

SYDKOREANSK VÅR

TEXT OCH FOTO **JONAS CULLBERG**

Sydkoreansk film, musik och konst har slagit igenom stort i väst det senaste decenniet. Efter K-drama, K-pop och K-beauty är K-design nästa våg. En ny generation koreanska designer är på väg att erövra världen. Rum reste till Seoul för att träffa dem.

DET TALAS OM EN ”koreansk explosion” bland designer i Seoul. Intresset för deras verk är massivt från samlare och gallerier i Europa och USA. Bland koreanska designer som tidigare blickat mot Japan och USA finns ett nytt självförtroende kring den egna nationella identiteten.

Den som besöker storstäder som Berlin, Paris eller New York kan ibland drabbas av en känsla av att ha missat festen: ögonblicket när staden stod på sin kreativa och kulturella topp. Men att hälsa på i Seoul är att möta en plats som händer just nu.

Koreansk pop, film, tv, mode, mat och omständlig hudvård har spritt sig över världen det senaste dryga decenniet. Samtidigt har en experimentell koreansk designscen växt fram. Här finns Kwangho Lees möbler av sammanknutna PVC-rep, Seungjin Yangs fåtöljer av ballonger som härdat av epoxiharts, Chungjae Kims 3D-printade skulpturer i organiska former och Hyunhee Kims omtolkningar av traditionella koreanska förvaringskistor av halvgenomskinliga akrylskivor. Läs mer om dem längre fram i den här tidningen.

– Koreanska designer omdefinierar begreppet hantverk, säger Sandy Park, som kurerade en

utställning med samtida sydkoreansk design på designgalleriet Future Perfect i New York förra året.

– Tidigare har begreppet hantverk haft snudd på negativa associationer. Det har inte setts som förfinat. Men det vi ser nu i Korea är en förhöjd form av hantverk.

– Det är så många ögon på Korea nu genom saker som K-pop och K-beauty, och det har lett till ett ökat intresse för koreansk konst och design, säger Sandy Park.

Hård konkurrens präglar det sydkoreanska samhället. I ännu högre grad än i Västeuropa och USA är det livsviktigt att studera vid ett elituniversitet för att få en framgångsrik karriär. Det gäller även design- och konstvärlden, där en plats på det kulturinriktade privata universitetet Hongik öppnar upp för en ljusare framtid. Trots det präglas relationerna mellan landets unga designer av samarbete, menar Sandy Park:

– Alla är vänner med alla i scenen. Det är en grupp människor med starka band till varandra, som stöttar varandra. Det är en hälsosam konkurrens, där designer motiverar varandra att utvecklas och arbeta väldigt hårt.



Sandy Park.

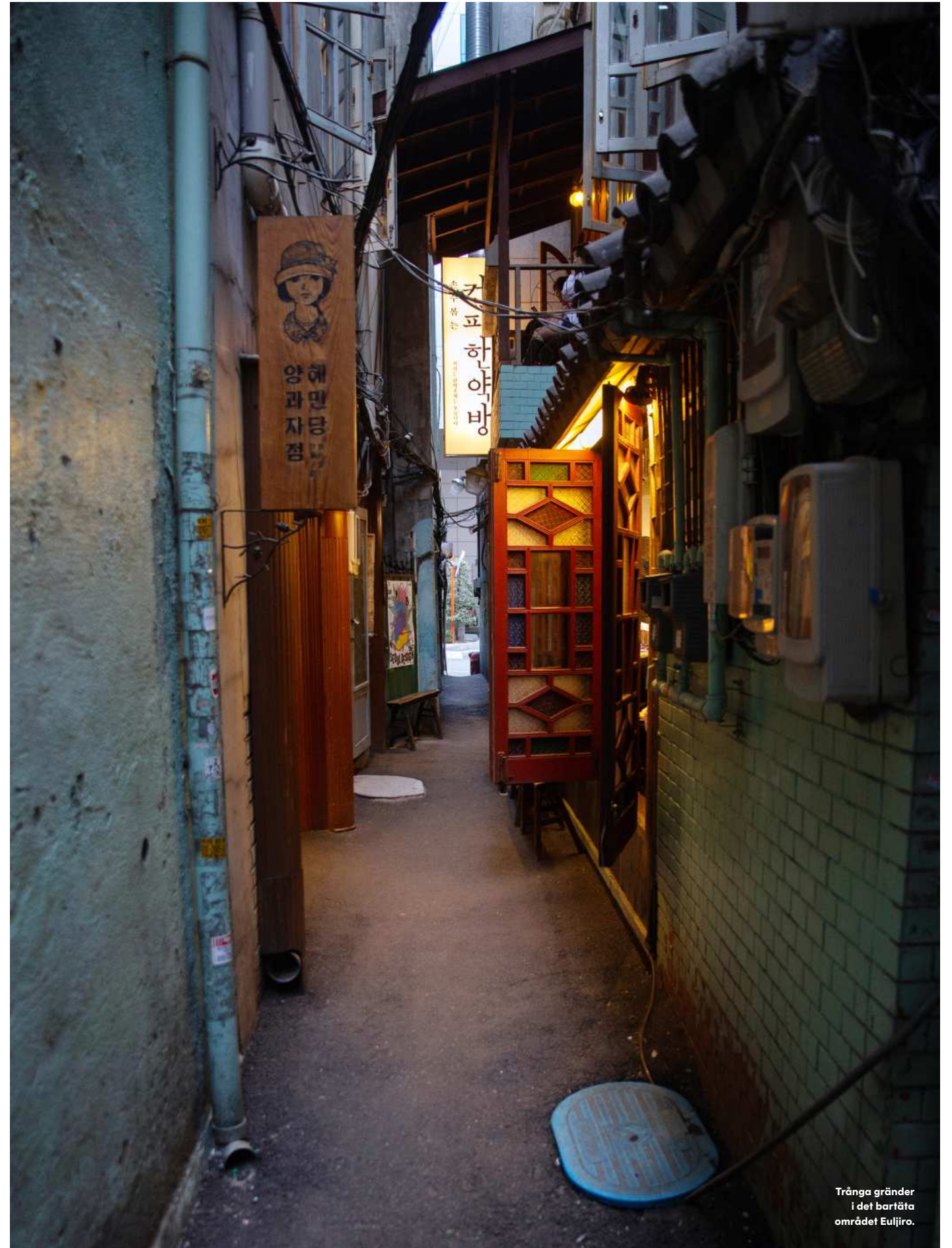
Cyklister korsar floden Han som flyter genom Seoul.





Frisörsalong i Jongam-dong
i Seoul.

Framgångarna för koreansk kultur har
riktat världens blickar mot Seoul.



Trånga gränder
i det bartäta
området Euljiro.



”Koreanska designer omdefinierar begreppet hantverk.”



Fiona Bae.

Efter att Sydkorea gick från militärdiktatur till demokrati i slutet av 1980-talet ledde regeringen en satsning på att stötta koreansk kultur.

Framgångarna för koreanska filmer och tv-serier har fungerat som ett utställningsutrymme för koreansk design, enligt Fiona Bae, konsult inom koreansk konst, arkitektur och design och författare till boken *Make Break Remix: The Rise of K-style*.

– Folk har sett skildringar av koreansk livsstil, som modet, vackra hem och hantverket och det väcker intresse, säger Fiona Bae.

– Koreansk design och arkitektur är på väg att bli nästa stora grej. Det finns så många talanger, säger Fiona Bae.

Ett tecken i tiden är att den prestigefyllda internationella konstmässan Frieze hade premiär i Seoul 2022. Frieze är nu ett årligt återkommande inslag i Seoul-stadsdelen Gangnam. Stora samlingsutställningar om koreansk kultur, däribland konst och design, har visats på museer som LACMA i Los Angeles och Victoria and Albert Museum i London.

Hur kommer det sig att världen har fastnat för koreansk kultur? Det är ett av de största kulturella skiftena i vårt tid. Få länder har gjort en så hisnande snabb resa. Efter Koreakriget 1950–1953 var landet totalt sönderbombat. Tre miljoner koreaner dog och landet klövs i nord och syd. Innan dess hade Korea levt under en brutal japansk ockupation, mellan 1910 och 1945, som gjorde sitt bästa för att trycka ner koreansk identitet och kultur. Landet var djupt traumatiserat och fattigt – under 1960- och 1970-talet var Sydkorea fortfarande ett u-land.

Efter att landet gick från militärdiktatur till demokrati i slutet av 1980-talet ledde regeringen en satsning på att stötta och marknadsföra koreansk kultur. Det skedde i samarbete med chaebolerna, enorma familjekontrollerade konglomerat med nära band till regeringen, som Samsung, Hyundai och LG. Tillsammans har

de öst pengar över koreansk kultur genom stora investeringar och sponsorprogram. Det började med film, tv-drama och K-pop och har fortsatt med konst. Målet var att använda kultur för att sätta Sydkorea på världskartan, och att landet skulle bryta sig loss från sin dystra historia med kolonisering och splittring. Regeringen och konglomeraten ville stärka exporten, gynna turismen och inte minst ge Sydkorea en större internationell status. Förutom att stötta framväxten av en K-pop-industri har staten också hjälpt den koreanska design- och konstvärlden, bland annat genom att marknadsföra koreanska designer utomlands.

– Regeringen har givit ett bra stöd, men ibland kan västerländsk media överdriva den roll som den spelat i den koreanska kulturboomen, säger Fiona Bae.

– Huvudrollen har spelats av de koreanska kulturskapare som agerat pionjärer och gått sin egen väg.

Fiona Bae noterar också att den koreanska vägen sedan början av 2010-talet sammanfallit med Instagrams genombrott.

– Med hjälp av Instagram går det att få en ganska bra uppfattning om en designers talang. Det har hjälpt folk att se hur bra koreanska designer är.

Traditionellt har koreanska formgivare ofta stått för en praktisk, minimalistisk design, som gärna handlar om att göra det mesta möjliga av en begränsad yta. Skandinavisk sparsmakad design står högt i kurs och syns ofta i butiker i Seoul. Att identifiera en ”sydkoreansk stil” inom landets unga designscen är inte helt enkelt. De arbetar inom många olika stilar och material. Men det går ändå att se om något är skapat av den yngre generationen sydkoreanska designer, menar Fiona Bae. Hon pekar på en förmåga att kombinera industriella material och klassiskt hantverk. ▶

– Det finns en brist på konformism. Koreanska designers är väldigt bra på att utforska saker och väldigt öppensinnade, och de vill inte begränsa sig till gamla regler, säger Fiona Bae.

– De blandar olika material och texturer på ett djärvt sätt och lyckas få fram någonting nyskapande.

Fiona Bae tror att Sydkoreas historia har en viktig del i den kreativa boomen i landet.

– Vi har gått igenom en så dramatisk ekonomisk tillväxt och ett väldigt förändrat samhälle. Vi har behövt vara väldigt tävlingsinriktade för att överleva. Den konkurrensen gör en mycket medveten om vad som pågår omkring en. Man måste ha koll på vad som är nytt och trendigt och vara först med det, säger Fiona Bae och fortsätter:

– Jag tror att det är inpräntat i unga koreaners mentalitet. Vi är ett litet land inklämt mellan stora länder, och har varit mycket influerade av kinesisk, japansk och amerikansk kultur. I den digitala eran går det inte att kopiera någonting utan att bli upptäckt, och det har tvingat folk att använda sina kulturella influenser till att skapa något helt eget. ●



Kvällsflanörer i stadsdelen Itaewon i Seoul.

”Vi har behövt vara väldigt tävlingsinriktade för att överleva.”

KOREAS DESIGN— SCEN

TEXT **JONAS CULLBERG**

Rums Jonas Cullberg träffar unga koreanska designer.

- 114 **Kwangho Lee**
Repetitiva knopar
- 119 **Hyunhee Kim**
Halvtransparenta kistor
- 125 **Chungjae Kim**
3D-printade skulpturer
- 128 **Seungjin Yang**
Fåtöljer av färgstarka ballonger

Kwangho Lee

Kwangho Lee är ledarfiguren i den nya generationen av sydkoreanska designer. Med sina möbler och skulpturer av repetitiva knopar försöker han nå ett meditativt tillstånd.



FOTO JIHOON KANG

Kwangho Lee i sin studio i Seoul.

KWANGHO LEES MÖBLER AV vävda knopar av PVC-plast visade tidigt att koreanska designer kan få internationell uppmärksamhet. Han har tagit traditionellt hantverk till en ny nivå, och anpassat det för en samtida kontext. Inspirationen kommer från hans förflutna.

– Mina farföräldrar var bönder på landet och väldigt skickliga på att använda sina händer och tillverka olika verktyg. Min mamma virkade och stickade alltid tröjor och västar. Att se den typ av arbete från ung ålder påverkade mig. Jag tror att jag har det i generna.

Kwangho Lee är utbildad inom metallkonst och design och började utforska vävning och stickning i samband med att han tog examen från Hongik-universitetet, Sydkoreas ledande konstskola, år 2008.

– Jag såg en hög med elsladdar och kom på idén att jag skulle använda dem för att väva med.

Hans examensarbete, med lampor av kaotiska härvor av vävda elsladdar, blev en omedelbar hit som tog honom till New Yorks gallerier. Klädmärken som Theory och Fendi hörde av sig och ville samarbeta.

– Sedan har jag fortsatt att utveckla den metoden, och försökt skapa nya slags rep av olika material, som läder och PVC, säger Kwangho Lee.

Kwangho Lee, med sin karaktäristiska skepparkrans på hakan, är klädd i flanellskjorta, avklippta jeansshorts och svarta loafers när vi träffas utanför ett konstmuseum som hör till Seouls universitet. Han är här för att prata om sin design på en konferens på universitetet, som är Sydkoreas mest prestigefyllda och landets motsvarighet till Harvard eller Yale. Universitetet ligger på en märkligt avsides plats i Gwanak-gu i stadens södra utkanter med skogsklädda berg i horisonten. Det avskilda läget hänger ihop med Sydkoreas auktoritära förflutna. Från början höll universitet till i Jongno i Seouls historiska centrum, men 1975 lät den dåvarande diktatorn Park Chung Hee flytta det till Gwanak-gu som ett sätt att mota bort prodemokratiska studentprotester från stadens centrala delar.

Kwangho Lee delar sin tid mellan Seoul och Jeju, en stor vulkanisk ö utanför Sydkoreas sydkust, där han bor med sin fru och sina barn.

Han flyttade dit för att vara närmare naturen, men tilltalas fortfarande av det höga tempot i Seoul, och dess allt skarpare designscen.

– Fram till omkring 2005 handlade sydkoreansk design mest om massproducerade produkter. Men efter det har allt förändrats, mycket tack vare sociala medier som har gett koreaner möjlighet att se och förstå olika slags design, säger Kwangho Lee.

Han har förutom sina karaktäristiska knutar arbetat mycket med röd koppar och cloisonné, en uråldrig teknik som går ut på att smycka metall med emalj. Men han är fortfarande mest känd för sina färgglada PVC-knopar, av vilka han har designat soffor, fåtöljer, skulpturer, installationer och mycket annat. Det tidskrävande och monotona handarbetet är själva tjusningen, förklarar han.

– För mig är repetitionen den viktigaste poängen. Det blir ingenting alls om det bara är en knut, men när man lägger till fler och fler uppstår någonting nytt. Det är en meditativ känsla. Tankar flödar fram utan distraktioner, och jag får nya idéer kring vad jag ska hitta på härnäst. ●



Kwangho Lees lampor av tvinnade elsladdar och möbler av röd koppar på hans soloutställning på designgalleriet S94D i New York 2023.



Blomkruka av vävd PVC-plast.

Interiör från Kwangho Lees utställning på galleriet Leeahn i Daegu i södra Sydkorea 2021.



Fåtölj av nylonrep, 2022.



”Jag såg en hög med elsladdar och kom på idén att jag skulle använda dem för att väva med.”



Hyunhee Kim

Hyunhee Kims halvtransparenta kistor omtolkar traditionella koreanska möbler och berättar historien om landets kvinnor.



FOTO: JONAS CULLBERG

Hyunhee Kim i sin ateljé i Seoul.

HYUNHEE KIMS SERIE *White Nostalgia* är hennes tolkning av de traditionella koreanska förvaringsmöbler som går under namnet "Duiju"; "kista för ris". Hennes kistor består av vita halvgenomskinliga skivor av akryl, som hålls samman utan lim, med hjälp av en traditionell koreansk vävnadsteknik. Designen syftar till att påminna kistans ägare om gamla minnen.

– Det halvtransparenta materialet gör att sakerna som förvaras i kistan är synliga, men lite dimmiga och suddiga, och man blir osäker på vad som finns där inne, precis som med osäkerheten kring ett minne, säger Hyunhee Kim. En av hennes främsta kundkategorier är sydkoreaner som bor utomlands, som förknippar kistorna med sina far- eller morföräldrars gamla möbler.

– Många ser på kistorna som ett konstverk, bara för prydnad, och väljer att inte fylla dem med något. Men jag försöker uppmuntra dem till att använda kistorna för att förvara saker.

Under en tid som student i Tyskland, och under resor i Europa där hon tog del av det europeiska kulturarvet, började Hyunhee Kim fundera kring hur hon ville arbeta med sin egen kulturella identitet i sin konst och design. Hon

fattade intresse för möbler från Joseon-dynastin som styrde Korea mellan 1392 och 1897. Under den här perioden blev relationen mellan män och kvinnor betydligt mindre jämlik, när den konservativa konfucianismen tog över efter buddhismen i det offentliga livet. Kvinnor förväntades fokusera på att vara fruar och mödrar och hålla sig innanför hemmets väggar i ett inre rum i huset, kallat "Gyubang". Det var också det enda rum i samhället där kvinnor kunde få utlopp för sin kreativitet, genom hantverk. Hyunhee Kim har inspirerats av de "Gyubang-möbler" som användes i dessa rum.

– Kvinnorna under Joseon-dynastin hade väldigt instängda liv. Jag ville göra möbler som utforskar kopplingarna mellan dåtidens och nutidens koreanska kvinnor.

Ambitionen mynnade ut i förvaringskistor och hyllor som består av endast ramar och dekorationer, utan paneler eller "väggar" – som en symbol för de väggar som omslöt kvinnor under Joseon-dynastin.

– Möblerna är ett sätt att kommunicera mellan kvinnor i Joseon-dynastin och kvinnor i dagens Korea, säger Hyunhee Kim.

Hyunhee Kim växte upp i en konstnärsfamilj på ön Jeju i Koreasundet.

– Vart man än går på Jeju ser man berg och hav. Naturen där är en del av de nostalgiska minnen som jag speglar i *White Nostalgia*. Jag har också inspirerats av människorna på Jeju. I Seoul handlar allt om att vara produktiv, men på Jeju är det en mindre kommersiell och kapitalistisk mentalitet, säger Hyunhee Kim.

– Seoul är, även jämfört med andra storstäder i världen, en väldigt, väldigt snabb och trendinriktad stad. Det händer hela tiden nya saker i den kreativa världen som man måste hänga med i. Det är en väldigt inspirerande stad på det sättet, men det kan också vara en svår plats att arbeta på. Att tempot är så högt här innebär att folk hela tiden vill ha någonting nytt. För designern kan det innebära en press på att visa upp saker innan de är testade och klara.

– Ända sedan kriget bygger den sydkoreanska kulturen på att överleva, på att vara kreativ med de resurser vi har, på att smälta ihop saker och skapa något nytt. Det är något vi är väldigt bra på. ●

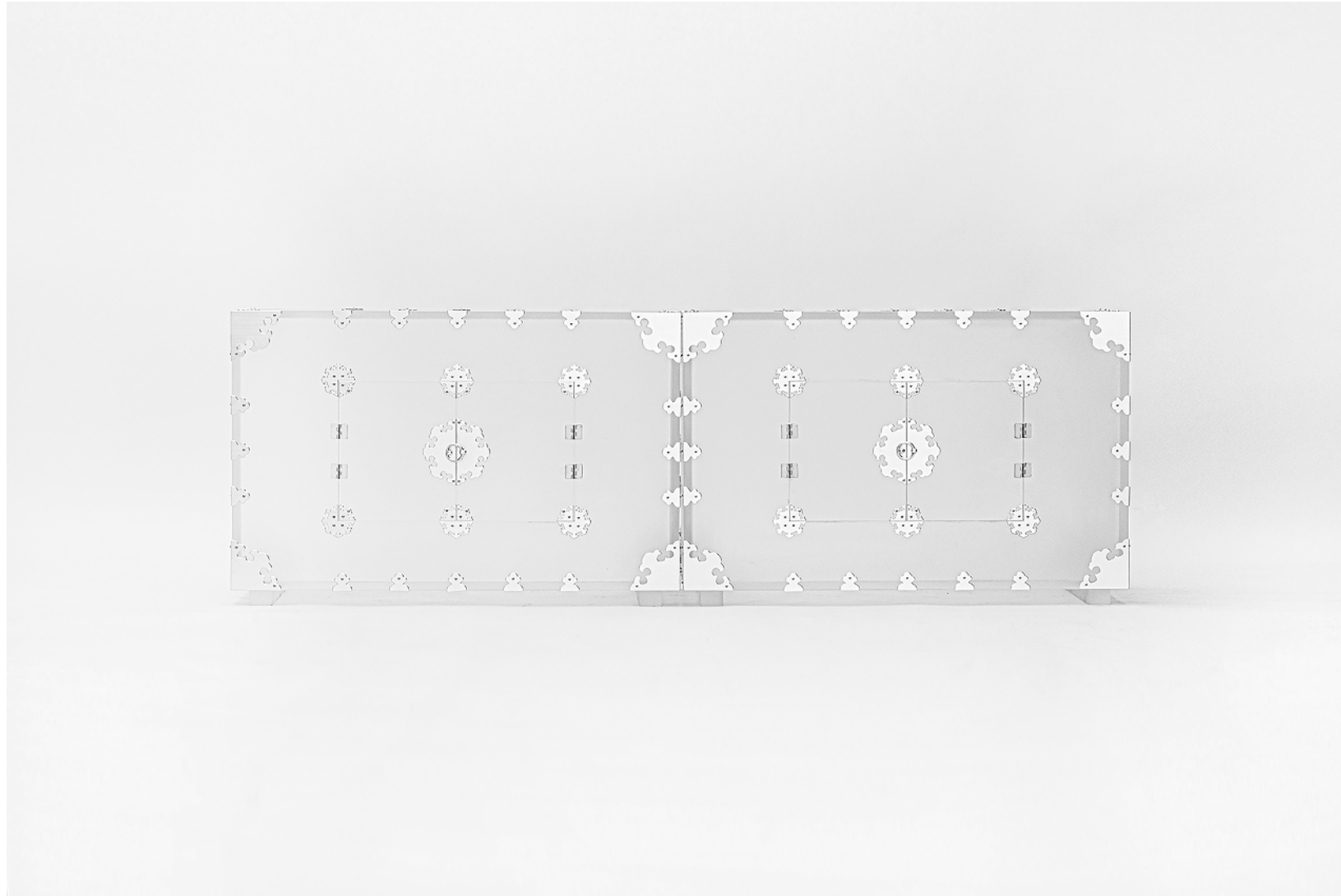


Hyunhee Kims tolkning av en "Duiju", en traditionell koreansk riskista.



Kistor från serien *White Nostalgia*.

*Ham från Hyunhee Kims kist-serie
White Nostalgia.*

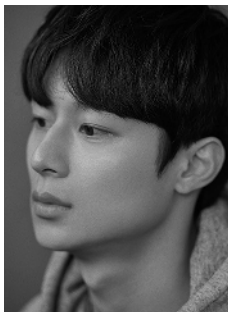


”Jag ville göra möbler som utforskade kopplingarna mellan dåtidens och nutidens koreanska kvinnor.”



”Det halvtransparenta materialet gör att sakerna som förvaras i kistan är synliga, men lite dimmiga och suddiga, och man blir osäker på vad som finns där inne, precis som med osäkerheten kring ett minne”, säger Hyunhee Kim.

Chungjae Kim.



Chungjae Kim

Chungjae Kim slog igenom för den breda massan som stjärna i reality-tv, men väcker numera mer uppmärksamhet för sina 3D-printade skulpturer.



Installation under konstmässan Frieze i Seoul 2022.

DET SKYMMER ÖVER SEOUL. Mellan höghusen i det anonyma förortsområdet Seongdong-gu är det glest med folk. Vi passerar fiskrestauranger där krabbor rör sig sävligt i blåa akvarier utanför entrén. I bottenplanet på ett av höghusen syns genom fönstren några av designern Kwangho Lees skulpturer av knopar av neonfärgad PVC-plast. Lee är en av de kreativa Seoulbor som flyttat sin arbetsplats till Seongdong-gu från dyrare och hippare delar av Seoul. En annan av dem, Lees kompis Chungjae Kim, arbetar på sjätte våningen i ett av husen, i en stor studio.

I ett hörn brummar Kims ”kinesiska medarbetare” som han kallar dem: sex stycken 3D-skrivare, som sakta bygger upp små skulpturer av plast. I ett hörn står en brännugn för keramik. Från taket hänger 3D-printade amöbalika skulpturer med invändiga lampor som lyser upp rummet. På lastpallar på golvet står betydligt större skulpturer i liknande organiska former.

Chungjae Kims metod är att först skapa skulpturer för hand med lera. Sedan skannar han dem och återskapar dem med 3D-skrivare. Resultatet hamnar någonstans mittemellan hantverk och det industriellt tillverkade.

– Jag behöver hela tiden hitta nya sätt att utmana mig själv, och hitta nya material och metoder för att få utlopp för mitt formspråk, säger Chungjae Kim.

Hans arbete, som rör sig mellan abstrakta skulpturer och möbler och andra bruksföremål, har ställts ut i Milano, New York och Tokyo, och han har samarbetat med märken som Cartier och Maison Margiela. Men att Chungjae Kims personliga Instagramkonto har 434 000 följare hänger också ihop med ett annat kändisskap. För några år sedan blev han ett namn genom *Na Sonja Sanda* (”Jag bor ensam”), en omåttligt populär koreansk realityserie. Den följer kända ensamboende och ensamstående sydkoreaner i deras vardagsliv. Seriens framgång kan till stor del förklaras med igenkänningsfaktorn. 42 procent av koreanska hushåll är singelhushåll.

Chungjae Kim dök upp i programmet som en sidekick till sin kompis, den kända serietecknaren Kian84, och blev snabbt populär för sitt K-pop-idolaktiga yttre. Det har gett honom en skjuts i designerkarriären, samtidigt som pressen är brutal i den sydkoreanska nöjesindustrin, där minsta snedsteg leder till offentlig skampåle.

– Vissa kompisar har varit oroliga över att mitt liv förändrades så snabbt och undrar om jag mår okej, men jag vill bara se det positiva. Tv-serien har gjort att fler fått upp ögonen för det jag gör. Jag har tjänat en del pengar på kommersiella samarbeten och gjort en del modelljobb, och har kunnat investera det i studion.

Under Chungjae Kims tid som designer och konstnär har Sydkoreas position på den kulturella världskartan blivit allt starkare. Han har själv märkt en tydlig förändring av landets självbild.

– När jag studerade på konstskola var jag väldigt intresserad av att plugga vidare i Berlin, New York eller London, men av ekonomiska skäl kändes det mer realistiskt att stanna i Seoul. Nu känns det som ett bra val att vara här med tanke på all internationell uppmärksamhet kring koreansk konst och design.

När Chungjae Kim växte upp inspirerades han av sydkoreanska konstnärer som video-konstpionjären Nam June Paik, och såg samtidigt upp till japansk konst och design, liksom många andra kreativa sydkoreaner. Men Sydkoreas gamla kolonisations Japan har inte riktigt samma dragningskraft som förut, säger flera av de designer och konstnärer jag träffar i Seoul.

– Japan står väldigt högt i hierarkin i design- och konstvärlden, men på något sätt har de fastnat och stannat kvar på samma nivå, säger Chungjae Kim.

– Jag tror att många blev uttråkade av att det inte rörde sig framåt och började titta efter nästa grej. Folk var redo för något nytt och blickarna vändes mot Seoul och Sydkorea. ●

*Newborn, 2022.**Archetypes* utställda på
Milanos designvecka 2021.

”I ett hörn brummar Kims ’kinesiska medarbetare’ som han kallar dem: sex stycken 3D-skrivare, som sakta bygger upp små skulpturer av plast.”

*Newborn, 2022.*Chungjae Kims arbete rör sig
mellan abstrakta skulpturer och
möbler och andra bruksföremål.

Seungjin Yang

Seungjin Yangs omedelbart igenkänningsbara fåtöljer av färgstarka ballonger lyser upp gallerier och vardagsrum världen över. En möbel som går tvärt emot dess skapares stillsamma personlighet.



Varsågod och sitt. Seungjin Yang i en av sina ballongfåtöljer.

TILLSAMMANS MED CHUNGJAE KIM går vi en fem minuters promenad genom längorna av höghus till hans kompis och designerkollega Seungjin Yangs studio. Den består av två stora skarpt lysrörsupplysta rum. I ett hörn står två av hans signaturmöbler, fåtöljer av ballonger i bjärta färger. I rummet intill råder kreativt kaos med mängder av limflaskor, bormaskiner och ouppblåsta partyballonger.

Seungjin Yang har slagit igenom stort de senaste åren med sina ballongfåtöljer, med en air av exklusivt barnkalas och prislappar mellan 15 000 och 19 000 dollar via hans amerikanska galleri Future Perfect. Att asiatiska nätshoppar svämmar över av kopior för mindre än en tiondel av priset kan ses som ett kvitto på framgången. Amerikanerna hittar honom via hans galleri i New York, de flesta andra via Instagram. Beställningarna rullar in. Seungjin Yang, som växte upp i en småstad i den bergiga östra delen av landet, arbetar från morgon till kväll i studions bländvita sken. Han är singel och ger intryck av att vara gift med jobbet.

Tystlåten men vänlig, och bjuder på sashimi, soju och öl på en restaurang efter intervjun.

– Arbetet med möblerna börjar med att jag blåser upp en ballong och ser till att den får rätt storlek och form. Sedan doppar jag den i epoxi, lager på lager, och låter den torka, säger Seungjin Yang.

Det är en noggrant kalkylerad och tidskrävande process, där varje ballong i en fåtölj fyller en funktion för att hålla möbeln uppe. Varje lager av epoxi tar en halv dag att torka, och det krävs sex till åtta lager per ballong. Att färdigställa en möbel tar ungefär två veckor. För varje år har Seungjin Yang finslipat sin arbetsmetod och utvecklat nya former och modeller av sina möbler. Förutom fåtöljer tillverkar han även bord, pallar, soffor och lampor av ballonger.

– Folk i modebranschen gillar verkligen hans möbler, säger Sandy Park, som visade Seungjin Yangs verk på galleriet Future Perfect i New York förra året, och som agerar tolk den här kvällen.

– Seungjin använder nya tekniker som

3D-modellering och 3D-skrivare, och epoxi, som har använts hur länge som helst i byggprojekt och hemrenoveringar. Han blandar verkligen nya och gamla processer, säger Sandy Park.

Det började mest som ett experiment, där han testade att täcka en ballong med epoxi och gillade resultatet.

– Det var något naturligt, nästan vackert med hur det såg ut, säger Seungjin Yang.

Den första möbeln var en pall, och responsen var omedelbart positiv.

– Folk reagerade på att det faktiskt gick att sitta på ballonger, att de kunde ha ett funktionellt värde. Jag kände att det fanns någonting att jobba med där. De hade en "wow-faktor". Möblerna är roliga och samtidigt funktionella, säger Seungjin Yang.

– På sätt och vis är de motsatsen till min egen personlighet. Jag är väldigt vanlig, och mina möbler är väldigt annorlunda. Jag gillar kontrasten. Möblerna är färgstarka och högljudda, medan jag är precis tvärtom. ●



Blowing Series.

Blowing Series 2.



”Möblerna är färgstarka och högljudda, medan jag är precis tvärtom.”



Blowing Bench 1 for Kids.