

Institutionen för kommunikation och medier

Lunds universitet

HT2020

DEN MÖRKA SIDAN AV K-POP-FANKULTUREN

- En netnografisk kulturanalys av
sasaeng-fenomenet

Författare: Ida Dahlberg och Nadia Khan

Handledare: Emil Stjernholm

Examinator: Fredrik Edin

Sammanfattning

Det här arbetets syfte är att undersöka fankulturens användning av sociala medier, för att skapa en djupare förståelse av de kulturella normer som ligger till grund för fans identiteter och hur de förhåller sig till dessa online. När vi undersöker hur fans i K-pop-kulturen står i relation till specifika inlägg på sociala medier vill vi belysa hur den uppfattade gemenskapen bryts genom en "vi och dem"-identitet. Detta genom att utföra en netnografisk och kulturanalytisk studie om sasaeng-händelser på Twitter. Sasaengs är fans som invaderar K-pop-idolernas privatliv. Materialet analyseras utifrån Goffmans stigmatteori, fanteorier samt othering-begreppet som kan belysa de kulturella företeelser som står bakom hur gemenskapen konstrueras i en fankultur. Slutligen diskuterar vi hur reaktionerna kan bidra till en förändring i gemenskapen som finns inom K-pop-fankulturen och hur sasaeng- och fanidentiteten bidrar till ett "vi" och ett "dem". Uppsatsen kommer fram till att fans applicerar olika karaktärsdrag på sasaengs och andra fans, som de själva inte känner igen sig i. Det blir ett "vi" som ser ner på den underlägsna "dem".

Nyckelord: K-pop, Sasaeng, Fankultur, "Vi och dem", Gemenskap, Identitet.

Innehållsförteckning

1. Bakgrund	3
2. Syfte och frågeställningar	4
3. Forskningsöversikt	4
4. Teoretisk perspektiv	6
4.1 Fankulturer och gemenskaper	6
4.1.1 Definition av fans	7
4.1.2 Deltagande fans	7
4.1.3 Othering och “vi och dem”	8
4.2 Stigma	9
5. Metod	10
5.1 Netnografisk metod	10
5.2 Kulturanalys	12
5.3 Tillvägagångssätt	12
5.4 Avgränsning	13
5.5 Kritisk reflektion	13
6. Analys	14
6.1 Hur sasaeng-identiteten porträtteras	15
6.1.1 Sasaengs som de onormala	15
6.1.2 Stigma mot sasaeng-identiteten	16
6.1.3 Sasaeng-identiteten porträtteras genom othering och “vi och dem”	18
6.2 Hur fanidentiteten porträtteras	20
6.2.1 Fans tar ställning mot andra fans	20
6.2.2 Fanidentiteten och sasaeng-begreppet	21
6.2.3 Othering och “vi och dem” i fanidentiteten	23
7. Slutsats och diskussion	25
8. Referenslista	28
8.1 Tryckta källor	28
8.2 Internetkällor	29
9. Bilagor	29

1. Bakgrund

Fankulturer har kommit att prägla 2000-talet och har studerats på ett flertal olika sätt. En fankultur som har vuxit under de senaste tre decennierna och blivit allt mer populär är K-pop-fankulturen. K-pop eller Korean pop, populariserades genom Hallyu-vågen (koreanska vågen) under 90-talet och sedan dess har det spridit sig över världen (Choi & Maliangkay 2015:1). Med den ökande populariteten för K-pop-kulturen har fankulturen även blivit större och en anledning är bland annat sociala medier (ibid:8). Sociala medier ger fansen en möjlighet att upptäcka andra personer som lyssnar på K-pop-musik. Därmed kan fansen ta del av fankulturens gemenskap, genom att interagera med varandra om en specifik K-pop-grupp.

Hur man identifierar sig som ett fan är en central del inom K-pop-fankulturen, eftersom det finns en särskild grupp som skiljer sig från resten, nämligen sasaeng-fans. Det koreanska ordet *sasaeng* betyder *privat* och syftar på de personer som infiltrerar K-pop-idolernas privatliv (Korea JoongAng Daily 2012). Fenomenet började i Sydkorea när fansen infiltrerade artisternas privatliv genom att exempelvis följa dem hem. Händelserna, som även sker i andra fankulturer, görs i syfte av att komma idolerna närmare. Däremot har andra fans kritiserat det som problematiskt beteende. Detta medför en uppdelning i fankulturen angående vad som är acceptabelt respektive oacceptabelt beteende för ett fan, i relation till K-pop-idolerna.

Sasaeng-beteende sker normalt offline, men dessa händelser kan numera framställas och åskådliggöras för en större publik i fankulturen, via sociala medier. Det ger fansen en möjlighet att uttala sig om sina åsikter kring händelser. Det kan även bidra till en gemenskap när fansen hittar andra som känner likadant. Vi vill analysera om det uppstår ett "vi" och ett "dem" inom K-pop-fankulturen när fans reagerar på sasaeng-beteende på sociala medier. Mer specifikt utgår vi ifrån forskningen att fans tar avstånd från sasaengs och applicerar ett "vi och dem"-perspektiv. Det gör vi för att bygga vidare på argumentet att fans i K-pop-fankulturen inte vill förknippas med sasaengs. Det medför att reaktioner på sociala medier kan ha betydelse för hur subkulturerna som befinner sig i populärkulturen är strukturerade. Här blir det intressant att undersöka hur den betydelsen skapas och relateras till fankulturens gemenskap och identitet.

2. Syfte och frågeställningar

Det här arbetet utförs i syfte av att undersöka reaktioner på sociala medier, för att skapa en djupare förståelse för de kulturella normer som ligger till grund för fans identiteter och hur de förhåller sig till dessa online. När vi undersöker hur fans i K-pop-fankulturen uttrycker sig i specifika inlägg på sociala medier kan det belysa hur den uppfattade gemenskapen bryts. Vi ämnar att komplettera forskningsfältet utifrån tanken att det inte enbart sker en förändring i gemenskapen, utan att det även finns fans som identifierar sig som överlägsna gentemot sasaengs och andra fans i K-pop-fankulturen. Med andra ord uppstår det ett "vi" och ett "dem". I vår analys utgår vi ifrån en netnografisk och kulturanalytisk metod samt fan- och stigmatteorier. För att undersöka K-pop-fankulturens deltagande på sociala medier och dess betydelse för fans identiteter ställs följande frågor:

- Hur ser responsen ut när en händelse offline, uppmärksammas som "sasaeng-beteende" på Twitter?
- Hur kan reaktionerna bidra till en förändring i gemenskapen som finns inom K-pop-fankulturen?
- Hur kan sasaeng- och fanidentiteten konstruera ett "vi" och ett "dem" i fankulturen?

3. Forskningsöversikt

Det finns en del tidigare forskning angående fankulturer och även applicerandet av "vi och dem"-perspektivet på populärkultur. När det kommer till K-pop och sasaeng-fenomenet blir det mer snävt, men forskning kring området förekommer. Vi har valt att belysa och hämta inspiration ifrån tre studier inom ämnet K-pop. Dessa studier berör främst hur K-pop fans portätteras inom media, men även hur fans använder media för att förbättra sitt anseende.

I artikeln *Every Breath You Take: Sasaeng Fans* (2018) diskuterar Iwicka hur K-pop-artister lanseras som produkter snarare än människor. Det medför att fansen anses ha större förväntningar på och tillgång till dessa artister (Iwicka 2018:130). Iwicka sätter fokus på hur viktigt den offentliga bilden är för idolerna och hur detta skapar en relation mellan fans och idoler, som kan liknas vid en falsk vänskap eller romans. När linjen mellan fiktion och verklighet blir otydlig leder det till skapandet av så kallade sasaeng-fans som anser sig berättigade till idolernas privatliv och gör allt för att bli uppmärksammade av sina idoler (Iwicka 2018:135f). Ofta utför sasaengs brott som att exempelvis förfölja idolerna eller göra

inbrott i idolernas hus, därefter delar de med sig av upplevelserna på koreanska forum (Iwicka 2018:138f). Iwicka diskuterar även hur fandoms skapar en möjlighet för fans att kunna hitta andra människor med liknande intressen och åsikter. Delandet av liknande åsikter och intressen, samt delandet av material såsom videos, memes och foton ökar möjligheten för en gemenskap. Speciellt när det är intressen och material som har begränsat värde för folk som inte är med i det specifika fandomet (Iwicka 2018:132).

I artikeln *Reshaped, reconnected and redefined: Media portrayals of Korean pop idol fandom in Korea* (2015) förhandlar Kim fortsättningsvis om K-pop-fans och sasaengs, men sätter större fokus på hur K-pop-fans porträtteras av de sydkoreanska medierna. Dessutom hur fansen aktivt har arbetat för att ändra sin offentliga bild för att separera sig från sasaengs och de negativa konnotationerna av fankulturen. Det har sedan påverkat medierna till att gestalta K-pop-idolerna och fandomen i ett mer positivt ljus. Studien är utförd genom att analysera nyhetsartiklar från olika koreanska nyhetssidor och tidningar (Kim 2015:79f). Kim diskuterar kring hur den tidigare synen på K-pop-fans i Sydkorea var väldigt negativt och kopplades till ord som *fanatiskt*, *omoget* och *besatt*. Kim skriver även att under de senaste åren har en ny våg av K-pop-fans försökt att förbättra sitt rykte, genom att till exempel arrangera donationer till förmån för människor i nöd (2015:85f). Fansen har sedan använt medierna för att belysa sitt eget arbete, genom att aktivt hjälpa till att informera och tipsa journalister om olika event och donationer som är anordnat av fansen eller idolerna själva (Kim 2015:85).

I *Negotiating fan identities in K-pop music culture* (2016) spinner Williams vidare på frågan om offentlig bild och kopplar den till sociala identiteter. Williams diskuterar hur identiteter konstrueras och etableras inom sociala situationer. Massmedier är ett av de sociala institutioner som hjälper till att skapa, sprida och förhandla fram sociala identiteter (Williams 2016:82f). Massmedier har under en lång tid porträtterat ungdomskulturer och grupper som problematiska och farliga. Williams menar i sin studie att sasaeng-fenomenet inte är ett undantag och att sasaeng-identiteten till stor del konstruerades genom massmedierande diskurser om social kontroll (2016:85f). Williams menar att sasaengs och “vanliga” K-pop-fans ofta grupperas tillsammans på ett stereotypiserande vis, och att detta kan ha som konsekvens att K-pop-fansen ändrar åsikt kring sina egna identiteter (2016:87f). Williams förhandlar även kring hur dessa fandoms tog emot åsikter från utomstående. Han menar att trots att fandomen blir kritiserade och tillskrivna egenskaper av utomstående, så gjorde de

själva valet att acceptera eller motsätta sig egenskaperna som allmänheten har tillskrivit dem (Williams 2016:89f).

Skillnaderna mellan tidigare studier och vår är främst hur man har valt att belysa och sätta fokus på K-pop-fankulturen och sasaeng-fenomenet. Ovannämnda artiklar har valt att sätta större fokus på hur massmedier använder sig av och porträtterar K-pop-fankulturen, samt vad detta har haft för konsekvenser på fansen som grupp. Vi har valt att sätta fokus på K-pop-fandomens egna användning av sociala medier för att porträttera sig själva och skapa en gemenskap. Detta genom att samla innehåll och studera K-pop-fandomets rörelse på Twitter. Dessutom har vi valt att sätta fokus på “vi och dem”-perspektivet, det vill säga hur K-pop-fandomet själva väljer att skilja sig från utomstående, men även de subkategorier som befinner sig inom själva fankulturen.

4. Teoretisk perspektiv

4.1 Fankulturer och gemenskaper

Doona och Rübamen berättar att en fankultur består av en grupp människor som har ett gemensamt intresse för ett specifikt fenomen (2017:113). På sociala medier kommer gemenskapen till uttryck när fans exempelvis delar med sig av sina bilder som de tog på en konsert eller sin beundran till en idol. Med andra ord uppstår det *föreställda gemenskaper*, där personer kan kännas tillhöra en gemenskap även fast de aldrig träffas i verkligheten (ibid:114). Den föreställda gemenskapen kan byggas på sociala medier när fans delar kunskap, som bidrar till samhörigheten (ibid). Inom K-pop-fankulturen är fansen från olika delar av världen, men de gånger som de kan komma i kontakt med varandra är genom sociala medier. En föreställd gemenskap kan uppstå när fans exempelvis skapar trådar på Twitter där de hyllar en specifik låt. Därmed använder vi oss av begreppet *föreställda gemenskaper* för att utforska hur gemenskapen förändras när fans reagerar på sasaeng-beteende.

John Fiske konstaterar att det finns olika karaktärsdrag inom en fankultur. En av kategorierna är *diskriminering och distinktion*, där fansen drar en linje med vad som får eller inte får ingå i deras fandom (Fiske 1992:34). För fans är det inte alltid självklart vilka karaktärsdrag som krävs för att man ska kunna definiera sig själv som ett “äkta fan”, men de är fortfarande överens om att inte vem som helst kan vara ett fan (ibid:35). Fans visar även på diskriminering när de heligförklarar vissa texter eller personer i deras fandom och utesluter

andra (ibid). Det innebär att K-pop-fankulturen är som vilken fankultur som helst, där vi också finner den distinktionen mellan fans och de som inte ingår i fankulturen.

Textuell produktivitet, som ingår i kategorin *produktivitet och deltagande*, är när fans skapar och delar med sig av sina texter till andra fans, utan ekonomisk vinst och som sedan bidrar till fankulturens samhörighet (ibid:39). John Fiskes teorier är applicerbara i vår analys, eftersom det kan ge oss en förståelse för de normer och strukturer som befinner sig i fankulturen. Det kan även visa på att det är fans som kan diskriminera andra fans i K-pop-fankulturen och inte enbart medier, som det tidigare har forskats om.

4.1.1 Definition av fans

En definition av begreppet *fans* är personer som har ett starkt intresse för ett populärkulturellt fenomen (Doona & Rübssamen 2017:114). Duffett skriver även att *fan* och *fanatist* är två olika begrepp, där den sistnämnda innebär att personen har överdriven och vilseledande entusiasm för artisten (2013:23). Vi använder begreppen *fan* och *fanatist*, för att analysera hur personer kan identifiera sig som fans respektive fanatist inom K-pop-fankulturen. Däremot anser Duffett att det inte går att vetenskapligt mäta graden av emotionell intensitet som ett fan känner för en artist (ibid:25). En person kan identifiera sig som ett fan, men vid jämförelse med en annan person så är hen kanske mindre dedikerad än den andra (ibid). Vi är därmed medvetna om problematiken med vad gränsen går inom de olika nivåerna av ett fan, men vi anser att begreppen är nödvändiga i vår analys för att belysa varför sasaengs kan skiljas från fanbegreppet.

4.1.2 Deltagande fans

För att kunna förstå fans och hur gemenskapen konstrueras, behöver vi få en förståelse för att det finns olika nivåer av deltagande inom fanidentiteten. Doona och Rübssamen utgår från en definition av *fans* (hämtad från Abercrombie och Longhursts) som innebär att de tar del av en text och identifierar sig som ett fan, men att de “organiserar sig inte direkt med andra intresserade” (2017:117). Ordet *text* används som ett samlingsbegrepp och som exempelvis syftar på böcker, filmer, bilder eller personer (ibid:115). *Kultister* är personer som är mer pålästa om texten, till skillnad från fans. Kultister är dessutom mer engagerade i olika forum online, där de exempelvis delar med sig av sina åsikter kring fenomenet (ibid:117). *Entusiasten* ses som de producerande fansen, eftersom de skapar exempelvis fanfiction eller

fanart. De som är mest aktiva på sociala medier är entusiaster och kultister, vilket kan ses som en central del av gemenskapen i fankulturen (ibid).

Vi kommer att applicera begreppen kultist och entusiast i vår studie, i syfte att undersöka varför det uppstår en uppdelning mellan fans och sasaengs i K-pop-fankulturen. Trots att sasaengs delar med sig av sitt skapande och bidrar till den sidan av gemenskapen uppstår det fortfarande en uppdelning. Det vi ämnar att besvara är på vilket sätt sasaengs passar in i den kategoriseringen och vad det kan få för konsekvenser på den föreställda gemenskapen.

4.1.3 Othering och “vi och dem”

Othering är ett begrepp som Duffett använder, med exempel från Edward Saids bok *Orientalism* (1978). Duffett använder sig av othering när han förklarar hur identiteter kan skilja sig inom fankulturer. Det beror på att othering är när en grupp människor särskiljer sig från en annan, genom att identifiera den andra gruppen som annorlunda (Duffett 2013:37). Den andra gruppen representerar allt som sin egen grupp inte håller med om och som man vill ta avstånd ifrån. Därmed är det ett sätt att definiera sin grupp, genom kontrasten att de själva är en överlägsen kultur (ibid). Othering är även en process som identifierar ett “vi” och ett “dem”, där “vi” är överlägsna i den sociala gruppen (ibid:59). Inom K-pop-fankulturen är othering prominent när fans identifierar sasaengs som en grupp som de vill ta avstånd ifrån. I vår studie applicerar vi othering för att undersöka hur fans identifierar sig själva, när de tillskriver sasaeng- och fanidentiteten karaktärsdrag som resterande av fansen inte känner igen sig i.

För att vidareutveckla teorin om “vi och dem” i othering väljer vi att använda Oktars artikel *The ideological organization of representational processes in the presentation of us and them* (2001). Det beror på att författaren redogör för hur “vi och dem”-identiteten skapas och uttrycks. Speciellt fokus sätts på hur en grupp tenderar att presentera sin egen grupp i ett positivt ljus och den andra gruppen i ett negativt ljus (Oktar 2001:317f). Oktar menar att en grupp identifierar sig med goda adjektiv och den motsatta gruppen med negativa adjektiv (ibid:326f). Detta bidrar till att gruppens egna identiteter etableras och legitimeras i förhållandet till andra sociala grupper (ibid:343f). Oktar menar att betoning inte bara läggs på “vi och dem” men också “vad gör de mot oss”. Att en grupp tenderar att vilja få den andra gruppen att följa kulturella koder och värderingar som finns etablerade i den egna gruppen,

då de ser sin världsbild som rätt och moralisk (ibid:336f). I sin undersökning har Oktar belyst två politiska grupper, men hans teorier är även relevanta för att analysera huruvida fans porträtterar sig själva i ett mer positivt ljus, till skillnad från de som förknippas med sasaeng-beteende. Vi undersöker även vilka kulturella normer och värderingar som fans vill att sasaengs och andra fans ska följa.

4.2 Stigma

Goffman identifierar *stigma* som en nedsmutsad och oanständig identitet. Att en grupp eller individ har fått sin identitet förkastad och därav lever i en oönskad olikhet från det resterande samhället. (Goffman 1963:9f) Vi vill använda oss av stigmatemierna för att exempelvis belysa hur fans ses som de “normala” gentemot sasaengs i K-pop-fankulturen. Stigma sätter till skillnad från othering-perspektivet inte fokus på hur den egna gruppen höjs upp genom att sänka en annan, utan fokuserar på att belysa olika former av skambeläggning och konsekvenser av att bli skambelagd. Vi försöker åskådliggöra hur sasaengs blir stigmatiserade av K-pop-fandomet via de förolämpande inlägg som förekommer på Twitter.

Goffman menar att för att det ska finnas en stigmatiserad grupp eller individ, måste det även finnas en grupp eller en individ som anses vara “normal”. Stigma existerar i relationen mellan ett attribut och en publik. En person vars attribut anses som stigmatiserad är endast stigmatiserad på grund av att de resterande personerna inte har den attributen. Stigma är beroende av att en annan person uppfattar och känner till det stigmatiserade draget (ibid:12f). Stigma påverkas och genomsyras av maktförhållanden, eftersom det existerar i en social relation. Därav kan stigma ändras beroende på den kontext som det placeras i (ibid:137f). Det här är av värde i vår undersökning då att vara en sasaeng endast är stigmatiserat inom kretsar där majoriteten inte är sasaengs. Sasaengs förhåller sig inte till de normer och regler som har blivit etablerade av K-pop-kulturen i övrigt och därmed anses de som avvikande och omoraliska.

Goffman beskriver 3 typer av stigma: Kroppslig stigma, mental stigma och stigma som härstammar från någon form av identifikation. Kroppslig stigma innebär fysiska sjukdomar och handikapp. Mental stigma innebär mentala sjukdomar och andra oönskade personlighetsegenskaper. Gruppstigma innebär att man blir stigmatiserad när man tillhör en viss grupp som till exempel etnicitet, religion, nationalitet eller ideologi (ibid:11f).

Stigmatisering kan vara högst användbart då vi studerar hur K-pop-fandomet definierar och kategoriserar folk under sasaeng-begreppet. Det är även användbart för att studera hur olika nyckelbegrepp kan vara kopplade till gruppen och skapa en generaliserad bild av de som tillskriver sig själva eller har blivit tillskriven sasaeng-identiteten.

Enligt Goffmans teori finns det två varianter av stigmatisering: Social stigma och självstigmatisering. Social stigma är stigma som projiceras från allmänheten på en grupp/individ. Goffman ser stigma som en process där andras reaktioner förstör en individs identitet. Stigma riktas inte bara från ett samhälle till en individ, utan den stigmatiserade personen riktar även stigma mot sig själv. Därför finns det även självstigmatisering, som innebär internalisering av det ovannämnda sociala stigma. Individen blir i stor omfattning påverkad av den stigma som de utsätts för av omvärlden, vilket medför att de börjar se ner på sig själva och uppfatta sig själva som mindre normala eller önskvärda (ibid:118f). I denna analysen har vi dock valt att enbart använda oss av social stigma, för att sätta fokus på hur K-pop-fandomet stigmatiserar sasaeng-identiteten i sättet de interagerar med varandra när sasaeng-beteende uppmärksammas.

Goffman skriver även i sin studie om de misskrediterade och de misskreditabla, som kan vara användbara begrepp för att studera rapporteringen av sasaeng-konton på Twitter. Enligt Goffman är kategorierna stigmatiserad och normal inte fasta, snarare har varje individ en del av sin identitet som kan vara stigmatiserande, men de som anses vara normala är de som lyckas hålla sin "felaktiga" identitet hemlig (ibid:51f). Enligt Goffman är alla misskreditabla, det vill säga att de kan hamna i en position av stigmatisering om felaktigheterna i identiteten kommer till allmän kännedom. De som tillhör gruppen misskreditabla är de som inte har blivit påkomna och därav inte blivit misskrediterade (ibid). De som ingår i de misskrediterade är de som blivit avslöjade för omvärlden och står inför stigmatisering (ibid).

5. Metod

5.1 Netnografisk metod

Inom vetenskapen finns uppdelningen mellan kvalitativa och kvantitativa analysmetoder. Ekström och Larsson skriver att kvantitativa metoder innebär att man undersöker ett representativt urval av en större grupp där man generaliserar slutsatsen genom att påstå att resultatet från urvalet kan gälla för alla i den gruppen (2010:18f). Kvalitativa metoder eller

intensiva fallstudier undersöker färre personer, för att få en djupare förståelse av fallet man undersöker. En annan skillnad är att man inte generaliserar resultatet och istället ser det som en inblick i hur det *kan* se ut i en grupp (ibid). Utifrån vårt fall bedömer vi att en kvalitativ metod är lämpligast för att, genom en djupgående analys, försöka förstå hur relationerna *kan* te sig mellan sasaeng-fans och andra fans. Vi anser att vi inte kommer få den förståelsen om vi istället använder oss av exempelvis kvantitativa enkäter.

Vi använder den kvalitativa netnografiska metoden (etnografisk metod på internet), där man samlar in kommunikation online, för att exempelvis uppnå en förståelse för ett kulturellt fenomen (Kozinets 2011:89). Inom netnografi utför man bland annat deltagande observationer där man sätter sig in i den kulturella gemenskapen online och iakttar vad för kommunikation som sker (ibid:89f). Vi väljer däremot att delta passivt, vilket betyder att vi inte interagerar med online-kulturen, för att få en känsla av hur interaktionerna ser ut (ibid:108). Twitter är en hemsida som arkiveras, vilket innebär att alla tweets som inte raderas fortfarande är synliga och kan användas som data (ibid:105). Därmed använder vi oss av arkivdata vid insamling av vårt material, där vi tar tweets från tidigare interaktioner (Svensson 2019:68). Om vi applicerar det på vår studie är vår ambition att först passivt observera konversationerna på Twitter angående sasaeng-beteende och sedan samla in data från en specifik händelse. Vi undersöker även om reaktionerna enbart är negativa eller om olika reaktioner uppstår beroende på hur "allvarlig" händelsen är. Därefter ser vi om det finns någon koppling mellan sasaeng-beteende och uppdelningen "vi och dem" i fankulturen.

En begränsning som den netnografiska metoden har är att det är svårt att skilja mellan online- och offline-kulturer (Svensson 2019:59). Det beror på att de oftast brukar smälta samman och kan ta plats både online och offline. Dessutom är online-kulturer ofta utspridda på olika sociala plattformar, vilket innebär att det kan ske olika sorters deltagande vid olika tillfällen (ibid:60). Det kan exempelvis vara mer spontant på vissa plattformar, medan andra plattformar har mer genomtänkt deltagande. Det gäller även för K-pop-fankulturen som äger rum online på olika forum och sociala medier, samt offline med exempelvis konserter eller mässor. Det innebär att vi inte kommer kunna komma åt kulturella värderingar och normer för hela K-pop-fankulturen, eftersom Twitter endast är *en* aspekt av hur fankulturen kan se ut.

5.2 Kulturanalys

Vi kommer även använda oss av metoden kulturanalys, som går ut på att analysera människors handlingar som att det är någonting “inlärt och kommunicerat” (Ehn & Löfgren 2012:8). Det gör man genom att “plocka isär företeelser och granska dem närmare” (ibid:8). En kulturanalys ämnar även att undersöka olika symboler, koder samt tankefigurer (ibid:9). Det berör främst handlingar som är avsiktliga och verbaliserade, vilket kan ge oss en inblick i hur människor skapar betydelse i en specifik kultur. En fråga som kan beröras i en kulturanalys är hur gemenskaper framställs och uppluckras av “vi och dem”-perspektivet (ibid:8). Vi kommer därmed använda oss av material från vår insamlade netnografiska metod och utföra en kulturanalys. Det är en lämplig metod eftersom det kan ge oss en djupgående förståelse för hur reaktionerna på Twitter kan bero på de kulturella strukturerna som finns i en fankultur. I vår kulturanalys undersöks bland annat hur kulturella normer i fankulturer kan skapa mening för fans gemenskap och identitet. Dessutom huruvida responsen beror på några specifika kulturella koder och om det kan bidra till olika sätt att uttrycka sig på.

5.3 Tillvägagångssätt

Genom att applicera netnografi har vi analyserat hur K-pop-fandomet interagerar mellan sig själva och utomstående för att undersöka skapandet av och motståndet till gemenskap inom K-pop-fankulturen. Vi har studerat en aktuell händelse som centrerar kring artisten Jungwoo som är med i K-pop-gruppen NCT. Den 9:e december 2020 började det cirkulera bilder på honom rökandes. Fans delade på Twitter sina åsikter kring händelsen, där ett flertal av dem diskuterade de etiska aspekterna kring hur bilderna togs.

Under utförandet av denna analys har vi genomfört en deltagande observation på tweets som innehåller orden *Jungwoo* och *sasaeng*. Vi valde att skapa ett nytt anonymt Twitterkonto, eftersom att vi ville genomföra observationen på ett sätt där vi inte riskerade att bli påverkade eller störda av de algoritmer som redan fanns på våra privata konton. Observationen utfördes den 10:e december i 24 timmar. Vi valde sedan vi ut 21 tweets som vi ansåg relevanta för vår undersökning.

I slutet av uppsatsen utför vi en kulturanalytisk diskussion av innehållet, där vi försöker klargöra hur interaktionerna är kulturellt kodade och hur de skapar mening inom fankulturen. När vi analyserar Twitter-inläggen vill vi undersöka hur användarna förhandlar kring sina

egna identiteter och andras, samt hur de interagerar med andra fans och med utomstående. Vi vill även belysa vad som skrivs om sasaengs. Genom att anlägga dessa perspektiv vill vi få svar på hur det etableras ett “vi” och ett “dem” i sättet som fansen väljer att formulera sig och förhålla sig till andra.

5.4 Avgränsning

Vi har valt att avgränsa oss till användandet av Twitter, eftersom det är en plattform som får allt större vikt inom K-pop-fandomet och det är även en offentlig sida där fans interagerar öppet med varandra. Det finns många nätverk som används mer frekvent av sasaengs som till exempel Daum café, Naver eller Kakao Talk, men dessa är ofta privata nätverk och det uppstår även en språkklyfta mellan oss och användarna.

Vi har valt att begränsa oss till incidenten kring Jungwoos läckta bilder, då denna händelse utspelade sig under tiden som vi gjorde undersökningen. Det medför en möjlighet för oss att observera sammanhanget i realtid. Vi har även valt att begränsa oss till denna händelsen på grund av det överflöd av information som kommer in på Twitter varje dag. Överflödet medför att vi vill kunna begränsa urvalet men också begränsa mängden irrelevant innehåll. Avgränsningen blir även till en fördel, eftersom vi inte kan förutspå vad som kommer att inträffa inom K-pop-fankulturen under perioden som vi utför undersökningen. Därav kan det förekomma att vi blir lämnade med osammanhängande och ofullständiga resultat.

Vi har avgränsat oss till att enbart analysera perspektivet att sasaengs är “dem” och inte “vi”. Det beror på att sasaengs är en minoritet som diskrimineras mot från själva K-pop-fankulturen. Det blir även svårt att hitta Twitter-inlägg som uttrycker sig positivt om sasaeng-beteende, eftersom det sker mestadels på privata konton eller koreanska forum.

5.5 Kritisk reflektion

En aspekt som vi bör vara kritiska mot är vår språkanvändning, eftersom personer kan tolka sasaeng-begreppet på olika sätt. De som förföljer artisterna identifierar inte alltid sig själva som sasaeng-fans, med anledningen att det finns andra personer som har utfört värre handlingar (Williams 2016:89). Det kan bero på att personer har olika kulturella uppfattningar och koder om vad som är dåligt respektive bra uppförande. När personer har olika tolkningar om vad som räknas som sasaeng-beteende, medför det en svårighet i hur vi

ska förhålla oss till begreppet när vi observerar inläggen på Twitter. Därmed utgår vi ifrån vad användarna på Twitter anser är sasaeng-beteende, samtidigt som vi är medvetna om att det finns andra definitioner av sasaeng-begreppet.

En annan aspekt som vi bör vara kritiska mot är att fansen som befinner sig på Twitter härstammar från överallt i världen. Därmed kan reaktionerna vara kulturellt betingade, eftersom man i vissa kulturer är kanske mer tillbakadragna eller mer påtryckande i sitt sätt att uttrycka sig på. För att minska på de kulturella skillnaderna väljer vi att enbart analysera engelska Twitter-inlägg, eftersom vi saknar språkkunskaperna som behövs för att förstå den koreanska diskursen. Det medför att vår studie fördjupar sig i *en* aspekt av fankulturen, nämligen den engelska diskursen. Dessutom är båda skribenterna i den här studien delaktiga i K-pop-fankulturen, vilket kan påverka exempelvis vårt urval av tweets som vi analyserar. Vi vill uppmärksamma att vi har en bakgrund i vad som försiggår, men vi genomför undersökningen utifrån en mer kritisk och reflekterande position.

Det finns även etisk kritik mot metoden netnografi, eftersom vi använder oss av skriftliga texter på Twitter, utan att be om skribentens samtycke. Å andra sidan är det som publiceras på Twitter offentligt, vem som helst kan få tillgång till materialet. Det medför att vi inte behöver be om tillåtelse vid insamling av inläggen (Kozinets 2011:192f), eftersom användarna vet att inläggen på Twitter är med i det offentliga rummet. Vi har dessutom bestämt oss för att göra alla användare anonyma, i syfte att försöka utföra en mer etisk studie.

6. Analys

Jungwoo-bilderna fick uppmärksamhet på Twitter eftersom personen som tog bilderna sägs vara en känd sasaeng. Det skapade även diskussioner kring huruvida det var tillåtet eller inte för Jungwoo att röka för att han är en K-pop-idol och ska därmed vara en bra förebild. Det medförde att personer ville skifta fokus till att diskussionerna istället skulle handla om att det var en sasaeng som tog bilderna, eftersom hen infiltrerade Jungwoos privatliv. Vår analys är uppdelad i två delar där den första är *Hur sasaeng-identiteten porträtteras*, som fokuserar på vad som skrivs om sasaengs. Den ämnar att besvara hur sasaeng-identiteten har formats och etablerats, samt på vilket sätt de särskiljs av andra inom K-pop-fandomet. Kategorin *Hur fanidentiteten porträtteras* berör istället hur fans tillskriver sina egna identiteter i relation till varandra, när de reagerar på sasaeng-beteende. Dessutom hur fans definierar sig själva genom

andra fans handlingar och de olika karaktärsdragen som tydliggör distinktionen mellan vem som får och inte får vara ett fan.

6.1 Hur sasaeng-identiteten porträtteras

6.1.1 Sasaengs som de onormala

Sasaengs kan definieras som förkroppsligandet av alla dåliga attribut som kopplas till fans och fandoms. Det vill säga obehagliga, fanatiska, besatta och omoraliska tonårstjejer som gör allt för att bli upptäckta av sin idol. I *Reshaped, reconnected and redefined* (2015) har Kim studerat hur sydkoreansk media betraktar K-pop-fandomet. Här återfinner vi ovan nämnda attribut, dock inte bara som en definition av sasaengs. Kim menar även att det som vi idag ser som de "normala" delarna av K-pop-fandomet tidigare blev definierade som obehagliga och fanatiska. "Since the rise of the idol music industry in the mid-1990s, the mass media have focused on revealing the dark side of K-pop idol fans. This reporting tendency has induced the national audience to perceive young female fans as 'out of control, undisciplined and unrepentant' people" (Kim 2015:80). Det skapades en vilja att urskilja sig från dessa typer av egenskaper, på grund av de tidigare porträtteringarna av fans inom media som sedan påverkade hur fankulturer uppfattades av allmänheten. Följande tweets är exempel på personer som tillför negativa egenskaper och beteenden på gruppen sasaengs:

"So what if jungwoo smoke? He's an adult, legal, had a lot of pressure and sexc
I am med stud, a girl, and i smoke too Lol just because he is an idol so he should life a holy freaking life?
Weiiiiird~ fuck u sasaeng! They just tried to bringing nct down these days, funny"

"Why the fuck is everyone talking about him and what he does in his private time & NOT ABOUT THE
FUCKING SASAENG THAT FOLLOWED HIM AND THE OTHERS I saw the pictures, they are
everywhere. Why is people spreading them... STOP. Find the bitch/es that shared it!!! #JUNGWOO #sasaengs"

Enligt Goffman kan man endast tala om stigma om det finns en grupp som är ansedd att vara normala och som sedan projicerar sina åsikter och förutfattade meningar på en annan grupp eller en individ (1963:137f). Med hjälp av ovanstående tweets kan vi tolka det som att resterande delarna av K-pop-fandomet är uppfattade som de normala och sasaengs är de onormala. De normala är de som inte avviker negativt från de specifika förväntningarna som hålls av en socialgrupp (Goffman 1963:12). Goffmans resonemang kring "de normala" är speciellt viktigt, eftersom det inte är en fast grupp. Vem som anses vara normal kan skifta beroende på den kontext som man är placerad i och därmed är man inte heller stigmatiserad i

alla kontexter. Stigmatiseringen är influerad av punkter som tid, plats, publik och situation (Goffman 1963:137f). Stigmatiseringen av sasaengs utförs endast när majoriteten av publiken inte är sasaengs, därav kan denna form av stereotypiserande vara mer prominent på Twitter. Twitter är ett forum som är öppet för allmänheten och vem som helst kan uttrycka sina åsikter om sasaengs. De som anser sig själva tillhöra sasaeng-gruppen håller sig ofta på sasaeng-forum som är stängda för utomstående. Inom ramen för dessa forum är sasaengs inte stigmatiserade, eftersom majoriteten är sasaengs.

Sasaeng är ett instabilt begrepp eftersom det kan tolkas olika beroende på dess kulturella kontext. Iwicka förhandlar i *Every Breath You Take* (2018) kring de kulturella skillnaderna mellan asiatiska och västerländska K-pop-fans. Iwicka skriver att de asiatiska fansen tycker att de är mer berättigade till idolerna och deras privatliv, vilket kan bero på att K-pop-idolerna lanseras som en produkt och uppfattas som en offentlig person (2018:130). Västerländska fans tenderar att ha en mer avslappnad inställning till sina idoler, eftersom de anser att idolerna har rätten till ett privatliv, samt att idolerna kan ta sina egna beslut angående sina egna liv (ibid). Det kan därmed uppstå en kulturell klyfta där västerländska och asiatiska fans har olika syn på vem som är en sasaeng och vad som är sasaeng-beteende. Beteenden som anses oproblematiska och normala i asiatisk kontext kan tydas som sasaeng-beteende i västerländsk kontext. Följande är exempel på tweets där Jungwoos privatliv och egen vilja prioriteras:

“ok jungwoo smoke so what? he's a grown man, he can do whatever he wants and it's not our business. it's his life, his choice
the problem here is the fcking sasaeng who follows them wherever they go and took those picture”

“#JUNGWOO

I'm more scared of the fact that you support sasaeng posting photos without consent and permission than Jungwoo actually smoking. Like??? This is his decision, what he didn't decide is to give the permission to post photos of him taken secretly, which is illegal btw”

6.1.2 Stigma mot sasaeng-identiteten

Med sasaengs som de onormala och K-pop-fans som de normala vill vi poängtera att stigma konstrueras i relationen mellan dessa grupper. Majoriteten av Twitter-inläggen poängterar att bilderna är tagna av en sasaeng och att de är tagna utan Jungwoos samtycke. Det framgår genom Twitter-inläggen att det uppstår en klyfta i fandomet, då fans försöker distansera sig från sasaengs och sådant som bedöms som sasaeng-beteende. Ofta sker detta i kombination

med förolämpningar. Dessa förolämpningar bidrar till att utforma sasaengsens föreställda identitet. Ett exempel på detta avståndstagande är följande tweet där användaren har skrivit:

“I would never understand sasaengs. They say they love the idols but they ALWAYS go through idol's personal space? they always release photos that could ruin the idol's reputation? i love jungwoo ok whatever the sasaeng expose, i still love them but sasaeng are really annoying af”

Vi kan återigen använda Goffmans stigmatteori för att belysa hur sasaeng-identiteten kommer till och etableras genom fansens ordval. Sasaengs kan falla under två av Goffmans stigmakategorier: mental stigma och gruppstigma. Mental stigma är applicerbart eftersom sasaengs inte förhåller sig till de moraliska regelverk som finns etablerade i fankulturen. Sasaengs blir stigmatiserade av de “normala” K-pop-fansen, för att de porträtterar oönskade egenskaper och tankesätt (Goffman 1963:11f). Ett exempel på en egenskap är att sasaengs ses som obehagliga:

“can yall not spread those pics of jungwoo the manager and what people think is hyuck, a sasaeng also took those and its fucking creepy”

I Twitter-inläggen framgår det även att det är stigmabelagt att associeras med eller verka tillhöra gruppen sasaengs. En person som anses tillhöra gruppen sasaengs blir kopplad till en rad olika karaktärsdrag, även om personen inte visat tecken på att besitta några sådana. Exempel på karaktärsdrag som kopplas till sasaengs är att vara galen, fanatisk och besatt. En individ blir tillskriven egenskaper på grund av att de identifierar sig med eller blir kategoriserade tillsammans med sasaengs, vilket är en form av gruppstigma (Goffman 1963:52f). Det kan dock problematiseras, eftersom man måste ha genomfört en viss handling eller visat på ett speciellt beteende för att ingå under kategorin sasaeng.

“Yes, smoking is bad for health and everyone knows that but let's be honest here, it's none of our business here. The fact that people are going crazy over Jungwoo smoking but not over a creepy ass sasaeng stalking and taking his pics”

Socialstigmatisering tar enligt Goffman främst form i tre segment: stereotyper, fördomar och diskriminering. I de analyserade Twitter-inläggen förekommer ofta formuleringar som: sasaengs är skrämmande, sasaengs är förföljare, sasaengs är konstiga, sasaengs vill endast dra ner fandomet eller sasaengs utför illegala handlingar. Dessa typer av formuleringar kan klassas som övergeneraliserade vanföreställningar av en viss kategori av människor och är vad Goffman kategoriserar som stereotypiserande (Goffman 1963:10). Sasaengs definieras

som omoraliska, fanatiska och kriminella. Genom att rikta dessa stereotypiserande drag på en subgrupp inom K-pop-fandomet möjliggör det för resterande grupper att distansera sig från de beteenden som är betraktade som oönskvärda. Det är önskvärt för resterande delar av K-pop-fandomet att ta avstånd från sasaengs, vilket blir framträdande i sättet som de pratar om och med sasaengs.

En annan aspekt av sasaeng-identiteten är att de kan ses som misskrediterade personer. När Jungwoo-händelsen uppmärksammades på Twitter blev identiteten hos sasaengen som tog bilden misskrediterad, eftersom deras handlingar nu kan dömas av andra (Goffman 1963:51). Alla fans som har begått så kallade "sasaeng-brott", såsom att förfölja eller göra inbrott, ingår i kategoriseringen misskreditabel, eftersom de inte har blivit misskrediterade än (ibid). Dessa fans kan dölja sin "felaktiga" identitet genom att inte publicera informationen online. De sasaengs som blir allmänt uthängda av fandomet är de fans vars felaktiga identitet har avslöjats och därefter blir de identifierade som sasaengs (ibid). Misskreditering kan bidra till att hindra personen från att göra händelsen igen, eftersom deras identitet blir mer allmänt känd. Det medför att sasaengs särskiljs från andra fans, eftersom deras omoraliska handlingar blir misskrediterade (ibid). Däremot kan sasaengs komma undan med sina handlingar när de enbart är misskreditabel.

6.1.3 Sasaeng-identiteten porträtteras genom othering och "vi och dem"

Vi ser även att *othering* uppstår inom fankulturen när fans definierar sasaeng-identiteten som "den andre". Det ser vi när fans applicerar karaktäristiska drag på sasaeng-identiteten som fansen anser att de själva inte representerar. Ett exempel är att sasaengs är voyeuristiska människor som förföljer och infiltrerar idolernas privatliv (Williams 2016:87). Fansen som inte själva identifierar sig som sasaengs anser att de inte skulle utföra liknande beteende. Fans kan exempelvis särskilja sig från sasaeng-identiteten genom att påpeka att de inte förstår individen som invaderar Jungwoos privatliv:

"lets talk abt the losers you have to be to invade jungwoo's privacy first of all but even worse is buying sasaeng pics with the full intention of infringing on jungwoo's privacy to bring down his reputation ... and nct's own fans spreading it ..."

Sasaengs blir "den andre" som har mindre kulturell värde, eftersom de förföljer och tar bilder på idolerna. Det kan ses som en kulturell norm i fankulturen att personer inte ska förfölja

idolerna. Det medför att sasaengs definieras som “dem” som tar infiltrerande bilder, medan de som inte gör det identifieras som “vi”. Dessutom använder fans mer negativa adjektiv när de beskriver personen som tar bilderna. Det kan likställas med Oktars förklaring att i relation till “vi och dem” framställer man sin egna grupp utifrån ett positivt ljus och den andra gruppen utifrån ett negativt ljus (2001:317f). Ett sådant exempel är när en individ likställer sasaeng-begreppet med att vara kriminell:

“the real criminal is sasaeng, not jungwoo...”

Att vara kriminell är negativt eftersom det syftar på att personen bröt mot lagen. Det visar på att personen anser att förföljning inte enbart är ett brott mot en kulturell norm, utan även ett brott mot lagen. Personen påpekar även genom othring att sasaengs har kriminella karaktärsdrag som inte kan appliceras på Jungwoo. Det medför att sasaeng-identiteten porträtteras inte enbart som voyeuristiska, utan även som brottslingar. Däremot finner vi inga direkt uttalade positiva uttryck, utan det kan indirekt ses som att en sasaeng är den enda som förknippas med ordet kriminell. Därmed är sasaengs ett “dem” som bryter mot lagen och de som inte gör det blir “vi”. Fans porträtterar även sasaeng-identiteten som omoralisk, eftersom sasaengs inte respekterar Jungwoos privatliv när de tar bilderna. Det åskådliggörs när fans uppmanar andra fans att rapportera de konton som sägs vara personen som tog bilderna:

“REPORT ALL ACCOUNTS

This is the sasaeng that took the photos. Please report all her accounts to take her down.”

Genom att rikta dessa karaktäristiska drag på en subgrupp inom K-pop-fandomet, möjliggör det för resterande grupper att distansera sig från de beteenden som är betraktade som mindre värda. Resterande delar av K-pop-fandomet har genom sasaengs karaktärsdrag skapat en process genom othring, där de differentierar sig från en annan grupp inom fandomet. För att kunna skapa avstånd så tillskriver sig fansen sasaeng-identiteten som annorlunda. Duffett belyser att det ofta sker genom att definiera den andra gruppen som en underlägsen kultur (2013:37). Därmed är sasaengs konstruerade som omoraliska, voyeuristiska och kriminella. Det är önskvärt för resterande delar av K-pop-fandomet att ta avstånd från sasaengs, vilket blir framträdande i sättet som de pratar om och med sasaengs. Det skapar ett gemensamt “vi” som är den normala och respektfulla delen av K-pop-fandomet och ett “dem” som är de hänsynslösa och besatta sasaengsen.

6.2 Hur fanidentiteten porträtteras

6.2.1 Fans tar ställning mot andra fans

Det råder delade meningar kring vad som anses vara acceptabla åsikter att ha gällande idolens val att röka, vilket inte är något nytt i K-pop eller andra fankulturer. När NCT-fans reagerar olika och säger att den ena åsikten är mer värd jämfört med den andra, är det inte längre den samhörigheten som bygger den föreställda gemenskapen (Doona & Rübamen 2017:114).

“not at yall unstanning jungwoo and whole nct just bcs of their privacy being violated by a sasaeng fan”

När personer kritiserar Jungwoos beteende uppstår reaktionen att fans attackerar andra fans i NCT-fandomet. En del fans bryr sig inte om att han röker, medans andra anser att han är en sämre person och börjar ogilla honom. En kulturell norm som binder samman fansen i fandomet är att de på något sätt identifierar sig som ett fan. Duffett skriver att det är en kulturell och personlig process att identifiera sig som ett fan (2013:25). En central del i ens identitet som fan är att man någon gång känner en koppling, kärlek eller i alla fall en fascination för en viss artist (ibid:25). Det medför att fans i NCT-fandomet börjar anklaga personerna som skriver kritiska kommentarer om en idol som de själva hyllar. Ett sådant exempel är fans som anser att de som kritiserar Jungwoo för att han röker bör lämna fandomet:

“yes, he smokes. so what? he's a grown man let him live. if you're hating him for it, please leave the fandom. we don't need you here. #JUNGWOO #jungwoodeservesbetter #jungwoo”

“first jungwoo is an adult now,
second the photo was taken by sasaeng ,
third if you cant accept this,u can leave the fandom because other czennies need jungwoo and we dont need you”

Fiskes teori om *diskriminering och distinktion* är applicerbart här, eftersom den visar på skillnaden som fans gör med vem som får och inte får vara med i fankulturen (Fiske 1992:34f). Fiske förklarar att diskrimineringen i den kulturella sfären framgår genom distinktionen mellan vilka gränser som gäller för fans respektive omvärlden (ibid). Det innebär att när ett NCT-fan skriver att de som kritiserar Jungwoo inte får vara med, upprätthåller de idén om att det finns en distinktion med vem som får identifiera sig som ett fan. I de ovannämnda Twitter-inläggen finner vi även att fansen har bestämt att det finns en

kulturell norm inom fanidentiteten som handlar om att fans ska acceptera idolens personliga beslut att röka. Om ett fan skulle strida mot normen innebär det att hen inte är ett "riktigt" fan, eftersom personen inte accepterar alla delar av Jungwoo. Därmed är det en andel fans som diskriminerar mot andra fans, för att de inte får ha olika åsikter om att han röker.

Fiske visar även att det uppstår en hierarki med hjälp av diskrimineringen, där vissa artister eller texter i en kultur värderas högre än andra (Fiske 1992:36). Det kan även jämföras med hierarkin som finns i fankulturen där vissa fans strider mot normerna och som konsekvens inte får ta del av den föreställda gemenskapen. Dessa fans följer inte de kriterier och oskrivna regler som existerar i NCT-fandomet. Distinktionen mellan vem som är ett fan och vem som är "normal" är hårfin, eftersom personer kan bli utfryssta om de inte skulle hålla med om enstaka beslut som idolen tar.

6.2.2 Fanidentiteten och sasaeng-begreppet

Diskussionen kring hur fans definierar sig själva i förhållande till andra fans behöver även nämna sasaeng-begreppet. Det beror på att Twitter-inläggen i den här studien är specifikt riktade mot sasaengs och inte enbart mot andra fans. Därmed kan vi inte bortse från sasaeng-identiteten när vi skriver om hur fans identifierar sig själva utifrån andra fans handlingar.

"Even if he is smoking i do not care, i still love him
Cause its he's life and you'll support a sasaeng over your idol like why do you call yourself a fan you would just
cancelled them, like where is your brain? #JUNGWOO #jungwoodeservesbetter #Jungwoobestboy"

Twitter-inlägget ovan är ett exempel på de som anser att man inte kan vara ett fan om man stödjer individen som tog bilderna, istället för Jungwoo. Därmed tycker vissa fans att det finns en norm i fankulturen där man måste välja idolen över en sasaeng. Anledningen till varför fans inte får välja en sasaeng över en idol kan bero på att de inte inkluderar sasaengs i fanidentiteten. Däremot är det en otydlig linje i uppdelningen mellan ett fan och en sasaeng, eftersom en del fans använder sig av begreppet "sasaeng-fan" (se Bilaga 1). Det innebär att några fans anser att det finns en koppling mellan sasaengs och fanidentiteten. Vissa sasaengs känner stor beundran för Jungwoo, men de överskrider en osynlig gräns som gör att de inte enbart definieras som ett fan och är istället en *fanatist*. Det framträder i Twitter-inläggen att vissa fans anser att sasaengs inte är en del av fanbegreppet, eftersom de gör distinktionen

mellan begreppen fan och sasaeng. I reaktionerna som nämner personen som tog bilderna, är de inte hänvisad till som enbart ett fan, utan de är en "sasaeng". Därmed kan det visa på att personen istället är en fanatist, eftersom fansen känner att individen tar sin beundran för långt när hen förföljer Jungwoo.

Vi kan även applicera begreppen om fans deltagande, i syfte att ytterligare analysera vem som ingår i fanidentiteten. När fans deltar i konversationerna om Jungwoo, medför det att de kan ingå i begreppet *kultister*. Detta för att de bidrar till gemenskapen när de för diskussioner kring hans rökning, men de skapar inte material som en entusiast gör. En sasaeng kan istället likställas med begreppet *entusiast*, eftersom de tillverkar eget material genom att ta bilder på Jungwoo. Det kan betyda att det här karaktärsdraget värdesätts högre, för att de deltar mer än kultister (Doona & Rübsumen 2017:117). Deltagande inom fankulturen brukar framhäva gemenskapen, vilket Fiskes teori om *textuell produktivitet* belyser (Fiske 1992:39). Det kan stärka gemenskapen när ett fan producerar egna bilder som sedan delas till andra i fankulturen eftersom de skapar produkter som en entusiast (Doona & Rübsumen 2017:117).

“but wait isn’t it just weird how the photo of jungwoo was posted by a btspopper?? did they seriously pay a sasaeng for the pictures? if that’s the situation then that’s fucked up.”

Däremot ser vi genom reaktionerna att sasaeng-deltagande inte är någonting som värdesätts lika mycket inom fankulturen. Det kan bero på att fansens egna producerade texter inte brukar vara för ekonomisk vinst (Fiske 1992:39), utan enbart för att de vill dela med sig av texten till fankulturen. Sasaengs har dock en tendens att sälja sin information till andra för pengar (Soompi 2017). Personen som sägs ha publicerat bilderna ryktas ha köpt bilderna av personen som tog dem, vilket medför att en sasaeng kan ha tagit bilderna för ekonomisk vinst. Därmed försöker fansen kontrollera deras identiteter genom att skilja på "rätt" och "fel" beteende inom en fankultur (Williams 2016:87). De anser att "fel" beteende är det som förknippas med sasaeng-identiteten. Ett exempel är att sälja Jungwoo-bilderna för pengar bryter mot normen att fanproducerade produkter inte ska ske utifrån ett ekonomiskt syfte. Mot denna bakgrund finner vi att personen som köpte bilderna inte värdesätts lika mycket som ett "vanligt" fan (se Bilaga 2). Trots att personen delade bilder på Jungwoo och bidrog till konversationen som en kultist innebär det inte att individen är en del av gemenskapen. Istället bedöms handlingen, att betala för bilder, som "fel" beteende för ett fan och personen diskrimineras från att ta del av den föreställda gemenskapen på Twitter.

Ett annat perspektiv på diskriminering är Goffmans stigmatteori som är relevant att belysa hur fans porträtterar sig själva gentemot andra fans. Stereotyper har effekt på hur vi uppfattar en specifik grupp och även det vi känner inför en viss grupp, i form av fördomar. Fördomar har sedan en effekt på hur vi beter oss mot en grupp, vilket kan ses som diskriminering (Goffman 1963:12f). Genomgående socialstigma som består av stereotyper och fördomar har lett till diskriminering. Det kan tas i uttryck genom utfrysning och exkluderingen av folk som anses engagera sig i sasaeng-beteende (Goffman 1963:13). Vi ser det även i Twitter-kommentarer som försöker uppmärksamma personen som köpte bilderna av en sasaeng. Personen måste inte vara någon som aktivt benämns som en sasaeng som infiltrerar idolens privatliv. Trots att personen inte har haft någon inblandning i skapandet av sagda bilder, är hen inte accepterad i fankulturen som ett "äkta" fan.

6.2.3 Othering och "vi och dem" i fanidentiteten

Othering kan även appliceras på personerna som ser ner på fansen som sprider bilderna i NCT-fandomet. Trots att delningar av bilder kan bygga den föreställda gemenskapen inom fankulturen (Doona & Rüsamen 2017:114), anser vissa fans att publiceringen av sasaeng-bilder är oacceptabelt. När fans väljer att dela med sig av bilderna på Jungwoo medför det en otydlig linje mellan acceptabelt och oacceptabelt beteende för ett fan. Det beror på att ett NCT-fan kanske inte alls håller med om att publiceringen av sasaeng-bilderna är oacceptabelt inom fankulturen. Däremot finns det fans som bedömer situationen annorlunda och tycker att det inte är acceptabelt som NCT-fan att dela sasaeng-bilderna:

"Y'ALL. DO. NOT. SPREAD. THE. PICTURES. OF. JUNGWOO.
they were taken by a sasaeng. end of story."

"guys don't post the jungwoo pics?? like he's not doing anything wrong but they were taken by a sasaeng so
don't spread them"

Deras motivation till varför man inte ska dela bilderna är för att en sasaeng står bakom dem. Det visar på att fansen inte känner igen sig i spridningen av bilder som sägs vara från en sasaeng. Därmed är det inte enbart personen som tar bilderna som anses vara oacceptabelt inom fankulturen, utan delningar av privata bilder är i sig lika oacceptabelt. När fans skriver att personer inte ska dela bilderna vidare, medför det även att de sätter en gräns i sina egna

fanidentiteter, genom othring. De säger indirekt att de själva inte skulle sprida bilderna och därmed anses den andra sidan av kulturen som inte följer normen vara mindre värda. Det blir ett “vi” som inte publicerar sasaeng-bilderna mot ett “dem” som gör det. Däremot finner vi att fansen inte uttryckligen skriver att delningen av bilder i sig är “sasaeng-beteende”, men det är fortfarande en gräns som inte bör överskridas som ett NCT-fan. Ett exempel är när fans uppmanar sina följare till att anmäla Twitter-inläggen som lägger upp Jungwoo bilderna:

“Yall, if you see someone posting sasaeng photos of jungwoo, just report the tweet as unauthorized photo.”

En annan anledning till varför fansen inte ska fortsätta dela bilderna är att de tycker att det stödjer sasaeng-beteendet. Oktar berättar att det inte enbart handlar om “vi och dem”, utan även vilka regler som de vill att den andra gruppen ska följa (2001:336f). Det medför att fans vill att andra fans ska följa den kulturella värderingen att inte sprida bilderna, eftersom handlingen fortsätter att invadera Jungwoos privatliv. Om ett fan inte gör det medför det att hen inte är lika betydelsefull i fankulturen. Ett sådant exempel som poängterar den aspekten är:

“lmao smoking is a very normal thing people jungwoo is still kim jungwoo he's still a ball of sunshine
The thing is you can literally simp on him W/O SPREADING THE FREAKING PHOTOS???? Those were
shots by a sasaeng and it's like you're supporting her in breaching their privacies???”

Othring är även applicerbart på fans som ber sina följare att blockera och rapportera ett specifikt konto. Kontot sägs vara personen som påbörjade spridningen av bilderna på Jungwoo. Det visar på att det finns en kulturell norm inom fanidentiteten: att ett fan inte får delta i fandomet på Twitter när hen delar med sig av bilder som är tagna av en sasaeng. De ses som mindre värda fans som inte förtjänar att ta del av gemenskapen, eftersom de bröt mot den oskrivna regeln. En del användare identifierar sig som mer trogna fans, för att de följer de strukturer och regler som finns i fankulturen. Följande tweets är exempel på de som uppmanar deras följare till att blockera ett specifikt konto:

“please block and report https://twitter.com/**** stop sharing and engaging to their tweets as we all know the photos they have are taken by a notorious sasaeng.”

“they deleted the tweet but can you all please please report this acc before they start sharing more of jws information they’ve already shared sasaeng pics so it wouldnt be surprising if they had access to more too please”

Fansen skriver inte explicit att de identifierar sig själva som överlägsna, men när de uppmanar att blockera kontot som bröt mot regeln visar de på att de inte tar del av sådant beteende. Det uppstår även en uppdelning i fankulturen när fans som på något sätt stödjer eller bidrar till spridningen av sasaeng-produkter, definieras som “dem” eller “den andre”. Det beror på att dessa karaktäristiska drag inte är någonting som majoriteten av fansen identifierar sig med. Därmed särskiljer sig fansen från individerna som inte följer normen att fans ska respektera idolens privatliv, när de indirekt säger att “vi” inte skulle genomföra liknande beteende.

7. Slutsats och diskussion

Vi har undersökt K-pop-fankulturens användning av sociala medier för att skapa en djupare förståelse för hur fans förhandlar kring sina egna identiteter och andras. Vi har lagt speciellt fokus på hur de tar sig i akt online. Vi har studerat en sasaeng-händelse på Twitter, vilket har varit viktigt för att observera hur gemenskap etableras och bryts i K-pop-fankulturens interaktioner med varandra. Genom att applicera teorier om stigma, othering och gemenskap har vi belyst hur ett flertal “vi och dem”-konstruktioner etableras och upprätthålls inom K-pop-fandomet.

Vi har i vår studie uppmärksammat att fanidentiteten är någonting som både skapas av individerna själva, samt upprätthålls av de som befinner sig i fankulturen. Det finns inga tydliga regelverk för vem som får identifiera sig som ett fan, eftersom personer har olika kulturella uppfattningar om vad som är acceptabelt respektive oacceptabelt. Däremot finns det fans som anser att de har rätten till att etablera och upprätthålla de normer som finns.

När en sasaeng-händelse uppmärksammas på Twitter medför det diskussioner kring vad som är rätt och fel. Inte endast angående idolens beteende, utan även de etiska aspekterna kring hur bilderna togs. Det är delade meningar kring vad som anses vara acceptabelt och moraliskt beteende. Fans ställer sig frågan om det verkligen är okej att infiltrera idolens privatliv, med anledningen att hen är en offentlig person. Denna diskussion medför att det uppstår både gemenskap och klyftor i fankulturen. Reaktionerna på Twitter visar på en tendens att vilja

distansera sig från händelserna som benämns som “sasaeng-beteende”, eftersom handlingarna anses bryta mot fandomets moraler och regler. Det dras en linje i fandomet kring vad som är accepterat respektive oaccepterat fanbeteende och de som faller utanför blir stigmatiserade och exkluderade. I Twitter-inläggen som vi har analyserat är det vanligt förekommande att tala illa om och se ner på sasaengs. Samtidigt skapas det en form av gemenskap i Twitter-inläggen, eftersom fansen tillsammans fördömer sasaengs.

En handling som splittrar den föreställda gemenskapen är att dela bilder på en idol om ordet *sasaeng* förknippas med bilderna, för att det kan tolkas som oacceptabelt beteende. Sasaengs ses som “de onormala” i fankulturen, eftersom de är en minoritet på Twitter och är därmed stigmatiserade. Däremot kan gemenskapen förändras på ett sätt som gynnar sasaengs om de istället utgör en majoritet på Twitter.

En annan aspekt som vi har uppmärksammat är att gemenskapen förändras när fans har olika åsikter om vad en idol får göra. Fans bestämmer att det inte är acceptabelt att ha en annan åsikt som strider mot normen att stödja idolen, vilket ändrar på gemenskapen när någon anser att vissa åsikter är av mer värde än andras. Om ett fan ogillar idén att idolen röker medför det att andra fans anser att de inte längre känner beundran för idolen och får inte ta del av den föreställda gemenskapen. Det framgår när fansens Twitterkonton eller inlägg blir rapporterade av andra fans.

Slutsatsen som vi kan dra är att sasaeng- och fanidentiteten bidrar till ett “vi” och ett “dem” inom K-pop-fankulturen på Twitter. Det ser vi genom begreppet *othering*, när fans förknippar sasaeng-identiteten med karaktärsdrag som voyeurism, kriminalitet och omoraliskhet. Det beror på att den förändrade gemenskapen leder till en uppdelning där fansen stigmatiserar sasaengs. När fans skriver om sasaengs är det mestadels frånskilt från resterande av fansen inom kulturen. Skribenterna tar därmed avstånd från sasaengs genom att porträttera sig själva som ett “vi” som försöker bemästra “dem”. Sasaengs ses som skadliga individer som inte får ta del av fankulturens gemenskap.

En annan aspekt av *othering* är när fans definierar sig själva som en överlägsen kultur till skillnad från sasaengs. Det kommer till uttryck när fans skriver att de inte skulle utföra handlingar som infiltrerar idolens privatliv, vilket ses som en negativ händelse i deras ögon. Det medför att fansen definierar de som inte förföljer idolerna som “vi”, medans minoriteten

som gör det ses som “dem”.

Reaktionerna mot fansen som inte identifieras som sasaengs bidrar till ett annat slags “vi och dem”. Fansen som sprider bilderna är på samma nivå som den som tar bilderna, eftersom spridningen visar på att man är på sasaengsens sida. Det sker en uppdelning när fansen som inte delar bilderna anser att “vi” är mer överlägsna än “dem” som sprider vidare. Därmed finns det olika typer av “vi och dem” i fankulturen, vilket uttrycks när fans applicerar karaktärsdrag på sasaeng- och fanidentiteten som de själva inte identifierar sig med.

I en vidare populärkulturell kontext kan vår studie vara användbar för att exemplifiera hur ett “vi” och ett “dem” skapas i interaktionen mellan fans. Det beror på att fans vill skilja sig från det som är etablerat som omoraliskt och skröpligt beteende. K-pop är inte den enda fankulturen vars fans handlingar döms som opassande och oetiska. Till exempel kan man observera trender som beiber-fever i väst. Kvinnodominerade fankulturer blir ofta porträtterade som farliga och hysteriska världen över. Sasaengs är endast en variant av ett fenomen som har uppkommit i många olika länder och fankulturer. Reaktionerna angående sasaeng-fans kan dels tillföra ett perspektiv på hur det kan te sig inom en populärkulturell fankultur och även tillföra bredare kunskap om popkulturella fandoms i sin helhet.

Vi anser att vår studie hade varit intressant att komplettera med hjälp av djupgående kvalitativa intervjuer, som hade kunnat medföra en djupare analys av hur människor upplever gemenskapen. Denna metod skulle kunna ge mer förståelse för hur fansen själva upplever de gemenskaper och klyftor som uppstår i fandomet. Vi hade funnit det speciellt intressant att intervjua fans som identifierar sig själva som sasaengs, för att se om de själva känner sig stigmatiserade och exkluderade från gemenskapen. Förslag på vidare studier kring vårt arbete är att belysa kategoriseringen “vi och dem” utifrån ett sasaeng-perspektiv: Upplever sasaengs stigmatiseringen eller identifierar de sig som mer dedikerade fans? Därigenom går det att utforska om även sasaengs har konstruerat ett “vi” som ställs emot de mindre dedikerade fansen, “dem”. Sasaeng-perspektivet är således underrepresenterat i forskningsvärlden och vi hoppas därmed att vår studie uppmuntrar andra att fördjupa sig i ämnet.

8. Referenslista

8.1 Tryckta källor

Choi, J. & Maliangkay, R. (2015). 'Introduction: Why fandom matters to the international rise of K-pop' i Choi, J. & Maliangkay, R. (Red.) *K-pop - The International Rise of the Korean Music Industry*. Routledge: London, s. 1-17.

Doona, J. & Rübnsamen, M. (2017). 'Fankulturer i sociala medier' i Olsson, T. (Red.) *Sociala medier: vetenskapliga perspektiv*, Malmö: Gleerups Utbildning AB, s. 113-125.

Duffett, M. (2013). *Understanding Fandom: an introduction to the study of media fan culture*. New York: Bloomsbury Academic.

Ehn, B. & Löfgren, O. (2012). *Kulturanalytiska verktyg*. Malmö: Gleerups.

Ekström, M. & Larsson, L. (2010). 'Inledning' i Ekström, M. & Larsson, L. (Red.) *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Lund: Studentlitteratur, s. 13-24.

Fiske, J. (1992). 'The Cultural Economy of Fandom' i Lewis, Lisa A. (Red.) *Adoring Audience*, Routledge: London, s. 30-49.

Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. New York: Simon & Schuster.

Iwicka, R. (2018). 'Every Breath You Take: Sasaeng Fans', *At the Interface / Probing the Boundaries*, 99, s. 125-147.

Kim, J. O. (2015). 'Reshaped, reconnected and redefined: Media portrayals of Korean pop idol fandom in Korea', *Journal of Fandom Studies*, 3(1), s. 79-93.

Kozinets, R. (2011). *Netnografi: etnografiska undersökningar på nätet*. Malmö: Studentlitteratur.

Oktar, L. (2001). 'The ideological organization of representational processes in the presentation of us and them', *Discourse & Society*, 12(3), s. 313-346.

Svensson J. (2019). 'Etnografi online' i Ekström, M & Johansson, B. (Red.) *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. 3:e upplagan Lund: Studentlitteratur, s. 51-69.

Williams, J. P. (2016). 'Negotiating Fan Identities in K-Pop Music Culture', *Studies in Symbolic Interaction*, 47, s. 81–96.

8.2 Internetkällor

Yim, S. (2012). "When an autograph isn't enough", *Korea JoongAng Daily*, 12/04, <https://koreajoongangdaily.joins.com/news/article/article.aspx?aid=2951370> [Hämtad: 03/01-21]

Park, S. (2017). "Sasaengs Increasingly Use Social Media To Easily Sell And Purchase Idols' Personal Information", *Soompi*, 21/10, <https://www.soompi.com/article/1062027wpp/sasaengs-increasingly-use-social-media-easily-sell-purchase-idols-personal-information> [Hämtad 03/01-21]

9. Bilagor

Bilaga 1



Bilaga 2

