** (considerat modalitatea suprem? de m?surare a faimei pentru mul?i cânt?re?i coreeni ce î?i încearc? norocul la vecinii lor) spune tot, statisticile constituind dovada palpabil? a admira?iei japonezilor ?i nu numai. Da, aici este vorba despre nimeni altele decât încânt?toarele fete de la **KARA** ?i **SNSD**.



[http://www.youtube.com/watch?v=YjpteRZW\\_WU](http://www.youtube.com/watch?v=YjpteRZW_WU)

<http://www.youtube.com/watch?v=cLsxZIL7DMs> Cumva, au reușit să vrea? jească publicul, investind destul de mult timp și bani în acest proiect de extindere. Beneficiau de destul de multe resurse, provenite din vânzările din Coreea, pe care le-au folosit într-un mod deosebit de inteligent. Spre exemplu, pentru realizarea albumelor japoneze, a fost angajat special un staff autohton, care știa prea bine unde trebuie să se înteaască. Până și videoclipurile au fost filmate în stil j-pop, de unde se vede evidențiază flexibilitatea cântăreților. Pe măsură ce lansează câte un album japonez, devin din ce în ce mai apreciate și în Coreea, datorită fiind maniera uluitoare prin care fac față cu brio programului infernal.



[http://www.youtube.com/watch?v=fYP\\_3QEb5Yk](http://www.youtube.com/watch?v=fYP_3QEb5Yk)

<http://www.youtube.com/watch?v=zD7BXyZWcGo> Pe de alt? parte, avem ?i trupe care, în pofida numeroaselor încerc?ri de a ie?i la ramp? ?i în industria muzical? japonez?, nu au reu?it s? aduc? odat? cu propriile crea?ii, elementul acela care s?-i disting? de restul. În aceast? categorie se încadreaz?, conform speciali?tilor, forma?ii precum **SHINee**, **U-KISS** sau **2PM**. Desigur, ele ?i-au g?sit succesul local, cu pa?i m?run?i dar repezi încercau s? urce în topuri, dar c?deau la fel de repede. Nu putem spune c? melodiile au fost proaste din punct de vedere calitativ, ci pur ?i simplu poate c? nu s-au sincronizat cu japonezii. Mul?i pun “e?ecul” acestor trupe pe seama similitudinilor din punct de vedere muzical dintre materialele japoneze ?i cele coreene, aici nefiind vorba neap?rat de remakeurile dup? varianta coreean?. Ba chiar în cazul celor de la SHINee, au fost folosi?i aceia?i compozitori suedezi pentru a produce pentru dou? audien?e complet diferite. <http://www.youtube.com/watch?v=mTVdnCandyY>

[http://www.youtube.com/watch?v=9eH2\\_V6wfa8](http://www.youtube.com/watch?v=9eH2_V6wfa8)

<http://www.youtube.com/watch?v=I6uEXhNffts> Revista online **Cyzo** chiar a publicat anul acesta un articol în care divulg? num?rul grupurilor de k-pop care r?mân de cele mai multe ori anonime în timpul carierei japoneze. Primul exemplu a venit de la agen?ia **TS Entertainment**, prin cvartetul feminin **Secret**. Secret au debutat în 2009 în Coreea, iar anul trecut au spart ghea?a ?i în Japonia. Cântecele lor de debut, *Madonna* a ajuns pe pozi?ia a 9a în topul Oricon iar cel de-al doilea material promo?ional al lor s-a clasat pe 14. <http://www.youtube.com/watch?v=wsVknwglvj4> Cyzo a citat un faimos editor, pentru a-?i exprima în cel mai onest mod posibil gândurile despre Secret:” *Totul ?ine de ‘brandul japonez’. Secret nu a ajuns la apogeu în Coreea, înc? mai au poten?ial acolo. Dar dac? ar fi cu adev?rat populare, ar fi capabile s? sus?in? un concert solo(în Coreea). Doar prin lansarea ?i interpretarea unor cântece în Japonia , nu se pot întoarce în Coreea ca s? se laude:’ Suntem extrem de populare în Japonia!’ pentru a câ?tiga mai mult? recunoa?tere*

internațional?”. Nici cele patru fete simpatice de la **2NE1**, nu au cunoscut o admirație atât de grandioasă ca cea din țară natală, din punct de vedere statistic ele nereușind să depășească cea de-a 12-a poziție a topului Oricon.

<http://www.youtube.com/watch?v=OLYN4LpUYM> Numărul trupelor de k-pop este unul destul de mare și pe zi ce trece se ivesc noi debutanți. Din păcate, nu pot cuprinde activitatea fiecăreia în parte pe teritoriul nipon, dar în să menționez și parcursul trupelor de la **FNC Entertainment** și anume **FT Island** și **CN Blue**. Nu au reușit să-i depășească în popularitate pe cei de la Tohoshinki și nici chiar pe fetele de la KARA sau SNSD, dar cu siguranță “stilul japonez” i-a prins de minune. Au știut cum să atragă publicul, întrucât genul muzical pe care îl cântă, folosindu-se de instrumente, se apropie sensibil de muzica specifică japonezilor. Cei din CN Blue chiar și-au făcut debutul pe străzile sau cluburile din Japonia, în acest mod cei care i-au urmărit de la început se pot mândri cu faptul că i-au văzut crescând încet de pe vremea când cântau strict din plăcere. Privitor la FT Island, stilul mai rock din cântecele în varianta japoneză, pare să-i prindă mai bine, le dă o altă aură, față de melodiile ușor mai temperate cu care se laudă în Coreea. <http://www.youtube.com/watch?v=Fve3Cl8w5Ys>

<http://www.youtube.com/watch?v=GbljfrHjc8> De-a lungul timpului, mulți au încercat să imite modalitatea de debut a primilor artiști din SM care au invadat Japonia, dar aparent, nu au avut succesul scontat. Poate că și preferințele publicului s-au schimbat, dar modul în care BoA și Tokoshinki și-au pus carierele în joc cu siguranță este inegalabil, ei devenind artiști de referință în situația dată. O explicație a acestui fapt vine din partea directorului topurilor Oricon din Japonia, **Koike Koh**: “*Metabolismul artiștilor și al muzicii coreene pare prea rapid pentru piața japoneză. Există posibilitatea ca fanii japonezi să se plictisească de ei, din moment ce majoritatea se grăbesc să între în această industrie.*” Deci, se pune pentru prima oară problema unui ușor declin al calității muzicii pe care idolii noștri o aduc. În ultimii câțiva ani, multe trupe au optat pentru calea mai scurtă și mai ușoară, urmărind niște pași predefiniți. În primul rând, se lansează o melodie cu videoclipul aferent în Coreea. Urmează perioada de promovare, toate lucrurile decurg conform planului: lumea o ascultă cu interes, iar vânzările albumului din care face parte melodia respectivă sunt destul de bune. Aici, intervine și Japonia în ecuație: după ce apar alte hituri, care par să îl eclipseze pe cel despre care vorbim, cei de la agenție vin cu următoarea strategie: să lanseze trupa în Japonia cu același cântec (desigur, în limba japoneză). Pe moment melodia prinde la publicul nipon, însă ulterior tind să cred că această opțiune devine un clișeu deranjant ce provoacă plictiseală în rândul ascultătorilor. <http://www.youtube.com/watch?v=weliaA-h4pk>

<http://www.youtube.com/watch?v=BlnCEsVcyS4> Mentalitatea celor care vin cu ideea asta stă cam în felul următor: dacă cântecul a avut într-o oarecare măsură succes în Coreea, atunci cu siguranță va avea același impact și în Japonia. Desigur, este cea mai sigură metodă din punct de vedere comercial, însă și cea care implică și cea mai puțină maturizare din punct de vedere muzical din partea grupului. Cu siguranță, nicio revistă sau vreun comentator celebru nu a aclamat această metodă care nu iese din tipare. Revenind la motivele pentru care muzicienii coreeni se vând atât de bine în Japonia, primul lucru care ne sare în ochi când facem comparație între artiștii k-pop și j-pop, pe lângă diferența de la cer la pământ referitoare la genul muzical abordat, este aspectul. După cum probabil ați observat, fetele din trupele coreene, adoptă o atitudine mai feminină și mai dulce, sexy și degajată, pe care până și Koike Koh a recunoscut-o ca fiind una decisivă în atragerea fanilor de partea lor. Trecând la tabăra masculină, remarcăm un fizic mai de învidiat, pe care nu se tem să-l arate în timpul



concertelor. Pe deasupra, ?i la capitolul în?!?ime uneori coreenii sunt “peste” japonezi.



Ce îi mai trebuie unui artist pentru a fi compatibil cu Japonia? Pentru a fi u?or acceptat pe pia?a muzical? japonez?, este esen?ial s? cuno?ti limba. Dobândind asemenea cunoștiin?e, fie ele chiar unele sumare, cânt?re?ii î?i permit s? apar? în emisiuni f?r? un translator, afi?ând astfel atitudinea de om serios care dore?te s? realizeze ceva grandios din moment ce s-a încumetat s? porneasc? pe a?a o cale. În esen??, mai important? decât asta este acurate?ea cu care rostesc versurile prin care trebuie s? ating? inimile japonezilor.

[メンズノンノ]  
<http://www.mensnonno.jp/>

2011 SEPTEMBER  
特別定価 780yen  
COVER & CLOSE-UP  
**チャン・グンソク**  
サイン入り生ボラプレゼント付き

N.ハリウッド、  
ホワイトマウンテナリング  
他、人気ブランド新作&  
WEB通販も満載!

ポール自身が撮った松田翔太、  
丸山晃海入バリエバックステージ、  
ショップスタッフ総選挙……  
新作のすべて、見せます!

**ポール・スミスは  
天才!**

暑さは、熱さをもって制す!  
1. 整え上がる!  
無敵の  
「服バカ」コーデ!

2. 自由すぎるおしゃれバトル!  
ロンドンストリート vs.  
パリ・ミラノコレクション  
場外スナップ!

8月は、シャツと小物を買えばいい!  
1. モテアイテム怒濤の快進撃

**シャツが止まらない!**

2. 今すぐ夏コーデにトッピング  
即戦力を養え! 「小物」検定

特別付録  
ポール・スミス  
×  
MEN'S NON-NO  
水玉トート!

創刊25周年記念イベント  
「おしゃれ上等! メンズノンノ  
スーパーフェス」へGO!

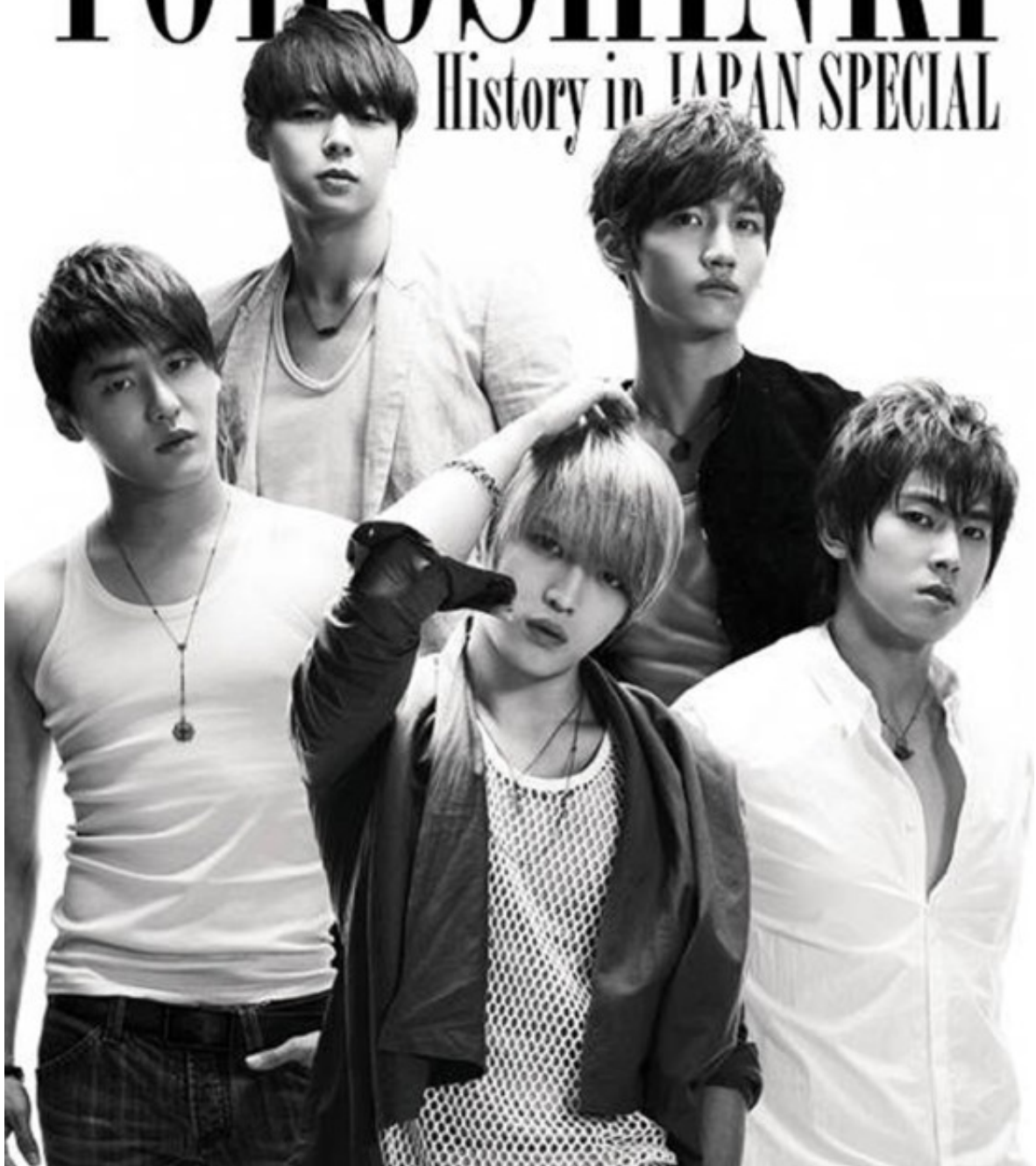
M 25th  
MEN'S NON-NO  
ANNIVERSARY

Poate c?

debutul în Japonia, a ajuns în zilele noastre precum o simplă formalitate, ca și un fel de misiune ce trebuie îndeplinită de cântăreții coreeni pentru a avea o carieră bogată din punct de vedere muzical. Dar aici intervine întrebarea- oare câți sunt destul de curajoși încât să își sacrifice, sau depășească granițele la propriu și la figurat, pentru a atinge preadorita

# TOHOSHINKI

## History in JAPAN SPECIAL



faim??

Surse: [seoulbeats.com](http://seoulbeats.com), [soompi.com](http://soompi.com)