



HÖGSKOLAN
DALARNA

Uppsats Historia III

K-pop



Diskurs och konsumtion i koreansk populärmusik 1996 – 2015

Författare: Karl Ekström

Handledare: Lars Båtefalk

Termin: VT15

Ämne: Historia

Kurs: Uppsats, 15hp

Examinator: Lars Båtefalk/Peter Reinholdsson

Högskolan Dalarna

791 88 Falun

Sweden

Tel 023-77 80 00

Abstract

Denna uppsats undersöker koreansk populärmusiks explosiva framfart från slutet av 1990-talet och framåt. Den försöker svara på vad K-pop och dess idoler mer specifikt har representerat och erbjudit fans att konsumera och koppla detta till dess växande popularitet i ett historiskt perspektiv. Vidare försöker uppsatsen svara på varför K-pop gradvis har vuxit markant från slutet av 2000-talet i perifera regioner som Sverige. Uppsatsen analyserar ett urval av idolars representation i olika medier och källor som behandlar hur svenska fans förhåller sig till K-pop.

Resultaten visar att idoler historiskt och med tid mer frekvent medverkat i många olika medieformat där de byggt upp en performativ image i relation till den rådande diskursen som en form av skådespeleri. Samtidigt har de idoler som följt kopierat originalkonceptet till det yttersta, vilket då också inbegriper plastkirurgi. Detta har resulterat i en ökning av ofta oskiljbara men visuellt vackra idoler. För många fans så ligger här en stor del av attraktionen; möjligheten att konstruera sin egen avgränsade konception av idoler för att fylla olika behov. För svenska fans så verkar det som att detta likaså är en del av anledning till dess växande popularitet när gränsen mellan det verkliga och fiktiva suddas ut. Det är också en möjlighet att anamma ett annat figurativt universum där exotiska idoler i sin allomfattande roll fritt kan konsumeras inom K-pop diskursen.

Nyckelord: populärkultur, K-pop, idoler, diskurs, konsumtion,

Innehållsförteckning

1. Inledning

- 1.1 Syftesformulering
- 1.2 Frågeställningar
- 1.3 Tidigare forskning
- 1.4 Teori
- 1.5 Avgränsning, material och metod

2. Bakgrund

- 2.1 Innan K-pop
- 2.2 K-pop idoler

3. Undersökning

- 3.1 Performativ diskurs
- 3.2 Hallyu
- 3.3 Original och kopia
- 3.4 Sverige och K-pop

4. Sammanfattning och diskussion

5. Referenser

1. Inledning

När rapparen Psys musikvideo ”Gangnam Style” blev det mest klickade YouTube klippet någonsin, på mindre än ett halvår, sent 2012 så var denna utveckling på många sätt emblematiskt för K-pop industrins explosiva framfart som helhet under 2000-talet. I slutet av 1990-talet i Sydkorea introducerades den första generationen av K-pop idoler i Sydkorea och hänförde omedelbart en generation tonåringar genom en dynamisk kombination av sång, dans och presentation. I samband med detta fick också koreanska dramaserier ett genombrott i Ostasien. Dramaserier som vanligen inkluderade dessa idoler i olika roller som skådespelare och/eller som representativ artist för dramats OST (Original Soundtrack). Med tiden kom detta att inkludera film men också koreansk television som helhet. Parallellt med denna utveckling fick idolerna en större roll att fylla inom den koreanska nöjesindustrin; de figurerade nu inte bara som musikaliska artister utan även som skådespelare, programvärdar, modeller osv.

En idols image blev därmed av största vikt vilken skapades och upprätthölls genom en minutiös kombination av performativa tv-framträdanden, musikvideos och noggrant valda skådespelarroller. Ett skådespeleri som ofta sträckte sig bortom det uppenbart fiktiva och en idols representation försköts till ett figurativt filmmanus vars essens i sin tur kopierades av andra idoler. Ett strukturerat mönster för K-pop idolens ontologi och utveckling började ta form. Jämsides med denna konstruerade utveckling så erövrade K-pop också marknader utanför Asien. Med hjälp av ett allt mer funktionellt och expanderade internet ökade inte bara möjligheterna att ta del av media som tidigare hade varit svår att införskaffa i perifera regioner – fans av K-pop kunde nu globalt interagera med andra fans och aktivt bidra till K-popens spridning. Detta inkluderar också till synes avlägsna marknader och länder som Sverige. I september 2012 dansade 300 personer på Sergels torg till ”Gangnam Style”. Året därefter hade Sverige sin första K-pop konsert och resten, för att använda ett återkommande uttryck, är historia.

K-pop fenomenet har också under de senaste åren uppmärksammats akademiskt som en konsekvens av dess framgång. Detta gäller likaså *Hallyu*, eller ”Korean Wave” som är en mer generell beteckning på Koreansk populärkulturs frammarsch i Asien. Detta begrepp inkluderar också media som inte alltid är direkt relaterat till K-pop eller idoler. För att förstå K-pop så måste man förstå *Hallyu* eftersom de i allt väsentligt är oskiljbara. Att idoler ofta jobbar inom andra områden än de strikt musikaliska exemplifierar detta behov. Forskning har undersökt och belyst många olika aspekter av K-pop från bland annat ett nationellt perspektiv eller erbjudit utmärkta sammanställningar över koreansk populärkultur som en holistisk enhet. En del har likaså sökt att applicera teori och problematisera en förståelse av K-pop och *Hallyu*. Färre har dock undersökt K-pop utifrån en kvalitativ historisk infallsvinkel vilket kanske inte är så konstigt med tanke på dess förhållandevis korta historia.

I det här arbetet ska en undersökning av empiriskt material som musik, tv-program och andra källor analyseras genom ett teoretiskt verktyg byggt runt diskurs, genus och en postmodernistisk förståelse av konsumtion. För det är just detta denna uppsats har som avsikt att göra; att försöka påvisa hur den historiskt diskursiva utvecklingen inom K-pop och dess globala popularitet kan förklaras och förstås teoretiskt när man granskar de tillämpliga källor som finns tillgängliga.

1.1 Syftesformulering

Syftet med denna uppsats är att undersöka och analysera den historiska utvecklingen av K-popens diskursiva ontologi och försöka förklara hur dess växande popularitet i slutändan lyckats penetrera till synes osannolika marknader som den svenska. Tidsperioden är från 1996 fram tills nutid. Centralt i undersökningen blir här konsumtion – inte bara den monetära utan också den figurativa – av de olika produkter och fantasier K-pop över tid har och fortsätter att erbjuda, och hur detta har bidragit till dess växande popularitet i Korea och utanför dess gränser. Samtidigt bör detta kopplas till relevanta diskurser och teorier som ytterligare kan belysa koreansk populärmusiks utveckling.

1.2 Frågeställningar

Vad är det som säljs och hur har produkten K-pop marknadsförts i olika medier över tid? Vid sidan av det uppenbart materiella är själva presentation av produkten mycket mer än så. Är det en unik symbios av flera olika faktorer – sexualitet, fantasier, kultur, konsumtion, diskurs – som formats över tid och därmed blivit representativt för dess ontologi?

Hur har K-pop lyckats bli populär i avlägsna marknader som den svenska? Vad är dess attraktion mer specifikt för fans globalt och vad mer har bidragit till dess växande popularitet under senare delen av 2000-talet?

1.3 Tidigare forskning

Mycket har skrivits om K-pop på senare år men då mer generellt och på ett sätt som mer påminner om reportage snarare än ren historia vetenskap. På grund av detta så har analyserna sällan gått in i detalj på hur K-pop har varit mer specifikt verksamt inom olika medier och hur detta påverkat dess popularitet inom en historisk kronologi. I detalj syftar här till exempel på specifika undersökningar om hur K-pop idoler inte bara är verksamma inom det musikaliska men även är aktiva i många olika roller vilket i sin tur producerat olika performativa produkter över tid.

I Sverige så är de självutnämnda K-pop fansen Elin Mellerstedt och Johanna Stillmans reportage bok *Loverholic robotronic* (2013) ett av få exempel på ovan nämnda; denna pionjär bok följer inte akademiska kriterier utan är positionerad som en intressant autobiografi skriven av två hängivna K-pop fans vars analyser är mer personliga än akademiskt djupgående. Den har i detta avseende funktionen av en användbar primärkälla eftersom den reflekterar hur just svenska fans har interagerat med K-pop.

Internationellt har ett flertal antologier getts ut i vilka man sökt att analysera olika aspekter av koreansk populärkultur. Även om dessa kan sägas innehålla briljanta texter så har fokus mest legat på dramaserier eller mer generella perspektiv. Representativt för detta är böcker som *Korean Wave* (2008) och *East Asian Pop Culture – Analysing the Korean Wave* (2008). Detta gäller likaså till viss del för böcker som Mark James Russells *POP goes Korea – Behind the Revolution in Movies, Music, and Internet Culture* (2008) eller Chang Nam Kims *K-POP – Roots and Blossoming of Korean Popular Music* (2012) som båda är utmärkta

introduktioner och redogörelser av olika historiska aspekter inom K-pop, men som kanske inte alltid har en mer grundlig akademisk ton eller kvalitativ analys.

Sun Jungs bok *TransAsia Screen Cultures: Korean Masculinities and Transcultural Consumption* (2011) är här kanske ett undantag som undersöker koreansk populärkultur genom att bland annat använda sig av postkolonial teori, genusvetenskap och, precis som titeln indikerar, maskulina representationer. Denna kulturanthropologiska text innehåller utmärkta kvalitativa analyser som påvisar hur koreansk populärkultur bland annat kan förstås som diskursivt konstruerad för en slags konsumtion, men sträcker sig likaså bortom K-pop; majoriteten av exemplen i boken centreras runt exempelvis tv-drama eller filmer som inte direkt berör K-pop och idolors verksamhet. Vidare skiljer sig Jungs teoretiska förståelse från hur den här uppsatsen kommer att angripa problemet samtidigt som hennes analyser från sent 2000-tal inte omfattar ett längre historiskt perspektiv. De teman Jung diskuterar rör sig inom tidsperioder som inte sträcker sig längre än högst ett år i vissa fall. Jungs forskning, med flera, är dock naturligtvis viktiga bidrag till fältet som denna studie till viss del kommer att bygga vidare på. Då bland annat den teori som tillämpligt kan appliceras på fältet.

1.4 Teori

Som en del av tidigare forskning så kommer uppsatsen att använda sig av kritisk teori som ett redskap för att förklara och analysera den historiska evolutionen av K-pop och därefter koppla detta till dess växande popularitet. Detta urval och teoretiska fält sträcker sig från sen strukturalism till poststrukturalism och postmodernistiska teorier som då också inkluderar genusvetenskap. Michel Foucaults diskursbegrepp blir här relevant eftersom det först definierar epistemologi som diskursiv, och därefter inkorporerar dialektiken norm och icke-norm. Foucaults egna exempel på detta är hur en akt "situated in a bipolar field of sacred and profane, lawful and unlawful, religious and blasphemous" utgör ett binärt system inom vilket vi kan förstå diskursbegreppet.¹ Vad diskurs gör är att reglera vår förståelse av någonting; diskurs är på så sätt en *teori om kunskap* som hela tiden är relativt i förhållande till de unika omständigheterna. Foucault, som utan tvekan är en av de mest prominenta intellektuella under 1900-talets senare hälft, assisterar oss här att klargöra de parametrar som det förflutna har formats under. Ett exempel på detta är när Sara Mills koncist sammanfattar Foucaults diskursbegrepp från ett mer funktionellt perspektiv när hon skriver att diskurs hjälper

theorists to consider the way we know what we know; where that information comes from; how it is produced and under what circumstances; whose interests it might serve; how it is possible to think differently; in order to be able to trace the way that information that we accept as 'true' is kept in that privileged position. This enables us to look at the past without adopting a position of superiority – of course we know better now – in order to be able to analyse the potential strangeness of the knowledge which we take as 'true' at present.²

Att förstå det förflutna inbegriper därmed att förstå de diskurser som har reglerat vår historia. Följaktligen, inom K-pop, finns det, precis som överallt annars diskurser som har dikterat olika normer och som accepterats som sanningar. Diskurser som i sin tur kan kopplas till dess attraktion och popularitet bland fans.

¹ Foucault (1969), s. 1628.

² Mills (2003), s. 66.

Detta berör också Judith Butlers numera klassiska idé om genus som likställt med performativa handlingar. Butler använder sig här av Foucaults diskursbegrepp genom att hävda att de handlingar män och kvinnor utför är ”performative in the sense that the essence or identity that otherwise purport to express are *fabrications* manufactured and sustained through corporeal signs and other discursive means”.³ För Butler så är alltså genus likaså en diskurs – någonting vars ontologi är performativt – och av den anledning också en teoretisk vinkel som kommer att hjälpa oss förstå K-popens utveckling då den historiskt lekt med vår uppfattning om just genus, maskulinitet och femininitet.

Vidare, eftersom uppsatsen kommer att undersöka konsumtion som en form av meningsskapande, så är Jean Baudrillards analytiska bidrag till en postmodernistisk förståelse av modern kapitalism tillämplig. I synnerhet hans myntande av de frekvent använda begreppen *simulakra* och *hyperrealitet* är här av vikt då de beskriver hur mening skapas ur ändlös konsumtion vars fantasier slutligen konstituerar den metafysiska tillvaron.⁴ Richard J. Lane beskriver Baudrillards hyperrealitet som ett tillstånd när modellen får företräde före den verkligheten vi anser vara primär.⁵ Ett populärkulturellt och teoretisk exempel på detta skulle kunna vara *Matrix*-filmerna där linjen mellan verkligheten och kopian förskjuts. Simon Lindgren ger ett mer aktuellt och vardagligt exempel när han likställer hyperrealitet med moderna realityserier som *Big Brother*.⁶ Poängen är här dock att kopian i både teori och praktik blir ett substitut för originalet; en produktion av ändlösa kopior – simulakra – skapar slutligen en till synes alternativ verklighet eller en hyperrealitet. K-pop är möjligen på många sätt ett uttryck för en sådan ide eftersom representationen av en idol ofta förvränger den så kallade verkligheten genom ständigt skådespeleri. Något som blivit mer påfallande över tid.

Baudrillards teori har senare utvecklats, kanske mest känt genom kulturkritikern Fredric Jameson,⁷ men för syftet av denna uppsats så är Hiroki Azumas moderna applicering av Baudrillards teorier på östasiatisk kultur mer relevant. I sin kulturanthropologiska studie av japansk *otaku* subkultur (fans av anime och manga) använder sig Azuma av Baudrillard och den rysk-franske teoretikern Alexandre Kojèves beskrivning av konsumtion för att förklara otakuns natur. Kojève argumenterade att det moderna konsumtionssamhället oundvikligen leder till en djurisk förråing av människan. Vi kan nu konsumera det vi åtrår omedelbart; mänskligt inneboende begär som mat eller sexuell tillfredsställelse kan nu kvickt och enkelt införskaffas genom snabbmat och pornografi. Enligt Kojève så konsumeras nu alltså även de saker som krävde någon form av investering eller social kommunikation som vilka produkter som helst.⁸ Som jämförelse och förtydligande från ett välkänt psykoanalytiskt perspektiv kan man säga att postmodernistisk konsumtion har marginaliserat Freuds *Jaget* till förmån för *Detet* och dess nyfunna singularitet.⁹

Med detta konstaterande vidareutvecklar Azuma Baudrillards simulakra begrepp genom att – istället för att betrakta det som enbart en dikotomi bestående av original och kopia – transformera det till en figurativ databas av olika allmängiltiga drag. En återkommande sexuell trop kan, till exempel, vara att en översexuell mangafigur har kattlika drag som då skapar en viss tillfredsställelse hos betraktaren och konsumenten. Den omedelbara och primitiva tillfredsställelsen kan nu förverkligas genom en idé baserad på diskursiva egenskaper. I kontexten av K-pop så skulle detta vara att fans, i sitt sökande efter olika former av tillfredsställelse, konsumerar produkten och representationen av en idol som i sin tur är en

³ Butler (1990), s. 2489.

⁴ Baudrillard (1981), ss. 1732-1741.

⁵ Lane (2000), s. 30.

⁶ Lindgren (2009), ss. 164-165.

⁷ Lindgren (2009), ss. 165-170; Roberts (2000), ss. 127-128.

⁸ Azuma (2001), s. 87.

⁹ Thurschwell (2000), ss. 81-82.

kopia av en annan idol tills endast idoldiskursen är kvar. Den söta killen eller den oskyldiga tjejen som eftertraktas återkommer i de flesta idolgrupper baserade på den aktuella databasen. Diskursen, eller Azumas databas, är därmed det enda som återstår och på så sätt både original och kopia där nu konsumenten konstruerar, om man så vill, sin egen hyperrealitet.¹⁰ Ett annat nutida men annorlunda exempel på detta vore kanske en iPhone. Massproduktionen har dödat förställningen om ett unikt original och man finner nu bara ändlösa kopior och man köper därför inte en kopia av en kopia utan den unika mening som en iPhone ger konsumenten, det vill säga iPhone diskursen eller alternativt dess databas. Vad säger det om mig som person om jag äger en iPhone i relation med andra och hur föreställer jag mig själv representativt genom detta? Vid sidan om en mer modern förståelse av konsumtion så speglar Azumas kulturella analys mycket av den process man kan urskilja inom K-pop. Mycket på grund av ländernas kulturella likheter inom också populärkultur. I slutändan är det därför möjligt att detta teoretiska fält kan bidra till att förklara K-popens attraktion genom konsumtion.

1.5 Avgränsning, material och metod

Uppsatsen kommer primärt att undersöka K-pop kronologiskt från sent 1990-tal till samtid. Denna avgränsning följer därmed modern K-pops födelse och introduktionen av den första generationens idoler fram till nuvarande tid. Naturligtvis kan K-popens totala historia inkludera ett större omfång som kan spåras till den japanska koloniseringen av den koreanska halvön, men eftersom syftet med denna uppsats bland annat är att undersöka hur K-popens moderna form har vunnit global popularitet så avgränsas uppsatsen följaktligen primärt inom denna tidsperiod. Fokusering kommer att centreras kring den historiska och mediala representationen av K-pop och hur detta har bidragit till dess mångfasetterade attraktionskraft över kulturella gränser. I synnerhet tiden som omfattar tidigt/mitten av 2000-talet och framåt kommer att figurera i uppsatsen eftersom denna tid i stort korrelerar med hur idolars nuvarande ontologi har transformerats i kombination med dess globala popularitet.

Ett selektivt urval av olika medier och format inom avgränsningen kommer att utgöra det primära materialet som kommer att behandlas i uppsatsen. Dessa primärkällor kan vara tv-program, tv-drama, låtar, musikvideos, filmer, reklamfilmer, nyhetsartiklar, databaser, fansites, fanfiction, bloggar osv. som idoler eller idolgrupper figurera i. Urvalet kommer därför att struktureras kring det material som kan anses vara representativt och relevant för de olika stadier K-pop har genomgått sedan början av 2000-talet och fram tills nutid. Med andra ord de mest populära och trendsättande mediala representationer som är mest sannolika att kunna demonstrera hur utveckling har sett ut och varför den har lett till den K-pop industri vi har idag. Risken med en kvalitativ undersökning är naturligtvis att det utvalda materialet inte korrekt speglar K-popens historiska utveckling eftersom den elektroniska databasen för detta förklarligt är enorm. Denna avgränsning av material är kanske därför långt ifrån självklar utifrån en sådan kritik. Detta är dock under förutsättningarna en acceptabel risk eftersom en mer kvantitativ genomgång av tillgängligt material vore allt för tidskrävande och likaså kan vara otillräcklig i sin kvalitativa analys vad gäller specifika och belysande exempel. I synnerhet med tanke på den teori uppsatsen kommer att förhålla sig kring och det omfång den rimligen kan behandla under den avsatta forskningsperioden. Uppsatsens ambition vad gäller material bör därför betraktas som ett bidrag till en bredare förståelse. Vid sidan om detta kommer uppsatsen också att dra nytta av och använda sig av lämplig tidigare forskning; det vill säga bland annat den litteratur som har diskuterats under tidigare forskning.

¹⁰ Azuma (2001), ss. 84-86, 92.

Metoden och dess struktur kommer i huvudsak att vara kronologisk och använder sig till stor del av ett selektivt och kvalitativt urval av material över tid där idoler figurerar. Metodiken i detta avseende analyserar hur idolers image formeras och representeras simultant mellan olika framträdande de har gjort i tv-program, musikvideos, drama, reklam osv. Idoler har, till exempel, ofta återkommande roller varje vecka i tv-program där en image skapas genom noggrant författade manus. Fiktiva kärlekshistorier spelas ut mellan deltagarna samtidigt som diskursiva maskulina eller feminina drag framhävs. Sådana scenarion blir ofta övertydliga eftersom koreansk tv-produktion styr varje narrativ till dess extrem genom att bokstavligen texta vad en person förmodligen tänker eller de känslor hen antagligen upplever. Om en situation är tänkt att indikerar att en person är glad eller arg så textas denna känsla med färggranna bokstäver mitt över huvudet på personen ifråga; ibland då också med diverse specialeffekter eller illustrationer. Efter att en romans, eller önskad historia, framgångsrikt har skapats fiktivt i ett program så är det inte ovanligt att idoler sedan gör en sång enskilt eller tillsammans och likaså medverkar i en tv-reklam som spelar vidare på detta narrativ. Denna ”typecasting” kan också bidra till att idolerna ifråga får roller i tv-drama eller filmer som då utnyttjar idolens popularitet i kombination med hens image. En idol är på så sätt ofta en kopia eller modifiering av tidigare idoler som idolindustrin producerat för specifika ändamål. Det är alltså bland annat denna återkommande process som kommer att undersökas genom huvudsakligen ett kvalitativt urval och applicering av den teori som tidigare diskuterats. Tanken är att teorin ska kunna påvisa specifika drag och diskursiva mönster inom K-pop som därefter kan kopplas till hur dessa diskurser har tilltalat fans i en postmodern tid.

Genom att teoretiskt analysera denna dynamik och utvecklingen av koreanska medier i samband med K-popens växande popularitet är avsikten att tydliggöra intersektionella relationer. I det här fallet de som har möjliggjort K-popens transnationella framväxt, det vill säga de globala fansen; från ett obskyrt intresse bland få till en mer populär diskurs som delas av många. Genom att granska en utvald historik av material skrivet eller berättat av, i det här fallet, svenska fans så är det kanske möjligt att påvisa att det är i den personliga fantasin och den tillfredsställelse detta innebär som den stora attraktionen ligger. Något som produceras och återskapas inom industrin men som senare också kan bli högst personligt och individuellt. Detta kan, till exempel, ta sig uttryck genom fenomenet fanfiction där kanoniska narrativ skrivs om för att passa personliga preferenser.

2. Bakgrund

De senaste åren har Korea figurerat mycket i svenska medier, men då inte främst på grund av K-pop. Den lilla halvöns historia är så mycket mer än så.

Man kan identifiera den första staten i nuvarande Nord- och Sydkorea så långt tillbaka som år 2333 f.v.t. vilket betyder att landets historia i praktiken är lika gammal som den kinesiska.¹¹ Sedan dess har Korea erbjudit historiker en rik ansamling av källor som förtäljer allt från antika dynastier till invasioner och likaså skapandet av det koreanska språkets unika alfabet, *Hangul*, som uppfanns av den legendariske kungen Sejong i mitten av 1400-talet.¹²

Början till en västerländsk modernisering kom först under slutet av 1800-talet eftersom landet tidigare följt en isolationist linje som strikt reglerade utländska influenser. Enligt Hyong Sik Shin i *A Brief History of Korea* (2005) så var en konsekvens av denna politik att Japan, som tidigare påbörjat sin modernisering, relativt lätt kunde tillägna sig ett växande

¹¹ Shin (2005), s. 19.

¹² Ibid, s. 74.

inflytande i Korea.¹³ År 1910 annekterade Japan halvön åt sitt växande imperium i Ostasien och Korea skulle förbli en koloni fram tills Japan gav upp sina aggressiva ambitioner efter atombombarna i Nagasaki och Hiroshima 1945.¹⁴ Japans koloniala och ofta brutala styre under denna tid förklarar också det komplicerade, antagonistiska, förhållande Korea idag har med Japan och som uppmärksammats mycket i internationella medier på senare tid.

Efter Koreas befrielse från Japan följer den historia vi i väst vanligen förknippar med Korea; nämligen Koreakriget (1950-53) och en uppdelning av halvön vid den trettioåttonde breddgraden mellan nord och syd.¹⁵ I synnerhet så har Nordkorea och dess inhumana styre figurerat mycket i analyser och media det senaste årtiondet. Det räcker med att gå till vilket bibliotek eller vilken bokaffär som helst och leta efter böcker som berör Koreahalvön för att upptäcka detta intresse. Storsäljande biografier som *Escape from Camp 14* (2012), senare också översatt till svenska, skriven av Blaine Harden för en nordkoreansk flykting är exempel på detta även om boken ifråga senare visat sig vara lika mycket fiktion som sanning i vissa avseenden.¹⁶ Vad som är uppenbart, oavsett vilket material man granskar, är att inbördeskriget obevekligen har färgat den historiska utvecklingen mellan nord och syd och fortsätter att göra så.

Även om den pågående konflikten på halvön oundvikligen är fundamental om man söker att förstå Koreas moderna historia, så är det förflutna sedan dess och fram till vår dag som sagt mer än bara krig och förtryck. Sydkorea, eller bara ”Korea” som jag hädanefter kommer att använda, har sedan dess gjort otroliga framsteg både ekonomiskt och politiskt. Från att ha varit ett krigshärjat och fattigt land styrt av en succession av diktatorer och statskupper så har Korea i modern tid trätt fram som en högteknologisk och ekonomisk makt styrt av folkvalda ledare och parlament. Företag som Samsung och Hyundai är idag 1990-talets motsvarigheter till Sony och Toyota i teknik och bilvärlden och Korea är ett land som varit värd för både olympiska spel (1988) och fotbolls-VM (2002). 2018 kommer landet åter att vara värd för de olympiska spelen (vinter OS) samtidigt som landet trots sin relativt ringa storlek och brist på naturtillgångar har växt till världens femtonde största ekonomi.¹⁷ För den som reser till Korea idag möts man inte först av det som skulle kunna känneteckna ett tidigare utvecklingsland som genomgått både ockupationer och krig utan ett högteknologiskt dynamiskt samhälle med en välutbildad befolkning.

Samtidigt finns det mindre angenäma berättelser, Nordkorea exkluderat, vid sidan om denna framgångshistoria som den dominerande bilden är mindre benägen att framhålla på grund dess ofta generande natur. Den traditionella men likaså kontroversiella konsumtionen av hundkött (*boshintang*) som fick huvudstaden Seoul att under de Olympiska spelen 1988 bannlysa dess försäljning även om det fortfarande säljs helt öppet i restauranger.¹⁸ Denna omtvistade maträtt håller nu gradvis på att försvinna, men det finns fortfarande runt 700 till 800 restauranger i bara Seoul som säljer boshingtang och nationellt uppskattas över 2 miljoner hundar konsumeras varje år.¹⁹ Diskriminering, både materiellt och psykologiskt, mot ogifta mödrar förekommer. De blir ofta tvungade att adoptera bort sina barn utomlands under omständigheter som kan vara förödande för både mor och barn.²⁰ Koreas sociala skyddsnät har inte hunnit med den ekonomiska utvecklingen, där nu uppskattningsvis hälften

¹³ Shin (2005), ss. 104-105.

¹⁴ Ibid, ss. 119, 132.

¹⁵ Ibid, s. 135.

¹⁶ ”North Korean prison camp survivor admits inaccuracies, author says” (2015).

¹⁷ *Republic of Korea Overview* (2015).

¹⁸ ”Dog Farmers in South Korea Offered a Way Out As Canine Cuisine Fades” (2015).

¹⁹ ”A Flavor out of Favor: Dog Meat Fades in S. Korea” (2014).

²⁰ ”Supporting Unwed Moms Key to Reducing Adoption Rate” (2013); ”Overseas Adoption: Child Welfare or Abuse?” (2011).

av alla pensionärer lever i fattigdom – den högsta siffran bland OECD länderna.²¹ Eller att Korea, med skyhögt marginal, så sent som 2012 är det OECD land som har flest självmord per år – ett nummer som ökar år för år medan OECD genomsnittet i kontrast sjunkit.²² Detta är förstås en alternativ och mindre smickrande historia som alla andra länder, inklusive Sverige, delar med Korea.

En vid sidan om det officiella narrativet som man inte hittar i turistblad och dylik information men som likväl är en del av nationens historia. Likaså är K-pop ett mångfacetterat fenomen; på ytan ett textboksexempel vad gäller kommersiell och kulturell export av en finslipad och putsad produkt, men vars komplexa ontologi inkluderar så mycket mer. På scenen, datorn och i tv-rutan är K-pop idoler magnifika exempel på visuell perfektion, men vid en närmare analys ett kulturellt fenomen med egenskaper som sträcker sig bortom vad som först möter ögat.

2.1 Innan K-pop

Koreas moderna musikhistoria är naturligtvis något mer än vad man idag kallar K-pop. I sin bok, *K-Pop: Roots and Blossoming of Korean Popular Music* (2012), gör Chan Nam Kim en insiktsfull historisk redogörelse följt av kortare analyser av både dagens K-pop industri och den musikscen som föregick den. Enligt Kim kan man identifiera tre diakrona stadier när man refererar till modern koreansk populärmusik. Den första inträffar under den japanska ockupationen från sent 1920-tal till efterdyningarna av Koreakriget i slutet av 1950-talet. Den andra perioden sträcker sig från 1960-talet fram till tidigt 1990-tal. Det sista stadiet påbörjas under 1990-talet och bevittnade också födelsen av K-pop.²³ Vi befinner oss nu alltså i den senare delen av det tredje stadiet, eller möjligen det fjärde beroende på hur framtida historiker väljer att betrakta det hela.

Det första stadiet karakteriserades av utländska influensers intåg beroende på Japan och senare av Amerikas roll under Koreakriget. Från en ideologisk synvinkel låg det i den dåvarande ockupationsmakten Japans intresse i att normalisera den koloniala moderniseringen av det koreanska samhället; populärkultur skulle länkas till det koloniala styret. Särskilt en musikform – en import från Japan – populariserades under denna tid som närmast kan beskrivas som en fusion mellan traditionell musik och ett västerländskt tonsystem. Denna stil kom att kallas ”trot” och är fortfarande en väldigt populär genre i dagens Korea. Skiftet gick nu från traditionella koreanska folkvisor mot en japansk adaptation av västerländsk musik.²⁴ Nuförtiden, om man väljer att använda en svensk kontext, så kan man säga att ”trot” har rollen av dansbandsmusik då den i stort finner sin publik hos äldre och på landsbygden med en överflöd av glittrande extravagans.

När Korea därefter befriades av utländska makter och senare blev ett slagfält under inbördeskriget fick amerikansk populärmusik fotfäste. Mycket tack vare nationella radiostationer som i första hand var tänkta att rikta sig mot amerikanska trupper. En utmärkande utveckling var att koreaner inte bara tog till sig amerikansk musik utan började ta efter och producera en hybrid mellan ”trot” och amerikansk populärmusik som nu var unikt koreansk.²⁵

²¹ ”Elderly Koreans Poorest in OECD” (2013).

²² ”Korea’s Suicide Rate Remains Highest in OECD” (2012).

²³ Kim (2012), ss. 14-15.

²⁴ Ibid, ss. 16-18.

²⁵ Ibid, ss. 23-25.

Det andra stadiet finner sina rötter i askan efter politiska oroligheter i början av 1960-talet. Detta tog sig uttryck först genom en revolution gentemot den autoritära regering som haft makten sedan krigets slut och därefter en statskupp mindre än ett år efter att ett demokratiskt styre införts, som då ersattes av en militärregering som styrde med järnhand under ledning av före detta generalen och presidenten Chung Hee Park. I samband med detta började nationella tv-stationer sina första sändningar och i respons mot en växande populärkultur infördes censurlagar. Lagar som skulle överleva fram till 1996 vilket följdes av K-popens introduktion.²⁶ Amerikanska influenser och ett nytt utbud av diverse genrer fick nu ett större fäste, men också koreansk ”trot” kom att utvecklas och då återge en sentimentalitet över ett snabbt förändrande samhälle styrt av en diktator i krigens spår.²⁷ Park – som var far till den nuvarande presidenten Geun Hye Park – introducerad under sin tid en rad ekonomiska reformer och initiativ vilket fick bruttonationalprodukten att öka från 87 amerikanska dollar per person 1962 till makalösa 1503 dollar 1980. Exporten ökade likaså med 32 procent per år från 56,7 miljarder amerikanska dollar 1962 till 17,5 miljarder dollar 1980. Följaktligen anser många att Koreas ekonomiska under efter kriget är Parks förtjänst. Denna snabba utveckling ägde dock rum till ett högt pris genom repressiva åtgärder mot oliktankande som kritiserade en ekonomisk utveckling som inte tog hänsyn till underprivilegierad och missgynnade grupper.²⁸ Det missnöje som följde kom också att reflekteras i den koreanska populärmusiken.

Under 1970-talet blev en ny generation och ungdomskultur mer framträdande som upplevde den officiella bild som militärregimen gav som oförenlig med deras annorlunda livssyn och ideal. Som svar på ett växande missnöje som kunde kanaliseras genom musiken tog Park till extrema åtgärder. Alla populära sånger fram tills 1975 granskades i jakt på oönskat material vilket ledde till att många förbjöds. Vidare förbjöds alla yngre musiker att spela sin musik utifrån slutsatsen att de alla rökte marijuana. Som en konsekvens av detta försvann populärmusiken nästan helt från den koreanska marknaden under senare hälften av 1970-talet.²⁹

Under 1980-talet så kom populärmusiken tillbaka, men under annorlunda former och med en annan huvudpublik. 1979 lönmördades Park av sin egen underrättelsechef men ersattes efter ett par turbulenta månader av en annan militärregim, led av Doo Hwan Chan, som precis som sin företrädare tog lite hänsyn till oliktankande.³⁰ Till skillnad från den nolltolerans som gällde inom politiken, så hade den nya regimen en mer överseende syn vad gällde bland annat sexuell representation inom populärmusiken. De allmänna tv-kanalerna och nyhetstidningar reformerades för att anpassas till en ny tid med färg-tv och liknande innovationer. Professionella sportligor etablerades för massorna vilket kom att kulminera med de olympiska spelen 1988. Under denna tid framträdde tonåringar som en ny och viktig konsumentgrupp. Populärmusiken blev gradvis mer performativ genom dans och fokuserad kring artisters utseende som en konsekvens av visuella mediers frammarsch. Det fanns dock grupper som uttryckte sitt missnöje med militärregimen genom subkulturella och alternativa musikscener.³¹

När Doo Hwan Chan ersattes av ytterligare en diktator 1987, om än en mer öppen och tolerant regim, så banade detta vägen för en successiv demokratiseringsprocess och framtida upplösning av 1960-talets censurlagar som slutligen avskaffades 1996. Under 1990-talet fortsatte tonåringars betydelse som en nyckelgrupp inom populärmusiken att växa. Denna tids *sinsedae*, eller ”nya generation”, anammade en ny preferens rörande populärmusik som påbörjats under 1980-talet. Det mest tydliga och konkreta exempel på detta var gruppen *Seo*

²⁶ Kim (2012), ss. 25-26.

²⁷ Ibid, ss. 28, 32.

²⁸ *A Handbook of Korea* (1998), ss. 117-118.

²⁹ Kim (2012), ss. 35-36.

³⁰ *A Handbook of Korea* (1998), s. 118.

³¹ Kim (2012), ss. 48-50.

Taiji and Boys debut och succé 1992. Seo Taiji – gruppens huvudman, producent och kompositör – såg sig själv som en rockmusiker, men faktum var att denna grupp i praktiken kombinerade en nydanande variation av dans, rap och rock vilket i sin tur bidrog till deras enorma popularitet. Denna fragmenterade musikaliska blandning av preferenser fick också gruppens medlemmar att gå olika vägar efter ett par år på grund av artistiska meningsskiljaktigheter.³² Vad som därefter följde, när nu efterkrigstidens strikt reglerade musikindustri släpptes lös, är vad denna uppsats kommer att undersöka.

2.2 De första K-pop idolerna

Kim identifierar en rad kännetecken hos de första idolerna som trädde fram efter Seo Taiji, vilket skiljde dem från deras föregångare. Ett var att både artisterna och deras fans i huvudsak var tonåringar. Ett annat att de var totalt planlagda artister och helt styrda av olika nöjesagenter; de var alltså handplockade för ett specifikt syfte vars jobb var att följa den plan deras agentur förespråkade. Vidare bedrev de nya skivbolagen under 1990-talet en fundamentalt annorlunda affärsmodell; istället för att bara överse planering av enskilda album och låtar så övertog nu skivbolagen/agenturerna produktionen och marknadsföringen i sin helhet. Detta innebar att de initiala kostnaderna för bolagen ökade dramatiskt, men likaså möjligheterna till maximal profit under kompetent och logistisk planering. Aspirerande idoler valdes genom "auditions" där en viss image eftersöktes, eller där en kandidat visade potential att kunna transformeras till den eftertraktade produkten. Därefter följde en krävande träning i sång, dans och performativt förfarande i kombination med en grundlig planering vad gällde framtida tv-framträdande, organisering av fanklubbar, konserter och liknande engagemang.³³ Denna process har förfinats över tid, men dess bas etablerades i och med den första generationens idoler.

Framsteg i teknologi och en digitalisering av musikproduktion ändrade också förutsättningarna för vad en musikalisk artist behövde behärska. Med hjälp av redigeringsprogram och möjligheten att mima inspelat material under framträdanden var det inte längre musikalisk talang som nödvändigtvis stod i fokus.³⁴ Det har under lång tid nästan varit underförstått att de flesta idoler inte är speciellt bra på att sjunga. Man kan säga att en idol får extra uppmärksamhet om hen är duktig på att sjunga. Vad som däremot är mer av en förutsättning för en idol är att hen är attraktiv, om än på skilda sätt, och har förmåga att uttrycka sig professionellt genom exempelvis dans.

En konsekvens av de nya krav en idol ställdes inför är att i princip alla idoler har gjort någon form av kirurgiskt skönhetsingrepp innan sin debut, vilket är standard idag, eller under sin tid som idol. Detta bör förstås i den kulturella kontext de jobbar. Enligt *The Economist* och en rapport från 2010 har Korea överlägset mest kosmetiska ingrepp per invånare.³⁵ Om man tagit tunnelbanan i Seoul under 2000-talet eller senare så har man troligen mötts tämligen ofta av affischer som gör reklam för plastkirurgiska kliniker. Argumenten som anges i reklamen berör inte bara visuell fåfänga, men också ökade möjligheter att få ett välbetalt och prestigefullt jobb på den stenhårda koreanska arbetsmarknaden. Med andra ord är det inte lika stigmatiserande att ändra sitt utseende eftersom fenomenet är accepterat av olika anledningar. Idolers ingrepp är dock mer genomgripande än de flesta standardoperationer och, vilket

³² Kim (2012), ss. 66-68.

³³ Ibid, ss. 85-86.

³⁴ Ibid, s. 87.

³⁵ "A Cut Above" (2012)

kommer att undersökas mer senare i denna text, möjligen har blivit en del av idoldiskursen själv eftersom normen här är att man plastikopererat sig.

De första idolerna var i och med detta mer av färdig visuell produkt än unika musikaliska artister i ständig utveckling som formats för ett specifikt syfte. I praktiken betydde detta att de flesta idolgrupper lät och fortfarande låter väldigt lika, även om olika bolag har haft skilda preferenser vad gäller influenser och presentation. De första idolgrupperna anses i regel vara *H.O.T.* (High-five Of Teenager) och *Sechs Kies* ("sex stenar" på tyska) som verkade genom att kontinuerligt alternera mellan "activity, rest and comebacks" som den nya affärsmodellen förespråkade. Efterkrigstidens censurlagar var nu avskaffade, men någon form av starkare samhällskritik eller rebelliskt progressiva drag som man ibland associerar med tonåringsmusik prioriterades inte även om det förekom i vissa låtar; produktens marknadsvärde genom att maximera popularitet var målet.³⁶ När man tittar närmare på en de mest populära låtarna blir detta uppenbart. *H.O.T.*'s ikoniska sång "Candy" (1996) är idag en obestridlig klassiker i koreansk musikhistoria och populärdiskurs, det är dock den visuella presentationen som hamnat i förgrunden. I ett tv-framträdande från 1996, året de debuterade, blir denna lättsamma image väldigt tydlig.³⁷ Programmet är från en av de tre nationella tv-stationerna MBC (Munhwa Broadcasting Corp.). De andra två är KBS (Korea Broadcasting System), och SBS (Seoul Broadcasting System).

MBC är både privat och statligt ägt. KBS är statligt, och SBS privatägt. KBS har också en extra kanal (KBS 2) och likaså en utbildningskanal, EBS (Educational Broadcasting System). Det är de tre huvudkanalerna som i princip kontrollerar vad som förekommer inom den television som varit och är tillgänglig för allmänheten.³⁸ Idag finns det förstås ett stort utbud av kabelkanaler, för att inte nämna internet, men det är de tre stora kanalerna som initialt introducerat K-pop och i stort sett styrt populärdiskursen i Korea sedan dess. Alla tre nationella kanaler har varje vecka ett musikprogram med redigerade liveframträdanden av populära artister, vilket idag per definition och i princip innebär endast idoler. Men låt oss nu närma oss själva undersökningen.

3. Undersökning

Det är lätt att förstå varför *H.O.T.* anses vara representativa för den initiala fasen för modern K-pop när man tittar närmare på deras kombination av sång, dans, koreografi och klädval. "Candy" är precis som namnet indikerar en väldigt gladlynt låt utan någon djupare filosofisk mening; medlemmarna sjunger med söt röst i stort om deras oskyldiga men eviga kärlek till en fiktiv flickvän.³⁹ Under sångens gång finns det också ett rapsegment. Detta är något som kopierats av andra idolgrupper – i praktiken alla idolgrupper – och deras titellåtar har ett rapstycke och en särskild medlem som är just "rapparen" i gruppen. Det är dock inte av den hårda typen man i stort finner i amerikansk rap. Dansen är noggrant koreograferad så att medlemmarna rör sig synkroniskt och professionellt med en barnlig effekt. Under uppträdandets gång och enligt koreografin sätter sig vissa medlemmar ner på bakdelen med benen rakt fram och studsar runt som något som närmast kan beskrivas som vuxna, otröstliga, bebisar till publikens förtjusning. Att föreställa sig att ett västerländskt pojkband skulle göra något liknande känns nästan uteslutet. Med andra ord, att ett samtida pojkband som

³⁶ Kim (2012), ss. 87-90.

³⁷ "H.O.T. – Candy" (1996).

³⁸ *A Handbook of Korea* (1998), ss. 410-411.

³⁹ *H.O.T.* (1996).

Backstreet Boys skulle ha gjort så på ett nationellt tv-framträdande torde ha varit ett självmord karriärmässigt.

H.O.T. var dock inte Backstreet Boys och jobbande under en unik kulturell diskurs med en annan maskulin norm vilket deras popularitet illustrerar. Det är dock deras klädval och den image gruppen projicerar genom detta som troligen står ut för de flesta betraktare vid första ögonkastet. De är alla kläda i extremt för stora träningsoveraller i starka ljusa färger med ackompanjerade massiva tränings skor. De har också på sig vantar som mer eller mindre ser ut som grytlappar och likaså mössor av varierande form. Kombinationen i sin helhet kan närmast beskrivas som skidåkande Teletubbies/Teddybjörnar och på så sätt i stark kontrast till samtida västerländska pojkband.⁴⁰

Inom den koreanska populärkulturella diskursen i mitten av 1990-talet var detta dock ett vinnande och nyskapande koncept marknadsmässigt. När medlemmarna gick skilda vägar 2001 hade de sålt över 12 miljoner album bara i Korea. Merparten av intäkter gick dock till deras skivbolag och agentur, SM Entertainment, som en del av den nya status quo idoler och skivbolag kom att opererar under. SM Entertainment hade också lanserat dem på den kinesiska och japanska marknaden året innan i jakt på extra inkomster eftersom den koreanska marknaden var förhållandevis liten. Den omsatte ynka 300 miljoner amerikanska dollar runt millennieskiftet i jämförelse med den dåtida amerikanska och japanska musikindustrin som omsatte 14 miljarder respektive 6,4 miljarder dollar. Mark James Russel påpekar att Soo Man Lee, mannen som grundat och äger SM Entertainment, tidigt insåg att långsiktig ekonomisk framgång fanns utanför Koreas gränser. H.O.T. hade viss framgång utanför Korea, men kanske inte av någon direkt internationellt banbrytande karaktär förutom i vissa regioner.⁴¹ Historien skulle dock visa att Lee hade rätt, med råge, i takt med att K-pop industrin fortsatte att utvecklas.

Andra stora pojk- och idolgrupperna som följde var *Shinhwa* (Myt på svenska) 1998 och G.O.D. (Groove Over Dose) 1999 som båda fortfarande är aktiva idag, om än efter vissa periodiska avbrott eller upplösning följt av återförenanden. Kim poängterar att deras intåg sammanfaller med hur nöjesindustrin kom att centreras allt mer kring televisionen. G.O.D., till exempel, hade en pojkaktig och vänlig image om förstärktes genom att medlemmarna medverkade i tv-program som inte inkluderade musikaliska uppträdanden.⁴² Deras ”reality show” *god의 육아일기* (gods spädbarnsskötsel dagbok) som sändes i början av år 2000 fördelat på sjutton avsnitt, illustrerar detta skifte i representation. Under serien har idolerna rollen av barnskötare vilket förstärker deras mjuka och gulliga stil; lite som stereotypen när en amerikansk politiker tar bilder med bebisar för extra röster genom ren association. I ett typiskt avsnitt leker, matar och sover medlemmarna med en bebis framför kamerorna samtidigt som de gör sitt yttersta för att projicera den oskyldiga image deras grupp marknadsför. Programmet har ljudeffekter som skratt, vilket man också vanligen finner i västerländska sitcoms, när det är tänkt att vara roligt. Det som dock är speciellt är den text som förmedlar inte bara information men också dialoger och tankar. Texten läggs ofta in som abstrakta referat över interaktioner och hur en medlem tankemässigt upplever en specifik situation – effekten blir nästan som en animerad serietidning med både text och ljudeffekter där den som redigerar materialet och tillför kommentarer och tankar har en omnipotent position.⁴³

Shinhwa, till skillnad från G.O.D., marknadsförde en mer sexuell image. Kim antyder kort om att detta kan kopplas till deras långa karriär som när detta skrivs har sträckt sig över sexton år.⁴⁴ En mer maskulin projektion i jämförelse med H.O.T. och G.O.D. blev nu central,

⁴⁰ ”H.O.T. – Candy” (1996).

⁴¹ Russel (2008), ss. 154-156; Sung (2008), s.15.

⁴² Kim (2012), s. 92.

⁴³ ”god의 육아일기” (2000).

⁴⁴ Kim (2012), ss. 92-93.

dock inte en maskulinitet som kan likställas med samtida diskurser i en västerländsk sfär. En av deras fotoböcker från 2001 för deras fans illustrerar detta. I boken poserar medlemmarna nakna vilket i sig kanske inte är så chockerande, men de gör det tillsammans under former som skulle kunna stämpas som en explicit homosexuell framtoning beroende på val av tolkning; medlemmar är bland annat helt nakna i positioner där de nästan rör vid varandra.⁴⁵ Det är dock inte troligt att någon i Korea vid denna tidpunkt skulle påstå eller hävda något sådant. I början av 2000-talet existerade inte ordet homosexuell i konventionell koreansk diskurs. Naturligtvis fanns det en homosexuell gemenskap i det koreanska samhället men den existerade inte officiellt; ungefär som den omstridda ”don’t ask don’t tell” policyn inom den amerikanska militären men där nu frågan i sig var retorisk eftersom det endast fanns ett svar.

Den koreanska kändisen Suk Chun Hongs personliga historia illustrerar det nämnda tydligt. Runt millennieskiftet var Hong framgångsrikt aktiv i olika tv-program som både skådespelare och nöjesprofil. Under ett tv-program, på grund av sin ofta översvallande och skrikiga personlighet, skämtade en programvärd med Hong om att han kanske fördrog och tyckte om män. Hong bröt här mot dekorum och svarade ja till allas förvåning och förskräckelse. Hong blev uppsagd med omedelbar verkan från alla sina uppdrag på grund av sin bekännelse. De kommande åren skulle bli väldigt svåra för Hong som nu inte bara var arbetslös men också avskuren från familj, tidigare vänner och det koreanska samhället som helhet.⁴⁶

Detta kan kanske delvis förklara varför Shinhwa tilläts att uttrycka sig så pass explicit, homoerotiskt, sexuellt, eller H.O.T. med en feminin underton av barnslighet, som i västvärlden i början av 2000-talet troligen inte skulle vara lika marknadsförbart. I Korea har under lång tid inte ens möjligheten att en person skulle kunna vara homosexuell existerat; en anomali som officiellt inte tilläts representeras epistemologiskt. Gränserna för vad som är normativt maskulint och feminint har därmed troligen kunnat tänjas performativt i Korea eftersom risken att stämpas som icke-normativ placeras under ett annat diskursivt spektrum. Att se vuxna män hålla hand offentligt i Korea är inte ovanligt eftersom detta bara påvisar en nära vänskap. Däri ligger också kanske en väsentlig del av attraktionen K-pop besitter; den tilläts leka diskursivt genom offentliga och öppna kanaler så länge ingenting konstateras officiellt. På senare tid har diskussionen vad gäller homosexualitet i Korea försiktigt öppnats upp – i vissa tv-dramer har homosexuella karaktärer porträtterats i mindre biroller – mycket tack vare personligheter som Hong som åter är tillbaka inom nöjesindustrin och figurerar i diverse program.⁴⁷ Diskriminering mot homosexuella är dock fortfarande utbredd vilket bland annat kan kopplas till traditionell konfuciansk filosofi samt konservativt kristna falanger inom

⁴⁵ ”힐캠프’ 신화, 누드화보 공개...”언제 6 명이 발가벗겠냐” (2015); ”신화 누드집 완판! ”아이돌 최초” ★ 신화 4년만에 컴백 기자회견” (2012).

⁴⁶ ”Breaking the Gay Taboo in South Korea” (2009). Författaren till denna uppsats upplevde denna pöbelliknande inställning mot Hong i person när han på plats bevittnade *Mardi Gras* 2002 paraden i Sydney, Australien, som Hong deltog i. Bland publiken fanns många koreaner som antagligen upplevde paraden som exotiskt spännande eftersom ett liknande spektakel vore en omöjlighet inom Koreas gränser. När Hong passerade så var han nästan naken och bar på en stor badboll som han glatt kastade upp och ner. Detta var förvisso inget ovanligt eftersom i princip alla som deltog i paraden var klädda i alternativa klädval. Bland de koreaner som befann sig där möttes Hong av starkt, allmänt ogillande, och man viskade om hur äcklig och konstig han var. Något perverst så verkade som att de närvarande koreanerna inte tyckte att de andra deltagarna i paraden förtjänade något fördömande: ”Hong var ju korean” och ”i Korea så fanns det inga homosexuella” och han var därmed en styggelse. En sådan slutsats är uppenbarligen absurd men det var ofta så diskursen lät i början av 2000-talet i Korea.

⁴⁷ Se tv-dramat *Secret Garden* (2010).

det koreanska samhället.⁴⁸ Att vara uttalat homosexuell i Korea är fortfarande att befinna sig utanför eller perifert i förhållande till den rådande normen.

De första flickidolerna sålde likaså en sexuell image som kunde variera mellan söt och dominerande men alltid feminint attraktiv för den tilltänkta målgruppen. Bland de första flickgrupperna hittar man *S.E.S.* (första bokstaven av de tre medlemmarnas namn) 1997, *Baby V.O.X.* (Baby Voices of Xpression) samma år och *Fin.K.L.* (Fine Killing Liberty) 1998. I dessa grupper hittar man början till de kännetecken som skulle bli standard för nästa generations flickidoler. Det oskyldigt söta eller sexuellt betonande förstärktes av klädval och danskoreografi.⁴⁹ I ett uppträdande från 2000 är *Fin.K.L.* medlemmarna klädda i kostymer med uppknäppta skjortor i en sexuellt suggestiv kombination. Danskoreografin framhäver deras kvinnliga former samtidigt som låten handlar om en passionerad relation.⁵⁰ Många av medlemmarna från dessa förstagenerationsidoler skulle också bana vägen för hur idolars verksamhet inte begränsades inom det rent musikaliska. Hyo Ri Lee och Yuri Song från *Fin.K.L.*, till exempel, skulle bli superstjärna respektive framgångsrik skådespelare i Korea. Många av dem, precis som deras manliga motparter, medverkade också i diverse tv-program.

3.1 Performativ diskurs

Populära tv-program som *X-Man* under början och mitten av 2000-talet, där Shinhwa medlemmar och en mängd första- och andragenerations K-pop idoler ofta var gäster, spelade konsekvent med idén om genus som ett performativt spel under diskursiva lagar.⁵¹ Värddar för tv-programmet, eller ”Variety Show” som det kallades i Korea, var bland annat komikern Jae Suk Yoo och före detta brottaren Ho Dong Kang som anses vara representativa för koreansk television från tidigt 2000-tal fram till idag. Programmet hade bästa sändningstid under helger då de populäraste programmen med högst tittarsiffror sändes. Det vann dessutom pris för årets Hallyu program 2007 vilket indikerar att programmet var populärt även utanför Korea.⁵² Om man söker på *Youtube*, till exempel, kan man lätt hitta översättningar gjorda av fans av *X-Man* till olika språk. En filmning sträckte sig vanligen över två avsnitt med samma deltagare. Utan att gå in i detalj så handlar programmet i stort om att två lag av kändisar tävlar mot varandra genom olika lekfulla moment; under programmets gång ska de också försöka identifiera ”*X-Man*” som fungerar som en slags saboterande mullvad för det egna laget. Detta koncept var populärt och liknande format kunde hittas i andra samtida program.

Det bör påpekas att lekar bland tonåringar och äldre i Korea är ett populärt tidsfördriv. Ett av många exempel på detta är så kallade ”MT”-resor bland koreaner. ”MT” i det här fallet står för ”Membership Training”. Poängen med MT är helt enkelt att en nybildad grupp, eller en grupp med nya medlemmar, av båda könen inom arbete eller utbildning hyr och åker till ett avlägset hus där de övernattar, äter, dricker och leker diverse lekar för att komma varandra närmare eller bara ha kul. Lekar vars straff vanligen är oskyldiga pussar eller liknande i kombination med stora mängder alkohol. Det är inte ovanligt att en ”straffkyss” kan ske mellan två män eftersom det nödvändigtvis ”måste vara på skoj och inte på riktigt” i koreansk samhällsdiskurs.

⁴⁸ ”Breaking the Gay Taboo in South Korea” (2009).

⁴⁹ Kim (2012), ss. 94-97.

⁵⁰ *Fin.K.L – Now, 핑클 – 나우* (2000).

⁵¹ *X맨* (2003).

⁵² ”2007년 SBS 연예대상 수상작” (2008).

Bland deltagarna i X-Man fanns det permanenta medlemmar som återkom i varje program och temporära gäster som kanske vill göra reklam för en film eller ett album de medverkar på; en roterande struktur som följs än idag. Oavsett vad så var många av deltagarna K-pop idoler och program som X-man kom att delvis skapa eller förstärka K-popens diskursiva representation.

I koreansk populärkultur har många narrativ historiskt sett centrerats runt kärlek vilket även gäller X-man vid en närmare undersökning. Nästan alla populära tv-drama, filmer, låtar, musikvideos och liknande format har med få undantag byggts runt kärlek – första kärlek, tragisk kärlek, otrogenhet, ensidig kärlek, triangeldrama osv. sedan födelsen av modern populärkultur i Korea. Resultatet i en typisk ”Variety Show” från mitten av 2000-talet blev ofta en slags komisk parlek mellan de manliga och kvinnliga deltagarna. Varje avsnitt av X-man började efter en kort introduktion med att deltagarna individuellt fick gå upp på en cirkulär pall och dansa sexigt till dansklubbsmusik. Detta för att imponera på och visa upp sig för övriga deltagare och tv-publik. I ett av de tidigare avsnitten, från 2003, finns det exempel på detta. Bland de som medverkar i avsnittet finner man skådespelare, kändisar och komiker men också idolen Tony från H.O.T. samt Andy och Hye Song från Shinhwa. Efter sedvanlig introduktion leker de två lagen varierande lekar som ofta inkluderar fysisk kontakt mellan de manliga och kvinnliga deltagarna, där till exempel Hye Song porträtteras som hövisk och maskulint stark när han under ett moment måste bära på en kvinnlig deltagare.⁵³

Många koreanska tv-program utvecklar vanligen sitt format mycket i början innan de hittar en lämplig struktur med permanenta deltagare. Året efter start hade också formatet som gjort X-Man så populärt tagit mer konkret form. I ett avsnitt deltar vid sidan av olika kändisar alla sex Shinhwa medlemmarna samt Eun Hye från Baby V.O.X. och Jong Kook, en tidigare proto-idol från duon *Turbo*, som nu båda var permanenta deltagare i programmet. Eun Hye är idag en framgångsrik skådespelerska och Jong Kook en gigant inom den koreanska nöjesindustrin både som sångare och Variety Show figur. Under introduktionsmomentet dansar Shinhwamedlemmarna efter den individuella image (söt, stark, elegant osv.) de vill betona samtidigt som de också skämtsamt leker med varandra genom den diskursiva homoerotik som diskuterats tidigare när de emellanåt gnider sina kroppar mot varandra. Den första leken efter detta går ut på att en medlem från varje lag ställer sig med ryggen tät mot varandra varefter man försöker knuffa sin motståndare med sin bakdel, den som tappar balansen och förflyttar sina fötter först förlorar.⁵⁴

Eric, den sexige hunken i Shinhwa, tävlar mot Eun Hye som innan de börjar ger Eric en karamell vilket troligen ingår i manus. Värden Ho Dong skämtar då till allmän förtjusning om att en karamell har en dubbel mening: den är inte bara söt men också kladdig, det vill säga, det insinuerar delvis symboliskt att du inte kan bli av med den på gott och ont. Ho Dong frågar därför om Eric accepterar Eun Hyes symboliska kärleksförklaring. Eric äter efter ett kort övervägande karamellen och tackar Eun Hye som rodnar blygt men glatt i respons. Under tiden som detta utspelar sig täcks skärmen av textade kommentarer, som vi bland annat sett i G.O.D. programmet, och som mer eller mindre har blivit synonymt med alla koreanska tv-program som inte sänds live och kan redigeras i efterhand. När Eun Hye uttrycker sin förtjusning täcks dessutom skärmen av ett par röda hjärtan för att betona att den är någon form av kärlek eller attraktion som Eun Hye känner inför Eric. När Eric sedan vinner och nästa utmanare, som är en kvinna, träder fram så erbjuder hon också Eric en karamell samtidigt som klapp- och skrattljudeffekter spelas upp. Eun Hye tar sig fram och tar kvickt karamellen från den nya rivalen medan den tillagda texten säger ”svartsjuk” i stora koreanska bokstäver.⁵⁵ Det performativa spelet i kombination med rådande diskurs (t.ex. tv-stationens

⁵³ ”X-Man Ep 7” (2003).

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ ”X-Man Ep 49” (2004).

syn på genus) har därmed placerat Eric och Eun Hye i kopierade och normativa genusroller som driver handlingen. Det är nu också lättare för tv-tittaren att identifiera sig med både Eric och Eun Hye och skapa olika preferenser. Hen vet nu var hen bör placera dem diskursivt, eller som Azuma skulle uttryckt det: som specifika karaktärer i en personlig databas.⁵⁶

Ett följande segment förstärker ytterligare denna avsikt. Leken heter "Självklart" och var väldigt populär ända fram tills programmets nedläggning 2007. Leken är inte fysisk, utan en medlem från vardera lag har som uppgift att säga en obehaglig, oönskad eller kanske pinsam kommentar till sin motståndare. Tanken är att kommentaren ska vara så oacceptabel för den andra parten att hen inte kan svara "självklart" och därmed förlora spelet. Här möts åter igen Eric och Eun Hye vilket säkerligen är orkestrerat av produktionsteamet. Innan de börjar säger texten att Eun Hye upplever det som en "börda" att tävla mot Eric eftersom hon är attraherad av honom. Eric börjar med att fråga Eun Hye om hon verkligen menade det (det vill säga tycker om honom) när hon gav honom karamellen, vilket får Eun Hye att skratta förnärligt samtidigt som texten säger "generad". Hon svarar "självklart" och säger till Eric att "på grund av att hon gett honom karamellen så har han nu fallit för henne" vilket får alla att bryta ut i skratt. Eun Hye ger honom en karamell till och romantisk musik spelas medan den omnipotenta texten förklarar att karamellen har möjliggjort deras kärlek ackompanjerat med deras namn förenade av ett hjärta.⁵⁷

Ingenting varar dock för evigt och speciellt inte när det dikteras genom manus som alltid kan ändras. Ett senare segment bygger på hur de manliga deltagarna ska bekänna sin kärlek för de kvinnliga deltagarna i samma lag och då förhoppningsvis få den besvarad. Eric och Eun Hye är i olika lag vilket gör det omöjligt för dem att fortsätta den fiktiva kärlekshistoria de påbörjat. De som misslyckas att få en kvinnlig partner paras ihop med en manlig partner vars komik förstärks genom specialeffekter och vuxna män som kramar och pussar varandra. Eun Hye och Jong Kook paras dock ihop, vilket skulle bli början till en kärlekshistoria som i kommande program ytterligare påvisade hur den första generationens idoler verkade performativt inom tv-program i början och mitten av 2000-talet.⁵⁸

I följande avsnitt kom denna fiktiva kärlekshistoria att utvecklas och slutligen bli kanoniskt symbolisk för kärleksnarrativet inom koreansk tv. Skvallerpressen skulle komma att utnyttja den kemi Eun Hye och Jong Kook tycktes ha i programmet och skapade därför en så kallad "Scandal" vilket också skämtsamt uppmärksammades under själva programmet när värnarna visar upp förstasidan i en skvallertidning som pryds av de båda idolerna.⁵⁹ Koreaners användning av ordet "Scandal" bör här förstås som ett uttryck för möjliga relationer mellan kändisar hur oskyldigt det än mår vara. Ordet är taget från engelskan men dess semiotik är uppenbarligen av en helt annan karaktär – koreanska, precis som många andra språk i modern tid, har lånat många uttryck och ord från engelskan för eget bruk. För koreanska kändisar är "Scandal" i regel bra för deras karriärer eftersom som de får mer uppmärksamhet. En förutsättning är dock att det inte är på *riktigt* eller av allt för moraliskt tveksam natur vilket skulle kunna få motsatt effekt. Detta är vad som hände med Eun Hye och Jong Kook, men med positiva förtecken. Under tiden som de båda medverkade i programmet kom en möjlig kärleksrelation dem emellan ofta att användas för att skapa intresse för programmet som helhet. Eun Hye som den oskyldiga flickan som alltid var redo att försvara sin man; Jong Kook som den maskulina riddaren som också visade upp en mjuk och feminin sida när det var nödvändigt. Resultatet av denna medvetna produktion var så imponerande att till exempel Jong Kook när han intervjuas fortfarande får frågor om sina känslor för Eun Hye över tio år

⁵⁶ Azuma (2001), s. 95.

⁵⁷ "X-Man Ep 49" (2004).

⁵⁸ "X-Man Ep 50" (2004).

⁵⁹ "X-Man Ep 55" (2004).

senare trots att det är underförstått att det inte var på riktigt.⁶⁰ För många betraktare har deras relation gått från ett normativt skådespeleri till en hyperrealitet som upplevs som verklig. Som nämnts tidigare har bådas karriärer varit väldigt framgångsrika och säkerligen som en konsekvens av den image program som X-man skapade för dem. Detta var också ett recept som skulle anammas av kommande idoler i olika grad och i varierande former.

I början och mitten av 2000-talet dök en ny generations idoler upp, eller så lanserade tidigare förstagenerations idoler nya karriärer som solo artister. Som nämnts valde Eun Hye från Baby V.O.X. att satsa på skådespeleri. Andra som följde en liknande karriärväg var Gae Sang Yun från G.O.D. som också ändrade karriär från idolartist till framgångsrik skådespelare när G.O.D. var upplöst och inaktivt under många år. Den som med allra mest bravur skulle fortsätta sin idolkarriär var dock Hyo Ri Lee från Fin. K.L. som blev en enorm superstjärna i Korea under 2000-talet. Hennes mest kända sång och hit, ”10 Minutes” från 2003, tog Korea med storm och cementerade hennes status som en popdiva i Korea.⁶¹ Många koreaner beskrev henne ofta som en slags ”koreansk Britney Spears”. En beskrivning som kan tyckas rättvisande om man tittar närmare på hennes presentation som helhet. Med en helt klart översexualiserad ”Girl Next Door” stil klädde hon sig väldigt utmanande för denna tid, och låten samt musikvideon ”10 Minutes” handlar just om att hon bara behöver tio minuter för att fånga den kille hon åtrår.⁶² Hyo Ri blev dock aldrig i närheten så populär utomlands som i hemlandet, men hennes popularitet i Korea var troligen tillräckligt från ett marknadsmässigt perspektiv; det var i praktik omöjligt att inte se hennes ansikte på en reklamaffisch eller i någon tv-reklam i mitten på 2000-talet. I slutet på 2000-talet skulle hon också komma att medverka i det populära tv-programmet *Family Outing* i vilken både Jae Suk och Jong Kook deltog som programvärd och permanent deltagare.⁶³

Bland de nya idoler som debuterade stod i synnerhet BoA (2000), Rain (2002), SE7EN (2003) och slutligen idolgruppen TVXQ ut (2003). Dessa artister skulle inte bara bli väldigt populära på den inhemska marknaden men också utomlands i länder som Japan och Kina.⁶⁴ Medan BoA skapade en stark profil i Japan så har Rain, till exempel, vid sidan om musikkarriären också medverkat i Hollywoodfilmer som *Ninja Assassin* (2009) där han också har huvudrollen. Rain kombinerade från ett tidigt stadium sin musikkarriär med skådespeleri i populära tv-dramer vilket var ett lyckosamt drag när det kom till att marknadsföra hans image. Den populära drama serien *Full House* (2004), i vilken han spelade den manliga huvudrollen, skulle till stor del befästa hans status som allsidig superstjärna i Asien; hans karaktär var här av en söt och oskyldig natur till skillnad från den mer maskulina utstrålning hans kraftfulla scenuppträdande hade. Sun Jung, i sin studie av bland annat Rain, påpekar att han kan ses som en slags hybrid vad gäller maskulinitet i Asien; en tilltalande juxtaposition av söt och tuff.⁶⁵ Idoler som Rain visade vägen genom att diversifiera uppfattningen av en idols verksamhet.

TVXQ skulle bli giganter i Asien och därmed emblematiska för K-popens globalt växande popularitet. Deras personliga liv och konflikter skulle också komma att reflektera den mediala genomlysning och verklighet den moderna idolen kom att jobba under.⁶⁶ Här nedan ska vi först kort belysa något som sammanföll med denna nya generations expansion; nämligen det fenomen man ofta referera till som Hallyu eller ”Korean Wave”. En populärkulturell sensation som med tiden blivit oskiljaktig från K-pop.

⁶⁰ ”Healing Camp Ep 169” (2015).

⁶¹ Hyo Ri Lee (2003).

⁶² ”10 Minutes – 10 분의 시간 (Hyori Lee)” (2003).

⁶³ *Family Outing* (2008).

⁶⁴ Kim (2012), ss. 98-99.

⁶⁵ Jung (2011), ss. 74, 98.

⁶⁶ Mellerstedt – Stillman (2013), ss. 179-187.

3.2 Hallyu

Det är långt ifrån alltid självklart hur man mer specifikt kan beskriva eller förstå Hallyu begreppet men användbara akademiska beteckningar har förts fram under 2000-talet. Sangyeon Sung beskriver termen ”Korean Wave”:

Korean popular culture, which is disseminated primarily through the mass media and is enjoying broad popularity outside of Korea. It includes Korean-identified television dramas, movies, internet games, fashion and popular music.⁶⁷

Detta är överlag en väldigt god beskrivning även om dess initiala och centrala popularitet troligen står att finna i just koreanska tv-dramer och senare populärmusik. När exakt och hur benämningen började användas är osäkert, men man kan spåra dess rötter till omkring 1997 då det koreanska dramat *Star in My Heart* sändes i Kina, Taiwan, Hong Kong och andra ostasiska länder. Sung påpekar att många kineser fann den moderna image som framfördes i koreanska tv-dramer tilltalande i kombination med attraktiva skådespelare. Samtidigt var den relativa kostnaden vid denna tidpunkt för att köpa in koreanska produkter som tv-dramer eller popmusik en bråkdel av exempelvis japanska eller inhemska populärkulturella produkter. Koreansk populärkultur nådde dock sin publik utöver det strikt materiella eftersom det erbjöd ett alternativ till Hollywood som innehöll mer asiatiska sentiment som fler kunde identifiera med.⁶⁸ Om än lika enkla eller kommersialiserade som Hollywood produktioner, så var koreanska drama och popmusik skapad och utförd av attraktivt tilltalande *asiater* i en kulturell miljö som mer liknade publikens egen.

Det var vid mitten av 2000-talet som Hallyumaskinen började accelerera på allvar. En symbol för detta är obestridligen tv-dramat *Winter Sonata* (2002) som är en melodramatisk kärlekshistoria typisk för koreanska dramaserier både struktur- och narrativmässigt. Den kom att bli väldigt populär i Ostasien, och i synnerhet Japan, från 2003 och framåt då den sändes på *NHK* (Japanese Broadcasting Corporation).⁶⁹ *Winter Sonata* hade inga K-pop idoler i rollbesättningen men, som Yoshikawa Mora uppmärksammar, den markerar en ny tendens att populariteten kring koreanska medier nu gick bortom den direkta representationen. Japanska fans, till exempel, tyckte inte bara om tv-dramat utan anammade också en stark preferens för koreansk kultur som helhet – mat, kläder, musik, språk osv. – och vallfärdade i stora skaror till Korea för att besöka platser där dramat spelats in.⁷⁰

Om man besökte andra ostasiatiska länder kunde man tämligen ofta träffa på ett koreanskt tv-drama så fort man blippade kanaler på tv-dosan. Hela hyllor i japanska videobutiker var endast tillägnade koreanska tv-dramer och filmer vilket man finner än idag, och då oftast i större omfattning än tidigare. Att idoler som Rain också skulle bedriva en skådespelarkarriär samtidigt som sin idolverksamhet var kanske en naturlig konsekvens av denna dynamik.

⁶⁷ Sung (2008), ss.13-14.

⁶⁸ Ibid, s. 14-17.

⁶⁹ Cho (2011), s. 384.

⁷⁰ Mora (2008), s. 131. Författaren till denna uppsats, som själv var bosatt i Korea i början och mitten av 2000-talet, träffade ofta japaner eller andra asiater som kommit till Korea på grund av deras fascination gällande *Winter Sonata* som sedan överfördes till intressen som det koreanska språket eller, som ofta var fallet, K-pop.

Fördelarna var uppenbara. Hallyu är kanske mer än K-pop, men K-pop har oundvikligen blivit en stor del av Hallyu. På grund av detta växande intresse för Korea så kom nu koreanska tv-dramer och liknande produkter att börja exporteras i större och mer omfattande skala till andra ostasiatiska länder. Det är viktigt att vara medveten om detta när vi nu undersöker K-popen under senare delen av 2000-talet.

3.3 Original och kopia

Under mitten och slutet av 2000-talet skulle den inhemska K-pop marknaden i Korea – och därmed också den internationella – få ett uppsving som i sin tur successivt alstrat det moderna skeende K-popen uppvisat under det nuvarande decenniet. I kontrast till tiden för introduktionen av individuella superstjärnor som Rain och BoA så hade den inhemska marknaden till stor del hamnat i en förhållandevis trög och långsam fas i början av 2000-talet.⁷¹ De stora soloartisterna, som man kunde räkna på fingrarna, lade mycket av sin tid utomlands samtidigt som få intressanta artister debuterade. BoA var till exempel mest verksam i Japan och de flesta av hennes låtar under denna tid var enbart sjungna på japanska och avgränsade till denna marknad.

Under den senare delen av 2000-talet vitaliserades den inhemska produktionen av nya idoler och en bidragande faktor var idolgruppen TVXQ. TVXQ, som vi tidigare nämnt, debuterade i 2003 och bestod då av fem pojkmedlemmar. Namnet betyder passande ”the rising gods of East” eftersom gruppen från början var skapade för och tänkta för att marknadsföras i hela Ostasien. TVXQ skulle följaktligen med tid bli oerhört populära i Korea, Japan och andra delar av Asien.⁷² I takt med idolgruppens växande popularitet, som samverkade med Hallyuboomen, så kom TVXQ att utgöra en inkörsport och introduktion till K-pop och allt vad det omfattar. Också utanför Asien. De svurna, svenska, K-pop fansen Elin Mellerstedt och Johanna Stillman bekänner till exempel i sin reportagebok om K-pop att ”[d]et var [TVXQ] som startade det hela för [dem]” och ”[d]ärefter följde de sydkoreanska pojkbanden på varandra” samt ”[t]jejgrupper, soloartister, dramaserier och tv-program”.⁷³

Under slutet av 2008 var TVXQ en fullständig succé och en symbol för K-pop. Redan tre år efter sin debut hade gruppen satt Guinness världsrekord för världens största fanklubb som 2006 omfattade otroliga 800 000 medlemmar. Det var dock deras album *Mirotic* (2008) och titelsång med samma namn som symboliskt kom att fastställa deras status som K-pop superstjärnor både i Korea och andra länder. Albumet sålde mer än 500 000 exemplar på mindre än ett halvår och vann alla tänkbara kategorier inom den koreanska musikindustrin.⁷⁴ Att de var framgångsrika var ett faktum, men vad var det mer specifikt som gjorde dem så framgångsrika? Ett sätt att svara på detta är att titta närmare på musikvideon för ”Mirotic”.

Som helhet är musikvideon och låten ”Mirotic” en imponerande skapelse som än idag, sju år senare, känns modern och proffsig i sin produktion. Låten är minutiöst producerad och anpassad till en explosiv danskoreografi. Tempot är kraftfullt och behagligt. Låtens text handlar om hur personen de tilltalar oundvikligen har fallit för dem och nu är deras med en sexuell underton. Alla bidrar med att sjunga, men det är uppenbarligen de mer talangfulla som konsekvent tar hand om de mer krävande partierna. De fem idolerna dansar i synk med en taktfull koreografi klädda i mestadels svarta kostymer av varierande design. Deras överkroppar är dock nakna under de löst sittande kavajerna och visar upp deras muskulösa

⁷¹ Kim (2012), s. 98.

⁷² Ibid, s. 99.

⁷³ Mellerstedt – Stillman (2013), s. 12.

⁷⁴ ”Happy 10th Anniversary, TVXQ!” (2014).

fysik bestående av tvättbräds mage och skulpturliknande kroppar vars konturer inte visar några spår av överflödigt kroppsfett. Alla är fysiskt vackra, men snarare feminint vackra än maskulint. Håret är stylat i blekta färger och de bär diverse smycken samt glittrande örhängen. Emellanåt visas enskilda partier med övernaturliga element där medlemmarna halvt njutbart våndas och attraheras av en okänd kvinna klädd i flytande röda skycken. När låten går mot sitt slut visas de upp med vampyrliknande och sensuella irisögon.⁷⁵

Man kan förstå att detta format och upplägg inte nödvändigtvis faller alla i smaken – lite som de populära *Twilight* filmernas sensuella framtoning – men man kan ändå utröna att detta är ett vinnande koncept på många sätt. Deras historiska succé är ett obestridligt bevis på detta. En oerhört välproducerad produktion som blandar sexuella element inom en diskurs som skiljer sig från västerländska maskulina normer. Medlemmarna i TVXQ har också medverkat i olika tv-program från deras debut och framåt, men precis som Rain har de också jobbat som skådespelare. Faktum är att alla originalmedlemmar har haft större roller av olika grad inom tv-dramer, film eller musikalerna sedan debut.⁷⁶ Efter dem följde också en rad pojkband som *Super Junior* (2005), *Big Bang* (2006), *SHINee* (2008), *2PM* (2008), och *2AM* (2008) som skulle fortsätta att kapitalisera på den väg TVXQ banat.⁷⁷

Medan TVXQ möjligen kan ses som ett slags modernt original som satte en standard för framtida idolpojkband så utgjorde de flickidoler som trädde fram runt denna tid ett liknande bidrag till K-pop scenen. Kim pekar ut just flickidoler som en signifikant faktor vad gällde den nya dynamik som kom att prägla K-pop under den senare delen av 2000-talet. Först ut var *Wonder Girls* och *Girls' Generation* 2007.⁷⁸ *Wonder Girls* hade initialt väldigt stor framgång med flera stora hits, men försvann tidvis efter ett par år på grund av ett i slutändan misslyckat försök att erövra den amerikanska marknaden och är för närvarande inaktiva av olika anledningar. Formatet hos gruppen och hur de rörde sig utanför artistrollen kan dock vara intressant för denna uppsats.

Wonder Girls bestod i likhet med TVXQ av fem medlemmar vars roller och avgränsade individuella image framhävdes i media och olika framträdande. Yu Bin som var ”rapparen” hade till exempel en mer sexig image i kombination med en djupare röst och mörkar hudfärg vars association vanligen är mer vällustig i en koreansk kontext. So Hee hade den söta imagen som den yngsta i gruppen. Hennes hy är mjölkvit och hennes utseende är vad som kan beskrivas som oskyldigt och Lolitaaktigt. I början av sin karriär, vid sidan om tv-framträdanden, så medverkade So Hee också i större filmproduktioner som *Hellcats* (2007) där hon spelade en roll som speglade hennes image.

Till skillnad från *Wonder Girls* skulle *Girls' Generation* komma att bli ännu mer populära och likaså uppleva mer långsiktig framgång eftersom de fortfarande är aktiva när detta skrivs. Gruppen bestod av hela nio medlemmar som handplockats och formats för en idolkarriär under många år innan deras debut.

Deras hitlåt och musikvideo ”Genie” eller ”Sowonul malhaebwa” (”Säg vad du önskar dig” på svenska) från 2009 var diskursivt och visuellt typisk för den nya våg av flickgrupper de representerade. Musikvideon börjar med att medlemmarna poserar framför en gigantisk lampa där de uppenbarligen har den klassiska sagorollen av anden i lampan. Tittaren följer sedan voyeuristiskt med tjejerna in i ett helfärgat rosa sovrum där tjejerna har kuddkrig samtidigt som de skrattar flickaktigt och bakgrundsmusiken tonas upp. Man transporteras därefter hastigt mellan olika miljöer där man välkomnas av tjejerna; de hoppar upp ur tårtor eller tar din hand i nattklubsliknande miljöer. Därefter börjar själva uppträdandet. Iklädda tajta, vita, militärkavajer med matchande mössor och minimalt korta hotpants som generöst

⁷⁵ ”TVXQ!(동방신기) MIROTIC” (2008).

⁷⁶ ”동방신기” (2015); ”JYJ” (2015).

⁷⁷ Kim (2012), s. 99

⁷⁸ Ibid, s. 101.

visa upp deras glansigt skinande ben dansar de framför ett gigantiskt mörkrosa hjärta vars freudianska genitalsymbolik är omöjlig att missa. Koreografin är som väntat perfekt synkroniserad och man tas med snabba klipp mellan denna scen, sängkammaren och nattklubben. Intrycket blir mer eller mindre att alla tjejerna är till ditt enskilda förfogande, och vars specifika natur endast begränsas av din egen fantasi. Beatet har Eurotechno influenser vars tempo följer det visuella skiftandet mellan miljö och dans. Låten handlar om att tjejerna är din personliga ande. Allt du behöver göra är att säga till dem vad du önskar dig så ska de uppfylla din önskan. De fortsätter med att deras existens i princip är enbart till för dig och att de ska göra allt för få dig att må bättre när det behövs.⁷⁹ Sammantaget kan detta som helhet ses som sexistisk objektifiering med en stark ton av Lolita komplex. I en annan diskurs så är låten och videon en mäktig upplevelse vars ontologi är symbiotiskt med K-Pop.

Girls' Generation följde också tidigare idoler genom att frekvent medverka i tv-program och reality shower som *Girls' Generation Hello Baby* (2009) vilket till viss del kopierade G.O.D.s program från nästan tio år tidigare.⁸⁰ I programmet tar medlemmarna turvis om en bebis för att visa publiken en annan image än den uttalat hypersexuella. Detta dock inom ett spektrum som diskursivt kan förena dessa bilder till en acceptabel helhet – i likhet med idolen Rains eleganta växling mellan söt och tuff. De är vad du vill att de ska vara. Eftersom de var så många i gruppen deltog ofta enskilda medlemmar i olika program. Tae Yeon, en av medlemmarna, medverkade i den väldigt populära reality serien *We Got Married* i början av 2009 i vilken man parade ihop olika kändisar som sedan levde tillsammans i ett låtsasäktenskap. Det hela är förstås överlag platoniskt vid sidan om att hålla händer, en kram eller någon enstaka puss. Hennes partner var den elva år äldre komikern Hyeong Don Jeong vilket till en början orsakade viss uppståndelse bland internetgrupper i Korea.⁸¹ Hyeong Don var och såg inte bara äldre ut, han var något korpulent och inte speciellt attraktiv. Detta var dock överkomligt eftersom poängen antagligen var just det något bisarra i situationen. Precis som i "Genie" så levde man här ut en slags fantasi för publiken. Gränsen mellan verklighet och imaginär kopia försköts inom en hyperrealitet.

De flesta av Girls' Generations fans var tonåringar och många av dem tjejer men runt denna tid, i samband med flickgruppernas framfart, dök det upp en kulturell egenhet som kallades "samchon" fans. Ordet, direkt översatt till svenska, betyder "farbror" och är i det här fallet beteckning för en äldre, oftast medelålders, manligt passionerat fan av en yngre kvinnlig K-pop idol. Termen är allmänt spridd och fanatiska samchon fans har till och med medverkat i populära variety shows med de yngre idoler de åtrår.⁸² Återigen, från ett svensk perspektiv, så ter sig detta som en uppenbar pedofilfantasi vid första ögonkast men var i Korea under slutet av 2000-talet, och fortfarande idag, mindre kontroversiellt och i grunden en accepterad företeelse. En fantasi som blir övertydlig i det avsnitt då Tae Yeon poserar i full bröllopsklänning med Hyeong Dong och de andra gruppmedlemmarna agerar som brudtärnor.⁸³ Vidare har många av medlemmarna varit aktiva i Variety Shows, musikalier eller förekommit i diverse tv-drama och till och med designat och startat egna klädkollektioner.⁸⁴ En av de mest populära medlemmarna, Yoona, är ett exempel på detta då hon bland annat spelat huvudrollen i flera större produktioner där hennes image som oskyldig, gullig och söt har spelats ut till fullo.⁸⁵

⁷⁹ "Girls' Generation (소녀시대) Genie (소원을 말해봐)" (2009).

⁸⁰ Kim (2012), s. 104; *Girls' Generation Hello Baby* (2009).

⁸¹ ""제혼에 원조교제 수준" ... '우결' 정형돈 - 태연 결혼에 네티즌 시끌" (2009).

⁸² "해피투게더 시즌 3 - Happy Together 3 Ep 325" (2013).

⁸³ "We Got Married Ep 45" (2009).

⁸⁴ "Jessica Renames Fashion Brand to "Blanc & Eclare"" (2014).

⁸⁵ "윤아" (2015).

Samtidigt som Girls' Generation etablerade sig som figurativa drottningar inom K-pop (runt 2009) så fullkomligt exploderade K-pop scenen med nya flickgrupper; några exempel på denna drastiska ökning var *Kara*, *2NE1*, *Brown Eyed Girls*, *After School*, *4 MINUTE* och året därefter *f(x)*, *T-ara*, *Rainbow* och *Miss A*.⁸⁶ Faktum är att från mitten av 2000-talet fram till mitten av 2013 debuterade uppskattningsvis hela 244 idolgrupper varav många var flickidoler.⁸⁷ Även om det fanns skillnader som kan betraktas som specifika, så var dessa nya flickgrupper precis som samtida pojkband i grunden fragmenterade kopior av tidigare idoler i sina representationer. De ramades alla in inom någon form av sexualitet, musikval, struktur, gruppering, diskursiva personligheter, dans, marknadsföring och det rent fysiskt visuella. Fältet är inte helt statistiskt eftersom förändringar oundvikligen sker när nya områden utforskas som del av affärsmodellen. *f(x)* hade till exempel en kinesisk medlem som tränats i Korea och lärt sig det koreanska språket till en acceptabel nivå. Inte långt efter följde *Miss A* med två kinesiska medlemmar av totalt fyra. Detsamma gällde också för pojkbandet *2PM* som hade en thailändsk medlem när de debuterade. Andra grupper kopierade strax efter samma format och idag är det nästan standard att koreanska idolgrupper har en "utländsk" medlem eller medlemmar som vid sidan om de uppenbara marknadsmässiga fördelarna också blivit en del av idoldiskursen. Den populära idolgruppen *EXO* hade exempelvis fem kinesiska medlemmar av tolv vid sin debut 2012.⁸⁸

Detsamma gällde medverkan i tv-program, tv-drama och andra medieformat. Tidigare idoler har, som vi sett, figurerat i olika tv-program och liknande men detta togs nu till en helt ny nivå. Idoler medverkade nu i varje tänkbart format vare sig det var mer fast eller bara tillfälligt. En konsekvens av mängden nya idoler var att de alla började göra samma saker samtidigt som de opererade inom idoldiskursen; det vill säga vad de förväntades vara som idoler. Hela tv-program på de stora kanalerna började nu baseras runt enbart idoler från inte bara samma men varierande grupper. Reality Showen *Invincible Youth*, vars första säsong började sändas 2009, centrerades runt åtta idoltjejer från bland annat Girls' Generation, *Kara*, *Brown Eyed Girls*, *4 MINUTE* och *T-ara*. Flickorna jobbar på en traditionell koreansk bondgård ledda av Tae Woo Kim som var en manlig förstagersidol och medlem av G.O.D.. Varje program hade oftast en gäst från medlemmarnas respektive idolgrupper eller idoler från pojkband.⁸⁹ Programmet *We Got Married*, som vi diskuterat tidigare, parade 2010 ihop enbart idoler som Jo Kwon från *2AM* och Ga In från *Brown Eyed Girls*. Jo Kwon var känd för att ha agerat typiskt flamboyant (stereotypiskt homosexuellt i västerländsk diskurs) i beteende, dans och klädsel medan Ga In imagemässigt betraktades som översexuell vilket kan tyckas vara en osannolik kombination. Deras relation, byggd runt fiktion, var dock populär. Konceptet var så lyckat att de släppte två väldigt populära låtar tillsammans: "We Fell in Love" och "The Day I Confessed".⁹⁰ Att allt var fiktiv hyperrealitet spelade mindre roll. Kanske var det rent av en förutsättning för populariteten eftersom det bland fans i allmänhet inte är accepterat att idoler har ett *riktigt* förhållande, och om så trots allt är fallet måste hållas strikt hemligt. De flesta skivbolag har därför traditionellt sett valt att förbjuda sina idoler att överhuvudtaget träffa någon annan om det kan uppfattas som romantiskt.⁹¹

Andra idolpar följde strax efter som till exempel Nickhun och Victoria från *2PM* och *f(x)*; detta par var dessutom de utländska medlemmarna (Thailand och Kina) från respektive grupp som nu konverserade på koreanska i programmet i enlighet med koreansk kultur och idoldiskurs vilket i sin tur har följts av andra utländska idoler. Den nya normen från slutet av

⁸⁶ Kim (2012), s. 101.

⁸⁷ "244 Idol Groups Debuted in the Last 9 Years?! How Many Can You Name?" (2013)

⁸⁸ "EXO" (2015).

⁸⁹ *Invincible Youth* (2009).

⁹⁰ Kim (2012), s. 105.

⁹¹ "Idol Stars Cry Out Over Dating Ban" (2013).

2000-talet och framåt var att idoler figurerad i alla tänkbara medieformat i olika grad; ett programformat utan en idol var nu i praktiken ett undantag. Det räcker med att kort och kvantitativt scanna ett fritt urval av populärkultur vid denna tid för att få detta bekräftat; de flesta filmer, tv-program, reklam, radioprogram och liknande hade nu någon relation till idolverksamhet och därmed K-pop. En fanbaserad lista över endast de dramaserier och filmer som idoler bidragit med OST (original soundtrack) till runt denna tid är indikativt vad gäller detta – många av vilka de själva medverkar i som skådespelare.⁹²

Som en konsekvens av detta explosionsartade genombrott för koreansk populärkultur lett av idoler, så började också ontologin rörande idoler gradvis transformeras till en mer allomfattande entitet. En grundförutsättning för att betraktas som en idol var naturligtvis att personen ifråga var aktiv musikaliskt och uppträdde som idolartist. Men att detta var den mest framträdande kvalitén var nu inte längre självklart. Yong Hwa Jung, medlem i pojkbandet *CN Blue* debuterade till exempel som skådespelare i dramat *You're Beautiful* (2009) med ytterligare två idoler bland de manliga huvudrollerna. Detta innan sin debut som ”officiell” idol samma år vilket Yong Hwa parallellt tränades inför.⁹³ Han medverkade efter sin debut som idol i *We Got Married* med Seohyun från Girls’ Generation vilkas fiktiva förhållande han kom att skriva en låt om.⁹⁴

Idoler har också över tid förenat sina roller som artister med lukrativa reklamuppdrag. En framgångsrik idol var per definition både diskursivt och monetärt någon som gjorde reklam för någon produkt, vilket inte var integritetsmässigt nedsättande för artisten. Hyo Ri hade redan 2006 släppt en av flera musikvideos med bland annat Eric från Shinhwa som subtilt, men ändå uppenbart, marknadsförde Samsungs mobiltelefoner.⁹⁵ Det är omöjligt att missa hur fullkomligt idoler dominerar reklamuppdrag om man besökt Korea under 2000-talet och senare. Mellerstedt och Stillman berättar hur de under sin färd till fots på Seouls gator ser hur ”[i]doler som reklampelare har gått från mindre storlekar [...] till enorma affischer som täcker flera varuhusvåningar”.⁹⁶ Allt ifrån alkohol i skråniga partymiljöer till de mest domesticerade produkter faller inom de områden idoler med tiden kommit att göra reklam för vid sidan av deras *andra*, mer ordinarie, aktiviteter.⁹⁷ Det räcker med att gå in i vilket ”Suljib” (en koreansk blandning mellan pub och restaurang) som helst i Korea för att se väggarna täckta av lättklädda tonårsidoler som gör reklam för all slags sprit och öl.

I och med ökningen av antalet idolgrupper vid denna tid blev det svårare att särskilja dem, inte bara på grund av själva mängden och liknande val av utformning, klädsel, representation osv., men också vad gäller fysiska anletsdrag. En stor anledning till detta var plastikkirurgin. Denna uppsats har tidigare kort diskuterat synen på plastikkirurgi i Korea och nämnt att det i princip är standard för idoler att operera sig. Detta är i sig inte så konstigt även i fråga om populära artister i västvärlden; Michael Jackson ingrepp är vida kända och Britney Spears bröststorlek i början av hennes karriär var ett omdiskuterat ämne i skvallerpressen. I Korea är plastikoperationer för idoler mer omvandlande, så till den grad att det nästan är omöjligt att känna igen personen. Detta för att det finns en diskursiv grundad och väldigt specifik plastikstandard på gränsen till skrämmande för hur en attraktiv person ska se ut: ögon, ögonlock, haka, näsa, läppar, tänder, hy, födelsemärken, skrattgropar, bröst, hår, ben, rumpa osv. En idols fysiska anletsdrag är tagna från en diskursiv databas som stipulerar hur till exempel en korrekt näsa ska se ut. Aspirerande idoler som från början ser bra ut opererar sig ändå för att följa dessa imaginära normer. Att en person sågar bort stora delar av sitt käkparti,

⁹² ”Singers as Actors” (2011).

⁹³ *You're Beautiful* (2009).

⁹⁴ *CN Blue* (2010).

⁹⁵ ”Lee Hyo-ri Signs Another Lucrative Deal with Samsung” (2006).

⁹⁶ Mellerstedt – Stillman (2013), ss. 80-81.

⁹⁷ ”K-pop stars, actors model for soju, beer brands” (2015).

som en del av vanligtvis flera ingrepp, för att få en mer oval ansiktsform är en tämligen vanlig företeelse. Något som en person från en svensk kontext kan ha svårt att förstå på grund av dess extremitet.⁹⁸ En konsekvens av detta ideal är att många idoler och andra som väljer att operera sig ser väldigt lika eller identiska ut. Koreanska bloggar och hemsidor är kända för att undersöka och spekulera i detalj över vilka slags ingrepp idoler har gjort genom att jämföra ”före” och ”efter” bilder. En trend som med tiden också har tagits upp av internationella fans vilket belyser hur omfattande det är.⁹⁹ Situationen var och är dock att det fanns/finns väldigt mycket av i princip samma sak både visuellt och performativt – en ändlös rad av levande simulakra – som en följd av hur ontologin runt idolerna har utvecklats historiskt. Det är med denna insikt vi nu går vidare till hur K-pop har anammats av svenska fans.

3.4 Sverige och K-pop

Innan fenomenet ”Gangnam Style” 2012 så figurerade inte K-pop i den svenska populärkulturella diskursen överhuvudtaget. Men att säga att Psys låt är typisk och representativ för K-pop är fel. ”Gangnam Style” har utan tvekan hjälpt folk att globalt få upp ögonen för K-pop, men den är inte nödvändigtvis central för dess mer inneboende popularitet bland fans av K-pop. Det är som John Lie koncist uttrycker det:

Psy is an exception rather than the rule. K-pop is a figment of the unabashedly commercial culture industry that valorizes high-quality pop music with an irresistible visual patina—not only the professional sheen of the music videos but also the blemish-free aesthetic of K-pop stars. Hence, those smitten by the beautiful boys and girls of the Korean Wave rejected Psy as an aberration to the prevailing K-pop aesthetic. Psy is more like a sumo wrestler than a romantic hero—an unattractive clown, not a heart-stopping romantic idol.¹⁰⁰

Psy är precis som Lie säger inte vad som vanligen kännetecknar K-pop. Per definition kan man argumentera för att han inte är en idol överhuvudtaget. I Korea är han en kraftig medelålders, man vars fysiska drag inte anses som speciellt attraktiva. Att Japan var det enda OECD land där hans musikvideo inte spred sig som en löpeld tycks bekräfta detta ytterligare eftersom just Japan har blivit en viktig marknad för K-pop under 2000-talet.¹⁰¹ De svenska K-pop fansen Mellerstedt och Stillman ger uttryck för en liknande uppfattning:

Vi har trott att k-pop förr eller senare skulle slå på bred front. Att något skulle ske som fick media att uppmärksamma genren och fandomet, skaran av fans som älskar den. Att det skulle vara just Psy kom som en chock. Att säga att han är en typisk k-popidol vore att ljuga. Som småbarnspappa är han ett undantag på scenen som domineras av unga och vackra idolgrupper.¹⁰²

⁹⁸ Mellerstedt – Stillman (2013), ss. 118-119.

⁹⁹ *KPOP Surgery* (2015).

¹⁰⁰ Lie (2013), s. 41.

¹⁰¹ *Ibid*, s. 41.

¹⁰² Mellerstedt – Stillman (2013), s. 13.

Med andra ord har Psy hjälpt till att popularisera K-pop på en global nivå, men han är inte anledning till att K-pop långsiktigt har börjat samla fans i perifera regioner och marknader som Sverige. När VIXX – bestående av fem vackra pojkar – som första K-pop grupp någonsin har en konsert i Stockholm 2013 så utgör de en stor kontrast i jämförelse med Psys svulstiga image.¹⁰³

Av naturliga skäl är K-pop populärt i Korea. Att det är populärt i Asien kan likaså förklaras med ett slags regional logistik blandat med etniska och kulturella preferenser. Men Sverige? Inte alls lika uppenbart förstås. Mellerstedt och Stillman berättar om svenska Anna och Linda som upptäckte och blev fans av K-pop 1996 samma år som H.O.T. debuterade. Av en slump fick Anna, som då gick på högskolan, ett bildhäfte av H.O.T. från sin koreanska brevkompis. Genom byteshandel av svenska produkter så fick hon så småningom en CD skiva skickade till sig. Med sin kompis Linda, som var lika tagen av denna nya värld, och en nyfunnen törst för rörliga bilder växlade de in kronor mot dollar för att genom brev beställa inspelade VHS band från andra K-pop fans runt om i världen. En process som tog lång tid och inte var alltför säker då de blev lurade på de pengar de skickat emellanåt.¹⁰⁴ Poängen med att nämna detta är för att påvisa att förutsättningarna för att ta del av K-pop scenen i Sverige runt denna tid var väldigt ofördelaktiga.

När svenska fans som Mellerstedt och Stillman blev frälsta 2008, över ett decennium senare, var det inte genom en brevkompis utan genom ett skifte till den digitala ålder vi nu lever i:

2008 dök det upp ett förslag på ett klipp som enligt Youtubes statistik skulle passa oss. [...] Det stod att gruppen hette Tohoshinki och att de skulle göra ett "breath-taking live performance" [...]. Lutade över en laptop såg vi fem idoler. För varje medlem som fattade mikrofonen och började sjunga gapade vi större. Vi såg ett omänskligt pojkband, vackra som få och där samtliga medlemmar sjöng som gudar. Alla andra artister kändes med ens bleka i jämförelse. Vi klickade oss vidare på klipp efter klipp. Insåg att gruppen även gick under namnen TVXQ, DBSK och Dong Bang Shin Ki. Insåg att de var sydkoreanska och tillhörde genren k-pop.¹⁰⁵

Man behöver kanske inte ta denna känsloladdade epifani ordagrant, men det illustrerar ett plausibelt scenario om hur svenskar kunde bli introducerade till K-pop från mitten av 2000-talet och framåt. Internetportaler som YouTube och liknande kunde nu enkelt sprida material genom avancerade algoritmiska modeller som Anna och Linda inte hade tillgång till på slutet av 1990-talet när de första idolerna debuterade i Korea. Att det upplevdes så välproducerat och samtidigt främmande attraktivt för tjejerna blir uppenbart, vilket vi också kunnat se i analysen av TVXQ. I sin bok pratar också Mellerstedt och Stillman med andra svenska K-pop fans om hur just de fick upp ögonen för K-pop. Ett fan berättar till exempel att han upptäckte K-pop genom reklam, eller mer specifikt en av de musikvideos Samsung producerat i samarbete med idoler för att marknadsföra sina mobiltelefoner. Många svarar också att inkörspporten för dem var "andra östasiatiska populärkulturella fenomen som anime, manga eller den koreanska motsvarigheten här "manhwa"; vilket är intressant utifrån Azumas databas koncept som baseras på konsumtionen av just anime och manga.¹⁰⁶ Anime är, för att klargöra, en term för japanska animerade filmer och manga japanska tecknade serier. På internet finns sedan tidigt 2000-tal massor med fanhemsidor och grupper som översätter och scannar japanska serier för en internationell publik.

¹⁰³ "VIXX i Stockholm" (2013).

¹⁰⁴ Mellerstedt – Stillman (2013), ss. 38-39, 44.

¹⁰⁵ Ibid, s. 12.

¹⁰⁶ Mellerstedt – Stillman (2013), ss. 20-21, 70; Azuma (2001).

Att bara upptäcka K-pop är dock inte likställt med långsiktigt intresse. Det är något med K-pop som attraherar en viss internationell publik. Mellerstedt och Stillman ger uttryck för detta med följande ord:

Tjejgrupper, soloartister, dramaserier och tv-program. Vi ramlade in i ett nytt universum som vi aldrig ville lämna och insåg att k-pop rymde allt vi drömt om populärkulturellt. Plötsligt uppstod känslorna som vi längtat efter. Plötsligt föll sig allt naturligt. Det gick inte att hindra. Vi blev fangirls.¹⁰⁷

Man kan säga att de båda beskriver den allomfattande, diskursiva, kontinuitet som K-pop och dess idoler rör sig inom – en alternativ verklighet, en hyperrealitet, för många fans. Som vi sett i uppsatsen, så rör sig idoler inom många olika områden; man kan lika gärna uppleva och konsumera favoritidoler genom tv-program eller andra format vid sidan av den musik de framför. Andra svenska K-pop fans ger en dystrare förklaring när de jämför K-pop med droger, eftersom K-pop är ”beroendeframkallande”, som att tillfredsställas genom en snabb fix:

Jag hade ett tomrum som jag behövde fylla [...]. Så tror jag att det är med alla som fastnar. Tomrummen kan variera – kanske har man svårt att få vänner, kanske att få en pojkvän, svårt i skolan eller inget jobb. K-pop och fandomet fyller det tomrummet, det fungerar som något upplyftande eller något som hjälper dig glömma saker. Om man har ett problem kan man gräva ner sig en dag och sträcktitta på ett k-drama. Egentligen är det lite som hetsätning. Dina problem kommer fortfarande att finnas kvar men du glömmer dem för stunden. Samtidigt är det mer. Det är vänskap också. Jag gillar att fans på nätet kallar varandra för vänner – det är inte ofta man hör det ordet. Här använder man det även om man aldrig träffas.¹⁰⁸

K-pop kan därmed för vissa fans bli en form av abstrakt simulakra för sociala relationer och känslomässiga investeringar. Detta speglar Azumas databas syn, i sin användning av Kojève, om att en förråing av den moderna människan har lett till att vi nu väljer att konsumera även de mänskliga saker och relationer som tidigare krävde någon form av långsiktig investering. Ett fan kan nu med omedelbar verkan välja, efter behag, inom den personliga databasen för K-pop ett drama med en specifik idol i en önskvärd kontext för att utlösa en viss känsla, som personen sedan bekvämt kan diskutera med sina abstrakta vänner på ett numrerat internetforum i den oändliga cyberrymden.

Låt oss dock kort återgå till länken mellan japansk populärkultur och K-pop. Bland anime- och mangafantaster i Japan finns det många olika beteckningar för olika genrer inom manga och anime. Speciellt bland den subkultur som går under beteckningen *otaku*. Bland dessa produceras ofta alternativa berättelser vid sidan om de kanoniska narrativ som publiceras. De använder sig helt enkelt av en databas som de sedan förvränger, om man vill uttrycka det så, för personliga preferenser och tillfredsställelse. Det är just detta Azuma analyserar och diskuterar i sin bok.¹⁰⁹ Fanfiction manga har ofta inslag som explicit homoerotik eller liknande tema som av normativa och legala skäl inte kan publiceras för bred och omfattande kommersiell konsumtion. Det är lätt att se likheten med fanfiction här i väst vilket Mellerstedt och Stillman också uppmärksammar. Bland K-pop fans skrivs och produceras det massvis

¹⁰⁷ Mellerstedt – Stillman (2013), s. 12.

¹⁰⁸ Ibid, ss. 70-71.

¹⁰⁹ Azuma (2001).

med fanfiction och imaginära illustrationer vars protagonister är idoler. Detta gäller också svenska fans.

En person de pratar med förklarar att hennes intresse för K-pop kom genom hennes tidigare engagemang för fanfiction eftersom "[d]et var ett liknande sätt att bygga drömvärldar runt ett ämne", men en viktig skillnad var här att karaktärerna trots allt inte var fiktiva som till exempel Harry Potter. En ny dimension skapades där gränsen mellan dagdrömmar och verkliga personer suddades ut där *levande simulakra* slussas in i en personlig hyperrealitet.¹¹⁰ Samtidigt förstärker själva K-pop industrin subtilt denna diskursiva förvrängning; dels genom de exempel vi berört men också som Jung påpekar genom uppskattad fanservice. I en konsert 2009 växlar manliga och kvinnliga idoler performativt genus genom att klä sig i och utföra motpartens diskursiva repertoarer.¹¹¹ Att det är just K-pop som en allomfattande industri som kliver över denna gräns i takt med dess historiska utveckling både officiellt och bland fans är likaså intressant för framtida forskning. Kanske för att det från första början var fiktion?

4. Sammanfattning och diskussion

Efter att Koreas musikscen utvecklats under några turbulenta årtionden trädde de första idolerna fram i slutet av 1990-talet vilket blev början för det fenomen vi idag kallar K-pop. I samband med K-popens utveckling har en diskursiv struktur successivt byggts upp kring idolers ontologi. För den som frågar vad K-pop industrin och dess idoler historiskt har och består av finns uppenbarligen många svar att finna i den utvecklingsfas man kan undersöka under 2000-talet och senare. Den här uppsatsen visar att idoler tycks ha en fiktiv existens som med tiden förstärkts medan de rör sig inom ett allomfattande mediefält öppet för konsumtion bland fans. Det finns nämligen flyktiga, men samtidigt konkreta meningar en idol har sålt och erbjudit sina fans att metaforiskt konsumera; detta kan vara sexuellt centrerat eller baserat på handlingar och könsroller som överensstämmer med det koncept som marknadsförs. En musikvideo kan innehålla sexuella troper genom dans och klädval som anses attraktiv för den tänkta målgruppen. Alternativt kan en oskyldig image göra en idol populär och medföra att idolen får erbjudande att representera olika produkter eller skådespeleriroller som anpassas efter denna performativa roll.

Koreanska idolers representativa ontologi har nämligen blivit unik; en k-pop idol är idag inte bara en dansare och sångare utan likaså per definition vanligen skådespelare och nöjesprofil inom en rad olika områden. Samtidigt reproducerar de mestadels vad idol diskursen tidigare fastställt som normativt och åtråvärt visuellt och performativt – ett imaginärt simulakra ideal. En konsekvens är att idoler kopierar inte bara andra idolers normativa ontologi performativt utan också deras fysiologi vilket i sin extremitet också inbegriper plastkirurgiska ingrep. För den nyintroducerade till K-pop ser säkerligen, och likaså låter, de flesta idolgrupper och idoler likadant; de är också överallt, i film, tv, reklam och liknande medieformat vilket ger upphov till en hyperrealitet för fans som aktivt konsumerar vad idoler säljer. Ett inter-skådespeleri och fysiologiskklädsel som tänjer och utmanar de diskursiva gränser västerländska normer historiskt sett har gett uttryck för populärkulturellt. En syn som Jung delvis delar i sin studie av koreansk populärkultur när hon uppmärksammar att idoler, runt perioden 2009-2010, ofta medvetet och performativt spelar med genus genom uppträdanden i varierande medieformat.¹¹² I synnerhet i Ostasien har detta uppenbarligen varit ett lyckat koncept vilket Hallyu vågens framfart är bevis för.

¹¹⁰ Mellerstedt – Stillman (2013), ss. 223-231.

¹¹¹ Jung (2011), ss. 163-164.

¹¹² Jung (2011), ss. 165, 169.

I avlägsna regioner som Sverige har K-pop likaså gjort ett mer permanent intryck och ansamlat en skara fans som ofta rör sig i cyberrymden. Vad är det då som har gjort detta möjligt kan man fråga sig? Rent praktiskt har utan tvekan internet bidragit mycket. Att det inte heller är fenomen som Psys ”Gang Nam Style” som kan förklara dess framgång är både fans och akademiker överens om. Ett universellt svar finns inte, men en del av en möjlig förklaring är att det är annorlunda och därför initialt och mer långsiktigt också spännande. Medan det är likheter som ofta attraherar fans i Asien kanske det är motsatsen i andra avlägsna regioner. K-pop är exotiskt och intressant för många vars kultur skiljer sig väldigt mycket från det som representeras inom K-pop. Lika mycket som det, förhoppningsvis, kan finnas ett intresse för att denna uppsats om detta ämne skrivs.

Att bara vara främmande och annorlunda räcker inte eftersom det finns andra kulturella alternativ vid sidan om K-pop. K-pop har sedan dess introduktion konstruerats för konsumtion diskursivt vilket har undersökts i denna uppsats. En helt annan värld – ett annat ekosystem – man kan begrava sig i för att tillfredsställa det man åtrår eller behöver. Det finns uppenbarligen en oemotståndlig attraktion i allt detta – en oxymoron som ger oss den ”unika kopian” när K-pop ställs mot västerländsk populärkultur. En produkt som erbjuder sig att mätta de mest mänskliga behov inom en personlig hyperrealitet byggt runt en massiv databas av diskursiv simulakra. Ett alternativ som bryter mot västerländsk normativ hegemoni, men som samtidigt har tillägnat sig dess kapitalistiska arv där konsumtion i slutändan likställs med den mänskliga tillvaron.

Samtidigt så bör det nämnas att det finns många aspekter av K-pop som inte behandlats eller nämnts i denna uppsats. Framtida forskning inom detta område har dock stor potential vad gäller både insiktsfulla historiska analyser och belysande kulturanthropologiska studier.

Denna historiska mikroepok är förstå ännu inte avslutad och det kan vara av intresse att kort granska ett par tillämpliga exempel innan vi avslutar denna uppsats. De svar vi funnit till frågeställningarna i denna uppsats tycks bekräftas ytterligare när man tittar på två tv-program som sänts nyligen. I tv-programmet *Happy Together* från februari i år, 2015, medverkar en idol vid namn Gang Nam. Gang Nam är uppväxt i Japan med en japansk far och koreansk mor och är per definition den ”utländska idolen”. Under programmet framkommer det att han blivit inbjuden på grund av hans lyckade framträdande i andra tv-program på senare tid. Inte hans musikkarriär med sin idolgrupp *M.I.B.* som det gått sämre för. Faktum är att det inte ens är klart vad *M.I.B.* står för eftersom akronymen tydligen ändrats flera gånger. Att Gang Nam i egenskap av att vara en populär K-pop idol rent musikaliskt inte är av någon större vikt blir smärtsamt uppenbart.¹¹³ Han är med andra ord många saker, men samtidigt inte mer än vad fans väljer att konsumera hos honom som produkt.

I ett annat tv-program från april i år deltar över hundra nydebuterade och hoppfulla flickidoler. De tävlar i fysiska lekar med syftet att vinna uppmärksamhet för sig själva och sina idolgrupper. Det är omöjligt för den som inte är insatt i detaljerad idoltaxonomi att särskilja dem; de hundra flickorna ser väldigt lika ut. När det är dags för final så återstår endast två tjejer. En av dem kan inte hålla tillbaka tårarna eftersom hon helt enkelt är så glad att överhuvudtaget vara på tv. Det framkommer att hon var en av de hoppfulla ”trainee” kandidaterna för *Girls’ Generation* för många år sedan, men valdes bort innan deras debut. Det fanns helt enkelt för många lika bra, eller om man så vill uttrycka det ”likadana”.¹¹⁴ Hon förlorar sedan finalen och försvinner i mängden, men det finns förstås alltid någon annan som kan ta hennes plats; en av många ändlösa kopior bland hundratals flickidoler. Att svenska fans är med att välja vem är inte omöjligt. Programmen som nämnts sänds nämligen på KBS kanalens officiella YouTube konto för internationella fans – kontot är blockerat i Korea. Det

¹¹³ ”Happy Together – Lee Munsik, Choi Jeongwon, & Yuk Seongjae!” (2015).

¹¹⁴ “Let’s Go! Dream Team II | 출발드림팀 II : The 10:100 Flag Race” (2015).

är fansen, även utanför Koreas gränser, som väljer vilka diskursiva komponenter de vill konsumera inom K-pop vilket i slutändan kan bli högst personligt.

5. Referenser

”A Cut Above” (2012-04-23) *The Economist*. Tillgänglig [online]:

<<http://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2012/04/daily-chart-13>> [2015-03-28].

”A Flavor out of Favor: Dog Meat Fades in S. Korea” (2014-08-28) *USA Today*. Tillgänglig

[online]: <<http://www.usatoday.com/story/news/world/2014/08/28/dog-meat-popularity/14724623/>> [2015-03-23].

A Handbook of Korea (1998), 10 uppl. Seoul, Korean Overseas Culture and Information Service.

Azuma, Hiroki (2001), *Otaku – Japan’s Database Animals*. Trans. Jonathan E. Abel and Shion Kono (2009), Minneapolis, University of Minnesota Press.

Baudrillard, Jean (1981), ”From The Precession of Simulacra” i Vincent B. Leitch mfl. (eds.) (2001), *The Norton Anthology of Theory and Criticism*. New York, W. W. Norton & Company.

”Breaking the Gay Taboo in South Korea” (2009-05-27). *abc News*. Tillgänglig [online]: <<http://abcnews.go.com/International/story?id=7351116&page=1&singlePage=true>> [2015-04-01].

Butler, Judith (1990), ”From Gender Trouble” i Vincent B. Leitch mfl. (eds.) (2001), *The Norton Anthology of Theory and Criticism*. New York, W. W. Norton & Company.

Cho, Younghan (2011), ”Desperately Seeking East Asia Amidst The Popularity of South Korean Pop Culture in Asia”, *Cultural Studies*. Vol. 25, No. 3. 383-404.

CN Blue (2010), ”Love Light”, Seoul, FNC Entertainment.

”Dog Farmers in South Korea Offered a Way Out As Canine Cuisine Fades” (2015-03-21)

The Wall Street Journal. Tillgänglig [online]:

<<http://blogs.wsj.com/korearealtime/2015/03/21/dogs-saved-from-south-korean-dinner-plates-by-u-s-animal-welfare-group/>> [2015-03-23].

”Elderly Koreans Poorest in OECD” (2013-12-24) *The Chosun Ilbo*. Tillgänglig [online]:

<http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2013/12/24/2013122401564.html> [2015-03-23].

”EXO” (2015), *Naver*. Tillgänglig [online]:

<http://search.naver.com/search.naver?sm=tab_hy_top&where=nexearch&ie=utf8&query=exo> [2015-04-16]

Family Outing (2008), Tv-program. SBS. Seoul, [2008-06-15 – 2010-02-14].

”Fin K.L. – Now, 핑클 – 나우” (2000-11-25). *MBC*. Tillgänglig [online]: <<https://www.youtube.com/watch?v=T07wFQ-vXoQ>> [2015-04-06].

Foucault, Michel (1969), ”What is an author?” i Vincent B. Leitch mfl. (eds.) (2001), *The Norton Anthology of Theory and Criticism*. New York, W. W. Norton & Company.

Girls’ Generation (2009), ”소원을 말해봐 (Genie)”, Seoul, SM Entertainment.

Girls’ Generation Hello Baby (2009), -program. KBS Joy. Seoul, [2009-06-23 – 2009-11-17].

”Girls’ Generation (소녀시대) Genie (소원을 말해봐) (2009), SM Entertainment. Musikvideo. Tillgänglig [online]: <<https://www.youtube.com/watch?v=6SwiSpudKWI>> [2015-04-16].

”god의 육아일기” (2000), *MBC*. Tillgänglig [online]: <http://vodmall.imbc.com/genre/genre_program.aspx?progCode=1000311100000100000> [2015-04-01].

Full House (2004), Tv-drama. KBS2, Seoul, [2004-07-14 – 2004-09-02].

”Happy Anniversary, TVQX! 10 Shining Moments in the K-Pop Icons’ Career” (2014-01-15) *Billboard*. Tillgänglig [online]: <<http://www.billboard.com/articles/list/5869733/happy-10th-anniversary-tvxq-10-shining-moments-in-the-k-pop-icons-career>> [2015-04-15].

”Happy Together – Lee Munsik, Choi Jeongwon, & Yuk Seongjae!” (2015-02-26), *KBS World TV*. Tillgänglig [online]: <<https://www.youtube.com/watch?v=P2bqNjxj9aA&list=PLMf7VY8La5RHfplv8x2kt7Siu0-FHHRXd&index=8>> [2015-04-21].

Harden, Blaine (2012), *Escape from Camp 14 – one man’s remarkable odyssey from North Korea to freedom in the West*. London, Mantle.

”Healing Camp Ep 169” (2012-02-02), *SBS*. Tillgänglig [online]: <[http://kshowonline.com/kshow/3081-\[engsub\]-healing-camp-ep.169](http://kshowonline.com/kshow/3081-[engsub]-healing-camp-ep.169)> [2015-04-12].

Hellcats (2008), Film. CJ Entertainment.

H.O.T. (1996), ”Candy”. Seoul. SM Entertainment.

”H.O.T. - Candy” (1996), *MBC*. Tillgänglig [online]: <<https://www.youtube.com/watch?v=XQwsh9Ob2e0>> [2015-03-30].

”Idol Stars Cry Out Over Dating Ban” (2013-07-18), *The Korea Times*. Tillgänglig [online]: <http://www.koreatimes.co.kr/www/news/culture/2013/07/386_139480.html> [2015-04-18].

Invincible Youth (2009), Tv-program. *KBS2*. Seoul, [2009-10-23 – 2010-12-24].

Jameson, Fredric (1988) "Postmodernism and Consumer Society" i Vincent B. Leitch mfl. (eds.) (2001), *The Norton Anthology of Theory and Criticism*. New York, W. W. Norton & Company.

"Jessica Renames Fashion Brand To "Blanc & Eclare"" (2014-10-06), *KBS World*.

Tillgänglig [online]:

<http://world.kbs.co.kr/english/program/program_musicnews_frame.htm?No=26051¤t_page=14> [2015-04-16].

Jung, Sun (2011), *TransAsia Screen Cultures: Korean Masculinities and Transcultural Consumption: Yonsama, Rain, Oldboy, K-Pop Idols*. Hong Kong, Hong Kong University Press.

"JYJ" (2015), *Naver*. Tillgänglig [online]:

<http://search.naver.com/search.naver?where=nexearch&sm=tab_etc&ie=utf8&os=189914&pkid=1&query=jyj> [2015-04-16].

Kim, Chang Nam (2012), *K-POP – Roots and Blossoming of Korean Popular Music*. Seoul, Hollym.

"Korea's Suicide Rate Remains Highest in OECD" (2012-09-10), *The Chosun Ilbo*.

Tillgänglig [online]:

<http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2012/09/10/2012091001326.html> [2015-03-23].

"K-pop stars, actors model for soju, beer brands" (2015-04-14), *The Korea Herald*.

Tillgänglig [online]:

<http://kpopherald.koreaherald.com/view.php?ud=201504131730143170190_2> [2015-04-18].

KPOP Surgery (2015), Hemsida, Tillgänglig [online]: <<http://www.kpopsurgery.com/>> [2015-04-19].

Lane, Richard J. (2000), *Jean Baudrillard*. London, Routledge.

"Lee Hyo-ri Signs Another Lucrative Deal with Samsung" (2006-12-12), *Chosun Ilbo*.

Tillgänglig [online]:

<http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2006/12/12/2006121261010.html> [2015-04-18].

Lee, Hyo Ri (2003), "10 Minutes", Seoul, DSP Media.

"Let's Go! Dream Team II | 출발드림팀 II : The 10:100 Flag Race" (2015-04-16), *KBS*

World TV. Tillgänglig [online]:

<<https://www.youtube.com/watch?v=Zm5pqs6dKbE&list=PLMf7VY8La5REQXVveLqUU4HJDHM0wKIIT>> [2015-04-21].

Lie, John (2013), "Introduction to "Globalization of K-pop: Local and Transnational Articulations of South Korean Popular Music"", *E-Journal*, No. 9. Tillgänglig [online]:

<<https://cross-currents.berkeley.edu/e-journal/issue-9/introduction-k-pop>> [2015-04-19].

- Lindgren, Simon (2009), *Populärkultur – teorier, metoder och analyser*. 2 uppl. Malmö, Liber.
- Mellerstedt, Ellin – Stillman, Johanna (2013), *Loverholic robotronic*. Falun, Bladh by Bladh.
- Mills, Sara (2003), *Michel Foucault*. London, Routledge.
- Mori, Yoshitka (2008), ”Winter Sonata and Cultural Practices of Active Fans in Japan” i Beng Huat Chua och Koichi Iwabuchi (eds.), *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*. Hong Kong, Hong Kong University Press. 127-141.
- Ninja Assassin* (2009). Film. Warner Bros.
- ”North Korean prison camp survivor admits inaccuracies, author says” (2015-01-20) *CNN*. Tillgänglig [online]: <<http://edition.cnn.com/2015/01/18/asia/north-korea-defector-changes-story/>> [2015-03-15].
- Republic of Korea Overview* (2015). *The World Bank*. Tillgänglig [online]: <<http://www.worldbank.org/en/country/korea/overview>> [2015-03-17].
- Roberts, Adam (2002), *Fredric Jameson*. London, Routledge.
- Russell, Mark James (2008), *POP goes Korea – Behind the Revolution in Movies, Music, and Internet Culture*. Berkeley, Stone Bridge Press.
- Salih, Sara (2002), *Judith Butler*. London, Routledge.
- Sung, Sang-yeon (2008), ”Why Are Asians Attracted to Korean Pop Culture?” i The Korea Herald (ed.), *Korean Wave*. Korea, Jimoondang. 11-21.
- Secret Garden* (2010), Tv-drama. SBS, Seoul, [2010-11-13 – 2011- 01- 16].
- Shin, Hyong Sik (2005), *A Brief History of Korea*. Seoul, Ehwa Womans University Press.
- ”Singers as Actors” (2011-11-09), *Kpop Lists*. Tillgänglig [online]: <<http://kpoplists.com/post/12564920080>> [2015-04-18].
- ”Supporting Unwed Moms Key to Reducing Adoption Rate” (2013-03-08). *The Korea Times*. Tillgänglig [online]: <http://koreatimes.co.kr/www/news/people/2013/03/178_131737.html> [2015-03-23].
- Thurschwell, Pamela (2000), *Sigmund Freud*. London, Routledge.
- ”TVXQ!(동방신기) MIROTIC” (2008). *SM Entertainment*. Musikvideo. Tillgänglig [online]: <<https://www.youtube.com/watch?v=HtJS32n6LNQ>> [2015-04-15].
- ”Overseas Adoption: Child Welfare or Abuse?” (2011-12-30). *The Korea Times*. Tillgänglig [online]: <http://koreatimes.co.kr/www/news/opinion/2011/12/137_101917.html> [2015-03-23].

”VIXX i Stockholm” (2013-11-4), *Dancing On Our Own*. Tillgänglig [online]:
<<http://dancingonourown.com/2013/11/04/vixx-i-stockholm/>> [2015-04-20].

”We Got Married Ep 45” (2009). *MBC*. Tillgänglig [online]:
<[http://kshowonline.com/kshow/1969-\[engsub\]-wgm-taehyung-couple-full](http://kshowonline.com/kshow/1969-[engsub]-wgm-taehyung-couple-full)> [2015-04-16].

Winter Sonata (2002), Tv-drama, KBS2, Seoul, [2002-01-14 – 2002-03-19]

”X-Man Ep 7” (2003-12-20). *SBS*. Tillgänglig [online]:
<[http://kshowonline.com/kshow/2009-\[engsub\]-xman-02-raw](http://kshowonline.com/kshow/2009-[engsub]-xman-02-raw)> [2015-04-09].

”X-Man Ep 49” (2004-10-10). *SBS*. Tillgänglig [online]:
<[http://kshowonline.com/kshow/2428-\[engsub\]-xman-20-](http://kshowonline.com/kshow/2428-[engsub]-xman-20-)> [2015-04-09].

”X-Man Ep 50” (2004-10-17). *SBS*. Tillgänglig [online]:
<[http://kshowonline.com/kshow/2508-\[engsub\]-xman-23-raw](http://kshowonline.com/kshow/2508-[engsub]-xman-23-raw)> [2015-04-12].

X맨 (2003), Tv-program. *SBS*. Seoul, [2003-11-08 – 2007-04-09].

You're Beautiful (2009), Tv-drama. *SBS*. Seoul, [2009-10-07 – 2009-11-26].

”힐캠프’ 신화, 누드화보 공개...”언제 6명이 발가벗겠냐” (2015-02-24) *Naver*. Tillgänglig [online]: <<http://entertain.naver.com/read?oid=008&aid=0003424414>> [2015-04-01].

”해피투게더 시즌3 – Happy Together 3 Ep 325” (2013-11-14), *KBS2*. Tillgänglig [online]:
<https://www.youtube.com/watch?v=e-E_HkfWUJA> [2015-04-16].

”윤아” (2015), *Naver*. Tillgänglig [online]:
<http://search.naver.com/search.naver?where=nexearch&sm=tab_etc&ie=utf8&os=120472&pkid=1&query=%EC%9C%A4%EC%95%84> [2015-04-16].

”신화 누드집 완판! "아이돌 최초" ★ 신화 4년만에 컴백 기자회견” (2012-08-03). *Daum Kakao Corp*. Tillgänglig [online]:
<<http://blog.daum.net/ blog/BlogTypeView.do?blogid=0cGnz&articleno=3&categoryId=1&egdt=20120803024559>> [2015-04-01].

”동방신기” (2015), *Naver*. Tillgänglig [online]:
<http://search.naver.com/search.naver?sm=tab_sug.top&where=nexearch&acq=%EB%8F%84%EB%B0%A9%EC%8B%A0%EA%B8%B0&acr=1&qdt=0&ie=utf8&query=%EB%8F%99%EB%B0%A9%EC%8B%A0%EA%B8%B0> [2015-04-16].

””재혼에 원조교제 수준” ... ’우결’ 정형돈 – 태연 결혼에 네티즌 시끌” (2009-01-07), *Chosun*. Tillgänglig [online]:
<http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2009/01/07/2009010701092.html> [2015-04-16].

”10 Minutes – 이효리(Hyori Lee)” (2003). *DSP Media*. Musikvideo. Tillgänglig [online]:
<<https://www.youtube.com/watch?v=ZW1tDqG03P8>> [2015-04-12].

”244 Idol Groups Debuted in the Last 9 Years?! How Many Can You Name?” (2013-09-13), *KpopStarz*, Tillgänglig [online]: <<http://www.kpopstarz.com/articles/41923/20130918/244-idol-groups-debuted-last-nine-years.htm>> [2015-04-19].

”2007년 SBS 연애대상 수상작” (2008). *SBS*. Tillgänglig [online]: <http://wizad2.sbs.co.kr/resource/template/contents/tpl_iframetype.jsp?vProgId=1000507&vVodId=V0000337805&vMenuId=1010049> [2007-04-09].