



UMEÅ UNIVERSITET

Parasociala relationer och k-pop

En innehållsanalys av parasociala relationer i kommentarerna
på kvinnliga respektive manliga k-popgruppers YouTube
vloggar ur ett feministiskt perspektiv

Alexandra Popova, Emil Høgsnes

Examensarbete, 15 hp
Medie- och kommunikationsvetenskap C,
30 hp HT 2023

Abstract

Parasocial relationships and k-pop - A content analysis of parasocial relationships in the comments on female and male k-pop groups YouTube vlogs from a feminist perspective

This essay examines the presence of parasocial relationships in the comments of one k-pop girl group's and one k-pop boy group's vlog series on YouTube with the intent to compare and examine if the way parasocial relationships are expressed differentiates if the artist in question is a man or a woman. By the study of the two comment sections this essay intends to contribute with insights about the phenomenon of parasocial relationships from a feminist perspective. The data is examined by combining a quantitative and a qualitative method. The first step is a quantitative content analysis with which we collect and code 100 comments from each video with the purpose of mapping out the general themes of the comments and to sort out the comments which will be analysed in the next step. In the next step a qualitative linguistic analysis is used to find the main themes of the comments which express parasocial relationships. This step enables a deeper analysis and understanding of the comments which express parasocial relationships and to be able to compare the results these comments are coded as well. The results of both codings are presented in the form of charts and tables.

The findings suggest that there is a slight difference between how people express parasocial relationships towards men and women. The comments under the female artists vlog were significantly shorter and had in general less comments that suggested parasocial relationships. The female artists comment section also showed the least amount of identification with the artist, less belonging and more intimacy compared to the male artists comment section.

Keywords: *Parasocial relationship, k-pop, social media, comment section, gender differences*

Innehåll

1. Inledning och bakgrund	3
2. Syfte.....	5
3. Frågeställning:	6
4. Teoretiskt perspektiv	6
4.1 Parasociala relationer.....	6
4.2 Uses and Gratifications	7
4.3 Feminism.....	8
5. Tidigare forskning.....	10
6. Material.....	13
6.1 Avgränsning.....	13
6.2 NCT 127.....	14
6.3 Red Velvet.....	15
7. Metod.....	15
7.1 Kvantitativ innehållsanalys	15
7.2 Kvalitativ språklig analys.....	17
7.2.1 Adressivitet	18
7.2.2 Interaktion och relation.....	18
7.3 Identifiering, intimitet och samhörighet.....	19
7.4 Metoddiskussion	20
7.5 Forskningsetik.....	22
8. Analys och resultat	23
8.1 Kvantitativ analys.....	23
8.2 Kvalitativ analys.....	27
8.2.1 Samhörighet	27
8.2.2 Intimitet	30
8.2.3 Identifiering.....	32
9. Slutsats och slutdiskussion	35
9.1 Slutsats.....	35
9.2 Slutdiskussion	36
9.3 Begränsningar & vidare forskning.....	37
Källor	39
Bilagor	45

1. Inledning och bakgrund

Sociala medier är idag en stor del av människors liv. År 2022 använde cirka 4.59 miljarder människor sociala medier (Statista 2023). Användningen av sociala medier har möjliggjort så att man snabbt och enkelt kan få tillgång till mycket information samt möjlighet till att följa kändisar man är intresserad av och ta del av det innehåll de delar på sina sociala medier.

Fansen har dessutom möjlighet att interagera med dem genom att kommentera, gilla och dela.

Många kändisar interagerar även med sina fans genom att exempelvis svara på kommentarer, göra Q&A:s där fans får ställa frågor som de sedan svarar på o.s.v. Väldigt många kändisar delar inte endast saker ur sina professionella liv, utan även från sina privatliv. Att dela saker ur sina privatliv har t.ex. visat sig vara positivt för publikengagemang. Enligt Chung, Ding och Kalra (2023) så visar det sig att mer personliga inlägg (t.ex. inlägg om en influencers egna liv och personliga kontakter) har många fler positiva engagemang än t.ex. sponsrade och mer professionella inlägg. En anledning till detta kan vara att kändisar verkar mer autentiska för publiken då de lägger upp vardagliga saker ur sitt liv och att människor ofta söker autentiska personer att se upp till. Autenticitet är även något som hjälper till att etablera intimitet i relationer (Chung, Ding & Kalra 2023).

Att vara en autentisk person är något som är viktigt för influencers då sådana personer är oftast mer intressanta för publiken. I ett exempel som Danesi (2018:315) tar upp så är marknadsföring med verkliga människor, d.v.s. med kändisar vi redan känner till, mycket effektivare än marknadsföring som använder skådespelare. I det senare fallet kan det vara så att det inte finns något som vi som tittare relaterar till i marknadsföringen och kan därför falla platt för väldigt många (Danesi 2018:315).

På grund av att kändisar kan framstå som autentiska och jordnära så händer det ofta att fans upplever en närhet till dem och som att de är en del av deras sociala liv. Det är dock omöjligt för en känd person att vara på samma nivå med sina fans då det ofta finns tusentals fans med liknande känslor. Denna ensidiga närhet är något som kallas parasociala relationer (Cohen 2003). Termen myntades på 1950-talet av sociologen Donald Horton och psykiatrikern Richard Wohl. De undersökte främst radiosändningar och mer specifikt en presentationsteknik som hade för avsikt att få lyssnarna att känna sig som att de var hemma vid brasan och lyssnade på en gammal vän som pratar (Giles 2010:444).

En sorts kändisar som har fått ett stort globalt genomslag de senaste åren är k-popidoler. K-pop (koreansk pop) är den mest populära musikgenren i Sydkorea. Under 2010-talet så nådde k-pop global popularitet genom spridning från sociala medier, mycket med hjälp av bland annat “Gangnam Style” som blev en viral succé på YouTube (Lie 2012). Sedan dess har k-pop vuxit mycket snabbt globalt och IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) har både för år 2020 och 2021 utsett k-popbandet BTS som “Top Recording Artist of the Year”, där de slagit artister som Justin Bieber, Taylor Swift och Ariana Grande (IFPI 2022).

Med tanke på att k-pop har blivit populärt globalt under det senaste årtiondet så vore det intressant att undersöka fansens relationer till artisterna inom k-pop. Det är även så att k-popindustrin skiljer sig mycket från den västerländska musikindustrin t.ex. med strikta regler för artisterna. Grundaren Jin-young Park av det sydkoreanska skivbolaget JYP Entertainment har skrivit på Twitter att nya artister har ett förbud mot dating de första 3 åren efter deras debut (Park 2015). Poängen med detta förbud är att artister ska fokusera på sin karriär samt upprätthålla en bild av att vara “tillgängliga” för fansen (Souders 2022:42). Inom k-pop finns det även stereotyper som både kvinnliga och manliga artister förväntas följa. Ett exempel är att ju äldre de blir desto mer avslöjande kläder har de på sig, exempelvis kortare kjolar hos kvinnliga artister, och detta görs för att behålla fansens uppmärksamhet och i fallet med de kvinnliga artisterna är det för att behålla just de manliga fansens uppmärksamhet (Souders 2022:37-38). På grund av det finns sådana stereotyper och förväntningar som skiljer sig mellan de olika könen så är feminism och jämställdhet ett intressant perspektiv att undersöka detta från.

Ojämlighet mellan könen är något som är djupt rotat i de flesta samhällen än idag och det är något som missgynnar kvinnor i väldigt många olika områden överallt i samhället (Lorber 2010:4). Även inom k-popindustrin är det tydligt att detta är ett problem med bl.a. de stereotyper som finns. Industrin har även sedan länge blivit kritiserad för att kvinnliga artister oobjektifieras, manipuleras och kommersialiseras för att passa in i de könsroller som finns för att tilltala en viss målgrupp och tjäna mer pengar på detta (Epstein, Turnbull 2014; Lin, Rudolf 2017; Saeji 2013). På grund av att feminism har haft en stor spridning globalt i olika typer av media så har även k-popindustrin blivit påverkade av detta och för att kontra de sätt som kvinnor tidigare har representerats på samt för att tilltala kvinnliga fans så har k-popindustrin tagit åtgärder och kommit med ett nytt typ av koncept för kvinnliga artister – nämligen något som kallas girl crush (Sun, Paje’ & Lee 2023). Själva tanken är att detta

koncept ska inspirera en självsäker och stärkande kvinnlig attityd som samtidigt avvisar könsstereotyper och traditionella könsnormer för att sträva efter självständighet (Yang 2020). Även då detta koncept tar olika former och erbjuder många framställningar av flera olika feminiteter samt verkar som en kvinnlig frigörelse från stereotyper och förväntningar så är detta koncept egentligen inte mycket mer än en manifestation av kommersifieringen och objektifieringen av kvinnor och en kapitalisering på feminism (Sun, Paje' & Lee 2023). Enligt en studie som Sun, Paje' & Lee (2023) genomförde så visar det sig att k-popfans inte ser på detta koncept som något som stärker och frigör kvinnor, utan att det snarare är en kommersialiserad form av feminism som skyddar det patriarkala tillstånd och de maktrelationer som finns mellan könen inom k-popindustrin. På grund av denna kommersialisering av feminism som tydligt finns inom k-popindustrin så är k-popartister och deras fans därför intressanta att undersöka ur ett feministiskt perspektiv.

Sammanfattningsvis är k-pop något som är intressant att undersöka utifrån parasociala relationer eftersom dessa saker finns för att fans ska få ett starkare parasocialt band till dem och genom detta stödja dem mycket mer samt att k-pop fått ett stort genomslag globalt. Det vore även intressant att jämföra om detta skiljer sig på något sätt om det är en kvinnlig eller manlig artist som det är frågan om utifrån ett feministiskt perspektiv. Detta eftersom kvinnor och män behandlas olika i flera olika områden i samhället (Lorber 2010:4) och att både kvinnliga och manliga k-popartister har olika standarder och stereotyper som det är förväntat att de ska följa (Souders 2022:37-38) samt att det finns en kommersialisering av feminism och kvinnliga kroppar inom k-popindustrin (Sun, Paje' & Lee 2023). Det vore därför intressant att undersöka om kvinnor och män behandlas på olika sätt även ur ett parasocialt perspektiv och i så fall på vilka sätt. Det finns även en viss skillnad i hur parasociala relationer påverkar manliga respektive kvinnliga fans (Gleason, Theran & Newberg 2017), men det finns däremot inte mycket forskning om skillnader i hur dessa relationer uttrycks när det gäller det omvända, d.v.s. när det gäller en manlig eller kvinnlig kändis.

2. Syfte

Syftet med uppsatsen är att undersöka om det finns några och i sådana fall vilka skillnader eller likheter mellan hur parasociala relationer synliggörs i kommentarerna på NCT 127s respektive Red Velvet's vloggar på YouTube.

3. Frågeställning:

- På vilket sätt uttrycks parasociala relationer i kommentarerna på NCT 127s och Red Velvet's vloggar på YouTube?
- Vilka likheter och skillnader i hur parasociala relationer uttrycks finns det i kommentarerna på NCT 127s och Red Velvet's vloggar på YouTube?

4. Teoretiskt perspektiv

Här presenteras de tre teoretiska perspektiv som används genom hela uppsatsen. Först förklaras teorin om parasociala relationer, sedan teorin om uses & gratifications och till sist teorin om feminism.

4.1 Parasociala relationer

Parasociala relationer och interaktioner är ensidiga anknytningar som tittare kan ha till en viss mediefigur, som kan innebära att tittaren tror att den känner mediefiguren. Begreppen applicerades först på fiktiva och verkliga tv-karaktärer, men de har blivit mer relevanta idag med uppkomsten av sociala medier då dessa möjliggör en annan sorts interaktion med kändisar (Cohen 2003). Trots avståndet mellan kändis och fan så kan den relation och känslor som skapas över sociala medier likna de som skapas vid interaktioner i verkligheten (Chung & Cho 2017). Många kändisar delar även många saker ur sina privatliv, vilket bl.a. gör att fans lättare kan identifiera sig med dem. Detta leder då till att fans känner en större närhet till kändisen och att den parasociala relationen blir starkare (Blight, Ruppel & Schoenbauer 2017).

I traditionella medier så kunde parasociala relationer ses där mediepersonligheten kommunicerade med mediekonsumenten på ett personligt vis. Detta skapade illusionen av tvåvägskommunikation trots att den var ensidig (Horton & Wohl 1956). Till skillnad från traditionella medier så kan konsumenter med hjälp av dagens sociala medier enkelt

kommunicera med mediepersonligheter och kändisar på samma personliga sätt. Att kunna på ett personligt sätt kommentera och interagera med andra på sociala medier är därför en viktig del av bildandet av parasociala relationer. Sociala medier möjliggör en interaktion med kändisar och det finns alltid en möjlighet att kändisen ser fansens kommentarer och interagerar med några av dem, vilket ökar fansens känsla av närhet och intimitet till kändisen (Tukachinsky 2011). Med hjälp av sociala medier kan fans kommunicera med andra om kändisen och skapa en sorts gruppkänsla samt en känsla av tillhörighet med andra som känner och tänker på samma sätt (Blight, Ruppel & Schoenbauer 2017).

Denna teori kan hjälpa till för att få en förståelse av hur och varför fansen utvecklar känslor till kändisar, trots att deras relation är ensidig och endast baserad på medieinteraktion. Den hjälper till att förstå varför känslan av intimitet och närhet till kändisarna skapas och hur de regler som k-popidolerna kan vara under, t.ex. förbud mot dating kan påverka den parasociala relationen mellan dem och fansen.

4.2 Uses and Gratifications

Teorin fokuserar på konsumtion av media och förutsätter att människor har en rad behov de försöker tillfredsställa genom att använda media. Behoven det handlar om kan vara: få struktur, att lära sig i en social kontext, att kommunicera, nöje, avslappning eller för att få information. Uses and Gratifications teorin utgår ifrån att publiken aktivt väljer de medier som de konsumerar, samt att de är medvetena om anledningar till att de vill konsumera media och använder anledningarna för att uppfylla sina behov och önskemål (Katz, et al 1973-74). Enligt denna teori är publiken är en aktiv del av mediekonsumtionen och använder inte endast medier som ett tidsfördriv då medieanvändning ofta formas av förväntningar på vad vissa typer av innehåll kan erbjuda publiken. Att publiken är aktiv innebär även att det inte kan dras några slutsatser om mediers påverkan på beteende och attityder då det är publiken som bestämmer vad de konsumerar (Katz, et al 1973-74:511). Teorin skapades främst för television men det är även något som kan appliceras på sociala medier idag. Även om flöden på sociala medier idag visar användare mycket innehåll från konton som de själva inte följer, så är det ändå möjligt att bestämma vad man vill och inte vill se. Det är möjligt att t.ex. blockera konton eller stänga av så vissa ord inte dyker upp, samt så finns det algoritmer som anpassar innehållet efter det som användaren interagerar mest med. Det går inte att undvika

att sociala medier konstant gynnar vissa sorters innehåll och missgynnar andra, men likt tv-tittande så är det ändå användaren som bestämmer vilken kanal som hen tittar på. Denna teori kan användas för att få en förståelse av de mediekonsumtionsmönster som finns hos fans av k-pop. Det kan bidra till att förstå varför människor väljer att engagera sig med att ta del av detta innehåll och vilka behov och belöningar fansen söker. Är det t.ex. underhållning, social integration eller en känsla av samhörighet de söker genom sina interaktioner och kommentarer på videorna?

4.3 Feminism

Feminismens främsta mål är att uppnå en jämlikhet mellan män och kvinnor. Ojämlighet mellan könen finns i många områden, exempelvis juridiska, sociala och kulturella. Exempelvis får kvinnor oftast mindre betalt för samma jobb och män får ofta mer erkännande för deras arbete och kan snabbare ta sig upp i karriärstegen (Lorber 2010:4). I vissa fall kan ojämlikhet däremot även gynna kvinnor då det i många länder är t.ex. så att endast män tjänstgör i militären och både idag och historiskt sätt har män dominerat i farliga yrken så som brandmän och poliser. Även om kvinnor har tagit sig in i dessa områden och yrken så förväntas kvinnor ännu i många samhällen idag att ta hand om och uppfostra barn medan män förväntas att jobba och förse hushållet med pengar och resurser (Lorber 2010:5). Något som den moderna feminismen betonar är att ojämlikheten är djupt rotad i samhällenas struktur och därmed inte är enskilda fall. På grund av det så menar teorin att kampen mot ojämlikhet inte kan ske i endast enskilda fall, utan det är något som måste ske på en större och samhällelig nivå (Lorber 2010:6).

Det finns flera typer av feminism som Lorber (2010) har kommit fram till och dessa är kategoriserade enligt vad de anser vara anledningen till att kvinnor har en lägre social status än män (Lorber 2010:9). Den första är reformfeminism, som dominerade under 1970-talet och menade att ojämställdhet mellan könen är strukturella i samhället och är inte något som kommer från individuella fall. Exempel på feminismerna som ingår i denna kategori är Marxistisk och liberal feminism. Deras mål är att uppnå ett samhälle där män och kvinnor är likvärdiga och har lika mycket makt, prestige och ekonomiska resurser samt att alla ska kunna leva sitt liv och delta i samhället på samma sätt oavsett kön. Dessa typer av feminism har synliggjort utbredningen av diskriminering inom områden som jobb, fördelning av ekonomiska resurser och familjeliv. De allmänt förekommande värderingar som fanns under

70-talet betonade att det fanns skillnader mellan kvinnor och män och menade att män var starkare, smartare och mer kapabla i alla möjliga områden förutom då det kom till uppfostring av barn där kvinnor ansågs mer kapabla än män. Det är bl.a. dessa som reformfeminism bekämpade genom att försöka nå en balans mellan könen och lyfta kvinnors egenskaper till samma nivå som mäns (Lorber 2010:10).

Den andra typen av feminism är motståndsfeminism som uppkom under 1980-talet och exempel på sådana är radikal och psykoanalytisk feminism. Dessa har genom att granska könsordningen från kvinnornas perspektiv synliggjort strukturer i samhället genom vilka män kan kontrollera kvinnors liv. Detta är något som kallas patriarkat. De konfronterar den nuvarande könsordningen i samhället genom att vända den upp och ner genom att sätta kvinnor, kvinnors egenskaper och deras bidrag till samhället först och ge dem ett större värde än män och deras egenskaper och bidrag. De menar även att kvinnor bör ha egna offentliga sfärer i många områden i samhället samtidigt som förtrycket av kvinnor måste bekämpas i resten av samhället (Lorber 2010:11-12).

Den tredje typen av feminism är revoltfeminism som uppkom under 1990-talet och sträcker sig över 2000-talet. Exempel på feminismer som ingår i denna kategori är multietnisk och postmodern feminism. Dessa betonar att kön är socialt konstruerat och att den upprätthålls genom att människor konstant gör kön. De menar då att den binärt uppdelade samhällsordningen kan motverkas genom att inte göra kön. Målet som dessa feminismer har är att avveckla köns kategorier helt och hållet eftersom det är just dessa kategorier och de normer och förväntningar på könen som finns som ger män privilegier som kvinnor inte har. Utan något som delar upp män och kvinnor så finns det inget som ger den ena parten mer makt än den andra (Lorber 2010:12-13)

Teorin om feminism är relevant för vår undersökning då vi jämför en manlig och en kvinnlig artist för att se om det finns några skillnader i hur parasociala relationer uttrycks gentemot dem. Teorin om feminism och ojämlikhet mellan könen kan då hjälpa oss att hitta ojämlikheterna samt förstå varför de förekommer.

5. Tidigare forskning

I denna del presenteras sju olika studier om relevanta ämnen för denna uppsats. De ämnen som tas upp är parasociala relationer, k-pop, skillnader i kommentarer på nätet riktade till män respektive kvinnor, könsrelaterade hatkommentarer samt feminism inom k-popindustrin.

I en avhandling undersöker Souders (2022) i en kvalitativ innehållsanalys kommentarer från WeVerse, V Live och YouTube för att få en djupare förståelse för hur fans interagerar med idoler. Hon samlade in 50 kommentarer från olika sorters inlägg på sidorna och analyserade dessa. Det hon kom fram till var att parasociala relationer bildas enklare på sociala medier än över TV:n genom interaktioner samt att globalisering och hybridisering fungerar som katalysatorer för kulturella fenomen som k-pop att växa fram i den västerländska mainstreamen. Denna avhandling är relevant för vår undersökning då den ger en djupare förståelse för hur parasociala relationer bildas och hur fans interagerar med idoler i kommentarsfält och en av de sociala medieplattformar som undersöks är YouTube, vilket är det vår studie handlar om.

I en studie av Ding och Zhuang (2021) utgår de från frågor som: vad som får fansen att dyrka kändisar, vilka effekterna är av idolisering på individer och vad den kulturella betydelsen av kändisdyrkan är. Forskningen bygger på 8 intervjuer med fans av den koreanska tjejgruppen BLACKPINK, samt online observationer på sociala medier. Författarna hävdar att idolisering av kändisar till en viss grad kan föra med sig positiva effekter för fansen. Till exempel så sticker BLACKPINK ut som en global grupp som uppmuntrar kvinnor att hitta sitt värde, de ger även fansen en känsla av att tillhöra en grupp då de kan vara med i olika online chattar där de kan kommunicera med varandra. Studien ger en fördjupad kunskap om bland annat effekterna av kändisdyrkan till k-popgrupper samt dess betydelse kulturellt.

I en annan studie undersökte Park, Liu och Kaye (2021) 3300 kommentarer på 11 av de mest sedda videor om klimataktivisterna Greta Thunberg på YouTube. De använde både en kvalitativ och kvantitativ metod. De kom fram till att 4 av 10 kommentarer innehöll någon form av ohövlighet i form av sexism, ålderism och ableism. Första fasen av undersökningen var den kvantitativa analysen, som innebar att de granskade varje kommentar och sorterade dem i kategorier. De granskade om det fanns (a) kommentarer om omognad (ålderism), (b) kommentarer om utseende och sätt att tala på (sexism), samt (c) kommentarer om funktionshinder (ableism). Den andra fasen var den kvalitativa analysen där de använde 5

variabler: verbala angrepp, förtal, lögner, vulgaritet och nedsättande tal. Författarna av studien kom fram till att oartiga kommentarer är ganska vanliga i diskussioner om Thunberg på YouTube och att studien indikerar på att vägen till global konsensus om klimatförändringar kan hindras av denna typ av kommentarer på sociala medier. Majoriteten av de oartiga kommentarerna fokuserade på Thunbergs personliga egenskaper, genom att Thunberg talar ut så anpassar hon sig inte till den socialt tilldelade könsrollen och blir därför straffad med stark kritik från YouTube-användarna. Denna studie bidrar med en fördjupad kunskap i både kvalitativ och kvantitativ undersökning av kommentarer på YouTube, vilket är relevant för denna undersökning. Den bidrar även med kunskap om hur bl.a. sexism uttrycks online, vilket kan vara relevant då vi jämför skillnader i kommentarsfält på manliga och kvinnliga idoler.

Döring och Mohseni (2020) gjorde en undersökning i två delar där de undersökte könsrelaterade hatkommentarer på YouTube och YouNow. Del 1 var en innehållsanalys av totalt 8000 kommentarer under videor skapade av fyra par manliga och kvinnliga tysktalande YouTubers inom 4 olika genrer (komedi, spel, livsstil och träning). I denna del kom de fram till att kvinnliga YouTubers får fler negativa kommentarer med sexistiskt, rasistiskt och sexuellt aggressivt innehåll. Dessutom får de mindre positiva kommentarer då det kommer till deras personlighet och det innehåll de skapar och fler positiva kommentarer då det kommer till deras utseende. Del 2 var en kvantitativ innehållsanalys som undersökte totalt 6844 kommentarer på livestreams av 16 kvinnliga och 14 manliga populära tysktalande YouNowers. Resultaten från denna del kan jämföras med del 1 då den visade på att kvinnliga YouNowers fick mer sexistiska och sexuellt aggressiva kommentarer samt att de fick fler positiva kommentarer då det kom till deras utseende och mindre då det kom till personlighet. Detta är relevant även för vår undersökning då vi jämför just kommentarer på kvinnliga respektive manliga k-popgruppers videor.

Gleason, Theran och Newberg (2017) undersökte 151 tonåringar och vilka typer av kändisar som de ser upp till, varför samt vilka relationer som föreställs med dessa. Resultaten visade att de flesta tonåringar (61,1%) såg på deras favoritkändisar som relationspartners och de rapporterade mer parasocialt engagemang och känslomässig intensitet än de som inte såg på sina favoritkändisar på detta sätt. Det visade sig att fler killar än tjejer valde idrottare som favoritkändisar och var mer benägna att se på kändisar som auktoritetsfigurer eller mentorer än som vänner. De flesta tjejer såg å andra sidan på kändisar som vänner. De kom fram till att hierarkiska parasociala relationer kan kopplas till identitetsbildning då tonåringar och särskilt

killar ser på kändisar som förebilder. Jämlika parasociala relationer kan dock förknippas med utveckling av autonomi hos tonåringar genom en föreställd samhörighet med en beundransvärd mediefigur. Denna studie är relevant för vår undersökning då den tar upp kopplingen mellan parasociala relationer och kön.

I en studie undersökte Bond (2016) 316 ungdomar och kopplingen mellan sociala medier och styrkan av ungdomarnas parasociala relationer med de mediepersonligheter som de följer på Twitter. Resultaten av studien visade på att de ungdomar som följer mediepersonligheter på Twitter har en starkare parasocial relation med dem samt att de ungdomar som hade fått en interaktion från en mediepersonlighet på Twitter hade en starkare parasocial relation till mediepersonligheten än de ungdomar som inte hade fått sådana interaktioner. Slutsatsen som drogs är att Twitter är en plattform där mediepersonligheter lägger ut ögonblick ur deras personliga liv, vilket ökar följarnas känslor av samhörighet med dessa. Eftersom det är mer troligt att ungdomar tar till sig lärdomar från mediepersonligheter som de har en parasocial relation med så är detta en viktigt upptäckt, enligt Bond (2016). Denna studie är relevant eftersom den visar på att kändisars personliga liv och det som händer ”bakom kulisserna” är något som är signifikant för bildandet av parasociala relationer, vilket är relevant för vår studie av kändisars vloggar och en anledning till att det kan finnas uttryck till parasociala relationer under just vloggar som visar kändisarna ”bakom kulisserna” och inte professionellt som t.ex. i en musikvideo.

Marwick & Boyd (2011) undersökte hur kända personer ”utövar kändisskap” på Twitter. Resultaten visade att kända personer använder Twitter för att visa följare vad som händer bakom kulisserna genom att bl.a. visa och tala om saker ur deras privatliv, interagera med följare och använda ett visst språk och kulturella referenser. Allt detta är något som skapar en känsla av intimitet och samhörighet mellan kändisen och följare. Denna studie är relevant på samma sätt som Bonds (2016) studie i och med att den visar på att det faktum att många kända personer delar saker ur sina privatliv leder till starkare känslor av intimitet och samhörighet, vilket i sin tur leder till starkare parasociala relationer från följarnas håll.

I en studie undersökte Sun, Paje’ och Lee (2023) det framväxande feministiska och kvinnoförstärkande konceptet som kallas girl crush i k-popindustrin och hur k-popfans ser på detta. Genom en diskursanalys kom de fram till att k-popfans ser på girl crush-konceptet som en kommersialiserad form av feminism som snarare skyddar patriarkatet och de underliggande maktrelationerna mellan könen som existerar i industrin. Enligt

undersökningens resultat så finns det få fans som berömmar detta koncept för att vara feministiskt och förstärkande för kvinnor samtidigt som det finns många som tar del av motdiskurser och reflekterar kritiskt kring den internaliserade misogynin som finns bland k-popfans. Denna studie är relevant för vår undersökning eftersom den visar på att det finns en sorts kommersialiserad feminism inom k-popindustrin som är ett problem för kvinnliga artister eftersom den snarare håller tillbaka utvecklingen av en mer jämställd industri under en täckmantel av verklig feminism. Detta är även något som många fans inser och aktivt jobbar emot och därför är det även intressant att undersöka om det finns några skillnader i hur fans behandlar kvinnliga respektive manliga k-popidoler.

6. Material

Det empiriska material som vi har valt att analysera är YouTube-kommentarer på en kvinnlig och en manlig k-popgrupps videor på YouTube. Vi har valt att undersöka kommentarer på mer personliga videor, d.v.s. vloggar eftersom vi vill undvika kommentarer om musiken. Vi har valt att jämföra en kvinnlig och manlig grupp eftersom det finns en tydlig skillnad i hur människor uttrycker sig i kommentarerna på manliga respektive kvinnliga kändisars innehåll (se Döring & Mohseni 2020) samt att ojämställdhet mellan kvinnor och män är ett problem än idag, vilket innebär att kvinnor och män behandlas olika (se Lorber 2010). Parasociala relationer är även något som människor ger uttryck för i kommentarsfält på innehåll skapat av k-popartister (se Souders 2022). Det är därför intressant att undersöka om det finns någon skillnad i hur parasociala relationer uttrycks när det kommer till manliga respektive kvinnliga k-popartister.

6.1 Avgränsning

Vi valde att undersöka kommentarer på plattformen YouTube eftersom den är en av de mest populära sociala plattformarna med över 868 miljoner användare (Statista 2023) där det är enkelt att kommentera och interagera med andra användare i kommentarerna. YouTube erbjuder även längre och mer omfattande innehåll än många av de andra sociala medieplattformar som t.ex. Instagram eller Tiktok, vilket innebär att även kommentarerna ser annorlunda ut på YouTube jämfört med de andra plattformarna.

Vi valde att undersöka kommentarer på vloggar och inte musikvideor eftersom vi vill undvika för många kommentarer som endast handlar om musiken, utan vi vill även ha andra sorters kommentarer. Sådana kan t.ex. vara kommentarer om kändisens personlighet, utseende eller om något som hände eller sades i själva videon. Detta för att få mer variation i kommentarerna och i och med detta möjligen få ett mer varierat resultat. Vi valde att undersöka de första 100 engelskspråkiga kommentarerna på varje video sorterade efter "toppkommentarer". Sorteringen är en standardinställning på YouTube och vi valde den för att få med så många kommentarer från verkliga personer och undvika så många automatiska bot-kommentarer som möjligt samt slippa sortera ut dem själv. Vi valde att undersöka kommentarer på engelska eftersom vi då inte behöver översätta och med det möjligen förlora kontexten i kommentarerna samt riskera att översättningen och därmed resultatet blir helt fel. Vi valde videor som är fyra månader till ett år gamla eftersom dessa har hunnit få många olika kommentarer samt att de inte blivit för gamla eller utdaterade. Det är även troligt att dessa lite äldre videor inte har många aktiva tittare längre och därför kommer kommentarerna inte förändras väldigt mycket från tidsperioden då denna undersökning görs tills vidare.

K-popgrupperna som valdes till denna undersökning är Red Velvet och NCT 127. Red Velvet debuterade 2014 under skivbolaget SM Entertainment och är en tjejgrupp som består av 4 medlemmar totalt. NCT 127 debuterade 2016 under samma skivbolag och är en pojkgrupp som består av 10 medlemmar (SMTOWN u.å.). Vi valde dessa två grupper eftersom de debuterade under samma generation samt att de är under samma skivbolag. Detta kan innebära att de har ungefär samma sorts fans, vilket är intressant för vår undersökning då det kan visa på en klar skillnad eller mellan hur dessa artister behandlas, om sådana likheter eller skillnader existerar. Materialet består av en vlogg från varje grupp.

6.2 NCT 127

Videon från den manliga gruppen NCT 127 vars kommentarsfält ska analyseras är "Trying Colombian Tequila 🍷 & Visiting Monserrate! 🇵🇪 🇨🇴 | <Olá, ¡Hola! >EP.2". Det är det andra avsnittet i en serie av vloggar från deras turné i olika länder i Sydamerika. Den laddades upp den 5 april 2023 på NCT 127s officiella YouTubekanal och har 1.3 miljoner visningar samt 2689 kommentarer. Videon är 33 minuter och 39 sekunder lång.

6.3 Red Velvet

Videon från den kvinnliga gruppen Red Velvet vars kommentarsfält ska analyseras heter ”[RV Days] Record (t)our Video #1”. Det är en vlogg från deras turné och den laddades upp den 7 juli 2023 på deras officiella YouTubekanal och har 222 tusen visningar och 739 kommentarer. Videon är 24 minuter och 59 sekunder lång.

7. Metod

Undersökningen innefattar en kvantitativ innehållsanalys och kvalitativ språklig textanalys av kommentarer på YouTube-videor från en kvinnlig och en manlig k-popgrupp. Första fasen är en kvantitativ innehållsanalys där vi samlar in kommentarer från respektive video och sorterar dem i kategorier. Detta hjälper oss att sortera bort kommentarer som inte är relevanta för vår undersökning. Den andra fasen är en kvalitativ språklig analys där vi tar de längre kommentarerna med parasocialt innehåll från urvalet och analyserar på vilka sätt parasociala relationer kommer till uttryck i kommentarerna samt jämför om det finns någon skillnad mellan hur dessa kommer till uttryck på manliga respektive kvinnliga gruppers videor.

Här presenteras först den kvantitativa innehållsanalysen som metod och sedan presenteras den kvalitativa språkliga analysen med de begrepp som valdes ut för denna undersökning. Efter detta presenteras de tre teman som kommer användas med den kvalitativa analysen för att identifiera de olika uttrycken för parasociala relationer. Därefter följer en metoddiskussion samt en del om forskningsetik.

7.1 Kvantitativ innehållsanalys

Den första fasen i denna metod är en kvantitativ innehållsanalys. Med hjälp av denna metod sorterar vi bort kommentarer som är kortare och som inte är relevanta för vår undersökning. Den kvantitativa metoden bygger på att beräkna sociala fenomen och med hjälp av denna metod så kan det sägas något om hur utbrett ett fenomen är och hur utbredningen ser ut i olika befolkningsgrupper (Lindgren 2011:72). Innehållsanalys handlar om att granska texter eller symboler för att upptäcka idéer eller teman som är relevanta för samhällsvetenskapen. Oftast görs det på ett sätt där man mäter eller räknar hur ofta dessa idéer eller teman dyker upp för att få en bättre förståelse av deras närvaro, betydelse eller hur vanliga de är (Lindgren

2011:272-273). Denna metod är relevant för vår undersökning då vi vill reducera kommentarerna som vi samlar in till teman beroende på vad som nämns i dem och utifrån det sortera dem i olika kategorier. Detta då för att kunna se hur utbredda vissa fenomen är i kommentarerna och hur ofta de förekommer samt om det finns någon skillnad mellan de två kommentarsfält vi undersöker.

Två faser i en kvantitativ undersökning är datainsamling samt dataanalys. Datainsamling handlar om att välja ut datakällor som ger relevanta data för att belysa problemställningen (Lindgren 2011:73). Vår datainsamling går ut på att vi samlar de 100 första engelskspråkiga kommentarerna på respektive video. Vår dataanalys handlar sedan om att sortera kommentarerna i kategorier beroende på om de är längre eller kortare kommentarer, om de uttrycker starka känslor samt om den som kommenterar talar ur ett "jag" eller "vi" perspektiv. Längre kommentarer ger oss en bättre möjlighet till att förstå den bakomliggande kontexten (Esaiasson m. fl. 2017:211), starka känslor hjälper oss att identifiera kommentarer som kan innehålla parasociala relationer och perspektivet kommentaren är skriven på kan visa hur texten tilltalar läsaren och talar om sig själv och andra, samt att de kan bjuda in vissa läsare i texten och utestänga andra (Ledin & Moberg 2019:203). De kommentarer som passar in på alla tre kategorier analyseras sedan i nästa fas. En innehållsanalys syftar till att kartlägga och räkna vissa specifika inslag som förekommer i texter (Lindgren 2011:273). Med hjälp av kategoriseringarna kan vi därför även upptäcka och kartlägga om det finns några skillnader mellan kommentarernas innehåll på de manliga respektive kvinnliga artisterna ur ett parasocialt perspektiv. Vi samlade in kommentarerna i ett Excel-dokument där vi kryssade i de kategorierna varje kommentar ingick i och räknade sedan det totala antalet för varje kategori.

Längre kommentarer definierar vi som kommentarer som innehåller minst två meningar och korta kommentarer är under två meningar. Kommentarer som talar ur ett "jag" eller "vi" perspektiv kan exempelvis vara "Jag älskar dig" eller "Vi älskar dig". Starka känslor definierar vi som ett starkt uttryck av känslor, som t.ex. "Jag är så glad" eller "Jag älskar dem så mycket".

Vi samlar in 100 kommentarer från varje video och då vi är två stycken som gör undersökningen så går vi igenom samma kommentarer var för sig och sedan jämför vi och diskuterar varandras resultat. För att undvika att tolkningarna av de teman och begrepp vi valt ut skiljer sig åt genomförs även en provanalys på materialet. Detta för att öka reliabiliteten,

som handlar om huruvida undersökningen har genomförts på ett så pass bra sätt att man undviker oavsiktliga felregistreringar av data. Reliabiliteten kan kontrolleras genom att man gör samma undersökning flera gånger, som t.ex. genom att flera forskare går igenom samma datamaterial och liknande (Tuft 2011:83). Detta gör vi genom att dels gå igenom samma kommentarer två gånger, d.v.s. en gång var eftersom vi är två personer som skriver denna uppsats, och genom att sedan diskutera resultaten tillsammans och därmed gå igenom dem en gång till för att kontrollera att vi båda är på samma sida. Det som får has i åtanke är att de första 100 toppkommentarerna på de videor vi valt ut kan komma att ändras. Nya kommentarer kan tillkomma, de kan byta plats i sorteringen, redigeras eller raderas, vilket innebär att om undersökningen replikeras så kan det förekomma andra kommentarer som samlas in än de som samlades in i vår undersökning. Däremot är det troligt att toppkommentarerna inte förändras särskilt mycket i sitt innehåll, speciellt om samma video undersöks. Eftersom dessa är något äldre videor så är det även troligt att de inte kommer få särskilt många nya och aktiva tittare som kommenterar och interagerar med andra äldre kommentarer.

7.2 Kvalitativ språklig analys

Kvalitativ språklig analys är den andra fasen i undersökningen. Det kvalitativa är det som inte är kvantifierbart eller mätbart, men ändå något som är möjligt att uppleva. En kvalitativ analys har som mål att urskilja olika företeelser, egenskaper och innebörder med avseende på variationer, strukturer och processer i en text (Starrin 1994:23-28). I denna fas analyserar vi de längre kommentarer med parasocialt innehåll som vi hittade i vår kvantitativa fas. Vi valde att analysera just längre kommentarer då det bl.a. är enklare att förstå kontexten bakom längre kommentarer och eftersom en kvalitativ analys används för att undersöka det centrala innehållet genom en utförlig och noggrann läsning av textens delar, helhet och den kontext som den ingår i (Esaiasson m. fl. 2017:211), så är längre kommentarer lämpliga för detta ändamål. Vi valde även att sortera bort de kommentarer som inte har ett parasocialt innehåll i den kvantitativa delen eftersom de inte är relevanta i vår undersökning.

Den kvalitativa språkliga analysen har som syfte att lyfta fram en texts beståndsdelar och dess underliggande innebörd. Resultatet av en sådan analys ger sedan en grund till en tolkning av en text i en vidare kontext, d.v.s. hur författaren framställt innehållet i texten samt vilken

verkan det får i en viss kommunikationssituation (Ledin & Moberg 2019:195). Denna metod använder sig av olika begrepp för analys av texter. De begrepp vi anser vara relevanta till denna undersökning är adressivitet, interaktion och relation och det är dessa som vi har valt att använda.

7.2.1 Adressivitet

Ett begrepp som analysmodellen tar upp är adressivitet som handlar om att texter förväntar sig någon slags respons samt samspelet och interaktionen mellan skribent och läsare. Detta begrepp studerar hur en text växlar mellan olika språkhandlingar, t.ex. frågor, uppmaningar, instruktioner, hot och beröm, vilket slags tilltal en text har, vad den hänvisar till samt vad den antar att läsaren redan förstår (Ledin & Moberg 2019:197). Detta är något som är relevant att använda i vår undersökning då t.ex. interaktionen mellan skribent (den som skriver kommentaren) och den tänkta läsaren (k-popartisterna eller andra fans) är något som är relevant att undersöka ur ett parasocialt perspektiv.

7.2.2 Interaktion och relation

I analysmodellen så är interaktion och relation även begrepp som tas upp (Ledin & Moberg 2019:198-199), vilket är något relevant för vår undersökning som handlar om parasociala relationer. Ledin & Moberg (2019:198) jämför en skriven text med en talad text eftersom en interaktion sker i båda sorters texter. I den skrivna texten är interaktionen då mellan skribenten och läsaren. De flesta texter riktar sig även till en läsare som ingår i ett specifikt kollektiv eller målgrupp (Ledin & Moberg 2019:198). Detta skrivs om medietexter, men det kan även appliceras på kommentarer på sociala medier. Oftast så är de kommentarer som skrivs under YouTube-videor eller under inlägg på de flesta sociala medier en respons på innehållet. Det är därför intressant att undersöka på vilka sätt kommentarerna skrivs som en interaktion, som i detta fall blir parasocial, för att få en interaktion tillbaka och/eller för att artisterna som skapat innehållet ska läsa dem. Detta kan exempelvis undersökas genom att analysera vad det är i kommentaren som fungerar som en relationsskapande resurs. En text som visar känslor genom t.ex. utrop, värdeord, och omdömen kan i större utsträckning väcka en reaktion hos läsaren, samt att användning av olika pronomen kan vara en resurs språket har för att bjuda in läsaren till dialog (Ledin & Moberg 2019:199).

Användning av olika pronomen, t.ex. vi, ni, jag och du, kan även ringa in textens deltagare och visa hur texten tilltalar läsaren och omtalar sig själv och andra samt att de kan bjuda in vissa läsare i texten och utestänga andra (Ledin & Moberg 2019:203). Detta är relevant i vår undersökning då vi i den kvantitativa fasen sorterat de kommentarer vi undersöker i kategorier beroende på vad deras innehåll talar om, som t.ex. om kommentaren använder "jag" eller "vi". Dessa uttalanden i kommentarerna är då något som vi med fördel kan analysera i den kvalitativa fasen.

7.3 Identifiering, intimitet och samhörighet

Med hjälp av de olika verktygen analyserar vi de parasociala relationer som förekommer i kommentarerna. Vi har valt ut tre begrepp som ska hjälpa oss identifiera olika sätt som parasociala relationer uttrycks på i kommentarerna. Vi har valt dessa begrepp eftersom de kännetecknar parasociala relationer och det är dessa begrepp som är mest förekommande i tidigare forskning om parasociala relationer. Därför anser vi dem vara relevanta och en stabil utgångspunkt för denna undersökning.

Det första begreppet är identifiering. Det handlar om att man kan känna igen sig i kändisar eller med andra ord relatera till dem på någon nivå. Detta kan exempelvis hända då kändisar delar relaterbara saker ur sina privatliv och genom detta visar att de är som vilken person som helst. Denna identifiering är något som gör att fans kan känna en större närhet till kändisen, vilket i sin tur förstärker den parasociala relationen (Blight, Ruppel & Schoenbauer 2017).

Det andra begreppet som vi använder är intimitet. Intimitet är något som kan uppstå mellan en kändis och fans exempelvis genom att fansen får ta del av ögonblick från kändisens privatliv på sociala medier. Genom sociala medier har kändisar möjlighet att skapa en bild av sig själva som fansen då kan ta del av. Denna skapade personlighet som fans tar del av är något som leder till en känsla av närhet och intimitet mellan kändisen och fans och detta är något som förstärker parasociala relationer hos fans (Bond 2016) samt ökar kändisens branding och marknadsföringsmöjligheter (Marwick & Boyd 2011). Då fans tar del av en kändis personlighet kan de känna som att de vet hur de är som person och att de känner dem och i och med detta ha förväntningar på hur en kändis agerar eller skulle agera i en viss situation.

Det sista begreppet som används är samhörighet, vilket är en fundamental motivation för människor (Knowles 2007) och kan definieras som människors behov att ha en närhet till andra och tillhöra sociala sfärer och gemenskaper (Deci & Ryan 2000). Människor konsumerar aktivt media för att uppfylla sina behov (Katz, et al 1973-74) och ett av dessa behov kan vara samhörighet med andra vilket då kan uppfyllas med parasociala relationer (Knowles 2007). Detta kan exempelvis visa sig i form av en samhörighet med kändisen eller med andra fans av samma kändis som tänker likadant som en själv.

7.4 Metoddiskussion

Vi har använt både en kvantitativ och en kvalitativ metod i vår undersökning. Enligt Lindgren (2011:271) så är det lämpligt att kombinera kvantitativa och kvalitativa grepp när man undersöker texter i akademiska studier. Detta eftersom ingen metod kan fånga in allt och i varje metod finns det saker som går förlorade, och därför kan kombinationen av flera metoder ge ett mer kraftfullt slutresultat än om man endast väljer att använda en av dem (Lindgren 2011:271). Om man endast använder en kvalitativ metod och endast fokuserar på de underliggande betydelseerna i en text så börjar man ändå snart tänka i kvantitativa termer, t.ex. om det finns något tema eller uttryckssätt som förekommer ofta eller om det finns något dominerande mönster i materialet. Samma sak gäller när man gör en kvantitativ undersökning då det i slutändan är språk och meningsskapande som studeras. Det som studeras är ett system av socialt och kulturellt överenskomna och framförhandlade relationer mellan tecken och symboler å den ena sidan och innebörder å den andra (Lindgren 2011:271).

Kommentarerna som används i undersökningen är de första 100 toppkommentarerna i respektive video som vi plockar för hand. Eftersom det inte är en automatisk process som samlar in kommentarerna så kan vår subjektivitet påverka just vilka kommentarer vi väljer ut, vilket kan innebära att vi väljer ut kommentarer som svarar på vår problemformulering och resultatet riskerar då att inte bli en reflektion av verkligheten. Vi har valt att sortera kommentarerna under klippen på YouTubes sortering "toppkommentarer" som visar vad tittarna mest sannolikt kommer värdera och interagera med baserat på olika signaler som kommentartext, kanalnamn, avatar och video (Google 2023).

Toppkommentarerna kan representera mångas åsikter, vilket är varför det är lämpligt att undersöka dessa. Däremot finns det många avvikande åsikter och aspekter som möjligen är intressanta men som går förlorade i resten av kommentarerna. Därför blir det svårt att generalisera och applicera resultaten på något större då det oftast finns tusentals kommentarer på videorna och vi endast undersöker 100 av dem på varje video som dessutom är på toppen av kommentarsfältet. Detta kan innebära att det kan finnas mycket som vi riskerar att missa. Validitet handlar om i vilken grad man mäter det man vill mäta (Tufte 2011:82). Det kan vara svårt att veta om resultatet blir relevant till undersökningens frågeställning och syfte innan undersökningen har genomförts. För att säkerställa validiteten så provade vi först att samla in kommentarer flera gånger på olika sätt. När vi testade vår metod använde vi oss av verktyget YouTube Data Tools, vilket vi hade tänkt använda i själva undersökningen också. Den samlade in toppkommentarerna och skapade automatiskt ett Excel-dokument med bl.a. användarnamn, vilket datum kommentaren var skriven samt kommentarens innehåll. Vi hade tänkt använda detta verktyg eftersom det på ett enkelt sätt skulle samla in kommentarer åt oss och den delen av processen skulle gå mycket fortare än insamling av kommentarer för hand. Efter att ha testat det bestämde vi oss för att inte använda oss av det verktyget eftersom det även samlar in svar på kommentarer, vilket är något som inte är relevant för vår undersökning. Att ha med svar på kommentarer skulle betyda att vi fick med många kommentarer som handlar om samma sak eftersom de svarar på en och samma kommentar och detta hade troligtvis påverkat resultaten för mycket. Verktyget samlar även in exakt alla kommentarer och det går inte att välja endast engelska eller något annat språk. Det innebär att vi skulle behöva sortera bort kommentarer skrivna på andra språk tills vi når vårt mål, vilket i sig innebär att vi skulle behöva spendera mycket tid åt bara det. Vi bestämde därför att användningen av YouTube Data Tools är något som skulle tagit mycket mer tid för oss i denna undersökning än om vi gjorde själva processen själva. Det är anledningen till att vi valde att plocka kommentarer ur kommentarsfältet för hand även om det inte är en automatiserad process och vår subjektivitet som människor kan påverka vilka kommentarer som väljs ut. Däremot är denna subjektivitet enkelt att undvika genom att plocka kommentarer som de kommer fram i sorteringen och inte medvetet hoppa över några, vilket är exakt det vi har gjort.

Vi valde två grupper som har ungefär samma antal följare på deras YouTubekanal eftersom vi ville ha två grupper med ungefär lika stor fanbase för att kunna jämföra dem rättvist. Båda grupperna är från samma skivbolag, vilket är även en faktor som kan innebära att de har en

liknande fanbase och även detta gör jämförelsen av kommentarsfälten mer rättvis då en liknande fanbase innebär mindre andra faktorer som måste tas i åtanke vid jämförelsen. Även då två grupper med ungefär lika många följare valdes för att undvika för stora skillnader som kan påverka resultaten så var dessa skillnader ändå svåra att undvika. Det är så att NCT 127 har fler kommentarer på deras video, vilket är något som kan påverka resultaten då det finns variationer i hur människor kommenterar på respektive grupps innehåll. Däremot anser vi att detta inte är något som kommer påverka våra resultat mycket i slutändan eftersom det är möjligt att toppkommentarerna hade sett ut på samma sätt oavsett hur många kommentarer det finns, så länge det finns ett stort antal. Det förekommer t.ex. mycket bot-kommentarer i många kommentarsfält och därför är det möjligt att antalet kommentarer från verkliga människor egentligen inte skiljer sig lika mycket. Vi valde även vloggar som har ett liknande tidsspann (22 och 33 minuter) för att det ska finnas nog mycket innehåll i båda videorna för fans att kommentera på. Att hitta två artister med exakt samma antal kommentarer och visningar samt med liknande innehåll, längd på innehållet och med lika stor ålder på innehållet är väldigt svårt om inte omöjligt. Det kommer troligtvis alltid skilja sig ganska mycket från artist till artist även om de är från samma skivbolag eller kommer från samma generation så det enda som kan göras är att försöka komma så nära som möjligt i likheterna. Däremot hade det även varit intressant att jämföra en populär artist med en mindre populär, men detta är då en faktor som måste nämnas i själva undersökningen. Att välja under vilket sorts innehåll kommentarer undersöks är också en viktig faktor som kan påverka resultatet. I ett tidigt stadiet av undersökningen valde vi att undersöka en turnévlogg från den ena gruppen och en vlogg från en fotosession från den andra gruppen. Vi märkte att kommentarerna skilde sig mycket mellan vardera kommentarsfält och förstod att det hade att göra med det sorts innehåll som videorna hade. Exempelvis så hade fotosessionsvloggen många fler kommentarer om artisternas utseende än turnévloggen vilket inte var så konstigt med tanke på vilken sorts vlogg det var. Det i sin tur är en faktor som hade kunnat påverka resultaten mycket och det är anledningen till att vi bestämde oss för att undersöka två videor med samma innehåll, d.v.s. två vloggar, och därmed undvika en oförutsedd påverkan på resultaten.

7.5 Forskningsetik

Man måste vara försiktig då man samlar in känsliga data som uppgifter om etnisk bakgrund, om politiska, filosofiska eller religiösa uppfattningar, om en person har misstänkts, anklagats

eller dömts för någonting straffbart, om hälsotillstånd, sexuella relationer eller medlemskap i fackföreningar (Tuftte 2011:76). Det är viktigt att skydda och respektera integriteten för de som har skrivit kommentarerna. Trots att kommentarerna är offentligt synliga så bör de hanteras etiskt och personerna som medverkar i studien bör skyddas i samband med att de medverkar i undersökningen för att undvika att de blir utsatta för skador eller kränkande (Vetenskapsrådet 2017:12-13). Då endast kommentarernas innehåll och inte personerna bakom dem är av intresse för denna studie har vi valt att inte anteckna eller inkludera några användarnamn eller profilbilder i vår undersökning. Vi har även strävat efter att representera mångfalden hos de som kommenterat på ett rättvist sätt och därför valt en större mängd kommentarer. Genom att ta de första 100 kommentarer som dyker upp under sorteringen "toppkommentarer" kan vi undvika att generalisering utifrån enstaka bot- eller spamkommentarer som kan uppkomma i kommentarsfälten.

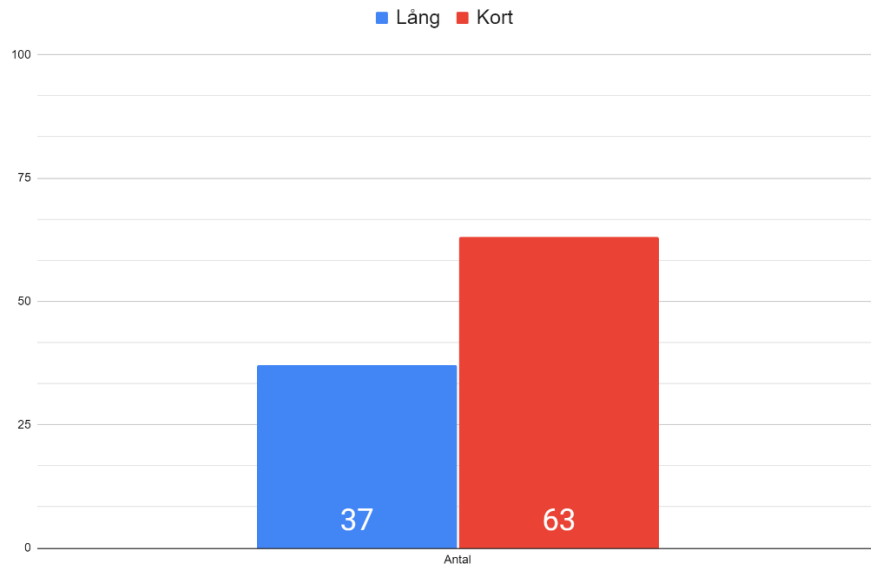
8. Analys och resultat

Här presenteras analys och resultat av det material som genomgått den kvantitativa och kvalitativa innehållsanalysen. Först presenteras resultatet av den kvantitativa innehållsanalysen där kategorierna redovisas sedan presenteras några av de utvalda kommentarerna som analyserats kvalitativt med en språklig analys.

8.1 Kvantitativ analys

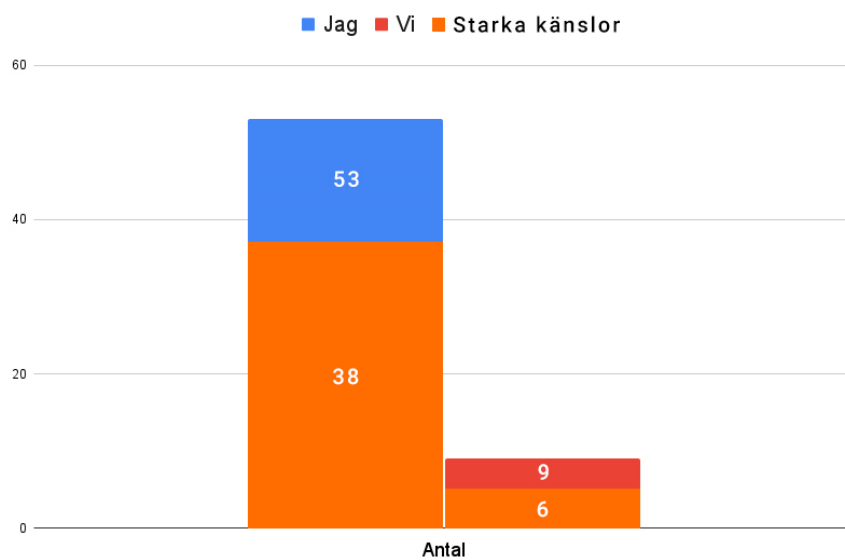
Stapeldiagrammet nedan visar antalet långa och korta kommentarer utifrån de 100st som kategoriserades.

Figur 1 Kategorisering av NCT 127s kommentarsfält i kategorierna lång samt kort kommentar



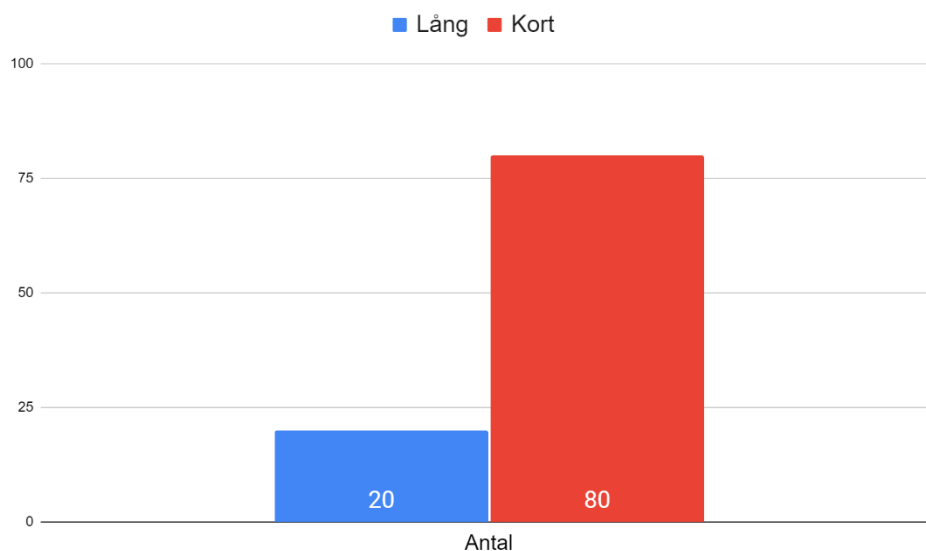
Stapeldiagrammet nedan visar utifrån de 100 kommentarer kategoriseringen av jag perspektiv, vi perspektiv och hur många av dessa kommentarer som ingick i starka känslor kategorin.

Figur 2 Kategorisering av kommentarer från NCT 127s vlogg i kategorierna jag- och vi perspektiv samt vilka av dessa innehöll uttryck till starka känslor



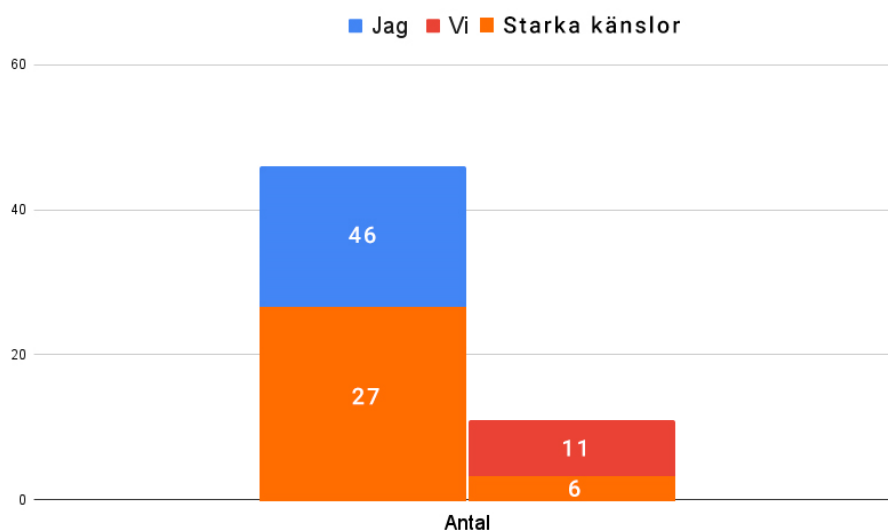
Figur 3 Kategorisering av Red Velvets kommentarsfält i kategorierna lång samt kort kommentar

Stapeldiagrammet nedan visar antalet långa och korta kommentarer utifrån de 100st som kategoriserades.



Stapeldiagrammet nedan visar utifrån de 100 kommentarer kategoriseringen av jag perspektiv, vi perspektiv och hur många av dessa kommentarer som ingick i starka känslor kategorin.

Figur 4 Kategorisering av kommentarer från Red Velvets vlogg i kategorierna jag- och vi perspektiv samt vilka av dessa innehöll uttryck till starka känslor



Totalt kategoriserades 100 kommentarer. Över lag hade de båda banden en liknande fördelning av antal kommentarer per kategori, den största skillnaden är i de långa och korta kommentarerna där NCT 127 hade 37 långa och 63 korta medan Red Velvet hade 20 långa och 80 korta. Båda banden hade ungefär samma fördelning på jag och vi kommentarer där NCT 127 hade 53 jag och 9 vi, medan Red Velvet hade 46 jag och 11 vi. Antalet kommentarer som uttryckte starka känslor skilde sig inte särskilt mycket heller då NCT 127 hade 44 och Red Velvet 33 stycken. Under NCT 127s video ingick 22 av kommentarerna i alla tre relevanta kategorier som var lång, jag/vi och starka känslor och under Red Velvet video ingick 13 kommentarer i dessa kategorier. Totalt var det 35 kommentarer som ingick i alla tre kategorier och det är dessa som sorterades i olika kategorier beroende på vilket tema som förekom i kommentaren och analyserades vidare i nästa fas.

Tabellerna nedan visar kommentarernas fördelning över de tre kategorierna för respektive grupp. Vi har valt att först kvantifiera och redovisa antalet kommentarer i varje tema i en tabell för att göra det enklare att jämföra innehållet i kommentarerna på respektive grupp och därmed kunna upptäcka om det finns någon skillnad i hur parasociala relationer uttrycks i respektive grupps kommentarer.

Figur 3 **Kategorisering av de 22 utvalda kommentarerna från NCT 127s video**

Teman	Antal
Samhörighet	7
Intimitet	17
Identifiering	6

Figur 4 **Kategorisering av de 13 utvalda kommentarerna från Red Velvet video**

Teman	Antal
Samhörighet	3
Intimitet	9
Identifiering	1

Av de 35 kommentarer som analyserades ingick flera av dem i fler än en kategori då de innehöll flera teman och inget av dem var dominerande vilket gjorde det svårt att placera dem i endast en kategori. En kommentar från Red Velvet's video passade inte in i någon av kategorierna togs därför inte med i kategoriseringen. Kriterierna för att en kommentar har temat samhörighet är att den talar ur ett vi-perspektiv och därmed från perspektivet av en grupp och inte en individ och/eller att den tydligt identifierar sig som en del av en grupp, t.ex. en grupp av fans av en specifik artist. Kriterierna för intimitet är att kommentaren visar att den känner till kändisens eller kändisarnas personlighet och/eller visar att den har förväntningar på hur en viss kändis skulle agera i en viss situation. Till sist är kriterierna för identifiering att kommentaren på något sätt relaterar till hur kändisen agerar eller till något hen säger. Tabellerna visar att samhörighet var jämnt fördelat mellan de två grupperna då NCT 127 hade 7 kommentarer och Red Velvet hade 3 kommentarer med detta tema. Det fanns mest av intimitet i båda gruppernas kommentarer där NCT 127 hade 17 stycken och Red Velvet hade 9. Identifiering är det tema som var minst förekommande i båda kommentarsfälten då NCT 127 hade 6 stycken kommentarer och Red Velvet hade endast 1 kommentar med detta tema.

8.2 Kvalitativ analys

För att analysera kommentarerna användes kvalitativ språklig analys och verktyg som adressivitet, interaktion och relation. För att göra detta användes några av de stödfrågor som Ledin & Moberg (2019:201) tar upp i metodbeskrivningen. De frågor som handlar om innehållet är vad händer i texten? Vad handlar texten om och vad påstår den? Samt Vem är aktiv och vem blir påverkad. Stödfrågor som handlar om den relation texten bygger med sin läsare genom språkhandlingar, tilltal, omtal och referenser är genom vilka språkhandlingar skapar texten en relation till sin läsare? Vad skapar interaktion mellan en skribent och en läsare? Samt hur riktar sig texten till sin läsare (adressivitet) och hur bjuder den in och utestänger läsare?

8.2.1 Samhörighet

Totalt innehöll 10 kommentarer i materialet samhörighet. Nedan är några exempel på sådana kommentarer.

i'm so happy my boys had a great time here in latam 🥰🥰 yuta really is loved here and i'm glad everyone could see it. we love everyone of you guys, thank you for the happiness you all gave to all of us here ❤️❤️ brazilian nctzens miss you guys a lot 🥰🥰


Denna kommentar signalerar en känsla av samhörighet med bandet men också med andra fans. Hen använder uttrycket "my boys" som visar på en personlig anknytning till bandet. Ord som "we" och "nctzens" (vad fans av bandet kallar sig) tyder på en gemenskap och samhörighet till andra fans som också stödjer och gillar NCT 127. Den talar om sig själv som en del av en specifik grupp som i detta fall är "brazilian nctzens" och då den endast använder pronomenen "vi" och "jag" så kan det antas att "brazilian nctzens" är synonymt till "jag" och "vi" och att personen som skrivit kommentaren då tillhör denna grupp. Genom att använda olika pronomen så kan texten bjuda in vissa läsare och utestänga andra (Ledin & Moberg 2019:203), och genom att använda pronomenet "vi" så bjuder kommentaren in andra fans av bandet i konversationen och skapar en sorts samhörighet med dem. Dessa fans som läser kommentaren kan då hålla med eller inte beroende på vad de själva tycker, men samhörigheten förekommer i vilket fall som helst. Det kan även sägas att den utesluter läsare som inte är fans samt fans som inte är från Brasilien eller Sydamerika.

Utifrån vloggens kontext, att det är en vlogg från deras turné i Sydamerika och kommentarens innehåll, att den talar om att "Yuta is really loved here and i'm glad everyone could see it" samt "brazilians nctzens miss you a lot", kan det antas att denna person var på en av konserterna och mest troligt på den i Brasilien. Med meningen "i'm glad everyone could see it" så refererar skribenten till en specifik händelse vilket bidrar till en samhörighet mellan skribenten och läsaren (Ledin & Moberg 2019:199), som i detta fall kan vara både andra fans och själva artisten då det kan tänkas att båda parterna var med.

Kommentaren använder även pronomenet "you" då den talar om bandet, exempelvis "you guys" och "thank you for the happiness you all gave to all of us here", vilket tyder på att hen tilltalar bandet direkt och bjuder på detta sätt in även dem till konversationen. Om kommentaren exempelvis talat om gruppen genom att använda "de" eller "dem" hade kommentaren inte varit lika personlig. Pronomenet "du" har flera funktioner och en av dem är att det involverar läsaren (Breeze 2015:42). I detta fall tilltalar kommentaren artisterna





direkt och den tänkta läsaren i detta fall är då artisterna själva, vilket innebär att kommentaren involverar artisterna direkt. Enligt Breeze (2015:42) så är användandet av ”du” ett tecken på en informell och mer personlig ton och ett informellt tilltal till en mediepersonlighet är ett tecken på en parasocial relation (Tukachinsky 2011). Allt detta är anledningen till att denna kommentar tydligt visar på en parasocial relation som existerar mellan fanet och artisterna.

Ett annat exempel med en kommentar där samhörighet tydligt förekommer är:

We were the loudest when Yuta appeared on screen, when it was his parts coming, when he was singing or talking. Yuta is so love [sic!] by Czennies from Colombia. Even people who attended the concert and weren't fans of NCT became fans of Yuta!! He's that powerful! I'm really glad Jungwoo mentioned that Yuta is really loved here cause it is something we wanted to show  I hope they come back to Colombia very soon, I want to see them again but this time with Haechan. I missed my fullsun

Denna kommentar visar på samhörighet främst till andra fans genom att skriva ”we were the loudest” och ”we wanted to show”. Även i denna kommentar används ”czennies”, vilket kan antas vara en annan version av tidigare sett ”nctzens”. Som tidigare kommentar tyder detta på att personen talar från en grupps perspektiv och det bjuder i sin tur in andra fans att delta i konversationen (Ledin & Moberg 2019:203). Kommentaren använder även ord som ”he” ”they” och ”them” vilket visar på att personen inte tilltalar bandet direkt vilket enligt Breeze (2015:42) är mindre personligt och bjuder inte in artisten själva till konversationen. Det kan även i denna kommentar antas att personen varit på deras konsert, i detta fall i Colombia utifrån det personen skriver ”Even people who attended the concert and weren't fans of NCT become fans of Yuta!!”. Med detta refererar också personen till en tidigare händelse vilket som nämnt tidigare bidrar till en samhörighet mellan skribenten och läsaren (Ledin & Moberg 2019:199). Allt detta tillsammans visar tydligt på den parasociala relationen som finns med artisterna och fanet.

En sista kommentar som visar på samhörighet är:

thankyou Red Velvet wee are reveluvs will always lovee and support youu   . [sic!]
can't wait to next episode  

I denna kommentar nämner personen ”reveluvs”, som är ett namn för fans av Red Velvet. Personen använder även ”we” vilket visar att hen är en del av denna grupp av fans och talar ur denna grupps perspektiv och därmed bjuder in andra fans av artisten i konversationen (Ledin & Moberg 2019:203), vilket då visar på en samhörighet som denna person har med andra fans eller reveluvs. Personen använder även ”you” när hen talar om Red Velvet och talar därför direkt till dem i kommentaren. Att personen adresserar artisten direkt innebär att hen använder ett mer personligt tilltal (Breeze 2015:42) och bjuder därför även in artisten i en konversation. Detta personliga tilltal samt att personen som skrivit kommentaren identifierar sig som en del av gruppen av Red Velvets fans visar på att det finns en parasocial relation mellan personen och artisterna. Att personen skriver ”can’t wait to next episode” visar även på att hen längtar till att ta del av mer av artisterna och de innehåll som de lägger ut.

8.2.2 Intimitet

Totalt innehöll 26 kommentarer i materialet intimitet. Nedan är några exempel på sådana kommentarer

I love how adorable and close 127 members friendships are. People often accuse them as being the unit that only has a business relationship but I disagree. 127 doesn’t need to flaunt their friendship in our faces all the time. Their bond is undeniable. You can see here that they truly have fun and enjoy being in each others company.

Denna kommentar talar om gruppens relation och vänskap med varandra. Den menar att medlemmarna inte har en “business relationship” utan att de har en nära relation och att “their bond is undeniable”. Utifrån denna kommentar kan det ses att personen som skrivit den har en bild av gruppens personligheter och hur de är som personer. Förutom detta så har personen även en bild av hur deras relation ser ut och på grund av ord som “undeniable” och “truly” så kan det tolkas som att personen är självsäker i det hen skriver. Detta är ett tecken på intimitet eftersom personen tros sig veta hur medlemmarnas relationer till varandra ser ut genom denna video och troligtvis annat innehåll som hen har tagit del av. Detta är därför även ett tecken på en parasocial relation (Bond 2016). Kommentaren adresserar inte någon speciell person eller grupp av personer i dess innehåll. Den sista meningen “You can see here that they truly have fun and enjoy being in each others company” är en språkhandling då det är ett påstående, vilket skapar en interaktion mellan läsaren och skribenten (Ledin & Moberg 2019:197). I meningen används pronomenet “You” som mest troligt är riktat till andra fans

som har tagit eller kommer ta del av vloggen och som i detta fall får ett påstående som de kan hålla med om eller förneka. Att personen som skrev kommentaren är självsäker i att hen vet hur gruppmedlemmarnas relationer med varandra ser ut visar tydligt på en parasocial relation.

En annan kommentar som visar på intimitet är:

why this vlog makes me want to cry? knowing that yuta said that he really loves to doing world tour but the fact that they have difficulties to make it happen now. hope SM give them an opportunity to doing that 😞 [sic!]

Denna kommentar tyder på intimitet genom bland annat uttryck av en stark känslomässig koppling till bandet genom att skriva ”why this vlog makes me want to cry?”. Det kan som i den tidigare kommentaren ovan även ses som att den som skrivit den här kommentaren har en bild av hur gruppmedlemmarna är som personer, då hen säger ”knowing that yuta said that he really loves to doing world tour”, och har en önskan om att få se dem lyckas övervinna sina hinder. Att denna person har en bild av artisternas personlighet innebär att hen har vid flera andra tillfällen tagit del av artisternas innehåll och på det sättet ”lärt känna” dem, vilket enligt Bond (2016) är något som bidrar till bildandet av parasociala relationer. Detta är därför ett tydligt exempel på en sådan relation som existerar mellan ett fan och artisten.

En tredje kommentar som tydligt visar på intimitet är:

Funny, cool, fancy and beautiful at the same time, it's pure joy to watch BFF Wenseul hanging out! And Seulgi in that orange outfit was absolutely iconic ! If Joy was there, she and Yeri would be rather chaotic! Hoping for more Seurene moments, and pls tell me there are at least 3 episodes of this! We need more RV content!

Denna kommentar visar att personen gillade att ta del av vloggen och sättet som medlemmarna interagerade med varandra. Detta syns tydligt genom meningen ”it's pure joy to watch BFF Wenseul hanging out!”. Personen som skrev kommentaren tog del av artisternas personlighet, vilket bidrar till en känsla av intimitet mellan personen och artisten (Bond 2016). I nästa mening säger kommentaren ”If Joy was there, she and Yeri would be rather chaotic!” vilket visar på att personen som skrivit kommentaren redan sedan tidigare känner till artisternas personligheter och har förväntningar på hur de skulle agera i en specifik situation. I detta fall verkar personen veta hur en av medlemmarna skulle agera om en annan

av medlemmarna hade varit med i vloggen. Även detta är något som visar på intimitet och att personen mer än en gång har ”lärt känna” artisterna genom andra vloggar eller annat innehåll som artisterna delat. Eftersom detta är något som bidrar till skapandet av parasociala relationer (Chung, Ding & Kalra 2023), så visar detta tydligt på den relation som finns mellan fanet och artisterna.

En sista kommentar som tydligt visar på intimitet är:

It's so jarring when Irene suddenly appears and you are just blown away by her visuals. I always enjoy museum trips of the business friends Seulgi and Wendy and how they banter hahahha. Yeri is getting to be so pretty and that smile, That damn smile. They truly missed Joy.

I denna kommentar är det tydligt att personen har tagit del av medlemmarnas personlighet och har en idé om hur de är som personer sen tidigare, vilket är något som visar på intimitet mellan personen som skrivit kommentaren och medlemmarna (Bond 2016). Personen kallar två av medlemmarna för ”business friends” vilket visar på att hen vet hur deras relation till varandra ser ut och pekar även här på att hen har tagit del av innehåll med artisterna förut och därigenom ”lärt känna” dem. Den sista meningen ”They truly missed Joy” visar på ett antagande att medlemmarna saknade en av de andra medlemmarna i vloggen. Utifrån kontexten av den meningen i kommentaren är det tydligt att det inte var något som sades explicit i vloggen, utan något som visades implicit. Att personen kunde identifiera att bandmedlemmarna saknade en av dem visar på att hen känner till deras relation, att de först och främst saknar varandra och sedan hur de uttrycker denna saknad, vilket är något som visar på intimitet. Personen adresserar ingen speciell person i denna kommentar, men talar om medlemmarna som att hen känner dem. Allt detta tillsammans visar på den parasociala relation som finns mellan personen som skrivit kommentaren och artisterna.

8.2.3 Identifiering

Totalt innehöll 7 kommentarer i materialet identifiering, Nedan är några exempel på sådana kommentarer.

Just watching them hanging out and having fun like normal people makes me feel less anxious and know that they're just hard-working people and not actually perfect. Thank you NCT <3

Kommentaren tyder på att den som kommenterar kan identifiera sig med personerna i videon och känner igen sig själv med dem. Genom att se hur de har roligt och hur de bara är vanligt hårt arbetande personer och inte perfekta uttrycker sig personen att det minskar deras ångest. Då personen nämner att de bara är hårt arbetande och inte perfekta så uttrycker personen förståelse för att de också har utmaningar vilket skapar en mer realistisk bild och bidrar till en starkare identifiering. Genom att se NCT-medlemmarna på ett mer vardagligt sätt än som idealiserade figurer är det enklare att identifiera sig med dem på ett mer verkligt och autentiskt sätt vilket i sin tur skapar en starkare koppling till gruppen (Blight, Ruppel & Schoenbauer 2017). Personen talar inledningsvis om bandet som ”dem” vilket tyder på att kommentaren inte är riktad direkt till bandet utan till andra som läser det, t.ex. andra fans. Avslutningsvis tackar personen bandet med att skriva ”Thank you NCT” där ”you” är mer informellt samt personligt och riktar sig direkt till bandet (Breeze 2015:42) och då denna kommentar riktar sig direkt till bandet så skapar det en sorts interaktion mellan bandet och personen som skrivit kommentaren (Ledin & Moberg 2019:198). Denna interaktion är dock ensidig eftersom bandet inte har svarat på kommentaren och därför är interaktionen parasocial. Genom att personen identifierar sig med och blir så starkt påverkad av sättet som artisterna agerar på samt det direkt adresserade tacket till artisten i slutet, så kan det tydligt ses att det finns en parasocial relation mellan fanen och artisten.

En annan kommentar som tydligt visar identifiering är:

They had such a playful and joyful energy throughout the day that it felt like a healing video. I could also remember when I visited the Monserrate and the Salt Cathedral a few years ago 🥰 My heart is filled with love rn! I love the 127 bond and I wish to see them perform someday <3

Den som skrivit denna kommentar associerar NCT 127:s dag och deras aktiviteter med sina egna minnen från att ha besökt Monserrate och Saltkatedralen för några år sen. Detta tyder på en koppling mellan personens egna erfarenheter och den erfarenhet som delas i videon vilket visar på en identifiering med dem (Blight, Ruppel & Schoenbauer 2017). Genom att personen

uttrycker känslor av kärlek och glädje i samband med bandet aktiviteter visar den på en stark känsla av gemenskap med gruppen. Ett starkt uttryck av känslor i denna kommentar är "My heart is filled with love rn!" som är ett sorts utrop. En text som visar känslor genom t.ex. utrop kan i större utsträckning väcka en reaktion hos en läsare och bjuda in till dialog, enligt (Ledin & Moberg 2019:199), vilket i sin tur är en relationsskapande resurs. Personen beskriver även videon som "a healing video" vilket indikerar på att genom att titta på videon har den en positiv inverkan på personens känslor. Personen uttrycker också en önskan om att få se gruppen uppträda live en dag vilket visar på en längtan efter en nära och direkt upplevelse med dem. Detta visar tydligt på den parasociala relationen som finns mellan fanet och artisten.

Två sista kommentarer som är värda att nämna är:

For me, if I go on a holiday I would do all the things like Wendy & Seulgi do (sight-seeing, discovering new restaurants and cafes, etc.) but I love Yeri's lowkey vlogging style so much. Keep the contents coming!!

Och

I wish to see more of Yeri please. i know her vlog could be quite "boring" but i know she's a nature and feeling girl, and she loves to absorb the feel of places and people, coz i'm the same as her. 🥰💜🌸

I den första kommentaren menar personen att hen skulle göra samma sak som bandmedlemmarna gjorde i vloggen om hen åkte på semester, vilket är en sorts identifiering då personen som skrev kommentaren känner igen sig i bandmedlemmarna och relaterar till deras vanor eller intressen (Blight, Ruppel & Schoenbauer 2017). Samma sak kan även sägas om den andra kommentaren där personen som skrivit den säger "i'm the same as her", vilket tydligt visar att personen relaterar till artisten. I kommentaren beskriver även personen artistens personlighet ganska detaljerat, vilket tyder på att hen har tagit del av artistens personlighet vid flera tillfällen. Detta visar på intimitet (Bond 2016) och allt detta tillsammans visar tydligt på den parasociala relationen som finns mellan fanet och artisterna.

9. Slutsats och slutdiskussion

I följande avsnitt redogörs och diskuteras de slutsatser som kunnat dras från resultatet och analysen. Avsnittet avslutas med studiens begränsningar samt idéer för vidare forskning på ämnet.

9.1 Slutsats

Studiens syfte är att undersöka om det går att se någon skillnad mellan hur parasociala relationer kommer till uttryck i kommentarerna på manliga respektive kvinnliga k-popgruppers vloggar på YouTube. En av frågeställningarna som ställdes var om det finns kommentarer under k-popbandens YouTube videor där fansen ger uttryck till parasociala relationer och den andra frågeställningen var om det i sådana fall skiljer sig mellan en manlig och en kvinnlig grupp.

Genom en kvantitativ innehållsanalys sorterades kommentarerna från materialet i olika kategorier. De kommentarer som ingick i kategorierna lång, jag/vi samt starka känslor gick vidare till den kvalitativa analysen. Dessa är även de kommentarer som innehöll uttryck till parasociala relationer, vilket redan här ger svar på den första frågeställningen. De största skillnaderna mellan de två banden som upptäcktes under den kvantitativa analysen var att det totalt fanns fler kommentarer som ingick i de tre kategorierna under bandet NCT 127 och att NCT 127 hade 17 fler kommentarer som kunde kategoriseras som långa.

Genom den kvalitativa språkliga analysen upptäcktes det att det fanns olika sorts uttryck av parasociala relationer i kommentarerna och dessa kategoriserades med hjälp av de tre temana som togs fram med hjälp av den tidigare forskningen. Detta svarar på den första frågeställningen som handlade om på vilket sätt parasociala relationer uttrycks i kommentarerna på de två undersökta grupperna. Det kan sägas att parasociala relationer uttrycks på minst tre sätt – intimitet, identifiering och samhörighet. Antalet kommentarer som ingick i varje tema redovisades i en tabell för att lättare kunna upptäcka skillnader mellan de två banden samt för att kunna besvara den andra frågeställningen som handlade om vilka likheter och skillnader det finns i hur parasociala relationer uttrycks i kommentarsfälten på de två undersökta gruppernas vloggar. De främsta skillnader som upptäcktes var först och främst att Red Velvet hade mindre kommentarer som gav uttryck till parasociala relationer och därför mindre kommentarer som var relevanta att analysera. Red Velvet hade även mindre

kommentarer med temat identifiering. De enda likheterna som upptäcktes var att det generellt sätt fanns flest kommentarer med temat intimitet i båda gruppernas kommentarsfält.

Sammanfattningsvis tyder resultaten från analysen på att det finns några skillnader i hur fans uttrycker parasociala relationer beroende på vilket band de kommenterar på. Parasociala relationer kommer till uttryck i båda kommentarsfälten, men inte lika ofta i den kvinnliga gruppens kommentarsfält som i den manliga. Den kvinnliga gruppen hade mindre identifiering men mer intimitet än den manliga. Med dessa resultat kan det konstateras att det finns vissa skillnader i hur parasociala relationer uttrycks mot en kvinnlig respektive manlig k-popartist.

9.2 Slutdiskussion

Parasociala relationer är något som tydligt kan ses i kommentarsfälten på båda k-popgruppers videor. På grund av att k-popindustrin ser ut som den gör så är detta knappast överraskande. Skivbolagen gör väldigt ofta många val baserat på fansens demografi för att tilltala dem så mycket som möjligt och för att behålla deras uppmärksamhet (Souders 2022:38). Om val om marknadsföring görs i stor utsträckning beroende på vad fansen tycker så kommer majoriteten av fansen endast se saker som tilltalar dem från artisterna, vilket innebär att de kommer fortsätta att stödja och följa artisterna samtidigt som det parasociala bandet till dem stärks. dejtingförbudet för artisterna som finns hos vissa skivbolag är bland mycket annat något som förstärker parasociala relationer genom att artisterna framställs som tillgängliga och fans tror att de kan ha en chans att skapa en relation i verkliga livet med dem (Park 2015) (Souders 2022:42). Detta skulle kunna vara en bidragande faktor till att intimitet var den kategori som hade flest kommentarer då många kommentarer handlade om hur de olika bandmedlemmarnas personligheter upplevdes och deras relationer mellan varandra.

Vloggarna är även något som idolerna gör utanför musiken och visar därför sidor av deras privatliv och hur de är som personer utanför det professionella. Inblickar i kändisars privatliv är något som hjälper till med att skapa parasociala relationer och det kan antas att ju mer ett fan tar del av deras privatliv och ju mer de lär sig om deras personligheter desto starkare blir det emotionella och parasociala bandet till dem (Chung, Ding & Kalra 2023). Ju starkare det parasociala bandet blir desto mer personligt innehåll vill fans ta del av för att lära känna

kändisen ännu mer. Det är även värt att nämna att alla kommentarer som samlades in var positiva, vilket var förväntat då mer personliga inlägg oftast har positiva reaktioner (Chung, Ding & Kalra 2023). Enligt uses and gratifications-teorin använder människor medier aktivt för att tillfredsställa sina behov, vilket även kan appliceras här (Katz, et al 1973-74). Behoven i det här fallet är de tre teman som användes i analysen och som tydligt framkommer i resultaten. Behovet för samhörighet tillfredsställs inte endast genom själva vloggarna, utan även genom grupsamhörigheten med andra som tittar och kommenterar på samma vlogg.

Den främsta skillnaden mellan grupperna var att Red Velvet generellt hade färre kommentarer som gav uttryck till parasociala relationer samt att de hade färre långa kommentarer och kommentarer med temat identifiering. Att denna skillnad existerar i resultaten är inte överraskande eftersom det finns många skillnader i hur män och kvinnor behandlas samt att de har olika förutsättningar i många områden i samhället. Det är därför även svårare för kvinnor än män i många olika yrkesområden att synas och ta sig upp i karriärstegen (Lorber 2010:4). Även då båda grupperna har ungefär lika många följare så är det sättet som publiken interagerar med dem olika då den manliga gruppens vlogg hade över en miljon visningar, medan den kvinnliga hade endast 222 tusen visningar. Ojämsliddhet är något som är djupt rotat i vårt samhälle och även om det ser bättre ut idag än det gjorde för 50 år sedan så är det ännu ett stort problem idag. Det är därför fans inte behöver aktivt vara kvinnohatare för att behandla manliga och kvinnliga artister olika. Något som är djupt rotat i samhället och människors värderingar är väldigt svårt att kontrollera och upptäcka själv och kan därför ske automatiskt och det är därför som feminismen menar att kampen mot jämställdhet måste ske på en samhällelig nivå och inte på en individuell nivå. Att den kvinnliga gruppen som undersöktes får mindre visningar och kommentarer är därför inte så konstigt. Detta gäller gissningsvis inte endast denna kvinnliga grupp utan även många andra kvinnliga artister inom denna industri, vilket är något som hade varit intressant att forska vidare om för att se om det verkligen är så.

9.3 Begränsningar & vidare forskning

Parasociala relationer är något som har forskats på väldigt länge. Denna undersökning bidrar till forskningen genom att applicera den kunskap som redan finns på ett fenomen som k-pop som under det senaste decenniet har växt mer och mer globalt. Denna studie bidrar även med

en kombination av forskning på parasociala relationer och feminism som kan vara intressant att göra vidare forskning på då det kombinerar ett medie- och kommunikationsfenomen med ett fenomen som har varit och är fortfarande ett viktigt fenomen för samhället i stort. Det som denna studie begränsas av är bland annat omfånget. De totalt 200 kommentarerna som samlades in gör det svårt att generalisera då det fanns mer än 2700 kommentarer totalt på båda videorna som undersöktes. De undersökta kommentarerna utgör då en liten del av det totala antalet kommentarer. Undersökningen tog även in endast kommentarer på engelska, vilket innebär att en stor del av kommentarerna som var på andra språk inte togs i åtanke och det i sin tur innebär att en stor del av kommentarerna som möjligen hade kunnat påverka det slutgiltiga resultatet inte togs med i undersökningen. Något annat som hade kunnat påverka resultatet är vilka avgränsningar vi gjorde på de kommentarer som undersöktes kvalitativt. Om t.ex. längden på kommentarerna hade begränsats till minst en mening istället för minst två så hade det funnits fler kommentarer som analyserats kvalitativt och därmed hade resultatet blivit bredare och möjligen annorlunda.

Vidare forskning kan göras med andra k-popband samt möjligen med kommentarer skrivna på andra språk då det är tydligt att många fans som kommenterar inte är engelskspråkiga, vilket inte är konstigt då k-pop idag är ett globalt fenomen. Det förekommer ofta kommentarer på bl.a. koreanska, spanska, japanska, ryska och indonesiska. Det hade därför varit rättvist att även ta in deras åsikter och röster i en undersökning då de utgör en stor del av många k-popartisters fanbase. Det hade även varit intressant med vidare forskning kring parasociala relationer inom k-pop på andra sociala medieplattformar. Skiljer det sig exempel mellan fansens kommentarer på Instagram kontra YouTube? Detta för att olika plattformar har olika sorts innehåll och det därför vore intressant att undersöka hur kommentarerna kan skilja sig åt när det gäller ett annat sorts innehåll. Eftersom denna undersökning handlade om kommentarer under mer personliga videor, d.v.s. vloggar, så hade det även varit intressant att göra samma sorts undersökning på t.ex. musikvideor istället för att se om det finns någon större skillnad ur både ett parasocialt och feministiskt perspektiv.

Källor

Berger, J., Fisek, M. H., Norman, R. Z., Zelditch, M. Jr. (1977). *Status Characteristics and Social Interaction: An Expectation-States Approach*.

Blight, M. Ruppel, E. & Schoenbauer, K. (2017). Sense of Community on Twitter and Instagram: Exploring the Roles of Motives and Parasocial Relationships. *Cyberpsychology, behavior and social networking*. 20(5):314-319
https://www.liebertpub.com/doi/pdf/10.1089/cyber.2016.0505?casa_token=jO0LIaKzPTYA AAAA:kOpFXkG28FyL_J2fYAIz1-w9ozo9q8hpx60bcLionf3Y6s5pThP8Hhz2wZALQlcplZK0BzCtr9gg0A (Hämtad 2023-11-09)

Bond, B.J. (2016). Following Your “Friend”: Social Media and the Strength of Adolescents’ Parasocial Relationships with Media Personae. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 19(11): s. 656-660. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0355> (Hämtad 2023-11-27)

Breeze, R. (2015). Or So the Government Would Have You Believe’: Uses of ‘You’ in Guardian Editorials. *Discourse, Context & Media*. Vol. 10: s. 36–44.
<https://doi.org/10.1016/j.dcm.2015.07.003> (Hämtad 2023-12-19)

Cohen, J. (2003). Parasocial Breakups: Measuring Individual Differences in Responses to the Dissolution of Parasocial Relationships. *Mass Communication and Society*. 6(2): s. 191-202.

<https://www.csus.edu/faculty/m/fred.molitor/docs/parasocial-breakups.pdf> (Hämtad 2023-11-15)

Chung, J., Ding, Y., Kalra, A. (2023). I really know you: How influencers can increase audience engagement by referencing their close social ties. *Journal of Consumer Research*. 50(4): s. 683-703 <https://doi.org/10.1093/jcr/ucad019> (Hämtad 2023-11-15)

Chung, S & Cho, H. (2017). Fostering parasocial relationship with celebrities on social media: Implications for celebrity endorsement. *Psychology & marketing*. Vol 34. 481- 495.

Danesi, M. (2018). *Popular Culture: Introductory perspectives*. 4. uppl. Rowman & Littlefield.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The ‘What’ and ‘Why’ of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*. 11(4): s. 227–68.

Ding, Y & Zhuang, Z. (2021). Why Chasing Kpop? Is Fandom Truly Crazy? -- The Motivations and Behaviors of Kpop Fans. *International Conference on Educational Reform, Management Science and Sociology (ERMSS 2021)*. s. 51-57.
https://www.webofproceedings.org/proceedings_series/ESSP/ERMSS%202021/Y0476.pdf
(Hämtad 2023-11-09)

Döring, N., Mohseni, M.R. (2020) Gendered hate speech in YouTube and YouNow comments: Results of two content analyses. *Social Media + Society*. 7(3): s. 1-14.
<https://doi.org/10.1177/20563051211103> (Hämtad 2023-11-08)

Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Towns, A.E. & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 5. uppl. Wolters Kluwer.

Epstein, S. Turnbull, J. (2014). Girls Generation? Gender, (Dis) Empowerment, and K-Pop. *The Korean popular culture reader*. s. 314-336

Giles, D.C. (2010). Parasocial Relationships. I Eder, J., Jannidis, F. & Schneider, R. (red.) *Characters in Fictional Worlds: Understanding Imaginary Beings in Literature, Film and Other Media*. 3. uppl. De Gruyter.

Gleason, T.R., Theran, S.A. & Newberg, E.M. (2017) Parasocial Interactions and Relationships in Early Adolescence. *Frontiers in Psychology*. 8.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00255> (Hämtad 2023-11-18)

Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). *The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism*. *Journal of Personality and Social Psychology*.

Google. (2023). *Learn about comments that aren't showing or have been removed*.
<https://support.google.com/youtube/answer/13209064?hl=en&co=GENIE.Platform%3DDesktop>
[top](#) (Hämtad 2023-11-27)

Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*. 19:3, s. 215–229.
<https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049> (Hämtad 2023-11-09)

IFPI. (2022). *BTS announced as the winners of IFPI Global Recording Artist of the Year Award*. <https://www.ifpi.org/bts-announced-as-the-winners-of-ifpi-global-recording-artist-of-the-year-award/> (Hämtad 2023-11-08)

Katz, E., Blumler, J.G., Gurevitch, M. (1973-74). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*. 37(4): s. 509-523. <https://www.jstor.org/stable/2747854> (Hämtad 2023-11-11)

Knowles, M.L. (2007). *The nature of parasocial relationships*. Doktorsavhandling, Northwestern University.
<http://proxy.ub.umu.se/login?url=https://www.proquest.com/dissertations-theses/nature-parasocial-relationships/docview/304816234/se-2?accountid=14581> (Hämtad 2023-11-12)

Ledin, J. & Moberg, U. (2019). Språklig analys av text. I Ekström, M. & Johansson, B (red). 2019. *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. 3. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Lie, J. (2012). What Is the K in K-pop? South Korean Popular Music, the Culture Industry, and National Identity. *Korea Observer*. 43(3): s. 339-363.

https://www.tobiashubINETTE.se/hallyu_1.pdf (Hämtad 2023-11-09)

Lindgren, S. (2011). Textanalys. I Fangen, K. och Sellerberg, A-M. (red.) *Många möjliga metoder* 1. uppl.

Lin, X. & Rudolf, R. (2017). Does K-Pop Reinforce Gender Inequalities? Empirical Evidence from a New Data Set. *Asian Women*. 33(4): s. 27-54.

Lorber, J. (2010). *Gender Inequality: Feminist Theories and Politics*. 4. uppl. Oxford University Press.

Marwick, A. & Boyd, D. (2011). To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence*. 17(2): 139-158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539> (Hämtad 2023-11-16)

NCT 127 (2023). *Trying Colombian Tequila 🍸 & Visiting Monserrate! 🇵🇪 🇨🇴 | <Olá, ¡Hola! >EP.2. Youtube.*

https://www.youtube.com/watch?v=jPirST3nApc&ab_channel=NCT127 (Hämtad 2023-12-06)

Park, C.S., Liu, Q. & Kaye, B.K. (2021). Analysis of Ageism, Sexism and Ableism in User Comments on YouTube Videos About Climate Activist Greta Thunberg. *Social Media + Society*. 7(3). <https://doi.org/10.1177/20563051211103> (Hämtad 2023-11-07)

Park, J. (@followjyp) (2015). *JYP har ett dejtingförbud... Jag säger det till mina artister att de i tre år efter debuten inte borde dejta [...]* [författarnas översättning] [twitterinlägg], 22 april. <https://x.com/followjyp/status/590718209382359043?s=20> (2023-11-07)

Red Velvet (2023). *[RV Days] Record (t)our Video #1*. Youtube.

https://www.youtube.com/watch?v=H4Dk_ybKhn4&t=15s&ab_channel=RedVelvet

(Hämtad 2023-12-06)

Saeji, C.T. (2013). Juvenile Protection and Sexual Objectification: Analysis of the Performance Frame in Korean Music Television Broadcasts. *Acta Koreana*. 16(2): s. 329-365.

SMTOWN. (u.å). *Artist*. <https://www.smentertainment.com/Entertainment/Artist> (Hämtad 2023-11-22)

Souders, A.J. (2022). *The New Pied Pipers: The Globalization of K-pop and the Role of Parasocial Relationships*. Doktorsavhandling, Temple University.

[http://proxy.ub.umu.se/login?url=https://www.proquest.com/dissertations-theses/new-pied-](http://proxy.ub.umu.se/login?url=https://www.proquest.com/dissertations-theses/new-pied-pipers-globalization-k-pop-role/docview/2702170638/se-)

[2?accountid=14581https://www.proquest.com/docview/2702170638?pg-](http://proxy.ub.umu.se/login?url=https://www.proquest.com/dissertations-theses/new-pied-pipers-globalization-k-pop-role/docview/2702170638/se-2?accountid=14581https://www.proquest.com/docview/2702170638?pg-)

[origsite=gscholar&fromopenview=true](http://proxy.ub.umu.se/login?url=https://www.proquest.com/dissertations-theses/new-pied-pipers-globalization-k-pop-role/docview/2702170638/se-2?accountid=14581https://www.proquest.com/docview/2702170638?pg-origsite=gscholar&fromopenview=true) (Hämtad 2023-11-15)

Starrin, B. (1994). Om distinktionen kvalitativ-kvantitativ i social forskning. I Starrin, B. and Svensson, P.-G (red.). *Kvalitativ metod och vetenskapsteori*. Lund: Studentlitteratur.

Statista (2022). *Number of social media users worldwide from 2017 to 2027* [Dataset].

<https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

(Hämtad 2023-11-06)

Statista (2023). *Number of YouTube users worldwide from 2019 to 2028* [Dataset].

<https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

(Hämtad 2023-11-14)

Sun, Q., Paje', D. & Lee, H. (2023). Female empowerment is being commercialized: online reception of girl crush trend among feminist K-pop fans. *Feminist Media Studies*. 23(8): s. 4156-4169.

Tufte, P.-A. (2011). Kvantitativ metod. I Fangen, K. och Sellerberg, A.-M. (red.) *Många*

möjliga metoder 1. uppl.

Tukachinsky, R. H. (2011). Para-romantic love and para-friendships: Development and assessment of a multiple-parasocial relationships scale. *American Journal of Media Psychology*. 3(1/2): 73-94.

https://digitalcommons.chapman.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1017&context=comm_articles (Hämtad 2023-11-16)

Vetenskapsrådet. (2017). *God forskningssed*. [https://www.vr.se/analys/rapporter/vara-
rapporter/2017-08-29-god-forskningssed.html](https://www.vr.se/analys/rapporter/vara-rapporter/2017-08-29-god-forskningssed.html) (Hämtad 2023-12-22).

Yang, J. (2020). Blackpink in Your Area: Translation of Female Empowerment. *Medium*. 5 oktober. <https://medium.com/writ-150-at-usc-fall-2020/blackpink-in-your-area-translation-of-female-empowerment-cfef472bd604> (Hämtad 2024-01-08).

Bilagor

Kodschema NCT 127

Kommentar	lång	kort	Jag	Vi	Starka känslor
Antal	37	63	53	9	44
I love the contrast of Taeyong, Doyoung, Johnny and Taeil going to the cathedral vs Jaehyun, Yuta, Mark and Jungwoo going to drink 🥰🥰		x	x		x
Yuta is like a philosopher, always grateful, enjoying and appreciating the moment intensely. He is very beautiful inside and out, that's why he is my favorite, I love him 😊	x		x		x
Yuta has this lovely wistful energy about him when he admires things. You could tell he loved the environment there so much, like he could imagine himself living there.	x				
We were the loudest when Yuta appeared on screen, when it was his parts coming, when he was singing or talking. Yuta is so love by Czennies from Colombia. Even people who attended the concert and weren't fans of NCT became fans of Yuta!! He's that powerful! I'm really glad Jungwoo mentioned that Yuta is really loved here cause it is something we wanted to show 💕 I hope they come back to Colombia very soon, I want to see them again but this time with Haechan. I missed my fullsun	x		x	x	x
Yuta every five minutes: World Tour is amazing! This man really needed a bit of South American air, he is changed now	x				
i love when yuta say that when he get older, he want to drink beer when it starts at noon and mark say that he will drink with him. and when yuta say that this is the happiest moment of 2023, mark say that they did it because yuta is happy. I LOVE THIS BROMANCE SOMUCH💕	x		x		x
I'm so happy that Yuta knows he's loved here in Latam, we really succeeded in transmitting our love to him so much so that the other members realized too, Yuta suffers a lot with that xenophobic company so it was great that he was able to experience our energy and see for himself how much we love him and how many fans and support he has. I love my 127 and I love you Yuta! 💕🥰🥰	x		x	x	x
Yuta really have the brightest smile my heart is melting!		x	x		x
Yuta's smile is so beautiful 💕 He is very satisfied and happy with this tour...so cute 🥰		x			
7:40 Yuta is so funny trying to wrap up the emotional drunk speech 🥰		x			
Wow I'm amazed at the part when jungwoo said yuta is popular there, he is loved by sooo many fans OMG I'M CRYING SO HAPPY FOR YUTAAA		x	x		x
yuta is so precious damn, so receptive and open in experiencing life 💕 infinite love for them all		x			x

@23:55 Mark offering his jacket to Yuta even though he was also cold was so sweet of him ♥		X			
Yuta saying 1:40 in the afternoon is so funny, there's always someone who checks the time when one of our lightweight drinker gets so drunk already 😂😂😂		X			
Yuta's smile is still has a heart healing effect. 28:53		X			
i'm so happy to see yuta in his element and praised and surrounded by likeminded people. also it makes me soft that jaehyuns laughs a lot in this video, he's super giggly. jungwoo and mark, my babies, i just want to squish them both whenever they speak!!	X		X		
Wah... This episode really enjoyable to watch because: Yuta : too many parts(can see he enjoyed this team, the tour, the concert, and YutaMark part) Jaehyun: a concern and too episodes really see he smile hyung for Jungwoo(drunk), enjoy the restaurant, coffee shop, cable car, and view. Jungwoo: the apple of the eye(Leader) of Yuta,Jaehyun,Mark; how he is if he's drunk(too cute); too unexpected cuteness Mark: Enjoying the foods, and Jungwoo being drunk ; too much episode for YutaMark Ps: Now I know why Jaehyun answered in an interview (how he think will use his credit card with smile) that would be Jungwoo.	X				
Mark so cute, Jaehyun always so smiley and Jungwoo and Yuta ♡		X			
jungwoo's positivity and bubbly personality is an instant serotonin boost for me! he's just too cute to handle!		X	X		
drunk Yuta is soooooo CUTE!		X			
When everyone is teasing jw is so funny. And the way jae eyeing woo at 8:24 is so cute 😂		X			
2:34 I love how Jaehyun is just actively letting Jungwoo decide his and the rest of the group's fate with tequila knowing Jungwoo is the lightweight of this group		X	X		X
I love how adorable and close 127 members friendships are. People often accuse them as being the unit that only has a business relationship but I disagree. 127 doesn't need to flaunt their friendship in our faces all the time. Their bond is undeniable. You can see here that they truly have fun and enjoy being in each others company.	X		X		X
please dont ever stop these food and drink vlogs. it feels so heartwarming seeing them like this and they're so entertaining and funny.		X			
YUTA is really charming and that together with his talent, his voice and his incredible stage presence attracts people		X			
THE CUTEST VLOG !! i'm sooo happy the boys had so much fun while on tour, could enjoy themselves and also could make so many beautiful & adorable memories together <3 (YUTA IS THE CUTEST ANGEL OMGGGG)		X	X		X
I love this type of content! It's the closest we'll get to honest, unscripted conversations between idols!		X	X	X	

The way Mark call Yuta baby and about to take his jacket off for Yuta is too cute		X			
I enjoy this laidback atmosphere so much! From Yuta feeling himself and being confident, Mark being boy next door, Jaehyun being the dad on trip to Jungwoo being a star. Poor baby cant handle alcohol but he is always fun! So glad that they had such a lovely time together 🥰	X		X		X
I love this team mark jungwoo yuta and jaehyun ~~~		X	X		X
It just MARK AND YUTA OMG!!!! I LOVE THEM BOTH! Also jungwoo and jaehyun too<3333		X	X		X
Yuta is really beautiful 🥰		X			
Just watching them hanging out and having fun like normal people makes me feel less anxious and know that they're just hard-working people and not actually perfect. Thank you NCT <3	X		X		X
Just wish I could spend a day with Yuta...if not this life my next life 🥰💕					
Although he doesn't say much, he seems like someone who sees things on a much deeper perspective♥	X		X		X
I LOVED THE PART WHERE THEY WERE PRAISING YUTA. I KNOW YUTA RECEIVED ALL THE LOVE WE SHOWED HIM IN LATAM. I HOPE HE NEVER FORGETS IT. I WILL NEVER FORGET THE LOVE NCT 127 SHOWED ME AS MY FIRST EVER KPOP CONCERT. WAITING FOR NCT DREAM 🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰	X		X		X
mark is so cute and nice to always serve his hyung		X			
Yuta so soft here.. Somewhat everyone is babying Yuta a lot♥♥	X			X	
i'm so happy my boys had a great time here in latam 🥰🥰 yuta really is loved here and i'm glad everyone could see it. we love everyone of you guys, thank you for the happiness you all gave to all of us here 🥰🥰 brazilian nctzens miss you guys a lot 🥰🥰	X		X	X	X
I love this vlog.Their drinking is cozy and cheerful 🥰🥰 Yuta i love you 🥰		X	X		X
Taeyong being the drunk one in the Brazilian episode and then laughing at their drunk talk in Colombia was karma at its finest lol		X			
them trying to balance the tray like the waitress did was so cute 🥰🥰 it seemed like she really enjoyed seeing them try to do it LOL she was laughing the whole time. seeing little wholesome interactions like that with the nct members makes me so happy :)	X		X		
I love how mostly the comments were about praising Yuta's beauty 🥰		X	X		X
Yuta is getting more and more attractive 🥰♥		X			
I ♥ the fact that Yuta said twice that he loved being on a world tour! 🥰		X	X		X
This team SOOOO FUNNY! I just remembered that this group used to have the same dorm on the 10th floor (minus Tael). And somehow I feel like Jungwoo is the maknae because he can't drink alcohol and Mark takes care of him like his little brother.	X				

This episode was wholesome. 😊 After 3 tequilas and the beers who wouldn't be at least a bit tipsy. Jungwoo lasted heroically	X				
yuta and the other members keep the spirit up i love youu		X	X		X
They had such a playful and joyful energy throughout the day that it felt like a healing video. I could also remember when I visited the Monserrate and the Salt Cathedral a few years ago 🥰 My heart is filled with love rn! I love the 127 bond and I wish to see them perform someday <3	X		X		X
yuta talking abt how he loves world tours.. hope they could tour for a looong time		X			
I love these long episodes where we get to hear their conversations and watch them experience new things. I'm glad Yuta is really enjoying the moment and that he will be in a new role.	X		X	X	X
Really happy for YUTA for speaking a lot and being happy♥ overall, the best honest video 🍷🍷🍷 Keep it up!		X			
I pay attention to the way he looks at people who talk, the way he eats, the way he laughs, the way he talks, the way he smiles and shows his dimples, i love u so much jae T_T i hope you get a lot of happiness in your life	X		X		X
Yuta : let's take picture before you pass out ... because he know what's coming next 🤔		X			
I think Yuta got more power from the South American tour and gained more confidence. Four people's tequila one shot is the best! ヌタ最高💎		X	X		
Yuta you're so handsome and cute that i can't stop smiling ☺️ ♥♥♥ love you all		X			X
11:57 is so cute. Honestly the whole bit with Jungwoo getting tipsy and Mark and Jaehyun clearly finding it both hilarious and adorable was so cute. It's seems like Jungwoo's an affectionate type of drunk. The way he just started going on about how cool yuta and Mark were. 🤔 His face was dead serious too.	X				
Jungwoo is getting drunk and jaehyun being all smiley because he find jungwoo so freaking cute???? MY HEART ACTUALLY CANT HANDLE HIS FONDNESS	X		X		X
Not even 10 mins into the video and Jungwoo is already (seemingly) getting drunk 🤔 I love it 🤔		X	X		X
It's weird how I feel like I too visited Colombia with them. It's quite fulfilling. It was a naturally sweet and deep content. It actually means a lot to share these moments with us that feel more candid.	X		X		X
Yuta, is my screensaver ♥ Los Amos!		X			
Yuta's kissy face so cute 😊♥		X			
Another wholesome video, just typical happy day with ilichil, I never knew that I needed this group with the 4 of them... They are perfect combo with seriousness and humor.. their conversation are also touching	X		X		
28:06 SO CUTE, AND YUTA WAS TRYING TO IGNORE IT AND SMILING. HE WAS FLUSTERED HAHA		X			

i may not be a nctzen but i do stan them and me as colombian im very thankful they enjoyed our country and got to learn new things, also i found it cute how jungwoo is just practicing his spanish, im very proud they tried pandebono (cheese bread) its very delicious and my favorite!!! This made my day, their smiles are very precious!!<33 I love NCT	X		X		X
21:09 Yuta mentions Taeyong and 10 seconds later he randomly walks into the cafe! ❤️		X			
I'm looking forward to Yuta's new drama. Yuta looks just like Hayate🥰❤️		X			
This team SOOOO FUNNY! I just remembered that this group used to have the same dorm on the 10th floor (minus Taeil). And somehow I feel like Jungwoo is the maknae because he can't drink alcohol and Mark takes care of him like his little brother.	X		X		
Colombia is the main producer of washed Arabica coffee and it has different types of coffee, some bitter and others sweet depending on the region they come from, for your next visit (which I hope will be soon) I recommend places like Café Varietale in Bogota where you can taste the variety of coffees and learn more about our coffee and culture. Thank you for coming and I am glad you enjoyed it!❤️	X		X		
I love the Colombia Team's vlog so much! Cutie Jungwoo trying his best to graduate from being a "Drinking Dummy" is hilarious! I'm so glad the boys enjoyed they're time in Latin America!! Our culture is vibrant and beautiful! I'm happy they got to experience it. ❤️	X		X		X
Seeing these 4 together is so refreshing ❤️.		X			
I LOVE THIS EPISODE SO MUCH 🥰🥰🥰 i miss 127 🥰 this video is so healing ...		X	X		X
that vlog was so nice and refreshing, I'm glad they all enjoyed their time in colombia :) but also: what is yuta's mbti type now? we we're so close lmao	X		X		
They are effortlessly funny 🥰. I have lost count on how many times i have re-watched this 🥰 Topsy Nct is lit 🥰❤️		X	X		
My country! How proud I am to be Colombian 🥰cococo		X	X		
Happy to see YUTA and JAEHYUN together again		X			
love these nct videos where you can genuinely see theyre having fun and laughing every three seconds		X			X
THIS GOT ME SMILING ALL THE TIME.		X			X
I'm happy that they came here!!! As a Colombian I feel so proud and excited, I hope they come back and delight us with their music once again in another concert, also they deserve resting in here!!!!❤️❤️❤️❤️🥰🥰🥰 사랑해요!!	X		X		
23:57 mark being yutas oppa offering his jacket 🥰 I love how playful marks become fr		X			X
why this vlog makes me want to cry? knowing that yuta said that he really loves to doing world tour but the fact that they have difficulties to make it happen now. hope SM give them an opportunity to doing that 🥰	X		X		X
Colombia group are the cutest ❤️❤️		X			

Joyful vlog EVERRR, I love this NCT127's Colombia trip team!!!!		X	X		X
Yuta looks really love about Latin America.		X			
Seriously, Jungwoo is Jaehyun's happiness		X			
Their kindness and curiosity is so precious. I love how much they love and enjoy life and share that love with others. Beautiful...	X		X		X
this vlog is so funny i love how they get tipsy in broad daylight really hope the members get to return and do this again sometime u can see how much they enjoyed it		X	X		X
10:36 mark is so caring! even putting rice and curry to jungwoo's plate <333		X			
the fact that yuta is an introvert and jaehyun is an extrovert makes me so soft for no goddamn reason		X			
I'm not an NCTizen... But I am happy to see a vlog of Colombia and to see how happy you were here!!!! Please come back whenever you want!!!! 💕💕💕💕💕💕💕 You and your families, friends, etc... are more than welcome!!	X		X		
When Jungwoo talks everyone smile or want to laugh.		X			
My life has been so harsh on me for the last 4 years, but it does feel really soothing to hear Yuta say everything feels so small when he is doing the world tour. Just watching him say 2023 is the best year makes me also feel that way and gives me hope. 2023 will also be another best year for everyone watching this video! Our problems are not as big as we think, as long as we have wider points of views on the world!!	X			X	X
i am so happy to see that they enjoyed colombia as a colombiana it makes me so proud 🥰💕		X	X		
Everytime I watch NCT 127 vlog, it always brings me joy and peace. I like this kind of feeling.virtualhug		X	X		X
yo this vlog was so much fun to watch!! them being so open about? drinking and doing a tipsy vlog? WE LOVE ITTTT	X			X	X
Jungwoo's so cute, he really does lighten up the mood everytime (*´ω`*)		X			
I love how they mention each other when they try something new ♡		X	X		X
Drunken nct in Colombia are such amazing fun and relaxing vibes I enjoyed this vlog so much!!!		X	X		
Seeing NCT 127 smile can make our days better!		X		X	
Yuta's drama will start soon! I am really looking forward to it! cuz this anime is so cute 🥰		X	X		

This is my comfort vlog that i rewatch a lot bc it seems like they had such a fun, relaxing, and fulfilling time 🥰🥰🥰 i also don't really drink alcohol anymore but this vlog makes me want to go drinking with friends 🥰	X		X		X
--	---	--	---	--	---

Kodschema Red Velvet

Kommentar	lång	kort	Jag	Vi	Starka känslor
Antal	20	80	46	11	40
Irene's makeup was interesting, she looked like fairy (a very cute one) and she looked happy as well. So much cuteness in this vlog, I can hardly wait for the next episode!	X		X		
Irene's visual hits differently in this clip, probably gonna stuck on my mind for some time		X	X		
Irene is soooooo precious 🥰🥰🥰🥰🥰🥰		X			
I loved that Battle Trip episode where Wendy and Seulgi were really moved in the Austrian museum - getting her same vibes here.		X	X		X
It's so cute how Wendy accomplished her bucket list with Seulgi and how she misses Joy and sees her everywhere WenSeul=WenJoy soulmates ❤️❤️=❤️❤️		X			
every RV members are important because those talented members got everything main vocalist, main dancers, main visuals , all rounders in just one group.		X			
I absolutely love how Seulgi always takes her time to film and share the moments she's made in different places, whether she's traveling alone or with her fellow members. I want to see more of her vlogs.	X		X		X
Give us their 9th anniv fanmeeting just like you did to your bgs		X		X	
Irene looks so cute when talking with their manager 😊		X			
For me, if I go on a holiday I would do all the things like Wendy & Seulgi do (sight-seeing, discovering new restaurants and cafes, etc.) but I love Yeri's lowkey vlogging style so much. Keep the contents coming!!	X		X		X
I've been eagerly waiting for Red Velvet's tour videos, and this video is everything I hoped for. It's fantastic to see the behind-the-scenes moments and witness the camaraderie among the members. Red Velvet, you continue to amaze us with your talent and teamwork!	X		X		X
I know Red Velvet is French by heart !!!! 1. Their most of the music videos give us French vibes !! Especially Feel My Rhythm and Psycho !! 2. The name ReVe is itself a French word !!! 3. They eat French foods like Ice Cream Cake (from Ice Cream Cake M/V), French Pastries, and donuts !!!!	X		X		

Every content about RED VELVET always makes me happy. Love my cup cake girls! 🍷🍷🍷🍷🍷		X	X		X
We got lots of contents from our girls. 🍷🍷🍷🍷🍷		X		X	
SM, keep it up! 🍷		X		X	
hope they will came back, we miss the best idol group alive, the queen of visual, concept, & discography		X		X	
RV vlogs are always so wholesome and entertaining.		X			
I'm happy to see them happy.. Red Velvet deserves that! 🍷🍷🍷🍷🍷		X	X		X
Yeri was holding and axe but somehow I felt more attacked by Irene's beauty sudden apparition. Wow Irene visuals were no joke. ha ha ha		X			
Thanks SM! We are getting so much Red Velvet content! Thanks! Please do not stop posting!		X		X	X
WE WILL ALWAYS LOVE AND SUPPORT RED VELVET!					
It's so jarring when Irene suddenly appears and you are just blown away by her visuals. I always enjoy museum trips of the business friends Seulgi and Wendy and how they banter hahahha.	X		X		
Yeri is getting to be so pretty and that smile, That damn smile. They truly missed Joy.					
I really miss the red velvet vlogs of all the members, I hope they are always happy and avoid any negative things 🍷🍷🍷🍷🍷🍷🍷		X	X		
love to see this type of content. just laidback comfy vibes. please keep them coming!!!		X			
Seulgi is my queen in every way, i love to see her eat, her personality and kindness, her singing voice and surely she is beautiful.	X		X		X
Yeri vlog in Berlin honestly like asmr. So relaxing and peaceful, her manager's voice is so soft and sweet~ 🍷		X			
wow so many RV behind the scenes videos now! yay!!! 🍷🍷🍷🍷🍷		X			
Irene original visual 🍷🍷		X			
Irene looks so lovely <3		X			
Yeri is totally my type. She was an INFP before, just like me. Thank you for the lovely vlog!		X	X		
You guys always make me happy so easily just to see your smile so bright. I am happy to see you happy too. Be happy Red Velvet	X		X		X
94 line are too cute🍷		X			
21:59 Irene is so beautiful! I can't believe she looks so stunning. 🍷🍷🍷🍷🍷		X	X		

IRENE IS SUCH A CUTIE PIE HERE 🥰		X			
I'M SO HAPPY RV GETS CONTENT LIKE THIS ❤️❤️ thx sm.		X	X		X
Uwaaa it's so rare to receive a vlog like this 🥰 I'm glad they enjoyed their free times in between the tours❤️❤️		X	X		
love you Seulgi & Wendy ❤️		X			X
I love you Red Velvet 🥰		X	X		X
Love the contents.. and thank you.. That's how you should do SM.. Many contents of Red Velvet in regular basis.. Our girls also need to be cared ❤️❤️❤️❤️❤️	X			X	X
I really love the friendship-Seulgi&Wendy		X	X		X
I LOVE YOU SO MUCH RED VELVET ❤️		X	X		X
Wow what a treat, love you RV!!!❤️❤️❤️		X			X
We love you red velvet ❤️❤️❤️		X		X	X
THIS IS SO AWESOME!!! 🥰🥰		X			
I love how the members treat the dancers and staff like family. Glad Joy feels better, sad she had to miss this. Can't wait for more! ❤️❤️❤️❤️❤️	X		X		X
I'm glad that they enjoy Europe trip 🥰❤️❤️❤️❤️❤️		X	X		
Wow yeri and Irene visuals are strong		X			
LOL Wendy's expression is always another level 🤪		X			
It's so obvious that Wendy came from a wealthy family		X			
Yeri let's go shopping with me. My holiday activity is like yours. Walks, shopping, parks, watching movies, eating 🥰🍷	X		X		
Seulgi and Wendy are so funny 🥰		X			
Wendy and Seulgi doing the important business: eating and exploring meanwhile just Yeri having dates with Herin 🥰 I mean, for all of them, eating and walking with friends is everything we need!	X		X		
What a happiness surprise!! I love watching about the vlogs. Thankyou red velvet for taking a video while you're traveling, after watching this can't wait for 2nd episode. Please upload it faster 🥰	X		X		X

I LOVE YOU RED VELVET 💕		X	X		X
Happy they are still active and love the idea of each member getting a vlog in this video! Seulgi and wendy so cute when getting excited about paris	X				X
Seulgi is truly mesmerizing		X			
Yes keep posting contents for us. They need lot of exposure 😊😊😊		X			
thank you Red Velvet! this type of content is so entertain, we need more video like this 💕💕💕💕💕		X			
I would probably melt if i saw them just walking down the street like that		X	X		
It's so beautiful to see them happy in my hometown (berlin)🇩🇪💕		X	X		
Loving all the RV vlog content!		X			
Irene is so lovely and warm 🥰😊 really the best woman of this generation		X			
Red Velvet tourist mode on 🥰💕💕💕💕💕		X			
RV is a family of smart sisters. Everything they do interests me.		X	X		
I really enjoy watching them being all casual like this on their travels. I can't wait for episode 2! Please keep the contents coming. 💕💕💕💕💕		X	X		X
Super happy with the contents you are releasing lately 🥰		X			X
they all look so happy and i'm also happy. can't wait for the next episode from RV Days.		X	X		X
Thank you for making a vlog for the tour, it's fantastic!		X			
I miss watch there travel logs their my fave 💕 . Im half thru the video and I'm really enjoying how each one is enjoying there time either going to the museum or the cafe's or shopping I just love it 🥰...it just feels more personal 💕	X		X		X
Wendy have this aura that screams elegance and rich kid vibe		X			
I love Red Velvet 💕		X	X		X
I CAN'T EXPLAIN HOW MUCH I LOVE THEM 😊		X	X		X

Seulgi SO pretty!		X			
I wish to see more of Yeri please. i know her vlog could be quite "boring" but i know she's a nature and feeling girl, and she loves to absorb the feel of places and people, coz i'm the same as her. 🥰❤️🌸	X		X		
i wonder how pretty wendy must have look in real life. She looks so damn pretty even in a vlog. No wonder a lot of people who have met her said she is so pretty in real life and looks like a fairy.		X	X		
Funny, cool, fancy and beautiful at the same time, it's pure joy to watch BFF Wenseul hanging out! And Seulgi in that orange outfit it was absolutely iconic ! If Joy was there, she and Yeri would be rather chaotic! Hoping for more Seurene moments, and pls tell me there are at least 3 episodes of this! We need more RV content!	X		X		X
Hope you enjoyed our country, really happy to see you discovering french culture 🍷		X		X	X
Something about watching the girls having fun overseas is so heartwarming :) I wish I could run into them, but I'm stuck here in Mexico 🤔Red Velvet please come to Mexico!		X	X		X
Happy irene is soo cutee		X			
thankyou Red Velvet wee are reveluvs will always lovee and support youu♡♡. can't wait to next episode 🍷🍷		X		X	X
Imagine going to see some priceless works of art, then running into Wendy and Seulgi... 🥰😊		X			
Just getting off work and seeing this video has me so happy 🥰❤️💎🍷🍷		X	X		
Irene is getting younger over the years, how is that even possible 🤔		X			
Wendy is one of smartest idol, shes a amazing role model		X			
i love red velvet so much		X	X		X
Our girls are so damn adorable❤️		X		X	
hopefully we can see you soon again in Berlin. The concert was amazing!		X		X	
Soo happy to see they happy 🍷❤️🍷🍷🍷		X			X
It's so refreshing to hear Herin's voice again in a vlog, and in a Red Velvet vlog at it too 😊 This is such a nice vlog. Wished they did this for the gals earlier, but thankful to have these now anyhow. We waited years for contents like these 🥰	X			X	X
Irene is so beautiful Seulgi ' Wendy ' Yeri is so cute 😊❤️		X			
It's great to see the girls soooooo relaxed. Get well soon Joy 🍷 🍷🍷🍷🍷🍷❤️🍷🍷🍷🍷		X			

I love you my girlies!! 🥰👉👈		X	X		X
Irene so damn prettyyt		X			
I am so glad at how much content we are getting 🤖!?		X	X		X
wendy gives old money vibes		X			
Just saw some "business reports" today that indicated RV probably won't release anything later this year except Wendy's solo.. sad but it's ok i hope this means their next comeback will be more amazing! But i wish they get more promotions on US and across EU too as they deserve.. RV is beloved worldwide!	X		X		X
i love y'all so much <333		X	X		X
WENDY U R SO CUTEEREE ♡		X			
Red Velvet So Beautiful And Cute ✨😊		X			
i was at the Paris concert (i had a blast, it was the best concert i've ever went to and luvies are adorable, i'm not saying that because i'm a luvie myself) and i was there the whole week, i didn't run into them once ... i'm still kinda bitter about it lol 😞	X		X		X
OMG they are so cute and i love them so much!!!		X			X
I really like red velvet vlogs Its a sneak peak into their personalities Love from Brazil		X	X		