Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение

Ростовской области «Таганрогский педагогический лицей-интернат»

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ПРОЕКТНАЯ РАБОТА

Тема: «ПРОДВИЖЕНИЕ К-PОР ИНДУСТРИИ СРЕДИ ЛИЦЕИСТОВ»

 Ступак Дарья

10 «Б» класс

Научный руководитель:

Бычкаускас Римма Васильевна,

воспитатель

Таганрог

2021 г.

**Содержание**

Введение 3

1.Основная часть 4

 1.1. Систематизация материала для буклета 4

 1.2. Анкетирование и обработка результатов 4

 1.3. Выбор буклета. Технология создания 5

 1.4. Оформление буклета 5

2.Заключение 5

Список литературы 5

Приложение

**Введение**

**Актуальность работы**

Все так или иначе имеют свои предпочтения в музыке. Кто-то слушает рок, кто-то фанат классики, а кто-то вовсе любит рэп. Все мы разные и имеем разные познания в том или ином жанре музыкальной культуры. Размышляя над этим, нам стало интересно: « а много ли лицеистов знают о таком жанре как корейская поп-музыка и много ли фанатов данной культуры?» по словам немецкого писателя Бертольда Ауэрбаха: «музыка – единственный всемирный язык, его не надо переводить, на нем душа говорит с душою».

**Цель работы**

Создать буклет знакомящий аудиторию с таким жанром как корейская поп-музыка.

**Задачи**

1. Познакомиться с литературой, терминологией и концептом жанра.
2. Выбрать самых популярных артистов данного жанра.
3. Составить список и краткое описание групп.
4. Узнать о способах изготовления буклета.
5. Оформить буклет.

**Объект и предмет проектной деятельности**

Объектом проектной деятельности была выбрана корейская поп-музыка, а предметом - популярные группы и исполнители этой музыки.

**Методы проектирования**

1. Изучение литературы для сбора данных по теме проекта.
2. Анкетирование и анализ результатов.
3. Систематизация материалов.
4. Моделирование.

**Материалы проектирования**

Трейни – это ученик в компании в возрасте от 7-10 и до 20 лет.

Айдол («идол» - идеал) -это молодой человек или девушка (актер, певец, фотомодель и пр.) с идеальной по корейским меркам внешностью.

Макнэ – самый младший участник музыкальной группы.

Вижуал – участник, имеющий внешность, наиболее приближенную к корейским стандартам красоты.

Дебют – первое появление группы или исполнителя на публике.

Тизер клипа – сообщение, построенное как загадка, которое содержит часть информации о продукте, но при этом сам товар полностью не демонстрируется. [1]

С древних времен, на больших праздниках исполнялся «нонак», традиционный танец плечами в Корее, с использованием корейских национальных инструментов. После такого шоу происходил выплеск энергии «хын». Все зрители вставали и танцевали «танец плечей». Современные танцы как раз и являются основой современных корейских танцев.

К-Рор появился, как музыкальный жанр в Южной Корее с элементами хип-хопа, танцевальной музыки и ритм-н-блюза. Смешение западной музыки и «японского попа», сочетает пение, реп и мощные визуальные эффекты. Сейчас превратился в масштабную субкультуру с поклонниками по всему миру. Айдолы представители корейской поп-культуры и идеальные артисты. Но путь айдола непрост. Чтобы стать исполнителем и состоять в группе или дебютировать сольно, артисту нужно тренироваться с подросткового возраста. После посещения учебных занятий, будущий айдол посещает занятия (7-8 часов в сутки) для становления исполнителем: вокал, танцы, изучение иностранных языков и многие другие предметы, важные для артистов. Для трейни норма спать по 2 часа в сутки, так как на его содержание компания тратит большие деньги, которые будущие артисты обязаны вернуть, став после дебюта достаточно прослушиваемыми.

В сформированной группе каждый занимает положение по его лучшим талантам: главный вокалист, саб-вокалист, рэпер и танцор. Еще лидер, представляющий группу на всех важных мероприятиях. Это участник, лучше всех владеющий иностранными языками с высоким уровенем IQ. В группе присутствует вижуал, артист с параметрами подходящими к идеалу в Корее (белая кожа, большие глаза и др.). Есть и младший участник группы, которого зовут макнэ, старшие оберегают его и прощают все «пакости».

Стиль артистов меняется с каждым альбомом, а иногда и выступлением. Выделяют два основных вида концепта: милые и сексуальные. Группа в зависимости от популярности может в ходе карьеры менять свой стиль несколько раз. Продюсеры стараются идти в ногу с теми или иными запросами общества, создавая «продукты» для всех возрастов. [2]

 У каждой группы имеются фанаты, которым дана возможность встречаться с любимыми исполнителями на фанмитингах. Там артисты лично общаются с каждым из фанатов. Поклонник может подарить своему кумиру подарок и получить автограф. [3]

 В России корейская музыка приобрела популярность в 2012 году благодаря синглу певца PSY «Gangnamstyle ». Клип к этой песни на данный момент набрал 3 млрд. просмотров. Следующим кто стал популярен это бойзбенд EXO. Выступали парни на Универсиаде 2013 в городе Казани. [4]

**1. Основная часть**

**1.1. Систематизация материала для буклета**

Определившись с темой, искали и систематизировали материал для буклета: где возник жанр; терминология; способы существования и обучения в этой музыкальной индустрии; какие группы наиболее популярны у большего круга слушателей данного жанра – молодежи, краткую информацию о них.

**1.2. Анкетирование и обработка результатов**

Параллельно с изучением литературы решили провести анкетирование. (см. Приложение №1) Вопросы для анкеты составляли с учетом их важности для проекта. Нам было интересно понять, а сколько в лицее ребят имеют представление о корейской поп-музыке и скольким из них хотелось бы знать об этом больше. После анкетирования все полученные в ходе него данные перевели в цифры и сделали диаграммы с помощью приложения MicrosoftExсel. (см. Приложение №2) Получили данные о том, что чуть больше половины девушек и юношей в возрасте 17 лет знакомы с этой индустрией (7 человек из 12), и не имеют желания узнавать о К-Рор (хотели бы узнать всего 4 из 12). Лицеисты в 15 лет имеют наибольшее представление о данной теме, две трети (10 из 16) заявили об этом. И им хочется узнать о К-Рор еще больше (6 из 16). Самые юные учащиеся лицея в возрасте 14 лет хоть и знакомы с данной музыкой, но мало знают нужной информации о данной теме (всего 7 человек знают термины, представленные в анкете из 19). Но, при этом из них хотят изучить К-Рор индустрию половина (10 человек). Анкетирование показало, что в среднем больше половины участников опроса знакомы с к-рор индустрией (28 из 47) и чуть меньше половины (20 из 47) хотели бы узнать больше. Выявлено отсутствие интереса у старшеклассников, что объясняется, скорее всего, подготовкой к экзаменам. Самые осведомленные 15-летние, а несведущие 14-летние, но при этом последние демонстрируют наибольший интерес. Значит проект будет им интересен.

**1.3. Выбор буклета. Технология создания**

Всю нужную информацию о создании буклета искали в интернете. Там же узнали о нескольких видах буклетов (рекламные, имиджевые, информационные, почтовые), разновидности по способу фальцевания (складывания) и остановились на буклете в два сложения. [5] Таким образом, получилось 6 страниц/колонок для размещения информации. И получив консультацию у учителя информатики о приложении, в котором можно создать макет буклета приступили к его моделированию.

**1.4.Оформление буклета**

Оформление начали с подбора цветовой гаммы, шрифтов, аксессуаров. В ходе моделирования вставляли картинки для титульного и последнего листа буклета, фото исполнителей и популярных групп, систематизированный текст для 4 страниц. На каждой странице над фото располагаются названия групп/исполнителей, а карьерные данные исполнителей, состав групп, непосредственно под изображениями. Сложность представлялась в том, что приходилось очень сильно сжимать информацию и отметать много интересного. Текст, который хотелось частично разместить на фото, располагать там, где возможно.

Далее нужна была информация, где можно напечатать цветной вариант буклета и что для этого нужно. Поиск в интернете привел нас в офис-клуб «Паутина», где узнали, что для печати буклета понадобится флешка с макетом и выбрать бумагу для печати. Выяснили, что при печати на обычной бумаге формата А4 изображение будет терять яркость, но отлично складываться. А на бумаге матовой с фотонапылением формата А4 будет точное соответствие цветовой гамме макета и хорошая складываемость. Поэтому выбрали матовую бумагу с фотонапылением, чтобы буклет привлекал внимание яркостью снимков. Печать 6 буклетов заняла 15 минут и финансовые затраты в размере 276 рублей.

**2. Заключение**

1.В ходе работы над проектом я познакомилась с литературой, терминологией и концептом корейской поп-музыки.

2.Я выбрала самые популярные группы в жанре К-Рор,

3.На основании анкетирования обучающихся 8-11 классов ГБОУ РО «Таганрогский педагогический лицей- интернат» составила график слушателей этого направления в зависимости от возраста и график готовности знакомится с этим направлением.

4.Узнала о разновидностях и способах изготовления буклетов, получила навыки моделирования, работая над его макетом.

5.Составила список, краткое описание самых популярных групп и создала буклет для ознакомления с популярными исполнителями жанра. Данный продукт можно использовать во внеурочной деятельности лицея: классных часах и вечерних мероприятиях для проживающих в общежитии лицея-интерната обучающихся.

**Список литературы**

1)Степанов, В.С., Панченко О.Л. Корейская поп-культура в России: основные направления развития [электронный ресурс] // CYBERLENINKA URL: https://cyberleninka.ru/article/n/koreyskaya-pop-kultura-v-rossii-osnovnye-napravleniya-razvitiya (дата обращения 2.12.20 г.)

2) Летина, Н.Н., Логинова, И.В. Idol как феномен современной корейской культуры [электронный ресурс] // CYBERLENINKA URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/idol-kak-fenomen-sovremennoy-koreyskoy-kultury> (дата обращения 22.11.20 г.)

3) Жданова, Л.Г., Шрейбер, О.Д. Эмоциональные особенности молодежи, увлекающейся корейской волной [электронный ресурс] // CYBERLENINKA URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotsionalnye-osobennosti-molodezhi-uvlekayuscheysya-koreyskoy-volnoy> (дата обращения 21.11.20 г.)

4) Михалик, О.Н. Феномен «Корейской волны»: синтез запада и Востока? [электронный ресурс] // CYBERLENINKA URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-koreyskoy-volny-sintez-zapada-i-vostoka>(дата обращения 22.11.20 г.)

5) Виды буклетов [электронный ресурс] // Московская типография Kontext. URL:<https://www.kontext.ru/poleznaja-informacija/vidy-bukletov> (дата обращения 10.02.21 г.)

**Приложение №1 Анкета «Знаете ли вы о К-Рор?»**

1. Знакомы ли вы с К-Рор (корейской музыкой)?
* Да
* Нет
1. Знаете ли вы кто такие
* Айдол –
* Макнэ –
* Трейни –
1. Названия каких корейских групп/сольных исполнителей вы знаете?
2. Хотелось бы вам узнать терминологию и послушать самых популярных представителей этого жанра?
* Да
* Нет
* Не знаю

**Приложение №2 Диаграммы по данным анкеты**

**«Знаете ли вы о К-Рор?»**

Возраст: 17 лет

Возраст: 15 лет

Возраст 14 лет