

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

**Utváření genderové identity mezi fanoušky K-popu
v České republice**

Linda Součková

Plzeň 2024

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra antropologie

Studijní program Antropologie

Studijní obor Sociální a kulturní antropologie

Bakalářská práce

Utváření genderové identity mezi fanoušky K-popu v České republice

Linda Součková

Vedoucí práce:

Mgr. Gabriela Fatková, Ph.D.

Katedra antropologie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2024

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2024

.....

PODĚKOVÁNÍ

Na tomto místě bych ráda využila příležitosti a poděkovala všem, kteří se na tvorbě této práce nějakým způsobem podíleli. První hluboké děkuji patří vedoucí mé bakalářské práce Mgr. Gabriele Fatkové, Ph.D. za její ochotný přístup, vstřícnost a především za její zájem od začátku až do konce. Dále bych chtěla poděkovat všem svým milým respondentkám a respondentům, díky kterým byl celý proces tvoření této práce jedním velikým dobrodružstvím. Jmenovitě bych chtěla poděkovat svým kolegyním Anně Chodové a Kateřině Bučkové – bez vaší podpory bych nikdy neměla odvahu udělat ten nejzásadnější krok. V neposlední řadě jedno velké díky patří mé rodině a přátelům, kteří do teď jistě netuší, co to ten K-pop vlastně je.

Obsah

1	Úvod	1
1.1	Vstup do světa K-popu	1
2	Teoretická část	5
2.1	Korejská vlna „Hallyu“	5
2.2	K-pop	6
2.2.1	Vizuální aspekt K-popu a jeho idolů	8
2.3	Fanouškovská komunita	11
2.3.1	Konzumace K-dramat, K-filmů, anime a mang.	12
2.3.2	Fanouškovská tvorba	14
2.3.3	K-popové dance cover groups	16
2.4	Fanoušci K-popu v České republice k roku 2015	20
3	Metodologická část	23
3.1	Příprava a průběh výzkumu	23
3.2	Výběr respondentů	24
3.3	Výzkumné otázky	25
4	Analytická část	26
4.1	Seznámení se s K-popem	26
4.2	Fanouškovství K-popu	27
4.3	Komunita fanoušků K-popu	34
4.4	K-popová komunita vs. „normální“ svět	36
5	Závěr	38
6	Seznam použitých zdrojů a literatury	40
6.1	Internetové zdroje a videa	44
7	Přílohy	46
7.1	Fotografické přílohy	46
7.2	Přílohy ukázek terénního deníku	54
7.3	Přílohy ukázek K-popových hudebních videoklipů	56
7.4	Příloha osnovy polostrukturovaného rozhovoru	59
8	Resumé	61

1 Úvod

V sobotu večer 18. března 2023 jsem se vydala do centra noční Prahy, směřující navigací k neznámému klubu na Starém městě. Cestou jsem se zamýšlela nad tím, zda se nevydávám na nebezpečné místo, ale přesvědčila jsem se, že mířím do dobře známého klubu, nikoli do podezřelého nočního podniku. Po zaplacení vstupného a předložení důkazu o věku jsem se vydala do nitra klubu, kde se konala tematizovaná párty věnovaná korejské populární hudbě. O K-popu a jeho fanoušcích jsem se dozvěděla ze sociálních sítí. Fascinovala mě nejen hudba, ale i vizuální stránka korejských performerů. S nově získanými informacemi jsem se plná zvědavosti vydala na první osobní setkání s K-popovou scénou. Při příchodu do klubu jsem si našla místo na pohovce, odkud jsem mohla pozorovat dění na tanečním parketu i zbytek klubu. Celý večer ve mně zanechal dojem, že jsem jako návštěvník z jiné planety, který dostal šanci prozkoumat neznámou kulturu.

Během mých dalších návštěv K-popových párty a průběžného brouzdání po sociálních sítí jsem se pokoušela uchopit společenství K-popových fanoušků jako koherentní celek se specifickými zvyklostmi, pravidelnými aktivitami a hodnotami. Tato práce je takovým menším průvodcem pro každého, kdo by chtěl lépe pochopit vnitřní logiku světa K-popových fanoušků. Níže v následujících odstavcích se zaměřím na několik klíčových aspektů, které jsou zdánlivě univerzální pro každého fanouška.

1.1 Vstup do světa K-popu

Samotné hudební preference jsou často z vnějšího pohledu neznatelné. To, co prozradí fanoušky K-popu, a co i napomáhá jejich vzájemnému rozeznávání se a síťování, jsou kartičky s K-popovými performery, umístěné někde na ne úplně nápadném, ale viditelném místě (za obalem telefonu, na batohu apod.). Tzv. *photocards* jsou vlastně sběratelské foto-kartičky¹. Typická K-popová kartička má rozměr 5,5 x 8,5 cm a pokud se prodává samostatně, její cena se může pohybovat od stovek až po tisíce korun českých, obzvláště pokud se jedná o speciální edice. Na kartičkách jsou zpravidla vyobrazovány selfie portréty idolů, kteří se usmívají a dělají tzv. *aegyo*². Pro fanoušky mají kartičky nevyčísitelnou hodnotu – často každý fanoušek sbírá pouze kartičky své oblíbené skupiny nebo skupin a je schopný zaplatit velké částky za ty, které mu v jeho albu scházejí. Častým zvykem je dávat si foto-kartičky za průhledný obal telefonu,

¹ Viz příloha 1

² *Aegyo* je podle Urban Dictionary definováno následovně: „Aegyo is acting cutesy. Usually used by kpop idols as fan service. Smiley and making heart with ur hands and fingers is key to aegyo. Basically just make your audience say *awww*.“ (“Aegyo.” Urban Dictionary, <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Aegyo>, 5. 2. 2024).

čímž slouží jako marker neboli vstupní brána k jiným fanouškům. I když fanoušci sami sebe často popisují jako introverty, pokud vidí u cizího člověka K-popovou kartičku, neschází jim odvaha se za nimi vydat a zapříst konverzaci o oblíbených skupinách nebo nejnovějších K-popových trendech. Materiální hodnota kartiček se tedy mnohdy nemůže porovnávat s hodnotou symbolickou.

Pokud se ve vašem držení objeví kartička s usmívajícím se idolem je velmi pravděpodobné, že jste ji dostali z nějakého alba. Asi každý z nás si někdy koupil cédéčko svého oblíbeného zpěváka a byl nadšený, když v balení našel ještě plakát navíc jako překvapení. Pro fanoušky se hodnota K-popového alba odráží právě v tom, kolik extra věcí obsahuje. Kromě kompaktního disku se skladbami a foto-knížky, která vyobrazuje všechny členy dané skupiny na profesionálních fotografiích, se do alb přidávají i jedna až dvě sběratelské kartičky, plakáty, samolepky a další příbuzné zboží. Dle dané skupiny interpretů alba nejčastěji vychází dvakrát až třikrát do roka, a to hned v několika verzích – speciální, limitované nebo standartní. Jedno album se v průměru pohybuje kolem 650 českých korun. V České republice neexistuje mnoho míst, kde by se alba dala sehnat osobně, fanoušek tedy k celkové sumě musí připočítat i poštovné. Jelikož každá verze jednoho alba obsahuje jiné foto-knihy a kartičky, fanoušci si jich často kupují několik, což je celkem nákladné. Proto si fanoušci začali vyrábět vlastní (neoficiální) kartičky nebo plakáty z obrázků, které mohou dohledat volně na internetu.

Další úrovní začlenění do K-popového fandumu po poslouchání písniček na YouTube a sbírání foto-kartiček a alb je navázání bližšího kontaktu se svými oblíbenými idoly. Pokud je fanoušek z Jižní Koreje či jiných asijských zemí, je pro něj zcela snadné se zúčastnit koncertu, veřejného fanouškovského meetingu nebo dalších podobných akcí, kde idolové mají možnost přímo interagovat se svým publikem. Fanoušci z České republiky využívají spíše virtuální aktivity idolů, například „osobní komunikace“ přes sociální sítě. Díky mým respondentům jsem se dozvěděla o dvou hojně využívaných aplikacích, které slouží jako komunikační prostředek přímo mezi fanouškem a idolem. První z nich je *Weverse*, neplacená chatovací aplikace, kde fanoušci mohou komunikovat se svými idoly i se sebou navzájem. Druhá aplikace – *Bubble* – je už zpoplatněná a fanoušci zde mohou komunikovat pouze se svými vybranými idoly. Subskripce jednoho idola se pohybuje okolo 90 korun měsíčně, za které fanoušek získá neomezený počet příchozích zpráv a obsahu, na které může odpovídat. Avšak jeho odchozí zprávy jsou limitované počtem znaků. Vzhled fanouškovského chatovacího okénka je odlišný od idolova – fanoušek vidí pouze zprávy svého idola a své odpovědi, zatímco idol údajně vidí odpovědi všech svých fanoušků v jednom skupinovém chatu a má možnost si vybrat, na které

z nich odpoví. Samozřejmě zde existuje cenzura určitých slov a výrazů, které jsou v komunitě zakázány.

V předchozím popisu obou aplikací *Weverse* i *Bubble* bychom mohli najít paralely k fenoménu OnlyFans – mladé platformě sociálních medií, na které si tvůrci mohou vydělávat peníze za předplacení jejich obsahu ostatními uživateli – též označovanými jako fanoušci. Platforma OnlyFans je primárně spojována s obsahem pro dospělé (např. erotické nebo pornografické snímky a videa). Mimo virtuální sex business však má OnlyFans s aplikacemi ke komunikování s korejskými idoly mnoho společného. Tvůrci i idolové často každodenně sdílejí zážitky ze svého osobního života, vytvářejí a poskytují multimediální obsah a celkově se snaží vyhovět požadavkům svého publika. Dalším ze společných rysů OnlyFans a fanouškovských aplikací je jejich exkluzivita; sociální sítě jako Instagram nebo TikTok zahrnují různorodé publikum – jak fanoušky, tak i anti-fanoušky. Privátní platforma sociálního média zajišťuje, že se tvůrci nebo idolové nebudou muset setkávat s negativními a nenávisnými komentáři.

Další možností, jak se fanoušek může přiblížit ke svému idolu, je skrze jiné fanoušky. Pokud si je schopný najít svou online komunitu, je na dobré cestě k tomu, aby vylezl ze své virtuální ulity a začlenil se do veřejného fanouškovského dění. Nejlepším příkladem takových akcí, kde se fanoušci mohou snadno mezi sebou seznámit, jsou K-popové párty, jejichž popisem jsem začínala tuto kapitolu. Zde mají fanoušci příležitost vyjádřit svou zálibu skrze tanec a zpěv mezi stejně smýšlejícími lidmi bez ostychu nebo strachu, že jejich projev bude kritizován. Párty jim poskytují svobodu vyjádření se skrze tanec a hudbu, což je často doprovázeno i se změnou vizáže – fanoušci úmyslně napodobují vzhled a styl oblékání svých oblíbených idolů.

Kromě takovýchto případových akcí mají fanoušci možnost se setkávat i každodenně na místech, které si spojují s korejskou kulturou. Příkladem zde mohou být korejské i japonské restaurace nebo podniky, které se zaměřují na prodej tzv. *boba tea*, nápoje původně pocházejícího z Asie, který se skládá z černého nebo zeleného čaje, mléka a tapiokových perliček. Interiér a atmosféra zmíněných podniků často cílí právě na K-popové fanoušky – na zdech jsou vylepené plakáty s usmívajícími se idoly a z reproduktorů hraje K-pop.³ Nesmím zde opomenout zmínit i *KSPACE*⁴, první pražskou prodejnu exkluzivně K-popového zboží, kde fanoušci mohou sehnat vše od alb, kartiček a plakátů až po magazíny, plyšáky a jiné příbuzné produkty.

³ Viz příloha 2 a 3

⁴ Viz příloha 4 a 5

Na základě pozorování ve veřejném i online prostoru lze konstatovat, že fenomén K-popu, přestože na první pohled působí jako svět plný zábavy, skrývá za svým leskem vážné problémy. Vysoký počet sebevražd mezi korejskými idoly odhaluje temnou stránku průmyslu charakterizovaného nelítostnou konkurencí, striktními výcvikovými režimy a důrazem na bezchybnost. Idolové často čelí kyberšikaně, narušování soukromí a extrémnímu tlaku ze strany fanoušků i svých agentur, což spolu s dlouhými pracovními hodinami a nedostatkem odpočinku může vést k vážným duševním poruchám. K-pop tedy není pouze o hudbě a tanci, ale také o těžké práci a obětech. Je důležité zaměřit se na tento fenomén nejen kvůli jeho unikátní fanouškovské kultuře, ale také s ohledem na důstojné životní podmínky a zdraví performerů.

2 Teoretická část

Teoretická kapitola má za cíl seznámit čtenáře s důležitými pojmy a zasadit popisovaný fenomén do širší globální perspektivy. Jako první termín zde bude představena korejská vlna, jejíž nedílnou součástí je právě K-popová hudba. Dále se kapitola bude soustředit na podstatnou vizuální složku performerů celého fenoménu a nakonec podrobněji popíše aktivity fanouškovské komunity.

2.1 Korejská vlna „Hallyu“

Populární hudba s chytlivými melodiemi, moderní taneční styly, výjimečná móda, charizmatičtí idolové, romantická K-dramata a lákavé jídlo jsou pouze některé ukázky z bohatého spektra kulturních produktů, které tvoří současnou globální popkulturní vlnu korejských produktů, pro níž se vžil označení *Hallyu*.

Termín *Hallyu* je složeninou dvou korejských slov: „han“ (한), což bychom mohli přeložit jako přídavné jméno „korejský“, a „ryu“ (류), podstatné jméno s dvěma možnostmi překladu, buď jako „vlna“ nebo jako „proud“. O vzniku pojmenování Korejské vlny existuje hned několik teorií. Je obecně známo, že byl tento termín použit na konci 90. let 20. století v čínsky mluvících zemích po odvysílání premiéry korejského televizního drama *What is Love* (Jung, 2011). Náhlá obliba a poptávka televizních fanoušků po dalších korejských dramatech byla označena právě jako *Hanliu*, což v překladu z čínštiny znamená „Korejská vlna“. Naproti tomuto tvrzení však stojí teorie, která říká, že termín byl poprvé použit korejským ministerstvem kultury a cestovního ruchu, nikoliv čínskými médii, aby propagovala korejské populární písně v čínsky mluvících zemích (Kim, 2018). Ať už byl počátek *Hallyu* jakýkoliv, v dnešní době se již používá celosvětově.

Dnes bychom si pod termínem *Hallyu* mohli představit vše, co má před sebou přídavné jméno „korejské“, jako jsou například filmy, seriály, kosmetika nebo jídlo (Ganghariya & Kanozia, 2020). Avšak termín *Hallyu* se stává použitelným pouze v případě, když jsou jeho zmíněné kulturní produkty vyváženy do jiných zemí, kde jsou úspěšné i bez ohledu na jejich popularitu v rámci Koreje (Kim, 2007). Jeden z významných fenoménů, které bych zde ráda uvedla, je proces kulturní hybridity, který se dá popsat jako vzájemné působení a prolínání lokálních prvků s globálními do jedné kultury (Ganghariya & Kanozia, 2020). Podle Sun Jung (2011) se korejská populární kultura stává hybridizovanou prostřednictvím multikulturních toků, které jsou umožněné díky mediálními technologiím a globalizaci. Dále argumentuje, že

zmíněná smíšenost přispívá k aspektu *mugukjeok* (ne-národnost), což je hlavní rys umožňující globální konzumaci *Hallyu*. Termín *mugukjeok* autorka používá v rámci paradigmatu multikulturní hybridity, kde poukazuje na to, jak kombinace specifických národních kulturních prvků s globálně populárními prvky vede k postupné ztrátě kulturní specifčnosti zmíněných prvotních kulturních prvků (Jung, 2011). Pokud jsou dané kulturní produkty konzumovány diváky mimo Asii, zpravidla jsou přitahováni elementem neznáma, který pro ně asijská kultura představuje, tudíž v nich vyvolává zvědavost v exotice zmíněné kultury. Naopak konzumace *Hallyu* produktů pro asijské obecnstvo představuje vyváženou kombinaci západních a asijských hodnot, díky čemuž hybridizace přispívá k zachování národních identifikací (Ganghariya & Kanozia, 2020).

Dlouhodobá konzumace korejských kulturních produktů může být vysvětlena pomocí kultivační teorie, která popisuje média, zejména televizi, jako nástroj pro zkreslení reality, díky kterému lidé vnímají skutečný svět skrze perspektivu televize, což vede k formování myšlenkových vzorců (Ganghariya & Kanozia, 2020). Proto zde existuje možnost, kde si nadnárodní publikum může vytvořit odlišný postoj, obraz a imaginaci o korejské populární kultuře, korejském lidu a samotné Koreji coby simulakrum. Pokud si publikum vyvine ke zmíněné kultuře pozitivní přístup, může je jejich touha motivovat nejen k návštěvě Koreje či ke koupi korejských produktů (Ganghariya & Kanozia, 2020), ale i k vytvoření alternativní sady hodnot, jednání a postojů a jak si dále ukážeme, vytváří i vlastní svébytný jazykový kód založený na směsi korejštiny a angličtiny.

Jak už bylo nastíněno výše, korejská vlna se začala rozšiřovat do dalších částí světa na konci 90. let 20. století (Choi & Maliangkay, 2014). Ve svých počátcích byl hnací silou korejské kulturní vlny především export korejských dramát a filmů do východní, jihovýchodní a jižní Asie jako součást tehdejší průmyslové kulturní strategie Koreje (Fuhr, 2015). S nástupem 21. století se na scéně objevuje K-pop, specifický hudební žánr, který z regionálního exportu kulturních produktů dokázal udělat globální kulturní fenomén vybočující ze zvyků dosavadní korejské popkultury. *Hallyu* se tak díky K-popu, vedenému tzv. *boy groups* a *girl groups*, stalo fenoménem překračující regionální hranice za pomoci sociálních sítí a internetu (Choi & Maliangkay, 2014).

2.2 K-pop

V předchozí kapitole jsme si představili pojem *Hallyu* a jeho zástup kulturních produktů, mezi nimiž se nachází právě i K-pop. Z Jižní Koreje se K-pop začal systematicky

šířit do sousedních zemích (vyjma KLDK) na konci 90. let minulého století. K-pop čerpá z hudebních žánrů, které mají původ mimo Asii, jako například elektronická hudba, rock, pop, hiphop a R&B. Jedinečnost K-popu ovšem spočívá v kombinaci s tancem, módou a vystupováním performerů (Lie, 2015:96-8).

Označení „K-pop“ je přijímaný výraz parafrázující pojem „J-pop“ (japonský pop), který byl zaveden v roce 1998 k identifikaci nového hudebního stylu. Jedná se o hudební značku a styl, který se zformoval v průběhu prvního desetiletí 21. století, kde se později oddělil od dřívějších žánrů a stylů, jakožto od J-popu samotného (Lie, 2015:97).

V rámci předchozích studií, které se zaměřovaly na fenomén K-popu jako na jeden z aspektů korejské vlny, se o zmiňovaných termínech uvažovalo výhradně ve spojitosti s kulturní hybridizací a globalizací. Choi a Maliangkay (2014) přicházejí s tvrzením, že K-pop lze nejlépe popsat jako integrovanou populární kulturu *sui generis* – kulturu, která se řídí vlastními pravidly. Autoři ho přirovnávají k mozaice, která spojuje prvky příběhu, hudby inspirované hip hopem, popem a rapem, spojené s moderními tanečními choreografiemi, tělesnou performancí a módní složkou. Z jazykového hlediska běžně kombinuje korejská slova s anglickými, vytváří neologismy a zároveň hudební texty občas prokládá japonskou a čínskou onomatopoií (Choi & Maliangkay, 2014:4-5).

Mimo stylové různorodosti a průmyslové komplexity K-pop oplývá i funkční rozmanitostí, která překračuje hranice pouhé populární hudby. Pro Jihokorejce jsou K-pop a jeho ikoničtí idolové národním bohatstvím. Není neobvyklé v žertu přirovnávat K-popové idoly k Samsung smartphonům, které se řadí mezi nejcennější produkty, které kdy země vyprodukovala. Pokud tedy vnímáme K-pop pouze jako subžánr populární hudby, nikdy se nám nepodaří zcela pochopit jeho rozmanitost. Jedná se o **stále rozvíjející se formu moderní zábavy**, s významným vlivem na veřejný život, zejména na kulturní identitu Jižní Koreje (Choi & Maliangkay, 2014:5-6).

Díky přítomnosti vizuálních aspektů K-popu došlo k zásadní změně v obecném způsobu vnímání hudby z pouhé zvukové složky vystoupení na komplexní multimediální zážitek, který navíc zahrnuje taneční a módní prvky nebo utváření para-sociálních vztahů na sítích mezi fanoušky a performery. Skrze tento proces se zároveň změnil pohled na K-popové zpěváky a zpěvačky, dříve vnímané pouze jako vizuální součást vystoupení, na talentované umělce (Kim, 2018).

2.2.1 *Vizuální aspekt K-popu a jeho idolů*

Performeré K-popu se vyznačují bezchybnou vizáží. Díky svému estetickému vzhledu jsou mužští K-popoví idolové častokrát nazýváni slovem *kkonminam*, což můžeme doslova přeložit jako „květinoví muži“ (Elfvig-Hwang, 2011:2). Už z názvu je jasné, že *kkonminam* maskulinita se staví do kontrastu s předchozími reprezentacemi mužnosti v Koreji z 90. let minulého století, které obvykle představovaly hypermaskulinní bezcitné muže, jimž měly ženy propadnout právě díky jejich neuvěřitelné mužnosti s drsným, neupraveným zevnějškem a nespolehlivostí v oblasti lidských vztahů. Naproti tomu jsou *kkonminam* muži v K-dramatech a filmech zobrazováni jako pozorní, empatictí a beze strachu vyjádřit své city. Zároveň pečují o svůj zevnějšek, kdy se neštítí podstoupit kosmetické nebo chirurgické zákroky, aby si stále mohli zachovat svou mladou tvář (Elfvig-Hwang, 2011).

R. Maliangkay (2013) pro fenomén *kkonminam* nabízí tři možné faktory, které stály za jeho vznikem a rozšířením. Jako první faktor uvádí spojitost s estetikou japonského *bishonen* (v překladu „krásný chlapec“) pocházejícího z *yaoi*, popularizovaného typu mang ze 70. let 20. století. Ačkoliv byl prodej japonských kulturních produktů až do roku 1998 zakázán, manga, anime a japonské módní magazíny kolovaly na korejském trhu už dlouho předtím, než se v polovině 90. let staly veřejně dostupnými. Tento fakt jim dovolil ovlivnit korejskou estetiku ještě pár let před začátkem korejské vlny (Maliangkay, 2013:47-8).

Druhým možným faktorem byl celkový ústup popularity maskulinity 90. let. Během éry korejské vojenské vlády (1961-1987) faktické i fiktivní mužské postavy ztělesňovaly určité atributy a hodnoty. Projevy pacifismu a individualismu byly podrobeny cenzuře, zatímco oficiální propagace zdůrazňovaly důležitost svědomitosti a mužské síly. Tento ideál přetrvával i nějakou dobu poté, co na počátku 90. let byly učiněny první kroky k demokracii; narušila jej až hospodářská krize, která od konce roku 1997 zasáhla celou Asii. V Koreji to mělo za následek velký počet bankrotů a propouštění, což zapříčinilo narušení tradičních genderových rolí a nastolení nové dynamiky v korejské společnosti. Ženy se nově stávaly důležitými pilíři rodinného hospodářství, zatímco mužský ideál předešlých let přestal být udržitelným. Je pravděpodobné, že mnoho žen bylo unaveno z představy drsných mužů, kteří na televizních obrazovkách horlivě chrání své protějšky, zatímco ve skutečném životě je ti samí hrdinové na pracovišti udržují v podřadné pozici (Maliangkay, 2013:49).

Třetí a finální důležitou příčinou invence ve stylizaci chlapeckých K-pop idolů je korejský trh s kosmetickou chirurgií. Od počátku 90. let minulého století kosmetický průmysl podstatně vzrostl až do bodu, kdy ho v dnešní době můžeme zařadit mezi největší na světě.

S rostoucím počtem a možností kosmetických zákroků, které se prováděly na ženách, se zároveň zvýšil i zájem mužů o úpravu jejich rysů, které by splňovaly korejský standard krásy. Procedury, které vedou k „dvojitým očním víčkům“ a k tenčímu a výše postavenému nosu jsou v Koreji nejčastěji prováděnými zákroky, čímž muže přibližují právě k estetice *kkonminam*. Muži tak začali pociťovat nepatrný zlomek tlaku vyvíjeného na ženy, aby se přizpůsobili obtížně dosažitelnému standardu krásy (Maliangkay, 2013:49-50).

V této práci se nadále budu zabývat genderem v souvislosti zvláště s mužskými korejskými idoly a jejich fanoušky a fanynkami z České republiky. Koncept genderu zde pojímám podle Judith Butler, která ve svém díle „Gender Trouble“ (1999) gender konceptualizuje jako sociální konstrukt podmíněný nikoliv biologicky, ale vytvářený diskurzivně v rámci společnosti a kultury. Gender je podle autorky akt konstruovaný prostřednictvím performativity, která slouží k vytváření a udržování genderových kategorií skrze opakování určitých gest, chování a výrazů odpovídajících určité genderové kategorii. Díky konceptu performativity autorka kritizuje genderovou binaritu neboli to, co rozeznáváme jako mužství a ženství. Na základě performativity argumentuje, že genderová identita není omezena na pouhé dvě přijímané kategorie. Zmíněná binarita je udržována prostřednictvím mocenských struktur a normativních očekávání, avšak skrze performativitu může být subverzně překonána (Butler, 1999).

Podobně jako Judith Butler, R. W. Connell používá koncept „praktikování maskulinit“ jako nástroj k vysvětlení konceptu mužství, které je vytvářeno kulturně. Tvrdí, že „různé kultury v různých historických obdobích konstruují maskulinitu odlišným způsobem. Maskulinity neexistují jako prerokviza sociálního chování ani jako tělesný stav či fixovaná osobnost. Naopak vznikají v průběhu lidského konání a realizují se v každodenním jednání jako vzorce sociální praxe“ (Connell, 2006). Výše uvedené konceptualizace maskulinity zdůrazňují, že maskulinita je pravidelně konstruována a zároveň rekonstruována skrze obyčejné každodenní aktivity, je fluidní, a v kontextu každé kultury může představovat něco jiného (Connell, 1995).

Sun Jung (2011) rozebírá vystoupení několika chlapeckých skupin z roku 2009 na SBS Music Festival⁵ v Jižní Koreji. Populární chlapecké i dívčí idolové skupiny praktikovaly

⁵ Ukázky vystoupení – performeři -

https://www.youtube.com/watch?v=mK8YCUjsqiE&list=PLTcMpZpDjIniTikXuZiMEXYMI0xM_baRw (odkaz je platný k 20.4. 2024), performerky - <https://www.youtube.com/watch?v=CZ-U9U6wX5E> (odkaz je platný k 20.4. 2024).

oblíbený *transgender role-playing*, kdy chlapci imitovali písně i choreografie dívčích skupin a vice versa. Pro chlapce tato vystoupení často zahrnovala nošení paruk a minisukní, čímž docílili femininního vzhledu. Autorka zde konkrétně uvádí příklad šestičlenné chlapecké skupiny 2PM, jejichž maskulinitu popisuje jako hybridní, díky všestrannosti jejich performancí. Při vystupování skupiny 2PM dominovalo předvádění drsné maskulinity s ukázkami jejich vypracovaných těl. Zároveň její členové předvádí cross-dressing jako součást různých reality show, kde tancují na roztomilé holčičí choreografie, čímž prezentují jinou podobu maskulinity, kterou autorka nazývá termínem *soft* maskulinita. Skrze „přepínání“ mezi různými formami členové skupiny 2PM konstruují hybridní maskulinitu, která zcela odráží koncept Judith Butler, ve kterém se gender kulturně upevňuje předváděním a opakováním stylizované performance v čase (Jung, 2011:163-5).

Ačkoliv je praktikování cross-dressingu velmi populární i v dnešní době, v literatuře najdeme jen velmi málo výzkumů, které by se tímto aspektem K-popu zabývaly podrobněji. Autoři Chuyun Oh a David C. Oh (2017) sledují cross-dressing v rámci historického korejského divadla, jehož součástí je i *talnori*, při kterém muži na jevišti měli zamaskované obličejové k pobavení obecnosti. Na jedné straně cross-dressing v *talnori* vznikl s cílem zamezit ženám vstup na jeviště. Na straně druhé *talnori* vytvořilo prostor pro zpochybnění normativní heterosexuality skrze fyzický kontakt stejnopohlavních jedinců, který se odehrával na jevišti i mimo něj. Podobně jako v případě *talnori*, korejská společnost není pobouřena cross-dressingem v K-popu, a to nikoliv díky progresivnímu uznávání pluralitních sexuálních identit, ale spíše proto, že heterosexuální orientace je natolik normou, že performance na jevišti nijak nezpochybňuje očekávanou heterosexuálnost. Všudypřítomné normativní předpoklady o žité heterosexuálnosti umožňují jinou interpretaci toho, co by se ze západní perspektivy vnímalo jako alternativní queer performance (Oh & Oh, 2017:12-3).

Stejně jako u *talnori*, praktikování cross-dressingu v K-popu signalizuje dvojí povahu vykonávané performance, která posiluje a zároveň odporuje společenským normám. Herci v *talnori* si nasazovali reálné masky s jejichž pomocí satiricky kritizovali společenské normy a zároveň prozkoumávali alternativní možnosti intimity. K-popovým idolům je maskou androgynní vzhled a (nejspíš hraná) homoerotika, jejichž projevy destabilizují samotnou hegemonii v rámci genderové konstrukce. Ambivalentní povaha symbolických masek poskytuje divákům prostor pro další interpretaci, čímž vytváří liminální prostor, kde se queer aspekty performance stávají nedefinovatelnými. K-popový cross-dressing tedy není motivován

touhou být osobou opačného genderu, nýbrž zažít potěšení ze zkoumání fluidních způsobů genderové performance (Oh & Oh, 2017:23-4).

Rozlišení mezi queer performancí na jevišti a queer kategorizací je klíčové k porozumění dynamiky genderové a sexuální identity v uměleckém prostředí. Zatímco queer performance se zaměřuje na projev queer identity, nekonvenčních genderových norem a sexuality při veřejném vystoupení, queer kategorizace se týká způsobu, jakým jsou jednotlivci zařazováni v rámci queer komunity na základě vnějšího projevu. Oh a Oh (2017) ve svém textu pojmají queer identitu jako přesný protiklad normativní heterosexuality. Umělecká performance byla a je místem pro liminální akty, které překračují stanovené hranice a sociální normy, kde jeden může svobodně reprezentovat queer identitu na pomezí heterosexuality a homosexuality, aniž by sám byl považován za člena queer komunity (Oh & Oh, 2017:10).

Ačkoliv byl termín *soft* maskulinita od jeho zavedení na počátku 21. století hojně používáný, pořád se jedná o termín, který reprodukuje binární kategorie maskulinity a femininity. Podle J. Kwon (2022) pojem *soft* maskulinita nedokáže přesně postihnout genderovou identitu jak K-popových idolů, tak jejich fanoušků. Díky tomu přichází s novým termínem *K(Q)ueerness*, který definuje jako „estetiku, představy, praktiky, performance a myšlenky účastníků K-popu, které mají potencionální sílu narušit cisheteropatriarchální⁶ struktury, a vytvořit tak osvobozující prostor svými anti-hegemonickými a nenormativními vlastnostmi. Termín *K(Q)ueerness* podřívá binární identifikace včetně maskulinity/femininity a heterosexuality/homosexuality, aby byl schopen zahrnout všechny rozmanité projevy genderu a sexuality, které K-pop představuje“ (Kwon, 2022:55). Zjednodušeně bychom mohli říct, že *K(Q)ueerness* zastřešuje všechny nekonformní projevy genderu a sexuality předváděné K-popovými idoly a jejich fanoušky, narušující zavedené binární kategorie.

2.3 Fanouškovská komunita

Erving Goffman v roce 1959 využil metaforu divadla k vysvětlení složitosti sociální interakce, která je dnes známá jako dramaturgie. Jeho koncept prezentuje svět jako jeviště s lidmi jako jeho herci. Lidé přijímají různé role, jež jsou interpretovány jako specifické chování a jednání, zohledňující prostředí a publikum, s cílem vzbudit určitý dojem a reakci. Goffman označil tento jev jako „management dojmů“. Předpokládal, že když se jedinec nachází

⁶ Cisheteropatriarchát je definován jako “ideologický systém, který naturalizuje normativní pohledy na to, co to znamená ‘vypadat’ a ‘chovat’ se jako ‘heterosexuální’ muž a marginalizuje ženy, ženskost a všechna genderově nekonformní těla, která zpochybňují genderovou binaritu; je to systém založený na útlaku a exploitaci žen a sexuálních minorit” (McCann & Sharp, 2023).

v prostoru mezi jinými lidmi, snaží se kontrolovat dojem, jaký si o něm ostatní utvářejí (Goffman, 1959). Jednou z možných společensky hraných identit je právě fanouškovství. I fanoušek tedy aktivně hraje před (svým) publikem.

V kontextu fanouškovské komunity K-popu se jedinci snaží vyjádřit svou identitu fanouška skrze různé formy projevů, což zahrnuje způsoby komunikace a interakce s ostatními, způsoby chování, stejně tak jako vzhled. Zmíněné praktiky vycházejí z unikátní sady hodnot, které jsou srozumitelné pouze členům komunity K-popových fanoušků. Zároveň porozumění smyslu za těmito praktikami a chováním může přinést vhled do vlivu médií a kultury na jedince a společnost. Považovat se za fanouška tohoto hudebního stylu může jedinci poskytnout pocit sounáležitosti, možnost eskapismu, platformu pro vyjádření svého uměleckého já a prostor pro hledání emocionální a motivační podpory (Jenol et al., 2020:9-10).

V následujících podkapitolách se pokusím více přiblížit některé z fanouškovských aktivit, které jsem si rozdělila do tří kategorií. Nejprve se zaměřím na konzumaci filmů, seriálů a mang. Poté navážu na kategorii, kterou v této práci nazývám fanouškovské tvorby, jež zahrnuje fanouškovskou kreativní tvorbu fanfikcí a fanoušky editovaných videí. V závěrečné kategorii představím fenomén fanouškovských *cover dance* skupin, kde budu sledovat, jak fanoušci díky amatérskému tancování na veřejnosti vytváří prostor pro performanci své genderové identity.

2.3.1 Konzumace K-dramat, K-filmů, anime a mang

Zájem K-popových fanoušků o korejskou populární kulturu sahá i za hranice hudební scény. Zejména konzumace K-dramat (korejských televizních seriálů), K-filmů (korejských filmů), mang a anime (japonských komiksů a animovaných filmů nebo seriálů) představuje další způsob, jak se ponořit do světa asijské popkultury. Oblíbená K-dramata jako *Goblin* (2016) nebo *Crash Landing on You* (2019) jsou romantické příběhy, které poskytují vhled do fungování korejské společnosti a jejich norem a hodnot. Mezi proslulé K-filmy bychom mohli zařadit hororový snímek *Train to Busan* (2016) nebo veleúspěšný thriller *Parasite* z roku 2019; oba filmy představují bohatství korejské kinematografie a její schopnost oslovit široké mezinárodní publikum. Naopak oblíbenost mang a anime spočívá v komplexitě jejich příběhů odehrávajících se ve fantastických světech, které jsou znázorňovány charakteristickým výtvarným stylem. Ty s K-popem tedy sdílejí společný prvek výrazné vizuální estetiky.

Dalším výrazným rysem, který spojuje mangy a anime s K-popem, je jejich schopnost nabídnout široký výběr žánrů a témat, jež přitahuje mnoho fanoušků. Mezi nejčastější témata

patří dobrodružství, přátelství, romantika, fantasy nebo sci-fi a horor. Avšak mezi fanynkami K-popu se nejvíce rozšířil původně japonský žánr *Boys Love* (dále jen BL). Mezi mými respondentkami byly oblíbené zejména BL seriály pocházející z Thajska nebo Tchaj-wanu, jmenovitě například *KinnPorsche* (2022), *2gether* (2020) nebo *I Told Sunset About You* (2020).

Kultura žánru Boys Love (BL)

V dnešní globální popkultuře se viditelnost fandomu *male-male* milostných vztahů neustále rozrůstá, z východoasijských zemí se šíří na ostatní kontinenty a přes Evropu putuje až do Ameriky. Kolem tohoto fandomu, který se vyznačuje vytvářením, šířením a konzumací queer příběhů o mužských postavách se pohybují různé formy a druhy narativů. Mezi zmíněnými typy vyprávění se celosvětově nejvíce konzumuje tzv. *boys love* (Kwon, 2021:96).

BL se stává synonymem pro „japonský a japonsky ovlivněný žánr male-male milostných vztahů vytvářený ženami a pro ženy“ (Madill et al., 2018:5). Historie žánru sahá až do konce 70. let minulého století, kde se váže na vznik *yaoi* – heterosexuálními fanynkami vytvářených publikací, jejichž předmětem byl milostný homosexuální vztah mezi mužskými postavami z populárních manga komiksů. Vyprávění často doprovází hutná erotika, grafická deskripce násilí nebo sexuálního zneužívání. Mužské postavy jsou zobrazovány jako osoby disponující konvenčně určeným femininním a maskulinním chováním s genderově nejednoznačným fyzickým vzhledem. I přes to mají postavy tendenci dodržovat zavedenou genderovou hierarchii, kdy postava s maskulinními rysy je dominantní k postavě s femininními rysy (Kwon, 2021:98-9).

Jako otázka se zde naskytá, proč jsou heterosexuální ženy přitahovány právě žánrem, který se týká výhradě milostného vztahu mezi dvěma homosexuálními muži. J. Kwon (2021) uvádí, že „nejčastěji zmiňovaným důvodem je nespokojenost se stávající normou pro heterosexuální vztahy, která je ženám nepohodlná a pro ně nevýhodná. Milostný vztah homosexuálních mužů nabízí svěží vyprávění a nové milostné motivy, o nichž mají heterosexuální ženy jen omezené znalosti. Co dále odlišuje mužský homosexuální pár od toho heterosexuálního je méně genderově podmíněný vztah mezi oba aktéry, který je těžko dosažitelný v heterosexuálním kontextu“ (Kwon, 2021:102). Důležitým faktorem je zde i fakt, že ženy snad vůbec poprvé nejsou sledovanými objekty, nýbrž pozorovatelkami, které mají schopnost manipulovat s mužskými těly podle svých vlastních přání; aplikují tedy tzv. „female gaze“. BL se tím pádem stává pomyslným prostorem, v němž mohou heterosexuální ženy

uniknout genderové hierarchii a odvážit se projevit své nekonvenční fantazie (Kwon, 2021:102).

Kwon (2021) se ve své práci dále obrací na konfuciánskou ideologii, hluboce zakořeněnou v kultuře Jižní Koreje, jež ženám přisuzuje jasnou roli fyzických i emocionálních pečovatelek o své rodiny s povinností zajistit pokračování rodové linie mužskými potomky. Ženy stráví přibližně pětkrát více času neplacenou prací, jako je zajišťování chodu domácnosti než jejich mužští partneři. Zároveň je velký důraz kladen na cudnost žen, související s rodinnou ctí. Tato genderová kultura proniká do školského systému, kde slouží jako nástroj k tabuizaci sexuality dospívajících dívek, což se staví do rozporu s východoasijskou popkulturou, která je známá sexualizací a objektivizací (zejména extrémně mladého) dívčího těla. Zde se ženy stávají objektem žádostivých „male gazes“, bez možnosti stát se subjektem vlastní sexuality. Konzumace BL žánru tedy dovoluje ženám se dočasně vymanit z tohoto svazujícího nastavení a stát se plnohodnotnými aktéry v imaginativní sféře, přičemž se jim dostává prostoru pro projekci vlastních ideálních mužských typů, kteří v realitě neexistují (Kwon, 2021:103-4).

2.3.2 *Fanouškovská tvorba*

Prvním ze zmíněných kreativních tvoreb jsou fanfikce, které se obecně považují za subžánr BL, avšak s tím rozdílem, že fanfikce se mezi fanoušky šíří výhradně skrze online prostředí internetu, kdežto literární BL publikace můžeme dnes už běžně najít na knižních pultech (Kwon, 2021:100). Zde se blíže zaměřím na žánr zvaný *slash*, jež jednoznačně převládá nad ostatními dvěma žánry *gen* (*general romance* – romantické vztahy mezi idoly nejsou hlavním námětem příběhu) a *het* (*heterosexual relationships* – idol je buď párovaný se samotným čtenářem/čtenářkou nebo s jiným ženským/mužským idolem). Pod označením *slash* se skrývá fanoušky utvořený příběh o homosexuálním vztahu zpravidla dvou mužských idolů (Baghdadi, 2019:65).

Romantické vztahy jsou mezi K-popovými idoly doposud neprobádaným a někdy i skandálním územím. Tuto skutečnost dále podporuje i fakt, že jakékoliv jejich vystoupení na televizních obrazovkách podléhá přísnému dohledu. I když idolové mezi sebou mohou projevit určité množství intimity, její projevy jsou často zjemňovány lehkým vtipkováním. Živé koncerty nejsou vysílány často – právě na nich se performerům dostává větší volnosti v expresi sugestivní i explicitní náklonnosti k ostatním členům skupiny. Ukázky popsání chování byly v některých pracích popisované termíny fanouškovského servisu „gay/queer baiting“, tkvící ve zvláštním potěšení fanoušků ze zmíněného způsobu veřejného chování (Baghdadi, 2019:71-2).

Právě neheterosexuální intimita se stává základním stavebním kamenem pro charakterizaci idolů ve fanfikcích, kde jejich autoři popisují, co by se mohlo stát, kdyby mezi členy skupin docházelo k naplnění homoerotických vztahů. Spisovatelé tak mají možnost vymanit se z omezeného prostředí médií, čímž dosahují neomezené volnosti pro prozkoumání intimních vztahů. *Slash* fanfikce je psána za účelem zaplnění mezery, ve které fanoušci chtějí vidět své oblíbené idoly romanticky a sexuálně zapletené takovým způsobem, který slouží fanouškovským potřebám, za předpokladu že vztah idol-fanoušek pořád zůstává nenarušený. Jedná se o žánr, v němž gender, představivost a dynamika moci vzájemně interagují na textové úrovni pomocí procesu přeměny narativní struktury. Tvorbou fanouškovských textů aktéři vytvářejí vlastní způsoby, jak pracovat s omezujícím systémem a konzervativními kulturními normami, aby mohli prozkoumat neheterosexuální intimitu (Baghdadi, 2019:72-4).

Převážná většina spisovatelů K-popových *slash* fanfikcí jsou právě heterosexuální ženy. Baghdadi (2019) ve svém výzkumu však pozoruje, že významná část autorstva žije v zahraničí (z pohledu Jižní Koreje). Jsou to ti fanoušci, kterým se nedostává privilegií, jako je účast na veřejných setkání a autogramiádách nebo přístup k oficiálnímu fanouškovskému zboží. Pro globální fanoušky je tvorba a konzumace fanfikcí jakousi náhradou za jim nedostupné fanouškovské aktivity (Baghdadi, 2019:73).

Druhým typem tvorby, kterým se zde zabývám, jsou fanoušky editovaná videa jejich oblíbených korejských mužských idolů (ženské idoly zde nepopisují, protože moje respondenstvo reprezentovalo právě tvůrce videí s mužskými idoly) při tanečních vystoupeních. Když se budeme dívat ze západní perspektivy, je to právě tanec v souvislosti s mužským tělem, který nezapadá do konstruktů hypermaskulinity. Díky stigmatizaci přehnaných gest mužského těla v pohybu bývají tanečníci často „nařčeni“ z homosexuality kvůli bohaté emocionální a fyzické expresi, která je ze své podstaty spojována s tanečními pohyby žen (Oh, 2015:64-5). Jelikož je hegemonní maskulinita zajišťována skrze normativní heterosexualitu a akty homofobie (Connell, 2006), neumožňuje tak vytvářet prostor pro heterosexuální maskulinitu, která je efeminizovaná (Hatfield, 2010). Díky androgynnímu vzhledu a vystupování vytvářejí mužští K-popoví performeři nový význam pro mužské tělo při tanci skrze kombinaci gest a pohybů, jež jsou asociované jak s maskulinitou, tak i s femininitou, díky čemuž se jejich tělesné vystupování vymyká kategorizaci. Mužské tančící tělo už se pro heterosexuální K-popové fanyšky nestává znakem pro zženštilost nebo emaskulaci (Oh, 2015:66-7). Skrze vytváření kompilací různých videí tanečníků mají fanyšky možnost zvrátit genderovou dynamiku a stát se pozorovatelkami namísto pozorovaných objektů, jako v případě

již zmíněných fanfikcí a BL žánru. Tzv. videování (*vidding*) je používáno jako nástroj, který dokáže oddělit nuance původního tématu vyprávění, čímž mohou autoři daných sestříhů vyjádřit svůj vlastní vztah k mainstreamovému genderovému režimu (Oh, 2015:68).

Touha stát se subjektem, který pozoruje, není limitovaná pouze na osoby s heterosexuální orientací. Podle Alexandra Dotyho (1993) spočívá akt queerování (*queering*) v procesu interpretace, kde publikum může číst a najít queer prvky i v heteronormativních textech nebo videích. Význam textu je tak utvářen v procesu čtení v závislosti na tom, jak recipient text dekoduje (Doty, 1993). Maskulinita K-popových zpěváků, kterou ve svém článku Chuyun Oh (2015) nazývá „liminální“, poskytuje alternativní zkušenost pro fanyanky ze západu. Skrze vytváření kompilačních videí tak mohou vytvářet nové obrazy maskulinity a queerovat jejich touhu sledováním pěkných mladých chlapců, kteří dobrovolně vystavují svá těla na obdiv divákům. Proměnlivá a hybridní genderová performativita mužských idolů poskytuje divačkám nový způsob, jak vnímat genderové role za pomoci konstrukce široké všezahrnující škály sexualit a genderu, která by nebyla v rámci heteronormativní struktury uskutečnitelná (Oh, 2015:71-74).

2.3.3 *K-popové dance cover groups*

Po celou dobu mého terénního výzkumu mezi fanoušky K-popu jsem nenarazila na událost, která by nějakým způsobem nebyla spojená s tancem, ať už plánovaně či nikoliv. Jestli už se bavíme o tanečním parketu v klubu Onyx nebo jiném veřejném místě, pokud se tam fanoušci sešli, zanedlouho se naskytla podívaná na několik dívek a chlapců předvádějících skoro přesné imitace choreografií jejich oblíbených K-popových písniček. K-pop můžeme tedy uvést jako vhodný příklad pro to, že tanec je spíše „sdílený, napodobovaný, ztělesněný, ohybatelný a šířený více než jen zachovávaná aktivita vhodná pro profesionální a elitní tanečnický“ (Bench, 2010:184). Koncept K-popového *cover dance* je součástí participativního fanouškovství, v níž fanoušci procházejí procesem transformace z konzumentů na aktivní propagátory svého fandumu (Oh, 2020:21).

Novodobý styl K-popového tance vznikl v polovině 90. let minulého století a je charakteristický pro vizuálně úchvatné a synchronizované taneční rutiny vykonávané mladými idoly (Oh, 2014). Zahrnuté taneční žánry se pohybují od folkového tance, bojových umění, akrobacie, gymnastiky až po jazz, swing, hip hop, street dance nebo balet a moderní tance (Oh, 2020:21). Cílem fanoušků není jen napodobit bezchybně náročné choreografie, ale napodobit současně i vzhled a módní prvky tanečnicků.

S. Layoung (2018) ve své studii uvádí příklad *Pogtan Boys*⁷, japonské dívčí *dance cover* skupiny, která se zaměřuje výhradně na choreografie korejské chlapecké skupiny BTS. V rámci vystupování členky skupiny zároveň imitují vizáž členů BTS, včetně mužského oblečení, účesů zastřižených na krátko a kostýmových doplňků. Autorka jejich celkový výstup označuje za jeden z typu *gender-crossingu*, kde členky skupiny předvádí svojí vlastní verzi maskulinity skrze performanci. Dále zde přirovnává jejich vystoupení k fenoménu *fancos* (*fan costume-play*), který vznikl v K-popu v Jižní Koreji na konci 20. století a jež nabyl největší popularity v letech 2000 až 2010 (Layoung, 2018:88).

Fancos se objevilo současně s akcelerací K-popu, jeho idolů a fanoušků. Jeho popularita vzrostla mezi mladými ženami, které chodily na fanouškovská setkání oblékané jako jejich oblíbení chlapečtí idolové, což zanedlouho vyústilo v organizaci samostatných *fancos* setkání, jako byly koncerty nebo festivaly. Autorka uvádí, že kolem roku 2003 v Jižní Koreji existovalo zhruba 1500 *fancos* týmů, které zahrnovaly přibližně 15-20 tisíc lidí, včetně cosplayerů⁸ a jejich štábu. Podobně jako K-popoví idolové, populární cosplayeri přitahovali svoje vlastní fanoušky, kteří vytvářeli unikátní komunity, chodili své oblíbenkyně podporovat na *fancos* vystoupení, kupovali jim dárky nebo psali dopisy (Layoung, 2018:93).

Autorka ve své studii nahlíží na *fancos* jako na performanci ženské sexuality a demonstraci jejich vzájemné sexuální přitažlivosti, což zasazuje do kontextu historického korejského ženského divadla *gukgeuk*, jež získal na popularitě především v 50. a 60. letech minulého století (Layoung, 2018:94). Jestliže *talnori* (viz kap. 2.2.1) fungovalo jako maskované divadlo přístupné pouze mužům, ženský *gukgeuk* zastával funkci „inkluzivního společenského klubu, který kultivoval a posiloval intimní vztahy mezi ženami“ (Kim, 2010 v Layoung, 2018:94). I když *fancos* původně vzniklo z imitace korejských idolů fanynkami, které se převlékaly za mužské i ženské performery, *fancos* komunita sdružovala ženy a posilovala jejich intimní vazby, stejně jako kultura *gukgeuk* divadla v minulém století (Layoung, 2018:94).

⁷ Ukázka vystoupení Pogtan Boys: https://www.youtube.com/watch?v=4ehtUdkCQUY&list=PLqzvhb-IHqcRg_XIEdP_9HmcTsQzKODJ

Ukázka vystoupení novodobé *dance cover* skupiny: <https://www.youtube.com/watch?v=9hq32teYe6g>.

U obou ukázek je důležité se zaměřit jednak na vizáž performerek – jejich účesy, make-up a oblečení, a také jejich gesta a pohyby.

⁸ Cosplay (a od toho odvezeno cosplayer/ka) je umění nebo praxe nošení kostýmů k ztvárnění postav z fikce, zejména mangy, animace a science fiction (“Cosplayer.” Urban Dictionary, <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Cosplayer>, 29. 4. 2024).

Cosplayerkám a jejich performanci maskulinity se ve *fancos* dostávalo nejvíce pozornosti, jelikož imitace chlapeckých skupin převládala. Při svých vystoupeních mladé ženy ztělesňovaly chlapecké performery skrze make-up, účesy, oblečení, ale také skrze gesta, styl mluvení a oslovování. Zároveň bylo zvykem při vystupování používat maskulinně znějící jména, která se více hodila k jejich vzhledu. Způsob ztotožnění se s chlapeckými idoly ukazuje, že se v K-popu fanyanky ne vždy vnímají jako objekt heterosexuální touhy, ale může se jednat i o potřebu cross-genderové identifikace (Layoung, 2018). Feministická filmová teoretička Jackie Stacey (2013) ve své knize *Star gazing: Hollywood cinema and female spectatorship* navádí čtenáře, aby opustili od dichotomie „mužské touhy a ženského ztotožnění“ při konzumaci produkce performerek. Autorka argumentuje, že „jedním z prvků filmového potěšení pro divačky může být určitý druh homoerotiky vyvolaný vlastními fantaziemi nad daným produktem“ (Stacey, 2013). Když se tedy posuneme za hranice genderu, identifikace může nastat mezi fanoušky a performery opačného pohlaví, zatímco erotická touha může být vytvořena u obou skupin aktérů stejného pohlaví. Cosplayerky mužských idolů tak vytváří prostor, ve kterém mají možnost se identifikovat za hranicemi binárních kategorií genderu díky performanci ideální maskulinity po vzoru androgynního vzhledu členů chlapeckých skupin (Layoung, 2018:94-5).

Ve svém výzkumu cosplayerek v Jižní Koreji S. Layoung (2018) uvádí, že v otázce genderové a sexuální identity se její respondentky neidentifikovaly specificky jako transgender, ale jako *iban*⁹ nebo queer. Autorka však zároveň zdůrazňuje, že *fancos* nebylo místem pouze pro queer identifikované fanoušky, ale i pro fanoušky, jejichž sexualita zapadala do heterosexuální normy. *Fancos* tedy samo o sobě nebylo prostorem vyhrazeným pro queer jedince, avšak díky K-popu a jeho průmyslu se na začátku nového milénia neočekávaně otvírá i jako queer prostor, obývaný výhradně mladými ženami. Navazování intimních vztahů v tomto prostoru nebylo něčím neobvyklým, ba naopak zdrojem hrdosti (Layoung, 2018:95-7). *Fancos* se tedy stal alternativním prostorem pro fyzické setkávání mladých queer žen, které se snažily pochopit nebo definovat své neobvyklé genderové projevy a případnou sexuální přitažlivost vůči jiným ženám. Komunita cosplayerů byla schopná přivlastnit si prvky K-popu ve vlastní subkultuře, překročit nastavené genderové hranice a vytvořit svůj queer svět. K-pop tak v rámci

⁹ Označení *iban* vzniklo jako pozitivní název pro queer subjekty v Jižní Koreji v 90. letech a své oblíbenosti nabylo zejména mezi mladými queer ženami (Layoung, 2018:95).

heteronormativní společnosti poskytl mladým queer ženám prostor pro osvojení pozitivní sebeidentifikace (Layoung, 2018:99).¹⁰

Autorka následně uvádí, že popularita *fancos* v Jižní Koreji začala upadat po roce 2012 s příchodem druhé generace K-popových idolů. Jestliže marketing první generace K-popových performerů byl založen na tajemství a skrývání soukromého života, druhá generace idolů strategicky propagovala image přístupnosti, což se výrazně projevilo na výstupech v televizních programech a sociálních sítích, kde fanoušci mohli komunikovat přímo se svými oblíbenci. Idolové se nyní stali dostupnějšími a přátelštějšími, což pozici cosplayerů upozadilo. S tím také přišla změna na straně samotných fanoušků – ti se už nepovažovali za pouhé příznivce, ale vnímali sami sebe jako spolu-manážery, kteří podporují své hvězdy. Tento významový posun ve vztahu fanoušek-idol znamenal, že fanoušci už nemají svoje hvězdy následovat nebo napodobovat, ale mají jim poskytnout materiální a praktickou podporu. Jelikož nová fanouškovská kultura nezahrnovala udržování odstupů od nynějších idolů, stala se imitace performerů a celá kultura *fancos* nevídanou. Fanoušci dále začali regulovat i psaní a šíření fanfikcí, které znázorňovaly romantické vztahy mezi členy skupin, jelikož jim to nepomáhalo k vytváření dobré image hvězd. V prostředí rostoucího negativního vnímání *fancos* komunity se mladé queer ženy rozhodly zůstat v rámci subkultury fanoušků na veřejnosti neviditelné, jelikož jejich počínání bylo ostatními vnímáno jako překážka v tom, aby si idolové mohli udržet dobrou pověst. Cross-genderová performance zůstává u fanoušků v Jižní Koreji vnímána jako součást *iban* kultury, což ukazuje, že mainstreamový fandom je v souladu s míněním korejské společnosti o anti-homosexualitě (Layoung, 2018:101-5).

Oh (2015) se v závěru své práce zamýšlí nad tím, že K-popový fandom možná není o mladých a pěkných korejských chlapcích, ale o ženské touze vytvářet vlastní narativy a přestavit genderové role tak, jak si ony samy představují. I na základě mého terénního výzkumu se ukazuje, že subkultura českých K-popových fanoušků a (spíše) fanynek zahrnuje řadu osob, které obecně nesouhlasí s tím, jakou genderovou roli jim jejich společnost přiřazuje. Což je patrné už na kolektivním vymezování se vůči skupině „těch druhých“, které mé respondentky nazývají „normíci“. Dle slov mé respondentky:

¹⁰ V dnešní době společností vyvíjený tlak na ženy, aby se přizpůsobovaly genderovým rolím došel v Jižní Koreji už do bodu, kdy se stále více žen přidává ke tzv. „4B movementu“, feministickému hnutí za genderovou rovnost. Tyto ženy se řídí čtyřmi „ne“, na kterých je hnutí založeno: ne randění s muži, ne heterosexuálnímu sexu, ne vdávání, a ne rození dětí. Uvedené čtyři „ne“ představují zásadní kroky k demontáži patriarchy a osvobození žen od jeho derivátů, včetně genderově podmíněného násilí a nerovnoměrného hodnocení práce a péče (Nam, 2023).

„Normíci jsou straight bílí chlapi, co sem chodí očumovat holky, a ne kvůli K-popu. To poznáš, když si místo koktejlu dají pivo a prostě tu [v klubu] jen tak stojí a koukaj.“ (Evička, 18 let)

Skupinu „normíků“ lze na první pohled velmi dobře rozlišit od K-popových fanoušků. Z pravidla se jedná o neasijské heterosexuální muže kolem třiceti let věku, kteří do klubu zamíří neplánovaně, hlavně díky jeho příhodné lokaci uprostřed města. Podle výpovědí respondentek „normíci“ nejčastěji zaujímají pozici na okraji tanečního parketu, odkud pozorují fanynky; v některých případech je na parket následují a snaží se s nimi zapříst konverzaci. Respondentkám připadá počínání „normíků“ paradoxní, jelikož právě oni jsou tím důvodem, proč se fanynky chodí bavit na párty s K-popovou tematikou – je to místo, od kterého očekávají absenci právě takovýchto pozorovatelů.

2.4 Fanoušci K-popu v České republice k roku 2015

Fanouškovskou komunitu v České republice zatím nejvíce systematicky dokázala popsat koreanistka Vladislava Mazaná. Ve své publikaci z roku 2015 nazývá fanoušky K-popu „K-poperý“¹¹, spojující se pod záštitou organizace „Czech hallyu Wave“ (CZHW). Její nadšení fanoušci organizují setkání, akce spojené s fenoménem *Hallyu* a celkově se podílejí na propagování korejské populární kultury. Díky malé geografické rozloze České republiky je fandom K-popu soustředěn primárně do hlavního města Prahy, kde se koná většina jeho akcí. Hlavním prostředkem pro komunikaci mezi fanoušky zůstávají sociální sítě, které spojují roztroušené menší komunity po celé zemi. Dle autorčina výzkumu více než polovina konzumentů *Hallyu* uvádí, že kromě K-popu se zajímají i o korejský jazyk, filmy a televizní dramata. Zároveň odhaduje, že k roku 2014 číslo K-popových fanoušků nepřesáhlo 3000 jedinců, mezi kterými bylo pouze 200 až 300 členů aktivně participujících na šíření korejské kultury (Mazaná, 2015:9-10).

Průměrný věk K-poperů Mazaná odhaduje mezi 13 a 22 lety, z toho jednoznačně převládají ženy. Vedle Čechů a Slováků tvoří významnou část publika i vietnamská menšina. Pro vietnamské fanoušky K-pop představuje zábavný hudební styl, kterým jim dává jedinečnou příležitost, jak pracovat se ztotožněním a posilováním asijské identity. Zároveň K-pop hraje důležitou roli v boji proti xenofobii a diskriminaci, vycházející z neznalosti a nezájmu o

¹¹ Během svého výzkumu jsem se respondentů ptala, jestli by se oni sami nazvali „K-poperý“, načež mi odpověděli, že toto označení jim přijde moc „boomerské“ nebo už zastaralé. Nejčastěji se nazývají anglickým termínem *stan*, čehož si je možné všimnout i v některých rozhovorech ve čtvrté kapitole.

pochopení odlišnosti osob z Asie. Úspěch K-popu je vnímán jako prostředek ke zvýšení povědomí o Asii a k přilákání pozornosti k asijské populární kultuře (Mazaná, 2015:11).

Jelikož japonská popkultura běžně přímo navazuje na korejskou, není divu, že značná část fanoušků se s K-popem a *Hallyu* seznamuje prostřednictvím japonských mang, anime a J-popu. Podle článku, který pojednává o ekonomických dopadech korejské vlny z roku 2005, rozděluje Mazaná stupeň participace do čtyř kategorií:

1. Prostý požitek z K-popu a korejské popkultury,
2. Nákup produktů ve spojitosti s K-popem (alba, plakáty, kartičky apod.),
3. Záměrný nákup produktů s označením „Made in Korea“,
4. Rozvoj obecné preference pro korejskou kulturu.

Publikace uvádí, že se doposud žádná ze zemí nepřiblížila ke čtvrté kategorii. V případě fanouškovské komunity z České republiky můžeme vidět sklony k finální fázi díky přejímání korejského životního stylu – fanoušci „milují vše, co je korejské“, preferují korejské pokrmy a jiné produkty, které v sobě odráží podstatu korejské pop-kultury, její estetiku, emoce a zvyky (například korejský make-up a styl nebo nejmodernější technologie) (Mazaná, 2015:12-3).

Dle autorky K-popeři nejdříve začínají svou fanouškovskou činnost poskromnu, sledováním online *Hallyu* komunit a jejich aktivit. Postupně se z nich začínají stávat aktivní členové, kteří propagují korejskou vlnu sdílením hudebních videoklipů a fotografií na svých profilech, veřejně se zapojují do organizací fanouškovských setkání a událostmi s *Hallyu* tématikou. Sami se poté mohou stát zakladateli spolků (viz začátek kapitoly), které jsou zodpovědné za pořádání akcí, nebo různých K-popových soutěží, které mohou trvat až několik dní, zahrnující prezentace témat spojených s Jižní Korejí, taneční workshopy, korejskou kuchyni nebo nákup korejských produktů. Zmíněné akce poskytují skvělou příležitost pro fanoušky se seznamovat a konverzovat o jejich sdílené, avšak někdy skryté, zálibě (Mazaná, 2015:13-4).

Autorka předpokládá, že narůstající povědomí o K-popu mezi českou veřejností bude mít pozitivní vliv na změnu negativních postojů vůči Asiatům, jež jsou v naší společnosti stále zakotvené. I samotní fanoušci K-popu bývají občas terčem negativních postojů. Někteří fanoušci v průzkumu V. Mazané otevřeně přiznávají, že kvůli jejich nadšení pro K-pop se v minulosti stávali terčem šikany, zatímco jiní své fanouškovství skrývali úplně kvůli strachu z reakce okolí. Pro fanoušky je K-popová komunita bezpečným místem. Svou komunitu popisují vřele, hovoří o přátelských vztazích s ostatními členy a o celkově příjemném prostředí.

Na jedné straně s radostí pozorují nárůst popularity korejské popkultury v českém prostředí, ale zároveň mají obavy, že komunita s mnoha novými členy ztratí svou výjimečnost (Mazaná, 2015:16).

3 Metodologická část

Tato kapitola má za cíl prezentovat použité metody v průběhu výzkumu, který posloužil jako základ pro vypracování mé bakalářské práce. Při svém výzkumu jsem zvolila jako hlavní metody zúčastněné pozorování a následně neformalizované a polostrukturované rozhovory realizované s respondenty vybranými metodou sněhové koule.

3.1 Příprava a průběh výzkumu

V březnu minulého roku 2023 jsem podnikla první výjezd do terénu a navštívila jsem klub Onyx nacházející se na Starém městě v Praze. Tento terén jsem zvolila s ohledem na to, že patří mezi jedno z mála míst, kde se K-popoví fanoušci setkávají pravidelně, jak jsem se dozvěděla ze sociálních sítí. V té době jsem se ještě s žádným fanouškem osobně nesetkala a nebyla jsem si jistá, zda bude můj přístup do terénu snadný. Po necelých třech hodinách v klubu se mi podařilo dát do řeči s prvními dvěma respondentkami, se kterými jsem později udržovala kontakt přes sociální síť Instagram. Tyto respondentky se pak staly gatekeeperkami do české fanouškovské komunity. Získala jsem prvotní informace o tom, co je momentálně mezi fanoušky populární, jak probíhají K-popové párty a co bych mohla udělat, abych se příště dokázala lépe začlenit.

Při své dubnové návštěvě klubu, za doprovodu mých dvou kolegyně z oboru, jsem byla schopná aplikovat metodu **zúčastněného pozorování**, jež je považováno za jednu z nejdůležitějších metod kvalitativního výzkumu. Zúčastněné pozorování mi umožnilo navázat kontakt s ostatními fanoušky, aniž bych nějak narušila jejich činnost. Podle H. R. Bernarda (2017) terénní výzkum zahrnuje 3 odlišné typy rolí: (1) **úplného pozorovatele**, (2) **zúčastněného pozorovatele** a (3) **úplného účastníka**. V této fázi výzkumu jsem se přesunula z pozice úplného pozorovatele, kdy jsem při své první návštěvě klubu pouze přihlížela a dokumentovala jeho dění, a vzala na sebe roli zúčastněného pozorovatele. To mi bylo umožněno zejména díky předešlým konverzacím s dvěma respondentkami – mně a mým kolegyním se povedlo přizpůsobit náš vzhled a projev tak, abychom snáz zapadly mezi ostatní fanoušky. Ti se s námi sami dávali do řeči, i když jsme společně v klubu byly poprvé. V průběhu noci se mi opět podařilo získat kontakt na jednu respondentku, se kterou jsem se později přes Instagram domluvila, že na další K-popovou párty půjdu s ní a jejími kamarády.

Při svém květnovém terénním výjezdu jsem rozšířila síť kontaktů o další respondentky. To mě přivedlo do nového prostředí mimo klub Onyx na místo nazývané „schody“¹², kde, jak

¹² Viz příloha 6 a 7

jsem záhy zjistila, se odehrávala většina dění a interakce mezi fanoušky. „Schody“ označují plochu pár metrů od vchodu do klubu pod obchodním centrem Kotva. Po úvodním seznámení jsem svým respondentům sdělila, že důvod pro moji přítomnost mezi nimi je výzkum, jež se týká právě fanoušků K-popu. Po získání informovaných souhlasů jsem pomocí neformálních rozhovorů začala sbírat podklady pro tvorbu osnovy polostrukturovaného rozhovoru. Díky neformálním rozhovorům jsem si s respondenty začala budovat důvěru, nejdříve skrze sdílení vědomostí o K-popu a dalších aspektech korejské kultury. S respondenty jsem postupně začala mluvit i o osobnějším tématech, která už se přímo týkala mých výzkumných cílů. Rovněž skutečnost, že většinu fanouškovské komunity tvoří mladé ženy, hrála v můj prospěch.

Po celý čas strávený v terénu jsem si vedla i **terénní deník**¹³, který jsem doplňovala audiovizuálními záznamy. Nasbíraný materiál zahrnoval jak fotografie a videa, tak i útržky konverzací, časovou osu každého pobytu v terénu nebo ilustrační nákresy klubu.

Po důkladnějším seznámení s respondenty a terénem byla v průběhu srpna zformována osnova **polostrukturovaného rozhovoru**¹⁴. Výhodou takového typu rozhovoru je právě předem připravená sada otázek a témat, která výzkumníkovi pomáhá se zorientovat v rozhovoru a udržovat jeho kontinuitu, přičemž nechává prostor pro témata, se kterými se setká až během jeho procesu (Bernard, 2017). Ten zde hrál roli doplňkové výzkumné metody, díky které se mi podařilo rozvinout již nabyté informace z neformálních rozhovorů. Až na jednu výjimku, kdy jsme s jedním respondentem konverzovali přes Skype, byly ostatní rozhovory nahrané na záznamník a všechny následně přepsány. V průběhu analýzy přepisů jsem se zaměřovala na identifikaci souvislostí mezi odpověďmi respondentů a svými výzkumnými otázkami, což mi následně umožnilo provést interpretaci dat.

3.2 Výběr respondentů

Mým respondentem se mohl stát každý fanoušek, který se pohybuje ve veřejné fanouškovské komunitě. Stanovila jsem dobu minimálně 1 rok, aby mi respondenti byli schopní vylíčit prostředí mezi ostatními fanoušky. Konkrétně jsem provedla rozhovory se sedmi lidmi, z nichž bylo šest žen a jeden muž. Věkové rozpětí mých respondentů je 17 až 21 let.

Klíčová pro mě byla právě první skupina čtyř respondentek, se kterými jsem se seznámila při květnové K-popové akci. Díky nim jsem mohla poznávat další respondenty a využít metodu sněhové koule. Každý nový respondent, se kterým jsem se dala do konverzace,

¹³ Viz příloha 13 a 14

¹⁴ Viz příloha na str. 59-60

byl seznámen s cíli mého výzkumu. Respondenti na anonymizaci netrvali, proto je zde budu označovat křestním jménem, popřípadě přezdívkou, a věkem.

3.3 Výzkumné otázky

V rámci mého výzkumu se zaměřím na zkoumání motivací, které vedou fanoušky K-popu v České republice k této zálibě, s cílem zjistit, zda jsou tyto motivace specifické pro české prostředí. Dále se budu věnovat identifikaci a analýze hodnot a praktik, které jsou přítomné v této fanouškovské komunitě. Hlavní otázkou zde bude, jaké hodnoty a praktiky jsou pro komunitu charakteristické a jak se liší od jiných fanouškovských skupin. Na závěr mého výzkumu se pokusím ověřit teze zahraničních článků, které tvrdí, že fanouškovské společenství K-popu v České republice poskytuje prostor pro svobodnější prozkoumávání genderových a sexuálních identit. Konkrétně se zaměřím na to, zda tato specifika platí i pro české fanoušky a jaký vliv má tato záliba na jejich osobní identitu a sociální interakce v rámci komunity.

4 Analytická část

Cílem této kapitoly je interpretace dat, které byly získány v průběhu zúčastněného pozorování a polostrukturovaných rozhovorů. Kapitola nejdříve představuje subjektivní pohled respondentů na sebe jako fanoušky a fanyanky a následně na jejich objektivní popis fanouškovské komunity.

4.1 Seznámení se s K-popem

V úvodní části rozhovorů jsem zjišťovala, jak se respondenti poprvé s K-popem setkali, přičemž většina z nich uvedla, že k němu našli cestu prostřednictvím přátel či multimediálních platforem. Z výpovědí vyplývá, že K-pop je pro ně atraktivní díky jeho odlišnosti od hudby, na kterou byli dříve zvyklí, a to zejména kvůli jeho vizuální stránce a podpoře mezi fanoušky.

„Všechno to začalo v roce 2017, byl jsem v 7. třídě a měl jsem hodinu hudební výchovy. Měli jsme volnou hodinu a mohli jsme si pouštět své vlastní písničky, no a v tom přišla moje kamarádka s tím, že pustí novou písničku od BTS s názvem 'Not Today'. Písnička se mi líbila hned na první poslech, tak jsem si ji doma pustil znovu a rozhodl se, že si toho od BTS poslechnu více. Jejich hudba mě vtáhla do světa K-popu a díky tomu jsem narazil i na ostatní skupiny podle mých doporučení na YouTube. Už to bude 7 let, co K-pop poslouchám, a musím říct, že mě to neomrzelo ani trošku. Na K-popu se mi asi nejvíc líbí ta pohodová atmosféra mezi K-pop fanoušky a jejich podpora pro idoly. BTS jsem přestal poslouchat v roce 2020, jelikož jsem si uvědomil, že mám raději už jiné skupiny. Hned rok po tom, co jsem začal BTS a K-pop poslouchat, jsem narazil na holčičí skupiny a od té doby jsem věděl, že holčičí skupiny budu poslouchat o dost více. V roce 2018 jsem narazil na svoji nejoblíbenější skupinu TWICE, jsem s nimi už od roku 2018 a musím říct, že jejich hudba je stále lepší a lepší.“ (Petr, 19 let)

„Ke K-popu jsem se dostala tak, že jsem asi ve 13 letech viděla videoklip BTS na Óčku, hodně mě to zaujalo, protože mi to připadalo jako úplně jinak znějící druh hudby než cokoli, co jsem před tím slyšela. Takže jsem se rozhodla o týchle hudební skupině zjistit něco víc a tímhle způsobem jsem se poprvé ponořila do světa K-popu. Dřív jsem samozřejmě znala 'Gangnam Style', ale ani jsem tehdy netušila, že je to K-pop. Přišlo mi, že to zní jinak a má to úplně jinou atmosféru než náš západní pop. Líbilo se mi, že je to hodně taneční. Zároveň jsem se tehdy platonicky zamilovala do členů kapely BTS a postupně jsem objevovala i další kapely.“ (Sofí, 18 let)

„Já jsem poprvý začala poslouchat K-pop někdy v roce 2016-2017 a to bylo, že jsem poslouchala 'girl groups', hlavně BLACKPINK, Red Velvet a TWICE a na to jsem narazila na

YouTube a potom jsem to přestala poslouchat. No a potom v létě 2020 vyšlo 'God's Menu' od Stray Kids, to jsem viděla na TikToku nebo na Twitteru... Takže jsem to začala znovu poslouchat a už to jelo z kopce prostě, koupila jsem si první album a všechno to začalo. Já mám ráda takový ty upbeat písničky, co ani nedávají moc smysl, opakují ty samý slova a jsou satisfying a to je K-pop.“ (Soupie, 21 let)

4.2 Fanouškovství K-popu

Dalším zkoumaným aspektem bylo fanouškovství K-popu, kde respondenti popisovali, jak by charakterizovali běžného fanouška. Zde se ukázalo, že pro fanoušky je typický zájem nejen o hudbu, ale i o celkovou jihokorejskou kulturu, což se projevuje na jejich každodenních aktivitách, jako je sledování K-dramat, učení se korejského jazyka či preference jihokorejských módních trendů.

„Myslím si, že typický K-pop stan¹⁵ bude spíš ženského pohlaví. Bude mít nějaký ty plakáty svých oblíbených interpretů v pokoji a několik K-pop alb. Bude se nejspíš učit korejsky, možná se bude dívat na nějaký korejský dramata a bude se celkově hodně zajímat o kulturu Jižní Koreje. Taky bude možná tancovat, ať už amatérsky doma nebo ve skupině.“ (Sofi, 18 let)

„No tak běžnej fanoušek poslouchá K-pop, sbírá kartičky, ani to právě nemusí být jako oficiální, protože každéj na ně nemá peníze, ale prostě jako obklopovat se tím... Hlavně povídám o sobě teda. Chodí na ty K-pop párty a tak.“ (Soupie, 21 let)

„Podle mě a z mých osobních setkání typický K-pop fanoušek je dívka/non-binary osoba spadající do velmi rozšířené věkové kategorie, ale nejvíce lidí, co jsem potkal, byli ve věku 12–20 let. Jejich chování bych popsal jako přátelské. Extrovertní lidi, kteří se nebojí zažít srandu a užít si život naplno. Jako K-pop fanoušek mužského pohlaví jsem moc mužských K-pop fanoušků nepotkal.“ (Petr, 19 let)

Předchozí Petrova výpověď ukazuje na již zmíněný fakt, že fanouškovská komunita je výhradně tvořená fanynkami. Lee et al. (2020) díky své studii amerických fanoušků a fanynek K-popu nabízí pro tuto skutečnost vysvětlení, a to takové, že femininní rysy mužských K-popových idolů nezapadají do té podoby homogenní maskulinity, která ve Spojených státech převažuje. Genderový model K-popových performerů tudíž není pro mnohé akceptovatelný, naopak je považován za „podezřelý“ (Lee et al., 2020:5913-5).

¹⁵ Anglický termín pro fanouška „stan“ se mezi K-popovými fanoušky používá nejčastěji.

Zajímavé bylo i zjištění, že fanouškovství K-popu přináší jak výhody, jako jsou nová přátelství a pocit příslušnosti k semknuté komunitě, tak i nevýhody, mezi které patří finanční a časová náročnost a často i předsudky ze strany jejich okolí. Respondenti poukázali na to, že přestože může být fanouškovství časově a finančně náročné, pocit sounáležitosti v komunitě často převažuje nad těmito nevýhodami.

„Výhody... To jsou kamarádi, na sto procent. Prostě nová komunita, dostaneš se do úplně nově vypadajícího světa. Nevýhody... Přijdeš o většinu svých peněz a taky asi... Záleží na tom, jak moc už jsi začleněná v té komunitě, ale ostatní lidi [mimo K-popovou komunitu] tě budou soudit, protože to nebudou chápat.“ (Evička, 18 let)

„Výhody jsou určitě v tom, že můžeš najít nějakou silnou komunitu a zároveň objevit novou kulturu. Nevýhodou je asi to, že je to moc kapitalistický. Pořád je přisun nového merche, alb a dalšího kontentu a pokud chce člověk vědět vše, co se děje s jeho oblíbenými idoly, tak se musí hodně snažit, aby udržel krok. Mně osobně to v něčem připadá vyčerpávající.“ (Sofi, 18 let)

„Ta nevýhoda je, že tě lidi soudí, že to posloucháš, protože oni sami tomu nerozumí, tím pádem je to jako špatná hudba, je to nekonvenční styl... S K-popem je právě že hodně spojený to, že lidi si o tobě myslí ty extrémy, jakože ty můžeš mít jedno album, jednu kartičku, ale hned si o tobě budou myslet, že jsi obsessed, že těm idolům voláš na jejich čísla, který jsi získala někde na černém webu za svou ledvinu.“ (Soupie, 21 let)

Rozdíly mezi fanouškovstvím K-popu a jiné ne-asijské hudby viděli respondenti především v obchodním modelu doprovázejícího produkovanou hudbu. Produkce K-popu vytváří obrovské množství ne nutně hudebního komerčního konzumovaného obsahu – „kontentu“¹⁶.

„Kontent, hlavně ten kontent. Jakože hlavně co se týče těch lidí... Třeba nějaká skupina skončí, vem si One Direction, ta jejich skupina skončí a už od nich nic nenajdeš, umřou a vidíš

¹⁶ Fanoušky konzumovaný „kontent“ se předně skládá ze sběratelských foto-kartiček, kupovaných samostatně nebo (častěji) v albech společně s CD diskem, plakátem a dalším doprovodným zbožím, jakou jsou samolepky, mini-plakáty nebo polaroidové fotografie. Dalším doprovodným obsahem, který je dostupný ve specializovaných e-shopech, je oblečení, lightsticky, plyšové hračky a spousta dalších doplňků. Jako online „kontent“ fanoušci konzumují hudební videa, různá variety show a interview nebo příspěvky svých idolů a idolek ze sociálních sítí a placených platforem (např. aplikace *Bubble*). Samostatnou kategorií konzumovaného obsahu jsou poté přímo koncerty nebo interakční fanouškovská setkání, na kterých idolové a idolky plní různé úkoly a hry. Nákupem uvedeného zboží fanoušci tvoří významnou část příjmu pro K-popové agentury a jejich umělce. Zároveň fanoušci mají pozitivní dopad na turistický průmysl Jižní Koreje v případě, že se rozhodnou navštívit K-popový koncert.

je maximálně jako sólo. Skončí ti K-pop skupina a jejich kontent jede pořád dál, ne že by oni sami dělali nový, ale pořád vidáš ten jejich kontent, protože fanoušci to drží naživu dokud můžou. Prostě tyhle skupiny neumírají a ty lidi jsou jim strašně věrný.“ (Evička, 18 let)

„Určitě kontent. Lidi v normální hudbě si občas koupí cédéčko, mají pár plakátů, a to je tak všechno. Ale v K-popu ty lidi z toho často udělají svojí celou personality, mají ty idols, dívají se na ty variety show, programy... Prostě ten K-pop dává víc toho kontentu, takže tím pádem ti fans konzumují víc než tu hudbu, a ještě víc to rozvíjí. Třeba ještě jsem neviděla nějakou párty spojenou s Taylor Swift¹⁷ nebo nemáš vyloženě párty jen na české rap. Potom máš i eventy, kde třeba oslavuješ výroční vzniku jen jedny skupiny... A to máš i u těch skupin, co se už rozpadly, jedna skupina se třeba rozpadla 5 let zpátky, ale ti fanoušci i teď prostě budou oslavovat 10 let od jejich vzniku. Je to lepší než jít na koncert.“ (Soupie, 21 let)

Šíření BL seriálů a fanfikcí mezi K-pop fanoušky

V rámci rozhovorů jsem se také dotkla tématu konzumace BL seriálů a fanfikcí mezi fanoušky, které jsou v komunitě vnímány jako lehce tabuizovaná. Zde bylo zřejmé, že fanoušci se k těmto tématům vyjadřují otevřeněji až po navázání pevnějších vztahů v rámci komunity.

„To, že koukám na BL, říkám v podstatě o dost pozdějš než to, že poslouchám K-pop. Když se o tom s někým chci zkusit bavit, tak nejdřív řeknu, že koukám na thajský seriály, a když se ten člověk chytne, tak vím, že taky kouká na BL. Když jako moc neví, tak jen mluvím o těch hetero seriálech, takhle si to vždycky radši ozkouším.“ (Evička, 18 let)

„Jako já nesleduju BL seriály, ale čtu mangu, korejský mangy, kde hodně těch fanoušků jsou K-pop fanoušky. V těch komentářových sekcích pod téma mangama hodně vidám jako K-pop GIFy a kolikrát se stává, že ten autor se inspiruje nějakým K-pop idolem jako na postavu. A ty autoři jsou většinou ženy, ale neukazují svoji identitu, mají nějakýho avatara... Vlastně ono nevíš, jestli je to kluk nebo holka, ale prostě ti to dojde, když to čteš. Ono se to odvíjí od toho žánru yaoi z Japonska, kde to yaoi je psaný od žen pro ženy, kvůli tomu, že ty ženy si tam nesmí dovolit moc koukat na nějaký explicitní věci, tak proto zavedli tohle. Jak říkám, K-pop cpu

¹⁷ Na stejném principu K-popových párty se v průběhu loňského roku vůbec poprvé konaly večírky s hudební tematikou zpěvačky Taylor Swift. Fanoušci, a především fanynky americké umělkyně, známí jako *swifties*, měli v loňském roce možnost zúčastnit se dlouho očekávaného *Eras Tour*, jež se podle časopisu Forbes stalo nejvýdělečnějším hudebním turné roku 2023. I když mělo turné několik zastávek na třech kontinentech, pro spousty *swifties* byly vstupenky finančně nedostupné. V téhle skutečnosti vidím velkou podobnost s fanoušky K-popu, společně s velmi semknutou komunitou a hudbou, která je cílená na ženské publikum (tzv. „female coded“ text). Jako tedy i v případě K-popu, párty s hudbou Taylor Swift poskytuje náhradu za aktivity, které fanouškům zůstávají nedostupné.

všude, ale ty BL mangy ne... To většinou jen říkám že čtu mangy a dál to nerozvíjím. Bojím se, že ty lidi z nás potom udělají hrozný úchyly.“ (Soupie, 21 let)

Respondentka Soupie ve své výpovědi potvrzuje, že většina fanoušky psaného obsahu inspirovaného nebo přímo o K-popových idolech je psáno právě ženami, jak jsem uváděla v předešlé teoretické kapitole. I zde respondentka vyjadřuje obavu z toho, jak bude přijímána svým okolím, když prozradí svou zálibu ve čtení BL příběhů, které jsou považované za „úchylnou“ literaturu.

„Když na sebe něco prásknu, tak já jsem měla svoji Wattpad¹⁸ éru, když jsem to měla z pohledu spisovatele a sama jsem tam psala. Prostě jsem si vymyslela svět, bylo to zasazený v Koreji, no... A mělo to docela úspěch, ale nesmí nikdo vědět, že jsem to byla já, to ne.“ (Sabča, 19 let)

K-popové dance cover skupiny

Do vybraného výzkumného vzorku jsem zahrнула i dvě osoby, které tancují ve svojí vlastní dance cover skupině – Jaynu a Petra. Jejich skupina s názvem *SEQUENCE* se skládá z devíti členů, sedmi dívek a dvou chlapců. Taneční skupinou jsou již od roku 2022, kdy se jako skupina přátel rozhodli svoje nadšení pro K-popové choreografie projevit skrze vytvoření oficiální skupiny. Od té doby se svými covery vystupují živě na veřejnosti, natáčejí je a později nahrávají na instagramový účet (@sequence.official) a YouTube. *SEQUENCE* napodobují choreografie jak od mužských, tak i ženských K-popových skupin s tím, že pokud nějaký z jejich členů daný cover dělat nechce, tak se účastnit vystoupení nemusí.

„U nás nepřevládají boy groups ani girl groups, prostě si sami odsouhlasíme, co chceme coverovat a to uděláme. Skupina má 9 členů, kteří se snaží ze všech sil a jsem na ně velmi pyšný. Na vystoupení máme vždy speciální oblečení, které se hodí do vibu dané písně, s kterou zrovna vystupujeme. Podle mě jsou dance cover groups jednou z věcí, které reprezentují K-pop.“ (Petr, 19 let)

¹⁸ Fanynky nejčastěji čtou a/nebo píšou fanfikce na dvou webových stránkách: Wattpad (<https://www.wattpad.com/>) a Archive Of Our Own (<https://archiveofourown.org/>). Zejména druhá zmíněná platforma, se zkratkou AO3, je zajímavá jejím vznikem. Na začátku milénia byla skupinou mužů založena platforma FanLib, jejímž účelem bylo zpeněžit fanouškovskou tvorbu převážně ženské komunity, kterou si do té doby mezi sebou sdílely bez finančního profitu. Výsledkem tohoto omezování a vytěžování bylo založení jejich vlastního archivu na principech přístupnosti a inkluze. AO3 bylo založeno roku 2008 a od té doby je spravováno výhradně ženami, jež jsou do teď předními uživatelkami této platformy (Fiesler et al., 2016).

Mé ostatní respondentky, které v žádné *dance cover* skupině nepůsobí, obecně považují tento koncept za zajímavý aspekt K-popového fanouškovství.

„Přijde mi to zajímavý, skvělý, že se tomu fakt věnujou a dávají do těch coverů hrozně moc. Občas mi to vyskočí na TikToku, závidím jim, že se umí takhle pohybovat a že se to umí takhle naučit.“ (Soupie, 21 let)

Kromě vystoupeních s K-popovými *dance cover* skupinami mají fanoušci i jiné příležitosti propagovat svůj fandom skrze tanec. Jako jednotlivci mohou předvést své taneční dovednosti během K-popových párty nebo na veřejnosti při akcích jako je *K-pop Random Dance in Public*. V červenci loňského roku 2023 se na Vítkově v Praze konal 5. ročník této události, za jejíž produkci stojí Czech-Korean Production (CKP), fanouškovská organizace, jež pořádá i další eventy spojené s K-popem a jihokorejskou kulturou. Příkladem mohou být taneční K-popové workshopy pořádané zhruba jednou měsíčně, na které se fanoušci musí předem přihlásit a zaplatit vstupní poplatek. Workshopy jsou pořádané lektory-fanoušky, kteří si dopředu připraví jednu populární choreografii, kterou s účastníky v průběhu jednoho kurzu nacvičí. Má respondentka Jayna se jednoho workshopu zúčastnila, ale jelikož její lektor choreografii upravil tak, aby se ji mohli naučit všichni nehlédě na jejich taneční dovednosti, ztratila o workshopy zájem.

Kromě K-popových večírků a akcí spojených s tancem, CKP pořádá velké množství různorodých eventů, jako například K-Meet (setkání K-popové komunity), KOREAN ON (offline lekce korejštiny s lektorkou, která studovala na jihokorejské univerzitě) nebo K-DAY (korejský kulturní den s přednáškami na témata o Jižní Koreji). Pro lepší představu doporučuji navštívit instagramový účet organizace (@ckppraha), kam její členové zveřejňují informace o všech pořádaných událostech a jejich následnou fotodokumentaci.

Gender, sexualita a přitažlivost mezi fanoušky K-popu

Důležitým aspektem výzkumu byla i otázka genderové identity mezi fanoušky. Zjistila jsem, že komunita vytváří prostředí, ve kterém mohou fanynky a fanoušci svobodně prozkoumávat svoji sexualitu, což souvisí s historií jihokorejského divadla *gukgeuk* a komunity *fancos*. Fanouškovská komunita K-popu tak představuje místo, kde je možné utvářet a kultivovat intimní vztahy mimo tradiční genderové a sexuální normy. Respondentka Evička popisuje svou fluidní genderovou identifikaci následujícími slovy:

„Když jsem začla s K-popem, tak jsem si byla jistá, že jsem queer, potom jsem se nějak dostala dál od toho TikToku, kde se to tehdy hodně řešilo a teď tam mám jen K-pop edity, kde

to nikdo neřeší... Tak jsem prostě existující K-pop stan a já nevím, zamilovaná do holky jsem nebyla, do kluka jsem byla zamilovaná jednou a prostě do koho se zamiluju do toho se zamiluju a je mi to zatím jedno, ale aktuálně, když nad tím přemýšlím, tak koukám spíš na kluky než na holky. “ (Evička, 18 let)

„Já osobně třeba před K-pop fanouškama neschovávám svoji sexualitu, protože tam jsou všichni jako, že mě budou brát vážně, takže tam jim je to jedno, a navíc chovám se tam úplně jako jinak, jsem tam extrovertní, i třeba na tom internetu se nebojím jim jako napsat a takhle. Bavím se úplně jako nic... já jsem... jinej člověk, když to tak řeknu.“ (Míša, 18 let)

„No třeba vidíš, jakou má někdo kartičku idola a hned jsi jako 'hm, to je můj člověk', takhle jsme se seznámily se Sabčou, jak jsem ti říkala na začátku. S holkama je hodně jednoduchý tam navázat vztahy, i když ty holky jsou na holky, tak si tam prostě jdou zapařit. Ale najít si tam klučíci kamarády... To je těžký.“ (Evička, 18 let)

„Normíci“ a další ne-fanoušci K-popu

V předchozí výpovědi respondentka naráží na skupinu tzv. „normíků“ a dalších mužských ne-fanoušků K-popu, kteří se ale večírků také pravidelně účastní. Do kategorie „normíků“ moje respondentky řadí všechny heterosexuální ne-asijské muže, jež do klubu nepřicházejí za účelem poslechu K-popové hudby. Z vlastní zkušenosti na mě „normíci“ působí jako rušivý element, pro který není v alternativním světě K-popu místo. Fanyňky na večírky chodí nejen kvůli K-popové hudbě, ale i proto, že předpokládají, že v klubu narazí jen na další fanoušky a fanyňky. Při mém výzkumu se už několikrát stalo, že jsme se skupinkou respondentek radši klub na nějakou dobu opustily a šly si povídat na „schody“, protože přítomnost „normíků“ pro nás byla nepříjemná.

Kromě fanynek, fanoušků a „normíků“ se párty účastní i Asiati, zejména Vietnamci, Japonci a Korejci, jejichž cíl je zpravidla podobný jako u „normíků“, ale moje respondentky je do jedné kategorie nezařazují. Asijští muži zde využívají své podobnosti K-popovým idolům – fanyňkám přijdou obvykle vzhledově atraktivní. Nakonec ale takové seznámení často končí zklamáním.

„Třeba já a Evička jsme se poznaly díky těm photocards, jak jsem jednu měla za krytem mobilu. No a potom třeba na těch K-pop párty, tam chodí organizovaně ty skupinky kluků, spíš Asiátů že jo, a ty si prostě vybíraj... A když jako chceš si s nima něco začít, tak to je na tobě.“ (Sabča, 19 let)

„No, víš jak jsou tady [v České republice] Asiati pořád stigmatizovaný? Tak oni na ty párty chodí, protože se tamtěm bílým holkám líbí Korejci, takže oni do toho klubu chodí po skupinách a taktizují. Takhle za mnou jeden přišel a spustil na mě anglicky, a když se dozvěděl, že jsem ještě na střední, tak ztratil zájem, otočil se na své kámoše a normálně začal mluvit česky. My se jim akorát smějem, protože je to vtipný.“ (Evička, 18 let)

Cross-dressing mezi fanynkami K-popu

Dalším častým fenoménem na K-popových párty jsou fanynky, jež praktikují cross-dressing – úmyslně se oblékají jako jejich oblíbení mužští idolové. Tuto skutečnost se dalo zvláště dobře pozorovat při párty, která nesla téma *Be your Idol*, kde byl doporučený dresscode kostým nebo cosplay oblíbeného idola nebo idolky. Z doporučení jsem si sestavila tabulku, do které jsem v průběhu noci zapisovala, jestli daná fanynka měla holčičí nebo klučičí převlek. Z 23 náhodně dotazovaných fanynek byly pouze 4, které vypověděly, že se ve svých outfitech inspirovaly idolkami. Jelikož bylo zřejmé, že cross-dressing je u fanynek populární, zahrнула jsem jednu otázku na toto téma i do osnovy rozhovoru.

„Řekla bych, že je to podle toho, koho ty holky stanujou, a podle toho se chtěj oblíkat. Jako když má ráda Jungkooka, tak si řekne, že se chce oblíkat jako on a cítí se víc confident na těch párty.“ (Míša, 18 let)

Ve spojitosti s praktikováním cross-dressingu jsem se na sociálních sítích pod fanouškovskými videi mužských idolů setkala i s pojmem „gender envy“. Urban dictionary termín „gender envy“ popisuje jako „pojem používaný transgender osobami, které závidí vzhled jiné osobě“.¹⁹ Avšak v K-popu je termín používaný všemi fanoušky bez ohledu na jejich genderovou identitu. V rozhovoru jsem se svých respondentů ptala na to, jak by oni nejlépe pojem definovali.

„Jo... To si vezmi třeba Sana z Ateez nebo Chana ze Stray Kids... Kdo by nechtěl mít tak vypracovaný tělo, ale zároveň vypadat tak pěkně? Oni ví, že jsou hot a všichni okolo nich taky ví, že jsou hot, zní to strašně blbě, ale je to tak.“ (Sabča, 19 let)

„To je třeba u Felixe, kterýho jsme si říkaly už. On má hrozně ženský rysy jo, ale zároveň je to kluk prostě. Prostě, kdo by nechtěl vypadat jako on? Těmhle momentům se v K-popu nevyhneš.“ (Evička, 18 let)

¹⁹ „Gender envy.“ Urban Dictionary, <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Gender+Envy>, 30. 3. 2024

„To je prostě když vidíš někoho, kdo má jinej gender než ty a prostě mu závidíš, protože bys třeba chtěla vypadat jako on. Částečně jim závidím i to, že když jdou prostě po ulici, tak se ty lidi za nima musí otáčet, ty holky na ně koukaj že jo.“ (Sofí, 18 let)

Výpovědi respondentek ohledně cross-dressingu i jejich vnímání fenoménu „gender envy“ se dá identifikovat jako potřeba projevit takovou formu genderově nevyhraněného vzhledu, který se nedá zaškatulkovat do binárních kategorií. Zároveň při cross-dressingu se v rámci K-popové komunity mohou těšit těm privilegiím mužských idolů, které jim jako ženám zůstávají nedostupná. K-popové párty tak poskytují místo, kde fanyanky mohou na vlastní kůži zažít, jaký je to pocit mít privilegia pěkných K-popových idolů.

4.3 Komunita fanoušků K-popu

V neposlední řadě jsem zkoumala, jaký osobní přínos má pro fanoušky stát se součástí komunity, a zjistila, že fanouškovství K-popu může zásadně ovlivnit jejich osobní styl, pohled na svět, a dokonce i způsob, jakým vnímají sebe sama a ostatní. Toto fanouškovství tedy nekončí pouze u podpory oblíbených skupin, ale stává se součástí širšího procesu inkorporace jihokorejské estetiky a kultury do vlastní identity a životního stylu. Přínos K-popu do svého života komentovali následujícími slovy:

„Určitě si myslím, že můj styl oblékání se výrazně změnil, a taky mám dojem, že to má určitý vliv na můj pohled na svět a jiné věci. Když sleduju videa K-pop idolů, tak některý nejsou jenom o hudbě, ale vlastně koukám na to, jak se oni chovají. To mě ovlivňuje v tom, jak se dívám na svět a na ostatní lidi.“ (Jayna, 17 let)

„[se smíchem] Moje peněženka pláče. Ale já jsem člověk, co sbírá věci a ta radost, když otevřeš nový album... Ráda se obklopuju novými zájmy, vystavuju si to v pokoji a dělám si okolo sebe příjemný prostředí, takže K-pop, jak má ty alba a ty goodies v tom, tak pro mě to znamená hrozně moc, že to mám vystavený všude, třeba ty plakáty, takže pro mě je to pozitivní, že se cítím líp. A taky ta komunita, K-pop párty, máš tu svoji komunitu, i když tam nikoho neznáš, tak máte něco společnýho. I když tam jdeš sama, tak si tě někdo adoptuje. Já jsem i šla od anime ke K-popu, takže i to oblečení a styl, celkově ty trendy a všechno.“ (Soupie, 21 let)

Respondenti a respondentky považují komunitu fanoušků za bezpečné místo pro seberealizaci, což navazuje na zjištění V. Mazané z jejího výzkumu fanouškovské komunity z roku 2015 zmíněné ve třetí kapitole. Důvody pro pospolitost komunity uvádí následovně:

„Já si myslím, že je to tím, že si myslíme, že je nás málo, jakože hlavně tady v Česku třeba, protože mně přijde, že když člověk hodně poslouchá K-pop a než se s někým skamarádí nebo zjistí, že existují K-pop párty, tak má právě pocit, že je sám. Když si vezmeš svoji třídu ve škole, než jsi to začala poslouchat, byl tam někdo, kdo by vyloženě řekl, že poslouchá K-pop a chlubil se tím? U nás třeba ne. Byla jsem jediná ve třídě. Takže mám pocit, že těch lidí je málo a potom se chytají sami sebe a zjišťují, že jsou ty K-pop párty. Máš prostě ty safe space, kam můžeš chodit a víš, že tě tam nikdo neodsoudí.“ (Evička, 18 let)

„Mně se na tom líbí, že K-pop je takovej trošku zvláštní od tý ostatní hudby, máš prostě ty lightsticky, kartičky, všechno okolo toho comebacku, je to úplně jiný. Ta kultura ohledně toho je úplně jiná, potkáš někoho, kdo vlastně dělá úplně to stejný jako ty. Je to prostě takový, že tě to s tím člověkem spojí, a ne každý tohle právě že dělá, ten společný zájem, je to dost specifický.“ (Soupie, 21 let)

Z odpovědí respondentek vyplynulo i nové zjištění, že fanouškovská komunita může být zároveň místem, kde fanoušci mezi sebou „soutěží“ o to, která idolská skupina je lepší. V takovém případě se komunita K-popových fanoušků už nestává místem, kde by se mohli svobodně vyjadřovat bez následků. Respondenti uváděli, že k rozkolu mezi fanoušky dochází zejména na sociálních sítích, na základě příslušnosti k jejich oblíbené skupině.

„Osobně si myslím, že jsem se nikdy do žádné hádky nezapletla, ale četla jsem si často ty komentáře pod editama videí, kde se často lidi osočují a tak. Nebo tam řeší skandály, který mi neprijdou vůbec nějak hrozný, ale oni to dokážou dost vyhrotit.“ (Sofi, 18 let)

„[fanoušci] Jsou hodně otevřený vůči sobě, ale když jde o jejich oblíbený idoly, tak dokážou být dost toxický vůči sobě navzájem. Jsou jakože: tahle skupina je lepší, tahle vede a tahle zase ne... Hodně se hádají a každý si chce stát za svým názorem.“ (Jayna, 17 let)

„Jednou z hlavních pozitiv komunity bude asi jak všechny fanoušky spojuje to stejné. A podle mě jedno z hlavních negativ jsou tzv. fanwars, kdy různí K-pop fans píšou toxické věci ostatním K-pop fanouškům a snaží se každému předhodit, že jejich K-pop skupina je ta nejlepší a nejslavnější.“ (Petr, 19 let)

V následující otázce jsem se respondentů dotazovala, zda považují komunitu K-popových fanoušků za bezpečné místo. I přes jejich předchozí negativní postoje vůči určitým fanouškům, komunitu jako celek stále považovali za místo, kde se cítí dobře.

„Já jsem v podstatě díky K-popu narazila na tolik hodných lidí a vlastně skoro všichni moji kamarádi jsou nějak s K-popem spjatí a jsem za to hrozně vděčná, protože se nemusím přetvařovat, že mám ráda něco jinýho, a že jsem něco jinýho než jsem... Ono je důležitý, jak se to vnímá – někdo vnímá K-pop jako hrozně toxickou věc, což určitě tam jsou toxický lidi, který tu negativitu dávají až moc najevo, že to není zdravý až, ale určitě tam převažují ty pozitivní zkušenosti než ty negativní.“ (Sabča, 19 let)

4.4 K-popová komunita vs. „normální“ svět

Následně jsem se zaměřila na to, jak respondenty vnímá jejich okolí jako fanoušky K-popu. Nejprve jsem se dotazovala, jestli jejich blízcí z kruhu rodiny a přátel ví, že jsou fanoušky K-popu, a následně na to, jak oni vnímají sami sebe vůči „normálnímu“ světu, tj. světu mimo K-popovou komunitu.

„Vlastně od té doby, co jsem se od té komunity a kamarádů naučila, že se za to nemusím stydět, tak to říkám v pohodě. Záleží na tom, jak moc jsi v té komunitě, protože ostatní lidi tě soudí. Dokud ses ještě nestihnul obklopit těmi lidmi, co to poslouchají taky, nebo co to respektují, tak tě ostatní lidi soudí a občas i hodně. Občas se za to právě stydiš a potom je těžší najít tu komunitu, protože je ti to prostě blbý mít tu kartičku viditelně za krytem mobilu. Přijde mi, že ostatním lidem to prostě přijde divný, hlavně tady. Ale třeba se mi podařilo přeučit svoji maminku a teďka kouká na thajský seriály a poslouchá K-pop se mnou. Ale ta její první reakce byla 'Ten vypadá jako holka, jsi si jistá, že je to kluk?' nebo 'Já tomu vůbec nerozumím, jak to můžeš poslouchat?' Tak jsem jí řekla, že když bude poslouchat Rammsteiny, tak tomu taky nebude rozumět, co je na tom jiného? A Kissáci třeba nevypadají jak holky, když mají dlouhý vlasy a make-up? Být gay nebo nosit make-up a sukni jako kluk ještě není pro spoustu lidí akceptovatelný.“ (Evička, 18 let)

„Moje rodina ví, že mám ráda K-pop, i když teď už ho tolik neposlouchám. Skoro všichni na to reagují neutrálně, ale jsou tu nějaký výjimky. Třeba můj otec mnohokrát vyhranil svůj názor, že se mu K-pop nelíbí a že nechápe, proč ho mám ráda. Občas jsem taky zaslechla typický hlášky jako: 'Všichni tam vypadají jako holky, Proč to posloucháš, i když tomu nerozumíš? Všichni vypadají stejně', a podobně. Kamarádi na ten K-pop reagují buďto pozitivně nebo mají někteří na to neutrální názor.“ (Sofi, 18 let)

Z odpovědí uvedených dvou respondentek si můžeme všimnout, že v naší společnosti přetrvávají stereotypy o vizáži a chování správných mužů a správných žen, přičemž femininní rysy u mužů jsou vnímány jako znepokojující.

Ke svým šesti respondentkám jsem zařadila i jednoho mužského respondenta, jelikož jsem chtěla zjistit, jak si K-pop, jako text směřovaný výhradě na ženské publikum, interpretuje ze své perspektivy. Petr o sobě říká, že v K-popové komunitě se cítí víc uvolněně a otevřeně, zároveň se cítí motivován ke své zálibě v tanci, ale v „normálním“ světě je spíše tichý. Následně mi pověděl, že důvodem jeho tichosti je obrana před panujícími stereotypy o K-popových fanoušcích.

„Lidé si myslí, že K-pop je špatná věc, která nás nutí se jinak oblékat, chovat se jinak a přemýšlet jinak. Přitom mi přijdou K-pop fanoušci jako normální lidé, které běžně potkáváme na ulicích.“ (Petr, 19 let)

Dále jsem se Petra ptala na to, jak vnímá vzhled a projev mužských K-popových idolů:

„Jejich vzhled mi přijde naprosto normální ať už mají make-up či náušnice. Myslím si, že nezáleží na tom, co mají na obličejích, můžou tam mít co sami chtějí. Víím, že hodně non-K-pop lidi jim nadává do gayů, a to mi upřímně přijde jako blbost někoho soudit jen podle toho, jestli mají make-up, náušnice nebo to co mají na sobě a jak se chovají.“ (Petr, 19 let)

Petrova výpověď ukazuje, že pro něj K-pop představuje bezpečné prostředí, kde může svobodně vyjadřovat své zájmy a emoce, aniž by byl současně vystaven otázkám ohledně své sexuální identity. Jeho projev v rámci fanouškovské komunity je vnímán jako součást stylu spojeného s kulturou K-popu. Komunita fanoušků mu nabízí přijetí a sounáležitost, a zároveň respekt jeho osoby bez ohledu na genderové stereotypy, které jsou běžně užívány v „normálním“ světě. Ve svém výzkumu mužských malajských fanoušků K-popu Mary J. Ainslie (2017) uvádí, že genderový model K-popových performerů se podstatně liší od represivních forem maskulinity v Malajsii. Díky zájmu o K-pop mohou malajští fanoušci vyjádřit svůj nesouhlas s hegemonní podobou maskulinity a zároveň zrekonstruovat svou vlastní alternativní formu maskulinity (M. J. Ainslie, 2017:633). K-pop a jeho komunita tak pro mužské fanoušky představuje místo, kde se nemusí podrobovat genderovým normám „normálního světa“, čímž poskytuje příležitost pro vytvoření vlastní genderové identity.

5 Závěr

V této závěrečné kapitole shrnuji klíčové poznatky získané během výzkumu zaměřeného na fenomén K-popu a jeho fanouškovskou komunitu v České republice. Cílem výzkumu bylo zmapovat motivace, hodnoty a praktiky, a to ve specificky českém prostředí fanoušků K-popu jakožto moderní nejen hudební vlny mezi mládeží. Vzhledem k tomu, že komunita K-popových fanoušků velmi kreativně pracuje s prezentací maskulinity a femininity, tázala jsem se rovněž, zda toto společenství poskytuje aktérům možnost svobodně prozkoumávat svou genderovou a sexuální identitu a formulovat ji po svém. Výzkum vycházel z rešerše dostupné literatury vztahující se převážně k fanouškovství K-popu v asijských zemích a USA a jeho těžiště tvořil vlastní terénní výzkum na pravidelných setkáních a K-popových akcích.

V práci je podrobně popsán proces, kterým se jedinec fanouškem nebo fanynkou stává. Na rozdíl od fanouškovství západního popu, korejská populární hudba má dopad na skoro všechny aspekty fanouškova života – od stylu oblékání po preferenci jídla a volnočasových aktivit až po vybírání okruhu přátel. Fanouškovská komunita K-popu se vyznačuje vysokou mírou zapojení a interakce. Fanoušci se aktivně účastní koncertů, sledují vystoupení svých oblíbených skupin online a věnují se sběratelství různých suvenýrů a memorabilií. Zároveň fanouškovská komunita poskytuje prostor pro osobní a sociální rozvoj, například prostřednictvím učení se korejskému jazyku. Marketingový model K-popových hvězd je založen na odběru velkého množství přidružených produktů a služeb. Pro fanoušky to znamená setrvalou finanční zátěž a často se u svého okolí setkávají s nepochopením. Nepochopení plyne současně i ze specifického androgynního vzhledu K-popových performerů/rek i fanoušků a fanynek.

Česká komunita K-popových fanoušků podobně jako takové komunity v zahraničí vytváří prostředí, ve kterém aktéři reformulují svůj gender a sexualitu, což hraje v identitě fanoušků K-popu velmi významnou úlohu. Fanouškovská komunita často funguje jako bezpečné prostředí, kde mohou jedinci svobodně prozkoumávat a vyjadřovat své genderové a sexuální identity, což je v ostrém kontrastu s často konzervativnějším vnímáním genderových rolí v širší společnosti. Popularita tohoto (zdaleka nejen hudebního) fenoménu tak vyplývá ze sociálních potřeb mladých, které jdou napříč sledovanými státy, s tím, že ve státech, v nichž K-popová idolová nevystupují, pak vytváří specifickou virtuální podobu služeb pro fanoušky. Mezi hlavní motivace pro to stát se fanouškem patří semknutá komunita, množství

přidružených komerčních produktů (kontentu), které fanoušci mohou konzumovat i online, ale rovněž i možnost vymanit se z heteronormativních očekávání a úniku před “male gaze”.

Specificky fanyanky v této fanouškovské komunitě mohou navazovat či si představovat intimní vztahy mimo genderové a sexuální normy „normálního světa“, jako v případě jihokorejského divadla *gukgeuk* z minulého století a komunity *fancos*. Skrze cross-dressing mají fanyanky možnost se na chvíli ocitnout v kůži pěkných korejských idolů. Skrze psaní fanouškovských *slash* fiction mohou utvářet vlastní narativy, v nichž jsou to ony samy, kdo manipuluje s idoly a vytváří jejich nečekaně propletené osudy. K-pop tak nelze chápat jako populární hudební styl nebo módu. Tímto zjednodušením bychom minuli jeho těžiště. K-pop transcenduje kategorii hudebního žánru, zároveň vytváří celý alternativní svět, kde mohou fanoušci a fanyanky rekonstruovat svoji genderovou a sexuální identitu skrze tanec, oblékání nebo psaní a konzumaci fanfikcí a médií s BL tematikou. Zároveň mezi sebou mohou navazovat vztahy, které se vymykají normám české společnosti.

6 Seznam použitých zdrojů a literatury

- Ainslie, M. J. (2017). Korean soft masculinity vs. Malay hegemony: Malaysian masculinity and Hallyu fandom. *Korea Observer*, 48(3), 609–638.
- Baghdadi, R. M. (2019). *K-Pop fanfiction as a literary genre: A dynamic configuration of history, culture and action*. [Disertační práce].
- Bench, H. (2010). Screendance 2.0: Social dance-media. *Journal of Audience & Reception Studies*, 7(2), 183–214.
- Bernard, H. R. (2017). *Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches*. Rowman & Littlefield.
<https://books.google.com/books?hl=cs&lr=&id=2Fk7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=bernard+2017+methods&ots=HdpAUaqBek&sig=d0p3CIIPWyZVDwHUuMiDayvIY8>
- Butler, J. (1999). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Choi, J., & Maliangkay, R. (2014). *K-pop: The international rise of the Korean music industry* (Roč. 15). Routledge London.
<https://api.taylorfrancis.com/content/books/mono/download?identifierName=doi&identifierValue=10.4324/9781315773568&type=googlepdf>
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. University of California Press.
- Connell, R. W. (2006). Understanding men: Gender sociology and the new international research on masculinities. *The SAGE handbook of gender and education*, 18–30.
- Doty, A. (1993). *Making things perfectly queer: Interpreting mass culture*. University of Minnesota Press.

- Elfving-Hwang, J. (2011). Not so soft after all: Kkonminam masculinities in contemporary South Korean popular culture. *7th KSAA Biennial Conference. Print.*
https://www.academia.edu/download/43123619/P049_Joanna_Elfving-Hwang.pdf
- Fiesler, C., Morrison, S., & Bruckman, A. S. (2016). An Archive of Their Own: A Case Study of Feminist HCI and Values in Design. *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2574–2585.
<https://doi.org/10.1145/2858036.2858409>
- Fuhr, M. (2015). *Globalization and popular music in South Korea: Sounding out K-pop*. Routledge.
<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315733081/globalization-popular-music-south-korea-michael-fuhr>
- Ganghariya G., Kanozia R. (2020). PROLIFERATION OF HALLYU WAVE AND KOREAN POPULAR CULTURE ACROSS THE WORLD: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW FROM 2000-2019. *Journal of Content, Community and Communication*, 11(10), 177–207. <https://doi.org/10.31620/JCCC.06.20/14>
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday Anchor Books.
- Hatfield, E. F. (2010). “What it means to be a man”: Examining hegemonic masculinity in *Two and a Half Men*. *Communication, Culture & Critique*, 3(4), 526–548.
- Jenol, A., Ayuni, N., & Ahmad Pazil, N. H. (2020). K-pop fans’ identity and the meaning of being a fan. *Universiti Sains Malaysia*.
- Jung, S. (2011). *Korean masculinities and transcultural consumption: Yonsama, Rain, Oldboy, K-Pop idols*. Hong Kong: Hong Kong University Press.

- Kim, S.-Y. (2018). *K-pop live: Fans, idols, and multimedia performance*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Kim, Y. (2007). The rising East Asian 'wave'. *Media on the Move*, 121-135.
- Kwon, J. (2021). The past, present, and future of boys love (BL) cultures in East Asia. In *Transnational convergence of East Asian pop culture* (s. 96–112). Routledge.
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003126850-8/past-present-future-boys-love-bl-cultures-east-asia-jungmin-kwon>
- Kwon, J. (2022). Theorizing the Korean Wave| K (Q) ueer-Pop for Another World: Toward a Theorization of Gender and Sexuality in K-Pop. *International Journal of Communication*, 17, 20.
- Layoung, S. (2018). Queer Eye for K-Pop Fandom: Popular Culture, Cross-gender Performance, and Queer Desire in South Korean Cosplay of K-pop Stars: Popular Culture, Cross-gender Performance, and Queer Desire in South Korean Cosplay of K-pop Stars. *Korea Journal*, 58(4), 87–113.
- Lee, J. J., Lee, R. K. Y., & Park, J. H. (2020). Unpacking K-pop in America: The subversive potential of male K-pop idols' soft masculinity. *International Journal of Communication*, 14, 20.
- Lie, J. (2015). *K-pop: Popular music, cultural amnesia, and economic innovation in South Korea*. Univ of California Press.
<https://books.google.com/books?hl=cs&lr=&id=CbswDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=K>

- Madill, A., Zhao, Y., & Fan, L. (2018). Male–male marriage in Sinophone and Anglophone Harry Potter danmei and slash. *Journal of Graphic Novels and Comics*, 9(5), 418–434.
<https://doi.org/10.1080/21504857.2018.1512507>
- Maliangkay, R. (2013). Catering to the female gaze: The semiotics of masculinity in Korean advertising. *Situations*, 7(1), 43–61.
- Mazaná, V. (2015). ON THE SPREAD AND PERCEPTION OF KOREAN POPULAR CULTURE IN THE CZECH REPUBLIC. *Far East/Dálný Východ*, 5(1).
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=18051049&AN=112398504&h=0%2FXAq4AXZ2zUkKaVmNrCVgSF0u%2Bv7knoKUqujswa69%2FVDhODxOTdsec30zfxM99%2F3GQUFynwM6NDKB2RZOB47g%3D%3D&crl=c>
- Nam, J. M. (2023). *Feminism, Love, and Ambition: Young Women Who Live Without Men in Contemporary South Korea* [Disertační práce].
https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/108447/1/MA_Thesis_JM_Nam_FINAL.pdf
- Oh, C. (2014). The Politics of the Dancing Body: Racialized and Gendered Femininity in Korean Pop. In Y. Kuwahara (Ed.), *The Korean Wave* (s. 53–81). Palgrave Macmillan US. https://doi.org/10.1057/9781137350282_4
- Oh, C. (2015). Queering spectatorship in K-pop: The androgynous male dancing body and western female fandom. *Journal of Fandom Studies*, The, 3(1), 59–78.
https://doi.org/10.1386/jfs.3.1.59_1
- Oh, C. (2020). From Seoul to Copenhagen: Migrating K-pop cover dance and performing diasporic youth in social media. *Dance Research Journal*, 52(1), 20–32.

Oh, C., & Oh, D. C. (2017). Unmasking Queerness: Blurring and Solidifying Queer Lines through K-Pop Cross-Dressing. *Journal of Popular Culture*, 50(1).
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=15405931&asa=N&AN=121289895&h=QyYiv5ay9dNULYE5nS2yXoUyX5Xppr143D8LKa3Mjzn%2Bw13h%2BO2w%2FG0k%2FGF%2BfcGzZzf8F2Brsrs4PkS0fwbmmw%3D%3D&crl=c>

Stacey, J. (2013). *Star gazing: Hollywood cinema and female spectatorship*. Routledge.
<https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315003504/star-gazing-jackie-stacey>

6.1 Internetové zdroje a videa

From Taylor Swift To Bad Bunny, Top 10 Highest-grossing Live Concert Tours Of 2023 So Far. *Forbes India*. Získáno 21. duben 2024, z
<https://www.forbesindia.com/article/lifes/from-taylor-swift-to-bad-bunny-top-10-highestgrossing-live-concert-tours-of-2023-so-far/86209/1>

McCann, H., & Sharp, M. (2023). #MeToo, Cisheteropatriarchy and LGBTQ+ Sexual Violence on Campus. *Sexualities*, 13634607231170770.
<https://doi.org/10.1177/13634607231170770>

Urban Dictionary: Aegyo. Urban Dictionary. Získáno 5. únor 2024, z
<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Aegyo>

Urban Dictionary: Cosplayer. Urban Dictionary. Získáno 29. duben 2024, z
<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Cosplayer>

Urban Dictionary: Gender Envy. Urban Dictionary. Získáno 30. březen 2024, z
<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Gender%20Envy>

(G)I-DLE (여자)아이들 (Official YouTube Channel). (14.3. 2022). *(G)I-DLE - „TOMBOY”*

Official Music Video. <https://www.youtube.com/watch?v=Jh4QFaPmdss>

BLACKPINK. (19.8. 2022). *BLACKPINK - ‘Pink Venom’ M/V.*

<https://www.youtube.com/watch?v=gQIMMD8auMs>

JYP Entertainment. (1.10. 2021). *TWICE „The Feels” M/V.*

https://www.youtube.com/watch?v=f5_wn8mexmM

JYP Entertainment. (17.6. 2020). *Stray Kids „神메뉴(God’s Menu)” M/V.*

<https://www.youtube.com/watch?v=TQTICHxyuu8>

JYP Entertainment. (7.10. 2022). *Stray Kids „CASE 143” M/V.*

<https://www.youtube.com/watch?v=jYSlpC6Ud2A>

Stray Kids Japan Official YouTube. (9.6. 2022). *Stray Kids 『CIRCUS』 Music Video.*

<https://www.youtube.com/watch?v=jW-bkbSWb4A>

7 Přílohy

7.1 Fotografické přílohy

Fotografie byly pořízeny v průběhu výzkumu nebo při osobních setkání s respondenty. Osoby na fotografiích s jejich zveřejněním souhlasily. Všechny fotografie jsou mé vlastní, pokud není uvedeno jinak.



1 Ukázky sběratelských foto-kartiček mužských K-popových idolů.



2 Interiér kavárny *Punchy Cup* v Praze.



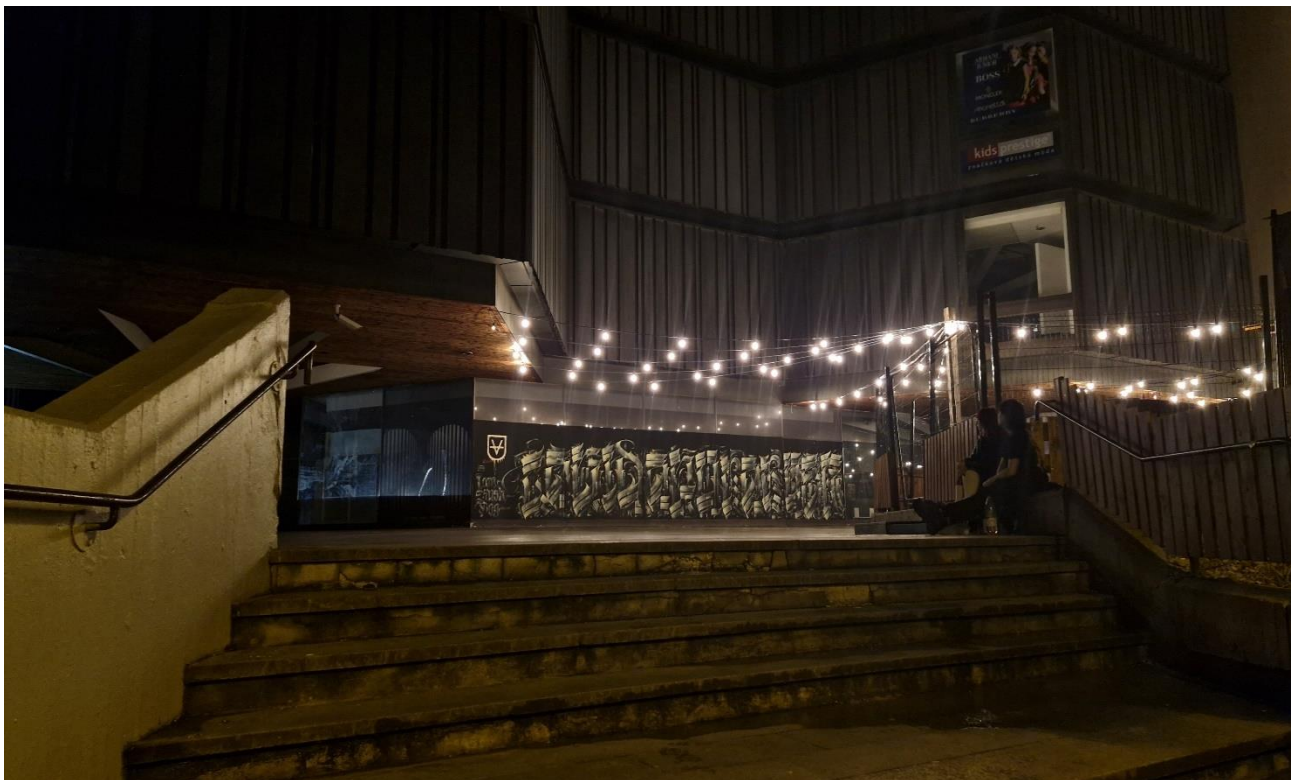
3 Interiér kavárny *Tastea* v Plzni.



4 Exteriér prodejny *KSPACE* v Praze.



5 Interiér prodejny *KSPACE* v Praze.



6 „Schody“ – prostor pod obchodním centrem Kotva, místo shromažďování K-popových fanoušků mířících do klubu Onyx (20:55, 10.2. 2024).



7 Spontánní taneční vystoupení K-popových fanoušků a fanynek na „schodech“ (21:46, 15.7. 2023).



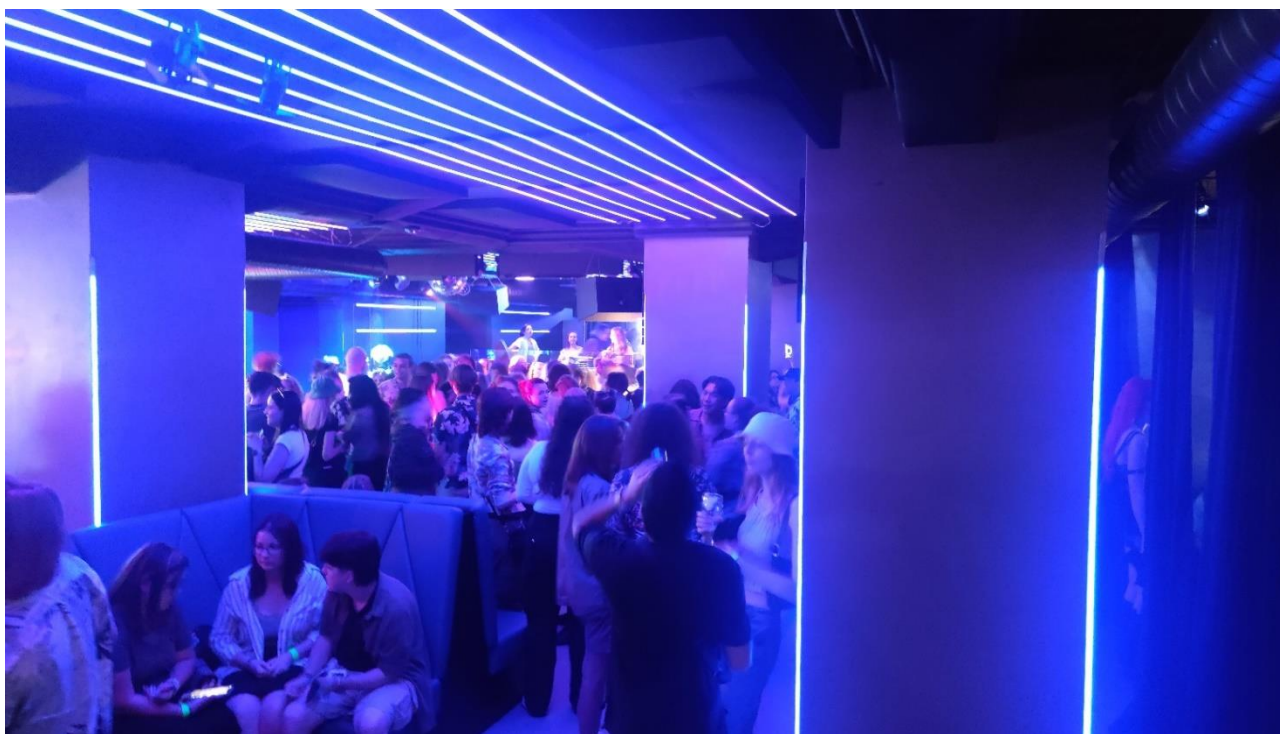
8 Fronta K-popových fanoušků čekajících na vpuštění do klubu Onyx (20:47, 25.11. 2023).



9 Uvnitř klubu Onyx, pohled na taneční parket od vchodu do klubu (22:15, 17.6. 2023).



10 Uvnitř klubu Onyx, pohled na taneční parket zleva (22:37, 25.11. 2023).



11 Uvnitř klubu Onyx, pohled na celý klub (vyjma baru) od vchodu (22:19, 11.8. 2023).



12 S respondentkami (a spolužačkou Annou Chodovou) v klubu Onyx na valentýnské K-popové párty, autorka fotografie: T. Součková (kolem půlnoci, 10.2. 2024).

7.2 Přílohy ukázek terénního deníku

TERÉNNÍ POZNÁMKY - SOBOTA 17/6/23, 21:30 - 3:15

NALRES KLUBY

LEGENDA:

A - GAŇCE	- TANEČNÍ PLOCHA PRO POŘADATELE ALCE
B - VIP BOXY	- EVROPANI / NEASIATI
C - DÁMSKÉ ZÁCHODY	- ASIATI
D - PÁNĚKÉ ZÁCHODY	- "NORMIEC" / "NORMICI"
E - PRIVÁTI	- MOJI INFORMÁTORI
● - SLOUPY	

TÉMA ALCE / PARTY - TRAFFIC LIGHTS =>

* BTS JE PRAVDĚPODOBNĚ + OSlava 10 LETĚHO NEZNÁMĚJŠÍ JIHOKOR. VÝROČÍ KAPELY BTS* SLUPINA, ZAROVĚŇ SE + TANEČNÍ VÝSTOU PENÍ JAKO PRVNÍ DOKAZALA A RANDOM DANCE PARTY PROSLAVIT NA ZÁPADĚ

→ TAKEN = ZADANÝ / A'
→ ASKI = ZEPTEJ GE
→ SINGLE = NEZADANÝ / A'

↳ PODLE BARVY NAŘAZILU, KTERÝ SE VYBRAL U VSTUPU

NALRES "SCHODU" (PLAC POD OBCHODNÍM BŮHEM, KOTVA)

LEGENDA:

- ASIJSKÁ SLUPI
- SLUPINY MÝCHIA RESPONDENTŮ
- SLUPINY, JE KTERÝMI SE MŮJI RESPONDENTI NEBAVILI

↳ SCHODY

INFORMÁTORI

[GENDER - F/M/TF/TM (TRANS), AGE]
NEASIAT / ASIAT

INF ₁ - GF, A18, NEA
INF ₂ - GF, A21, NEA
INF ₃ - GF, A19, NEA
INF ₄ - GF, A19, NEA
INF ₅ - GM, A19-20, NEA
INF ₆ - GF, A19, NEA
INF ₇ - GM, A19, A


LEGENDA K POZNÁMKÁM:

TEXT - SLOVA INFORMÁTORŮ

DANCE GROUP - (ZPRAVIDLA) AMATÉRSKÁ SLUPINA LIDI, KTERI DĚLAJI TANEČNÍ COVER NA NĚJAKO HOLČICI / KLUCIČI SLUPINY

- TYTO SLUPINY POTOM MOHOU VYSTUPOVAT I VEŘEJNĚ NA PODOBNÝCH ALCÍCH NEBO VE VEŘEJNÝCH PROSTORECH NA ULICÍCH / NÁMĚSTÍ APOD
- ČASTO SE TAKÉ PŘI VYSTUPOVÁNÍ NATAČEJI NA VIDEO, KTERÉ POTOM ZVEŘEJŇUJÍ NA SOCIALNÍCH SÍTÍCH

13 Ukázka z terénního deníku, 17.6. 2023 Prha, klub Onyx.

		<u>TANCOVÁNÍ DSA:</u>
21:30	-	PŘÍCHOD KE KLUBU, VELIKÁ FRONTA AŽ ZA ROH, SRAZ S INFORMÁTORkami VE FRONTĚ (PŘI ČEKÁNÍ SE TLACHALO O JINOLE / KDO S Kým CHODÍ / KDO DNES NA PARTY POKUDE)
21:55	-	S INFORMÁTORkami JSME VEŠLY DO KLUBU, OD 22:00 ZACÍNÁLY TANČNÍ VYSTOUPENÍ A POTOM RANDOM DANCE (- VĚTŠIN ZÚČASTNĚNÍ BYLI AMATÉŘI, NEBO AMATÉŘI, KTERÍ SE TĚMTO K-POP TANČÍM VĚNUJÍ VE VOLNÉM ČASE, COŽ NEČASTĚJI ZAHRNĚJE ČLENSTVÍ V NĚJAKÉ "DANCE GROUP"), RANDOM DANCE PARTY PROBÍHALA TAK, ŽE SE VŽDY NA PAIR VTEČIN PUSTILA JEDNA PÍSNIČKA, A KDO NA NI CHTEL TANČIT, TAK ŠEL DOPŘEDU NA PARUET
		
		OBRA. 1 - RANDOM DANCE PARTY (ZÚČASTNĚNÍ A PRÁSLIVAM)
22:30	-	RANDOM DANCE SKONČIL, OHlásILO SE, ŽE V 23:00 SE BUDOU HRÁT PÍSNIČKY OD BTS K JEJICH VÝKROČÍ - TANCOVÁNÍ VE JUMPINGE S INFORMÁTORkami - DO TĚTO DOBY V KLUBU BYLI SPÍJĚ EVROPANI / NEASIATI - V KLUBU BYLO UŽ DOST LIDÍ NA TUHLE DOBU + JSEM VIDĚLA PÁR LIDÍ, KTERÍ SE VYMÝVALI KLASICKÉ VĚKOVÉ KATEGORII 18-30 (MOHLO JIM BYT OKOLO 45+)
22:50	-	ROZHODLY JSME SE DAT SI PAUZU OD TANCOVÁNÍ A JÍT KUPIT ALKOHOL (SOU) DO VEČERKY NÁPROTI PŘES ULICI, A RYCHLOM SE "DOSTALY DO NALADY" - SOU SE ŠLO VYPÍT NA "SCHODY" (MÍSTO POD NÁMPPNÍM CENTREM KOTVA), KDE UŽ BYLO JEDNOTU DALŠÍCH LIDÍ, SE KTERÝMI SE MOJE INFORMANTKY ZNALY - NĚKTERÉ JUMPINKY LIDÍ SE MICHALY, POSTUPNĚ PŘIČHAZELI I DALŠÍ, SE KTERÝMI JSEM SE SEZNÁMILA MINULÝ MĚSÍC - CELKEM VYHOVNANÝ POMĚR ASIATŮ: NEASIATŮ - TLACHALO SE O PODOBNÝCH VĚCECH JAKO PŘI ČEKÁNÍ VE FRONTĚ, NARÁŽELO SE NA GENDER (A POTOM PŘÍPADNĚ NA SEXUALITU) NĚKTERÝCH LIDÍ Z KLUBU, K KTERÝCH TA BINÁRNÍ GENDEROVÁ KATEGORIE NEBYLA JASNÁ -> ŘEČILO SE HLAVNĚ V PŘÍPADĚ, KDYŽ SE INFORMÁTORCE / INFORMÁTORKY DANA DOBA LÍBILA

7.3 Přílohy ukázek K-popových hudebních videoklipů



15 „Stray Kids ‘CASE 143’ M/V“ (2:19)



16 „BLACKPINK - ‘Pink Venom’ M/V“ (1:37)



17 „Stray Kids ‘CIRCUS’ Music Video“ (3:12)



18 „TWICE ‘The Feels’ M/V“ (0:19)



19 „Stray Kids ‘神메뉴 (God’s Menu)’ M/V“ (1:20)



20 „(G)I-DLE - ‘TOMBOY’ Official Music Video“ (0:11)

7.4 Příloha osnovy polostrukturovaného rozhovoru

1) Warm Up otázky:

- Jak ses dostal/a ke K-popu?
- Proč jsi začal/a poslouchat K-pop?
- Našel/našla sis nějaké kamarády mezi ostatními fanoušky?

2) Fanoušci/fanouškovství:

- Jaký osobní přínos pro tebe má fanouškovství K-popu?
- Co si myslíš, že spojuje fanoušky K-popu?
- Mohla bys mi popsat běžného fanouška K-popu?
 - Existují nějaké další specifické typy fanoušků, které se vymykají tomu typu, který jsi mi právě popsal/a?
 - Mohl/a bys mi popsat, čím jsou tihle fanoušci specifičtí a jak se od sebe odlišují?
 - Jak vnímáš tyhle typy fanoušků?
 - Jak bys popsal/a sebe jako fanouška K-popu?
- Jaké jsou podle tebe rozdíly ve fanouškovství K-popu a jiné ne-asijské hudby?
 - Proč si myslíš, že tu existují právě takové rozdíly?
 - Jaké jsou (pro fanouška) výhody a nevýhody poslouchání K-popu?
- Ví tvoji blízcí (rodina, přátelé, ...), co neposlouchají K-pop, že jsi K-pop fanoušek?
 - Co si o tom myslí?
- Mohl/a bys mi říct, jakou spojitost má fanouškovství K-popu s BL seriály?
 - Je běžné poslouchat K-pop a zároveň konzumovat tenhle žánr seriálů?
 - Je povídání si o BL seriálech s ostatními fanoušky tabu?
- Kromě BL seriálů jsem ještě narazila na fanfikce. Mohl/a bys mi říct, co o nich víš?
 - Znáš někoho, kdo je čte/píše?
 - Jaký na ně máš názor?
- Slyšela jsem, že mezi K-pop fanoušky jsou poměrně časté *dance cover groups*. Mohl/a bys mi o nich něco říct?
 - Gender – jsou častější holčičí/klučičí/mix skupiny?
 - Jsou *dance cover groups* často cross-genderové?
 - Cross-dressing
 - Je cross-dressing častý u *dance cover groups*?
 - Vyskytuje se cross-dressing i mezi fanoušky, kteří nejsou členy nějaké *dance cover group*?

3) Gender/sexualita/intimní vztahy:

- Převládají v K-popu spíš queer nebo *straight* fanoušci?
 - K jaké skupině by ses přiřadil/a ty?
- Liší se projev tvého genderu mezi K-pop fanoušky a v „normálním“ světě?
- Jaký gender převládá mezi fanoušky K-popu?
- Dokázal/a bys mi popsat, jakým způsobem se fanoušci projevují mezi ostatními fanoušky?
- Co na K-popu fanouškům dovoluje projevat svůj gender jejich způsobem?
- Už několikrát jsem viděla mezi fanoušky používat termín „*gender envy*“. Mohl/a bys mi popsat, o co se konkrétně jedná?
 - Jedná se o výraz, který používají fanoušci, když mluví o K-pop idolech?
 - Jak bys popsal/a gender mužských/ženských K-pop idolů?
- Jak velké téma je sexualita mezi fanoušky?
- Mohl/a bys mi popsat, jak se mezi fanoušky navazují intimní vztahy?
 - Jaké vztahy jsou častější?
 - Jak dlouho trvají?
 - Podle jakých kritérií si fanoušci hledají partnery/ky mezi sebou?
 - Jsi/byl/a jsi tu s někým v intimním vztahu?

4) K-pop jako safe space:

- Jak bys popsala komunitu fanoušků K-popu?
- Myslíš si, že fanouškovská K-pop komunita se dá považovat za bezpečné místo pro sebe vyjádření/realizaci?
- Máš nějaké negativní zkušenosti s ostatními fanoušky?
- Máš nějaké negativní zkušenosti s přijetím tvé osoby mimo K-pop svět?
- K jakému pocitu bys přiřadil/a to, že jsi součástí K-pop komunity?

5) Závěr rozhovoru:

- Máš pocit, že jsme v rozhovoru něco zapomněli/y zmínit?

8 Resumé

This research explored the phenomenon of K-pop and its fan community in the Czech Republic, focusing on the motivations, values, and practices of Czech K-pop fans. The study aimed to understand how this modern (not only) musical wave influences youth, particularly in their expressions of gender and sexual identity. The research methodology combined a review of existing literature on K-pop fandom, primarily in Asian countries and the USA, with field research conducted at regular K-pop fan meetings and events in the Czech Republic. The main outcomes of this research highlighted the unique ways the K-pop fan community fosters a creative exploration of masculinity and femininity, providing a platform for fans to articulate and explore their identities far from heteronormative expectations.

The findings reveal that the K-pop fan community in the Czech Republic is not only about music but serves as a dynamic social environment where fans extensively engage with the culture through concerts, online performances, and the acquisition of products. This community is marked by a high level of interaction and commitment, influencing nearly every aspect of a fan's lifestyle, from fashion and leisure activities to social circles. This involvement often comes with a financial cost and societal misunderstanding, particularly due to the androgynous presentation of K-pop stars and fans. Nonetheless, the community provides a safe space for personal and social development, such as redefining gender norms among (not only) Czech youth.