

The Perceived Gender Identity Representation of Adolescents Interested in K-Pop

Azam Khoshorot Mowafq¹, Maryam Mohseni² 

1. Assistant Professor, Faculty of Women and Family, University of Religions and Denominations, Qom, Iran (Corresponding author). a.khoshorot@urd.ac.ir.

2. Ph.D. Student, Women's Studies, University of Religions and Denominations, Qom, Iran. m.mohseni@Urd.ac.ir

Abstract

Identity formation during adolescence is of paramount importance, with gender identity being one of its key components. The present study, utilizing a phenomenological approach, seeks to portray the lived experiences of adolescent K-pop fans and examine the impact of K-pop on their gender identity and vice versa. The participants of this study include female middle school students in the city of Karaj, where data saturation was achieved through in-depth interviews with 19 individuals. The study's findings consist of four main themes and eleven sub-themes. Key K-pop-related factors include "the role of K-pop enthusiast friends," "the role of social media in fostering interest in K-pop," and "the adolescent age range." The theme "gender identity of K-pop fans" is represented by sub-themes such as "the role of gender in choosing a favorite group" and "the role of gender in selecting a favorite personality." The theme "K-pop fans" is explored through sub-themes like "the role of gender in K-pop fandom" and "limited parental accompaniment coupled with warnings." The "implicit discourse of K-pop," one of the most significant themes identified, is represented by sub-themes such as "K-pop's literary discourse and the creation of new concepts," "K-pop as a generator of a unique lifestyle," "the ideological discourse of K-pop," and "gender neutrality among K-pop fans." As a form of entertainment, K-pop possesses the capacity to transform into an independent discourse, exerting profound effects on the gender identity of adolescent girls.

Keywords: K-Pop, Gender Identity, Adolescents, Korean Music, K-Pop Fans, Girls, Karaj.

Received: 2024/07/21 ; Revised: 2024/08/17 ; Accepted: 2024/09/17 ; Published online: 2024/09/26

© The Author(s).


Article type: Research Article

<https://doi.org/10.22081/scs.2024.68586.1309>

Published by: The Scientific Association for Social Studies of the Seminary



باز نمود هویت جنسیتی ادراک شده نوجوانان علاقه‌مند به موسیقی کی‌پاپ

اعظم خوش صورت موفق^۱، مریم محسنی^۲ 

۱. استادیار، دانشکده زن و خانواده، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران (نویسنده مسئول). a.khoshsorat@urd.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری، مطالعات زنان، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران. m.mohseni@Urd.ac.ir

چکیده

هویت‌یابی در نوجوانی از اهمیت بسزایی برخوردار است که کسب هویت جنسیتی یکی از اقسام آن است. پژوهش حاضر با روش پدیدارشناسی، درصدد بازنمود تجربه زیسته نوجوانان کی‌پاپر و تأثیر کی‌پاپ بر هویت جنسیتی آنان و بالعکس است. افراد مورد مطالعه پژوهش حاضر دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه اول شهر کرج هستند که با مصاحبه عمیق با ۱۹ نفر به اشباع داده رسید. یافته‌های پژوهش شامل چهار مضمون و یازده خرده مضمون است. از جمله عوامل کی‌پاپری، «نقش دوستان کی‌پاپر» و «نقش فضای مجازی در گرایش به کی‌پاپ» همچنین «مقطع سنی نوجوانان»، «هویت جنسیتی کی‌پاپرها» با خرده مضامین «نقش جنسیت در انتخاب گروه محبوب» و «نقش جنسیت در انتخاب شخصیت محبوب» بازنمایی می‌شود. مضمون «هواداران کی‌پاپ» نیز با خرده مضامین «نقش جنسیت در هواداری از کی‌پاپ» و «همراهی محدود توأم با هشدار والدین» مورد بررسی قرار گرفته‌اند و «گفتمان نامحسوس کی‌پاپ» که از مهم‌ترین مضامین به‌دست آمده است، با خرده مضامین «گفتمان ادبی کی‌پاپ، فضای ایجاد مفاهیم جدید»، «کی‌پاپ مولد سبک زندگی خاص»، «گفتمان ایدئولوژیک کی‌پاپ» و «کورجنسیتی بودن کی‌پاپرها» بازنمایی شده است. صنعت کی‌پاپ به‌عنوان یکی از ابزارهای پر کردن اوقات فراغت نوجوانان، ظرفیت تبدیل شدن به گفتمان مستقلی را دارد که می‌تواند تأثیر عمیقی بر هویت جنسیتی نوجوانان دختر داشته باشد.

کلیدواژه‌ها: کی‌پاپ، هویت جنسی، نوجوانان، موسیقی کره‌ای، کی‌پاپر، دختران، شهر کرج.

استناد به این مقاله: خوش صورت موفق، اعظم؛ محسنی، مریم (۱۴۰۳). بازنمود هویت جنسیتی ادراک‌شده نوجوانان علاقه‌مند به موسیقی

کی‌پاپ. مطالعات فرهنگی اجتماعی حوزه، ۸(۲)، ص ۱۶۳-۱۸۷.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۲۲؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۵/۲۶؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۷؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۳/۰۷/۰۵

https://doi.org/10.22081/scs.2024.68586.1309

ناشر: انجمن علمی مطالعات اجتماعی حوزه

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.



۱. مقدمه

نوجوانی دوره بحرانی عمر انسان و دارای فراز و فرودهایی است که فرد در سنین دیگر، کمتر شاهد آن است. از جمله ویژگی‌های این دوران، پل انتقال فرد از کودکی به جوانی، تحوّل جسمی و جنسی، تحوّل فکری و ذهنی، تحوّل روحی و روانی، تحوّل اجتماعی اخلاقی، بحران هویت و شخصیت، افزایش استقلال و تصمیم‌گیری، افزایش مسئولیت‌پذیری و آینده‌نگری و تأثیر از گروه همسالان است (بهنامی‌فرد، ۱۳۹۴، ص ۲۲). نوجوان در این دوره برای یافتن هویت خویش و تثبیت آن، علاوه بر عوامل ژنتیکی، تحت تأثیر عوامل گوناگونی نظیر تغییرات هورمونی، خانواده، شبکه‌های رسانه‌ای و گروه همسالان قرار دارد و طی سال‌های اخیر به واسطه فراگیر شدن کووید ۱۹ و روی آوردن دانش‌آموزان به آموزش‌های مجازی، این تغییرات سرعت بیشتری یافته و در بسیاری مواقع از دایره ملی فراتر رفته است. کنجکاوی‌های دوره نوجوانی، روحیه استقلال‌طلبی و کشف فضاهای جدید نیز موجب گسترش بیش از پیش علاقه به فضای مجازی شده است. این امر، تأثیرپذیری بیشتر نوجوان از فضای مجازی را به دنبال داشته است (والا، ۲۰۲۱، ص ۱۵).

با مروری بر روند گرایش ایرانیان به موسیقی، مشخص می‌شود که گرایش به موسیقی بین جوانان در ایران از دهه ۱۳۴۰ شکل گرفت و در دهه ۱۳۵۰ افزایش یافت. انقلاب اسلامی تحوّل در این حوزه ایجاد کرد و با وقوع جنگ، موسیقی تحت شرایط آن زمان قرار گرفت؛ ولی پس از جنگ، مجدّد به تقلید از موسیقی پاپ غربی، این نوع موسیقی طرفدار پیدا کرد و گسترش یافت. در دهه ۱۳۷۰ موسیقی پاپ لسانجلیسی گسترش یافت و مشابه آنچه در خارج از کشور خوانده می‌شد و غیرمجاز بود، در دولت اصلاحات از وزارت ارشاد مجوز گرفتند (قاسمی و میرزایی، ۱۳۸۵، ص ۱۰۱-۱۰۰). همزمان با این تحولات، در شرق آسیا و کره جنوبی نیز تحولات عظیمی در حوزه موسیقی ایجاد شد که در دهه‌های بعد، تأثیر بسزایی در گرایش جوانان و نوجوانان ایرانی به موسیقی این کشور داشته است. موج کره‌ای^۱ موجی است که فرهنگ، تولیدات فرهنگی و سرگرمی‌های کره جنوبی را در آنجا و کشورهای اطراف، آنگاه کشورهای خاورمیانه و جهان منتشر کرده و دولت کره جنوبی در این راستا اقدامات مؤثری انجام داده است (دونگ، ۲۰۱۶، ص ۸؛ دالمونته و همکاران، ۲۰۲۲، ص ۱۰۳).

برخی تحقیقات حاکی از آن است که ژانر موسیقی‌های آمریکایی و کره‌ای باهم تقارن و سازگاری

1. Hallyu



دارند (لی و همکاران، ۲۰۱۳، ص ۵۲۹). موج رسانه‌ای شکل گرفته، به سه صورت بازتاب یافت: فیلم،^۱ نمایش‌های تلویزیونی^۲ و موسیقی پاپ^۳ که علاوه بر گسترش فرهنگ کره جنوبی، به اقتصاد کره نیز کمک فراوانی کرده است. سال ورود موسیقی کره به کشورهای دیگر ۱۹۹۹ بود و در سال ۲۰۰۳ ورود نمایش‌های کره‌ای به بازار بین‌المللی اتفاق افتاد (ادیب سرشکی، ۱۳۹۱، ص ۷۶۶). کی‌پاپ در سال ۲۰۱۲ از طرف «مجله تایم» به عنوان بزرگ‌ترین صادرات کره جنوبی اعلام شد (جانگ بنگ و مالینچی، ۲۰۱۵، ص ۲). علت گستردگی و فراگیری صنعت کی‌پاپ را می‌توان اینگونه عنوان کرد که کی‌پاپ، خاستگاه اولیه خود را از موسیقی پاپ اروپا گرفته است و سپس آن را با محتوای فرهنگی و آداب کره‌ای آمیخته و مجدداً آن را به جهان ارائه کرده است (آه، ۲۰۱۳، ص ۳۸۹). در ایران نیز پخش سریال تاریخی ۸۱ قسمتی جومونگ^۴ در نُه ماه، موجب اقبال مردم به سریال‌های کره‌ای شد و به دنبال آن سریال‌های «امپراتور دریا» و «جواهری در قصر»، ایرانیان را با نمایش‌های کره‌ای بیش از پیش آشنا کرد (ذکایی و عزیزی همدانی، ۱۳۹۴، ص ۱۲۰). این اقبال، آرام‌آرام توجه جوانان و نوجوانان را به موسیقی‌های کره‌ای بیشتر کرد.

موسیقی پاپ از نگاه بسیاری، همان خلاصه موسیقی عامه‌پسند^۵ است که بیشترین مخاطب را دارد و از نگاه برخی دیگر، جزئی از موسیقی عامه‌پسند است (ودادهیر و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۱۶۸). کی‌پاپ از موسیقی‌های پاپ، جاز، راک، لاتین، انجیل، رگا، هیپ‌هاپ، کانتری و رقص که براساس موسیقی سنتی کره‌ای است، شکل گرفته و با گروه کی‌پاپ و Boys Seo Taiji and آغاز به کار کرد و از سال ۲۰۱۰ سیاست فرهنگی دولت کره جنوبی، کمک به گروه‌های موسیقی شد. تعداد گروه‌های موسیقی کره‌ای بسیار زیاد است. موج دوم کره‌ای با عنوان «نو کره‌ای»، با پیشتازی کی‌پاپ راه افتاد. از دیگر گروه‌های کره‌ای که در سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ شکل گرفتند، می‌توان از «ا.ج. ا. تی»^۶، «اس ای اس»^۷، «شینهوا»^۸، «فین کی

1. K-movies
2. K-dramas
3. K-pop
4. Jumong
5. Popular music
6. H.O.T.
7. S. E.S
8. Shinhwa

ال^۱، «اس اس ۵۰۱»^۲، «بیبی وی.ا. ایکس»^۳، «سوپر جونیور»^۴، «واندر گرلز»^۵، «بیگ بنگ»^۶، «کارا»^۷ و «گرلز جنریشن»^۸ نام برد (بیچرانلو و اقبالی، ۱۳۹۹، ص ۱۳-۱۲).

در این میان مشهورترین گروه موسیقی کره‌ای پسرانه (مردانه)، «بی تی اس»^۹ به معنی «پسران ضدگلوله» است؛ که گروهی هفت نفره است و طرفداران بی.تی.اس. خود را «آرمی» یا ارتش بی.تی.اس. می‌نامند. مشهورترین گروه موسیقی دخترانه «بلک پینک»^{۱۰} و تنها گروه ترکیبی دختران و پسران «کارد»^{۱۱} است (بیچرانلو و اقبالی، ۱۳۹۹، ص ۱۶-۱۴). همچنین از دیگر گروه‌های موسیقی کره‌ای طرفدار در ایران، گروه «اکسو»^{۱۲} بوده که یک گروه پسرانه کره‌ای - چینی است که در سال ۲۰۱۱ توسط کمپانی اس.ام. انترتینمنت^{۱۳} تشکیل شد. گروه اکسو در سال ۲۰۱۲ با دو زیرمجموعه به نام‌های اکسو - کی^{۱۴} و اکسو - ام^{۱۵} شروع به کار نمود و موسیقی خود را به سه زبان کره‌ای، ژاپنی و چینی اجرا کردند (بادین فکر، ۱۴۰۱، ص ۵۳-۵۴). آهنگ‌های کره‌ای از یک ژانر ملی به یک ژانر جهانی تبدیل شده‌اند و همه از آن لذت می‌برند. کی‌پاپ چنان تأثیری روی کودکان داشته که آنان به جای تمرکز بر مشاغل دیگر نظیر مشاغل پزشکی، مهندسی و سیاسی و...، به این فکر کنند که چگونه ستاره کی‌پاپ شوند و دولت کره نیز بر این امر صحه می‌گذارد (اُه و لی، ۲۰۱۴، ص ۷۲). جوانان و نوجوانان دوست‌دار فرهنگ کره‌ای در بدو شناخت، لغات و اصطلاحات کی‌پاپ و کره را می‌آموزند؛ تا بتوانند خود را به عنوان یک طرفدار معرفی کنند (ذکایی و عزیزی همدانی، ۱۳۹۴، ص ۱۱۲).

1. Fin. K. L
2. SS 501
3. Baby V.O.X
4. Super Junior
5. Wander Girls
6. Bigbang
7. Kara
8. Girls Generation
9. Bangtan Boys
10. Black Pink
11. Kard
12. EXO.
13. S.M. Entertainment
14. Exo-K
15. Exo-M



جمعیت نوجوان ایران در حال حاضر بیش از ۱۱ میلیون نفر است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۲) و این امر اهمیت بیش از پیش توجه به آنان را می‌رساند. با پیشرفت رسانه و زیست دیجیتالی، همچنین عدم به‌کارگیری سیاست‌های فرهنگی صحیح در نحوه پر کردن اوقات فراغت و ایجاد تفریحات سالم و سازنده، نوجوانان خلأ خود را بیش از پیش، با وقت‌گذرانی در فضای مجازی پر می‌کنند. از جمله گروه‌های موسیقی که در دهه اخیر بیش از سایر گروه‌های موسیقی برای نوجوانان جذابیت دارد، گروه‌های موسیقی کره‌ای هستند که تحول این گروه‌های موسیقی و قدرت گرفتن آنان در جهان (دالیمونته و همکاران، ۲۰۲۲، ص ۱۰۵)، نوجوانان ایرانی را نیز هوادار خود کرده است. عدم توجه به این موضوع، مسائل زیادی را در عرصه هویتی نوجوانان رقم می‌زند. از جمله این موارد نوع پوشش، گریم، نحوه آرایش اعضای گروه‌های موسیقی، تک‌جنسی بودن تمام گروه‌های موسیقی به جز یک مورد، جدا شدن اعضای این گروه‌ها از خانواده و زندگی گروهی به صورت شبانه‌روزی و به مدت بسیار طولانی، از دست دادن فرصت ازدواج و فرزندآوری به دلیل مانع بودن این موارد برای مشهور شدن، الگو شدن سبک زندگی ستاره‌های کی‌پاپ و مواردی از این قبیل است. این امر تأثیر نامحسوس و عمیقی روی هویت و زندگی نوجوانان خواهد داشت (والا، ۲۰۲۱، ص ۱۵).

لذا، شناخت علایق و سلاقی نوجوانان در نحوه گذران اوقات فراغت و علل گرایش آنان برای روی آوردن به موسیقی‌های کره‌ای، همچنین به دست آوردن چشم‌انداز مناسب، جهت برنامه‌ریزی برای نوجوانان در سطح خانوادگی و ملی اهمیت بسزایی دارد؛ چراکه تغییر میل و گرایش نوجوانان به تولیدات فرهنگی کشورهایی نظیر کره جنوبی در طولانی مدت به تغییر سبک زندگی، فاصله گرفتن از ابعاد هویتی (فردی، جنسیتی، خانوادگی، ملی، دینی)، فرهنگ، ارزش‌ها، ایدئولوژی و کارکرد خانواده ایرانی - اسلامی می‌انجامد که حاصل آن، از خودبیگانگی افراد و خسارات جبران‌ناپذیر خواهد بود. باز نمود هویت جنسیتی ادراک‌شده نوجوانان علاقه‌مند به موسیقی کی‌پاپ و میزان گرایش دختران نوجوان به تولیدات کره جنوبی (فیلم، سریال، موسیقی، انیمه^۱ و بازی‌های رایانه‌ای) از جمله علل پرداختن به پژوهش حاضر است؛ زیرا اهمیت توجه به دوره نوجوانی، برای ساختن جامعه پیش‌رو، حفظ و تعالی فرهنگ ایرانی - اسلامی و همچنین استحکام خانواده ضروری است.

روش پژوهش حاضر پدیدارشناسی است و جامعه مورد مطالعه را دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه اولی که گرایش به موسیقی‌های کی‌پاپ دارند، تشکیل می‌دهند که تعداد نمونه آماری تازمان اشباع داده، افزایش می‌یابد.

1. Anime

۲. پیشینه پژوهش

پژوهش‌هایی در خصوص فیلم و موسیقی در دههٔ پیش انجام شده است که تعداد آن‌ها به نسبت اهمیت موضوع، زیاد نیست. هیچ‌یک از پژوهش‌های انجام‌شده، مخاطب نوجوان را مدنظر نداشته و تأثیر موسیقی‌های کی‌پاپ بر هویت نوجوانان را مورد بررسی قرار نداده‌اند. از جمله پژوهش‌هایی که فیلم و موسیقی و به خصوص محصولات فرهنگی کره جنونی را مورد مطالعه قرار داده‌اند، عبارتند از:

گراوند و نظری (۱۴۰۲)، در پژوهشی به بررسی تأثیر اینترنت بر اعتقادات مذهبی پرداختند و نشان دادند که استفاده بی‌رویه از اینترنت منجر به کاهش دین‌داری، کاهش التزام عملی به نماز و باورهای مذهبی شده است.

بادین‌فکر (۱۴۰۱) نیز در پژوهشی به بررسی هواخواهان ایرانی گروه موسیقی کره‌ای اکسو پرداخته و نتایج حاکی از آن است که از تفاوت‌های هواخواهی مدرن و سنتی این است که در روش مدرن ارتباط هواخواه و سلبریتی، با میانجی‌گری رسانه است، ولی در هواخواهی سنتی این ارتباط تنها از طریق ارتباط فیزیکی بود.

معصومی و جعفری (۱۴۰۱)، در پژوهشی نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به سؤالات دینی، عاطفی و اعتقادی دانش‌آموزان پاسخ دهند؛ اما قادر به پاسخگویی به سؤالات مناسبی آنان نیستند. خیامی و بادین‌فکر (۱۴۰۱) نیز در تحقیقی دریافته‌اند که گروه اکسو به هواخواهان خود هویت هواخواهی می‌بخشد و هویت هواخواهی نیز در عنصر حمایت تجلی می‌یابد و هویت هواخواهان او را بازتولید می‌کند. بیچرانلو و اقبالی (۱۳۹۹) در گزارش مفصلی به بررسی دلایل اقبال نوجوانان و جوانان ایرانی به موسیقی پاپ کره‌ای پرداختند و گزارشی از موج کره‌ای اول (تا قبل از ۲۰۰۷) و نحوه فراگیر شدن و گسترش فرهنگ کره‌ای در دنیا و ایران، چگونگی تبدیل شدن کره به قدرت نرم، نحوه شکل‌گیری گروه‌های مختلف موسیقی و در نهایت روند گرایش کی‌پاپ در ایران و نقش شبکه‌های مجازی، تویتر، فیس‌بوک، اینستاگرام و پیام‌رسان‌ها را بررسی کرده‌اند.

ذکایی و عزیزی همدانی (۱۳۹۴)، علل گرایش نوجوانان و جوانان به فیلم و موسیقی کره‌ای را پخش سریال‌های کره‌ای از صداوسیما، وجود نشانه‌های فرهنگ آسیای شرقی، نوع پوشش، محتوای موزیک ویدئوها، آرایش‌های ملایم، متناسب سن نوجوان و جوان بودن و روابط محدودتر دو جنس می‌دانند. از دیگر پژوهش‌های داخلی که در مورد کی‌پاپ صورت گرفته و به پیش از ده سال اخیر می‌پردازند، می‌توان به پژوهش‌های ادیب سرشکی (۱۳۹۱)، صائبی و هاشمی (۱۳۹۰)، ودادهیر و همکاران (۱۳۹۰)، مجیدی و هوشمند (۱۳۸۹) و قاسمی و میرزایی (۱۳۸۵) اشاره کرد.



در پژوهش‌های خارجی نیز دالیمونته و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی نشان دادند که وقتی افراد، طرفدار کی‌پاپ می‌شوند، هم از نظر نگرش و هم از نظر سلیقه دچار تغییراتی می‌گردند. کیم جون هو و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیقی نشان دادند که اگرچه این صنعت به‌طور استراتژیک منجر به موفقیت کرده در سطح جهان شده است؛ اما ممکن است پایدار نباشد. آن‌ها عوامل این محبوبیت را تبلیغات، بازیگران، تولید محتوای محصولات، آموزش و تولید محتوا برای رسانه‌های اجتماعی می‌دانند. لین و رودلف (۲۰۱۷) نیز در تحقیقی به بررسی تأثیر کی‌پاپ روی نگرش‌های جنسیتی حدود هفت هزار هوادار کی‌پاپ در صد کشور پرداختند و به این نتیجه رسیدند که علی‌رغم اینکه کی‌پاپ به‌مثابه سفیر کره جنوبی در جهان تبدیل شده است؛ اما نتوانسته به سیاست‌های جنسیتی کره پایند باشد و نیز امکان دارد مانع رسیدن زنان به فرصت‌های برابر شود.

جانگ و سانگ (۲۰۱۷) در پژوهشی دریافتند که زندگی طرفداران، بین مردم فیلیپین و تعامل با آنان، موجب مشارکت فرهنگی مردم شده است. این فعالیت داوطلبانه هواداران، نوعی سرمایه اجتماعی برای توسعه ارتباطات فرهنگی به‌شمار می‌رود و این طرفداران به عنوان واسطه فرهنگی نقش ایفا می‌کنند.

دونگ (۲۰۱۶)، در پژوهشی به بررسی چگونگی کم‌رنگ شدن امپریالیسم غرب و ورود و جایگزین شدن موج کره‌ای در بین جوانان ویتنامی پرداخته و نشان داد که چون دولت به دنبال بهبود اقتصاد است، از مسئله فرهنگ غفلت ورزیده و کره جنوبی به دلیل نزدیکی دو کشور به یکدیگر، محصولات فرهنگی خود را به این کشور گسیل داشته و نه تنها ویتنام، بلکه شرق آسیا تحت تأثیر این موج قرار دارد.

مسرلین و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی علل موفقیت گسترده و سریع کی‌پاپ پرداختند. شرکت‌های کی‌پاپ و دولت کره، دو عامل مهم اقتصادی موفقیت کی‌پاپ به‌شمار می‌آیند؛ بدین صورت که شرکت‌های کوچک کی‌پاپ به خوبی از فرصت استفاده کرده‌اند و زیرساخت اینترنتی که دولت کره ایجاد کرد، بسیار ارزان‌تر از تهیه و تولید سی دی و... است. همچنین قیمت اینترنت در کره، نسبت به سایر کشورها ارزان‌تر می‌باشد.

جوون و داکوت (۲۰۱۲)، در پژوهشی نشان دادند که کی‌پاپ محبوبیت بسیار بالایی نزد جوانان کاتولیک اندونزی دارد. علت این امر اطلاعات کم دانشجویان دوره کارشناسی اندونزی در مورد فرهنگ چینی است، که جز محصلان مدارس چین، بقیه نمی‌توانند به زبان چینی صحبت کنند و به راحتی جذب فرهنگ‌های دیگر از جمله موج کره‌ای می‌شوند.

۳. چارچوب مفهومی پژوهش

از جمله نظریه‌هایی که می‌توان از آن‌ها بهره گرفت و براساس آن‌ها پرسش‌های مصاحبه و تحلیل یافته‌ها را سامان بخشید، سه نظریه فرهنگ هواخواهی، نظریه جنسیت و نظریه هویت می‌باشند. از جمله مفاهیم

اساسی که بر فحوای پژوهش حاضر نیز تأثیرگذار بوده است، مفاهیمی نظیر فرهنگ هواخواهی، گروه همسالان و هویت‌پذیری جنسیتی هستند که در ادامه به بیان نظریه‌های آنان پرداخته می‌شود. علت به‌کارگیری این نظریه‌ها، این است که نوجوانان به دلیل قرار گرفتن در این دوران، تحت تأثیر گروه دوستان و هواداران خود هستند و به راحتی از آنان الگوپذیری و هویت‌پذیری می‌کنند. در عین حال، ملاحظه می‌شود که نقش جنسیت در هواخواهی کی‌پاپرها تأثیرگذار است. در ادامه، توضیح مختصری از مثلث نظریه‌های هویت، نقش جنسیت در کی‌پاپری و نقش فرهنگ هواداران ارائه می‌شود.

نظریه فرهنگ هواخواهی ابتدا توسط هنری جنکینز^۱ مطرح شد. از نظر وی فردی که هوادار گروهی است، تعصب و وسواس عاطفی به آن دارد و چنانچه دیگران آن را بی‌اهمیت تلقی کنند، نسبت به آن واکنش نشان می‌دهد. از جمله این هواخواهان می‌توان از خرده‌فرهنگ‌های طرفداران گروه‌های مختلف موسیقی نام برد که به‌خصوص در شبکه‌های اجتماعی، گروه‌های متعددی دارند (خیامی و بادین فکر، ۱۴۰۱، ص ۲۳۱-۲۳۰). هواخواهی طرفداران کی‌پاپ بسیار بر اعمال و رفتار آنان مؤثر است و حتی هویت‌یابی آن‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.

نظریه‌های جامعه‌شناختی هویت، مشتمل بر نظریه‌های پیتر بورک^۲ از نظریه‌پردازان کنش متقابل نمادین است که افراد را با توجه به نقش‌های مختلف، دارای هویت‌های جداگانه می‌داند (هاشم‌لو، ۱۴۰۰). از نظر منفورد کوئن^۳، خود، در تعامل اجتماعی و درونی شدن ایستارهای دیگران نسبت به خود شکل می‌گیرد. جورج هربرت مید^۴ نظریه هویت اجتماعی را بیان کرد و هویت از دیدگاه او، فرآیندی برای دستیابی شخص به برداشت و احساس کامل از خود توسط دیگران است (توسلی، ۱۳۸۷، ص ۲۸۱؛ ریتزر، ۱۳۹۳).

در خصوص نظریه‌های جنسیت نیز سه دیدگاه مختلف روان‌شناسی، یادگیری اجتماعی و شناخت‌گرایی وجود دارد (یعقوبی، ۱۳۹۳)؛ که هر یک از این دیدگاه‌ها به نوعی به تحلیل حاضر کمک می‌کند. تلفیق دو نظریه هویت و جنسیت، مقوله‌ای به نام هویت جنسیتی را به وجود می‌آورد و این هویت جنسیتی شکل گرفته در نوجوانان به واسطه تأثیر فرهنگ هواخواهی، به عکس‌العمل‌های مختلفی منجر می‌شود که نمود آن‌ها را در نحوه برخورد نوجوان با مصادیق مختلف کی‌پاپ، به صورت متفاوت مشاهده می‌شود که در بخش تحلیل یافته‌ها به صورت مجزا به آن‌ها پرداخته خواهد شد.

1. Henry Jenkins
2. Peter Burke
3. Manford Coen
4. J.H. Mead



۴. روش پژوهش

از آنجاکه در پژوهش حاضر به بررسی تجربه زیسته نوجوانان هوادار موسیقی های کره ای پرداخته می شود، روش متناسب با این موضوع، پدیدارشناسی است. پدیدارشناسی، یکی از پرکاربردترین روش های کیفی است (سلیمی و شرفی، ۱۳۹۴، ص ۱) و از دو واژه یونانی فنومن^۱ به معنی پدیده، و لوگوس^۲ یعنی شناخت، مشتق شده و از شاخه های پارادایم تفسیری محسوب می شود. در پدیدارشناسی، هدف، کشف تجربه های مختلف افراد از یک پدیده برای رسیدن بی واسطه به ماهیت واقعی آن مفهوم یا پدیده است (پروری، ۱۳۹۸، ص ۸۷). پدیدارشناسی دارای رویکرد فلسفی تفسیری است که با تأکید بر دیدگاه افراد مورد مطالعه، نوعی فهم همدلانه از پدیده های اجتماعی را به همراه می آورد (خسروی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۲۴). در یک تحقیق پدیدارشناسی، معمولاً افراد باید کسانی باشند که به طور کامل، پدیده مورد بررسی را تجربه کرده (کرسول، ۱۳۹۱) و بتوانند این تجربیات را طی مصاحبه های عمیق بیان نمایند (صادقیان و همکاران، ۱۴۰۱، ص ۵)؛ و بیشتر به دنبال تجربه مشترک یا فهم یک پدیده برای گسترش حقایق هستند (خنifer و مسلمی، ۱۳۹۸).

در این پژوهش نیز که هدف، درک عمیق تجربه نوجوانان در استفاده از موسیقی کی پاپ و تأثیر این صنعت بر هویت (به خصوص هویت جنسیتی) آنان است؛ با استفاده از روش پدیدارشناسانه، به بررسی موضوع پرداخته شده است. فرآیند انجام پدیدارشناسی در دسته بندی کلی، شامل انتخاب شرکت کنندگان، جمع آوری یافته ها، تحلیل یافته ها و فصل بندی است، که در بخش تحلیل یافته ها، خواندن و کدگذاری، دسته بندی و به دست آوردن تم و تلفیق و دسته بندی تم ها انجام می شود (سلیمی و شرفی، ۱۳۹۴، ص ۱۷). در این پژوهش همانند کلایزی، هفت گام عملی به کار گرفته می شود که به صورت ذیل است:

گام اول: گوش دادن چندباره صوت مصاحبه و پیاده سازی کلمه به کلمه مصاحبه روی کاغذ.

گام دوم: خط کشیدن زیر اطلاعات بامعنی و مرتبط با پدیده مورد مطالعه.

گام سوم: استخراج مفاهیم فرموله.

گام چهارم: مطالعه دقیق مفاهیم استخراج شده و دسته بندی موضوعی آن ها براساس تشابه مفاهیم.

گام پنجم: پیوند دادن نتایج برای توصیف جامع از پدیده مورد مطالعه و به دست آمدن دسته های کلی تر.

گام ششم: توصیف جامع و تا حد امکان واضح و بدون ابهام از پدیده مورد مطالعه.

گام هفتم: اعتباربخشی از طریق ارجاع به هر نمونه و پرسش درباره یافته ها (امامی سیگارودی و

همکاران، ۱۳۹۱، ص ۶۰-۶۱).

1. Penomenon

2. Logos

روش گردآوری یافته‌ها نیز مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته است و جامعه نمونه به روش گلوله برفی و هدفمند، تا رسیدن به اشباع انتخاب شدند. مطابق نظر هورن تعداد ۵ الی ۲۵ مورد پیشنهاد می‌شود (پولینگ هورن، ۱۹۸۹). در پژوهش حاضر نیز تا زمان رسیدن به اشباع یافته‌ها، تعداد ۲۱ نفر از دختران نوجوان دانش آموز مقطع اول متوسطه شهر کرج مورد مصاحبه قرار گرفتند که با توجه به ناقص بودن و کم‌اطلاع بودن، دو نفر از این افراد کنار گذاشته شدند و مصاحبه ۱۹ نفر باقیمانده مورد تحلیل قرار گرفت. سه نفر از این دانش‌آموزان، امسال در پایه دهم تحصیل می‌کنند که علت مصاحبه از این دانش‌آموزان برای تأیید بخشی از یافته‌های پژوهش است. مابقی شامل ۶ نفر پایه نهم، ۶ نفر پایه هشتم و ۴ نفر پایه هفتم هستند. علت انتخاب مقطع متوسطه اول نسبت به مقطع متوسطه دوم، ویژگی‌های این مقطع است (ورود به دوره نوجوانی، داشتن اوقات فراغت بیشتر نسبت به دانش‌آموزان مقطع دوم متوسطه، فراز و فرودهای ناشی از تغییرات هورمونی در این دوره؛ تحت تأثیر بیشتر عواطف و احساسات و گروه دوستی بودن). پس از بررسی دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه اول شهر کرج، که در سن نوجوانی قرار داشتند، افرادی که به‌عنوان هوادار کی‌پاپ حداقل یک سال در گروه‌های کی‌پاپ مشغول فعالیت بودند، انتخاب شدند. مشخصات ۱۹ نفر که به دلیل رعایت امانت، اسامی مستعار به کار گرفته شد، به شرح ذیل است.

جدول ۱. مشخصات فردی مصاحبه دانش‌آموزان

ردیف	نام	سن	پایه	موسیقی کرایه‌ای موسیقی گرایش به	زمان گوش دادن موسیقی در روز	زمان گوش دادن به کی‌پاپ	گروه محبوب	تخصیص محبوب کرایه‌ای	نحوه آشنایی با کی‌پاپ	دانش دوستی
۱	ساناز	۱۵	نهم	۲	۲ تا ۳ ساعت	۲ تا ۳ ساعت	B.T.S	پارک جیمین	علاقه به موسیقی و تشویق دوست	۳ معمولی ۴ کیپاپر
۲	الینا	۱۴	هشتم	۵	۴	۱	B.T.S و استری کیدز	ته یونگ	فضای مجازی و تحقیق	۳ معمولی ۳ کیپاپر
۳	پارمیس	۱۳	هفتم	۲	بالای ۱۰ ساعت	۸	B.T.S	ته یونگ	جدایی دوست و تنهایی	۰ معمولی ۲ کیپاپر
۴	رویا	۱۴	هشتم	۱,۵	۶	۴	B.T.S و BlackPink	چان یونگ	فضای مجازی	معمولی کیپاپر
۵	آیناز	۱۴	نهم	۲	خیلی کم روزی ۱	۴۵ دقیقه	B.T.S و BlackPink و استری کیدز	شوکا	فضای مجازی	۴ معمولی ۱ کیپاپر

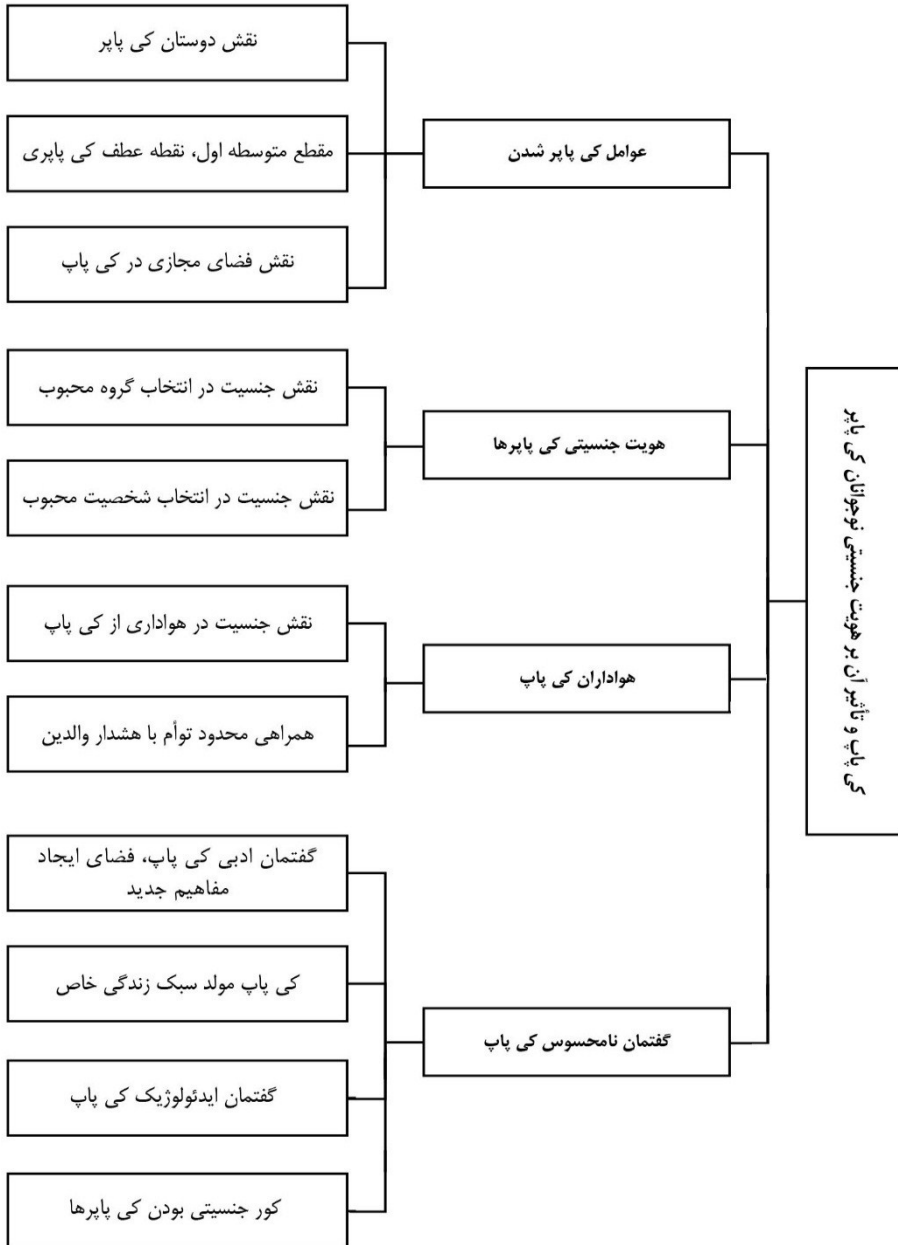


۷ معمولی ۳ کیباپر	عمه	ته یونگ، پارک جیمین، فلیکس	B.T.S BlackPink و اکسو	بالای ۴	بالای ۶	۳	هشتم	۱۵	رها	۶
۳ معمولی ۳ کیباپر	فضای مجازی	نامجون	B.T.S	۴	۶	۲	نهم	۱۵	فاطمه	۷
۳ معمولی ۴ کیباپر	دخترعمو	پارک جیمین	B.T.S و چند گروه دیگر	۱,۴۵	۲	۳	هشتم	۱۴	سارا	۸
۰ معمولی ۴ کیباپر	دوستان و جو اطراف	هیونجین، فلیکس	استری کیدز	۱,۳۰	۱ تا ۲	۱	هفتم	۱۳	ملیکا	۹
۳ معمولی ۲ کیباپر	فضای مجازی	همه	B.T.S و استری کیدز	بالای ۶ ساعت	بالای ۸ ساعت	۴	نهم	۱۴	فائزه	۱۰
۲ معمولی ۴ کیباپر	دوست	پارک جیمین	B.T.S	۳	۴	۳	نهم	۱۵	ستاره	۱۱
۳ معمولی ۵ کیباپر	دوست	همه	B.T.S	۲,۳۰	۳	۳	هفتم	۱۳	دریا	۱۲
۶ معمولی ۲ کیباپر	دوست	همه	B.T.S	۱	۴	۱	هشتم	۱۴	رزا	۱۳
۱ معمولی ۴ کیباپر	دوست	ته یونگ	B.T.S و BlackPink	۱,۳۰	۴	۶	دهم	۱۵	پریا	۱۴
۲ معمولی ۴ کیباپر	دوست	لیسا	B.T.S و BlackPink	خیلی کم	۱ تا ۳	۳	دهم	۱۵	رومینا	۱۵
۳ معمولی ۰ کیباپر	دخترخاله	همه	اکسو	متفاوت	۲ تا ۴	۶	دهم	۱۵	نرگس	۱۶
۳ معمولی ۵ کیباپر	فضای مجازی	ته یونگ، کوک، فلیکس	B.T.S و استری کیدز	۳	۶	۲	هشتم	۱۴	سحر	۱۷
۰ معمولی ۲ کیباپر	دوست	ته یونگ	B.T.S	۱۵ دقیقه	۱ الی ۲	۴	نهم	۱۶	ملینا	۱۸
۴ معمولی ۴ کیباپر	دوست	لیسا	BlackPink	۵۰ تا دقیقه	۱		هفتم	۱۳	یاسمن	۱۹

ارزیابی روایی تحقیق پدیدارشناسی، مشتمل بر انعکاس توصیفات دقیق تجربه مشارکت‌کنندگان، زبان دقیق انتقال یافته‌های شفاهی به صورت بامعنا و بادقت، بررسی قابلیت ارائه نتایج دیگر در تحلیل یافته‌ها و داده‌های مکتوب، امکان بازگشت در تحقیق از سطح توصیف کلی ساختاری به یافته‌ها و داده‌های مکتوب و همچنین برخورداری از توصیف ساختاری خصیصه‌عام یا شرایط خاص برای تجربه در سایر موقعیت‌ها می‌باشد (ایمان، ۱۳۹۷). از دیدگاه کلایزی نیز بهترین نحوه اعتباریابی از توصیف پدیده‌ها، مطالعه آن پدیده از جانب مشارکت‌کننده است (ذاکری نصرآبادی و همکاران، ۱۴۰۱، ص ۱۰۷) و همه این موارد، به دلیل دسترسی به دانش‌آموزان در پژوهش حاضر مدنظر قرار گرفت.

۵. یافته‌های پژوهش

آنچه از بررسی و تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده بدست آمد، شامل ۴ مضمون و یازده خرده‌مضمون است.



نمودار ۱. نمودار مضامین و خرده‌مضامین کی‌پاپ و هویت جنسی



۱-۵. عوامل کی‌پاپر شدن

۱-۱-۵. نقش دوستان و همسالان کی‌پاپر

در بررسی پیش‌رو هنگامی که از نوجوانان پرسیده می‌شد چه عاملی موجب گرایش آنان به کی‌پاپ بوده است؛ حدود دوسوم اذعان داشتند ابتدا یکی از دوستان، کی‌پاپ را معرفی کرده و او پس از شنیدن برخی آهنگ‌ها و تحقیق در مورد آن گروه، از طرفداران شده است. همسالانی نظیر دخترعمو، دخترخاله و عمه هم‌سن که عامل تشویق سه نفر از مصاحبه‌شوندگان به سمت کی‌پاپ شده‌اند، نیز نشان از تأثیر گروه همسالان روی نوجوانان دارد. بنابراین، نقش دوستان در گرایش نوجوانان دختر به کی‌پاپ در درجه اول اهمیت قرار دارد. این امر گویای آن است که هویت جنسیتی نوجوانان به صورت طبیعی تحت تأثیر گروه هم‌جنس و هم‌سن خود قرار دارد. چنانچه این روند طبیعی تحت تأثیر آموزش‌ها و سیاست‌های پنهان متفاوتی قرار گیرد، به صورت ناخواسته و باگذشت یک نسل، از حالت طبیعی خارج شده و سیر دیگری طی می‌کند.

۲-۱-۵. مقطع متوسطه اول، نقطه عطف کی‌پاپری

شروع سن گوش دادن به موسیقی و از جمله موسیقی‌های کره‌ای، از سال‌های انتهایی دوره ابتدایی می‌باشد (کلیه پاسخگویان) که در دوره متوسطه اول، به اوج می‌رسد و در ادامه، آرام‌آرام در پایان دوره مقطع متوسطه اول، نوجوانان از هواداری‌های عاطفی-احساسی، به سمت تحلیل‌های منطقی تغییر موضع می‌دهند و در دوره متوسطه دوم، توجه به کی‌پاپ فروکش می‌کند. اغلب آن‌ها نسبت به سال‌های ابتدایی که در گروه‌های هواداران کی‌پاپ عضو فعال (به صورت مسئول گروه^۱ یا دارای فن پیج^۲) بودند؛ در سال نهم به دلیل سنگین شدن درس‌ها و یا تجربه‌ای که از سال‌های قبل داشتند، به هوادار معمولی تبدیل شدند و فقط نقش حمایت‌گر ایفا می‌کردند و بیش از هفت نفر از آنان، دیگر در گروه هواداران عضویت نداشتند. لازم به توضیح است که موارد بیان‌شده مربوط به دختران نوجوان این مقطع است و در خصوص پسران، لازم است پژوهش جداگانه‌ای صورت گیرد.

۳-۱-۵. نقش فضای مجازی در کی‌پاپ

حدود یک‌سوم مصاحبه‌شوندگان، فضای مجازی را عامل شناخت و آشنایی خود با کی‌پاپ برشمردند و به‌نوعی می‌توان آن را از پیامدهای کووید ۱۹ دانست. در آن دوره به دلیل نوپدید بودن این پاندمی،

۱. ادمین گروه

۲. مسئول یکی از پیج‌های اینستاگرام که طرفدارهای موسیقی‌های کره‌ای دنبال‌کننده آن هستند.

بی‌اطلاعی نوجوانان از ظرفیت‌های فضای مجازی و عدم نظارت مناسب والدین، نوجوانان به سرعت در معرض مطالب زیادی قرار گرفتند. بنابراین، فضای مجازی، از سویی به عنوان عامل دوم گرایش نوجوانان به کی‌پاپ محسوب می‌شود و از سوی دیگر، نقش تعمیق‌دهنده و تسریع‌کننده جذب نوجوانان به کی‌پاپ را به عهده داشته است.

۲-۵. هویت جنسیتی کی‌پاپرها (نقش جنسیت در گرایش به کی‌پاپ)

۱-۲-۵. نقش جنسیت در انتخاب گروه محبوب

پس از بررسی گروه‌های موسیقی و چهره‌های محبوب کره‌ای، مشخص شد تعداد ۷ نفر از نوجوانان، طرفدار گروه پسرانه B.T.S هستند و ۸ نفر از آنان نیز گروه B.T.S را همراه یک یا چند گروه کره‌ای دیگر به عنوان گروه محبوب خود برگزیده‌اند. تعداد ۱۵ نفر از میان ۱۹ مصاحبه‌شونده، فراوانی بالایی را نشان می‌دهد. از این میان تنها یکی از نوجوانان، گروه دخترانه BlackPink را به عنوان گروه محبوب خود معرفی کرده است و ۶ نفر دیگر نیز BlackPink را همراه گروه B.T.S معرفی کرده‌اند. گروه استری کیدز و اکسو نیز که هر دو پسرانه هستند، به‌تنهایی مورد اقبال تنها دو نفر از دختران نوجوان قرار گرفته است. این آمار نشان می‌دهد که دختران نوجوان براساس هویت جنسیتی طبیعی خود در این دوره، خواننده غیر هم‌جنس را به خواننده هم‌جنس ترجیح می‌دهند.

۲-۲-۵. نقش جنسیت در انتخاب شخصیت محبوب

استدلال پیشین، زمانی بیشتر قوت می‌گیرد که شخصیت محبوب نوجوانان با یکدیگر مقایسه شوند. ۶ نفر «ته یونگ» و ۴ نفر «پارک جیمین» را به عنوان شخصیت محبوب خود نام برده‌اند. تنها ۴ نفر از آنان، همه شخصیت‌های گروه را با هم نام برده‌اند و ۳ نفر نیز به شخصیت‌های زن اشاره کرده‌اند. این ترکیب گویای آن است که بعد زیبایی شناختی جنسیتی شخصیت‌ها برای نوجوانان مهم است. اگر محتوای ترانه‌ها برایشان مهم بود، از آنجاکه ترانه‌ها گروهی اجرا می‌شود، می‌بایست مصاحبه‌شوندگان به همه اعضا اشاره می‌کردند. اما بیش از نیمی از آنان، شخصیت محبوب غیر هم‌جنس را به عنوان آیدل خود برشمرده‌اند. دریا درباره آیدل خود «ته یونگ» می‌گوید:

«از نظر من، همه‌چی تمومه و هیچ نقصی نداره و هیچ‌کس مثل اون نیست. آیدل منه. خیلی دوستش دارم. مثل اینکه آدمی رو تا حالا ندیده باشی، ولی دوستش داشته باشی و برات آشنا باشه. جزء زیباترین مردان جهان هست و لقب پادشاه کی‌پاپ رو بهش دادن. یه مرد واقعی هست. وقتی می‌خواه زنی رو بغل کنه، دستش رو بهش نمی‌زنه».



۳-۵. هواداران کی پاپ

۱-۳-۵. نقش جنسیت در هواداری از کی پاپ

یافته‌ها نشان داد، طرفداران کی پاپ را در اغلب موارد دختران تشکیل می‌دهند. هواداران دختر، هم گروه‌های موسیقی دخترانه کره‌ای و هم گروه‌های پسرانه را دنبال می‌کنند؛ اما هواداران پسر کی پاپ، طبق آمار کانال‌ها و گروه‌های هواداران کی پاپ و نیز طبق گفته‌های مصاحبه‌شوندگان، گروه‌های موسیقی پسرانه را دنبال می‌کنند. هنگامی که از دختران نوجوان سؤال می‌شد که چرا پسران کمتر به سمت کی پاپ گرایش دارند؛ دلیل آن را «دخترانه خواندن کی پاپ» از سوی نسل پسر نوجوان برمی‌شمردند. آن‌ها می‌گفتند حتی کسانی که بیشترین نفرت پراکنی بین هواداران را منتشر می‌کردند، پسران هستند. فائزه می‌گوید:

«بله، در ایران دخترها بیشتر طرفدار کی پاپ هستند و از پسرها خیلی کم هستند و از ۲۰ کیپاپر، ۳ نفر پسر هستند، چون پسرها فکر می‌کنند وقتی آیدل‌ها موهای خود را رنگ می‌زنند، دخترند».

رویا می‌گوید:

«بیشتر پسرها از کی پاپ بدشون میاد، به خاطر ظاهرشون. کره‌ای‌ها بدن ظریفی دارن؛ به خاطر همین بیشتر پسرهای ایرانی بهشون می‌گن دخترن. یا به خاطر میکاپ‌هاشون، بهشون می‌گن که اینها دخترن».

۲-۳-۵. همراهی محدود توأم با هشداری والدین

والدین مصاحبه‌شوندگان اگرچه اغلب در ابتدا موافق کی پاپری فرزندان نشان نبودند؛ اما برای همراهی فرزندان خود و جلوگیری از ایجاد شکاف، کم‌کم با فرزندان خود همراه شدند و ضمن همراهی اندک، فرزندان خود را از علاقه افراطی به این گروه‌ها برحذر داشته‌اند. سه نفر از والدین نیز در تهیه آهنگ‌ها و خرید وسایلی که نمادهای کی پاپ دارند، با فرزندان خود همراهی کرده و یا در انتخاب ترانه‌ها، به دختر خود کمک کرده‌اند. در این میان، مادران نقش حمایتی بیشتری نسبت به پدران در همراهی دخترانشان با کی پاپ داشتند که از هویت جنسیتی آنان نشأت گرفته است. پریا در این خصوص می‌گوید:

«کاری به من ندارن و فقط می‌گن وقت زیادی برای اون صرف نکنم.»

۴-۵. گفتمان نامحسوس کی پاپ

۱-۴-۵. گفتمان ادبی کی پاپ، فضای ایجاد مفاهیم جدید

در مصاحبه با هریک از نوجوانان، به وضوح مشاهده شد که هواداران هر گروه، پس از آشنایی و کی پاپ شدن، از اولین اقداماتی که انجام داده‌اند، همسو شدن با گفتمان اصطلاحی هواداران آن گروه بوده است. آنان اصطلاحات خاص کی پاپ را فراگرفته و آنگونه صحبت می‌کنند؛ تا از گروه هواداران طرد نشوند.

به‌عنوان مثال، واژه‌ها و اصطلاحاتی نظیر آیدل^۱، کی‌پاپ^۲، ام‌وی^۳، بایس^۴، فن^۵، فندوم^۶، مولتی فن^۷، فنوار^۸، فن میتینگ^۹، فن ساین^{۱۰}، هق^{۱۱}، دیسبند^{۱۲}، کامبک^{۱۳}، هیونگ لاین^{۱۴}، مکنه لاین^{۱۵}، رپ لاین^{۱۶}، دنس لاین^{۱۷}، لیدر^{۱۸}، سنتر^{۱۹}، دیسپچ^{۲۰}، کمپانی^{۲۱}، ساسنگ^{۲۲}، هیت دادن^{۲۳}، استریم کردن^{۲۴}، وکال^{۲۵}، شیپ شدن^{۲۶}، سولو^{۲۷}، اسامی طرفداران هر گروه موسیقی (نظیر به‌استی، آر‌می، بلکی و...)، معنای گروه‌های موسیقی کره‌ای (نظیر استری‌کیدز به معنای بچه‌های ولگرد، بلک‌پینک به معنای خرگوش سیاه و...) و نظایر این موارد در مصاحبه با افراد به فراوانی به‌کار گرفته می‌شد. این مسئله از چند نظر قابل تأمل است:

۱. خواننده
۲. طرفدار کی‌پاپ
۳. موزیک ویدئو
۴. شخصی که فرد علاقه بیشتری به او دارد.
۵. طرفدار
۶. مجموعه طرفدارهای یک گروه
۷. کسی که طرفدار همه یا تعدادی از گروه‌های کی‌پاپ باشد.
۸. جنگ بین طرفدارهای گروه‌های متفاوت در فضای مجازی و واقعی
۹. ملاقات طرفدارها با آیدل‌ها
۱۰. ملاقات گروه با طرفدارها به‌طور مستقیم که شامل صحبت کردن، امضا گرفتن و... می‌شود.
۱۱. آرزو به دل می‌مانم
۱۲. از هم پاشیدن یک گروه
۱۳. انتشار آهنگ، آلبوم، موزیک ویدئو جدید
۱۴. اعضای بزرگ‌تر یک گروه
۱۵. اعضای کوچک‌تر یک گروه
۱۶. رپرهای یک گروه
۱۷. کسی که رقص بهتری در گروه دارد
۱۸. سرگروه
۱۹. کسی که بیشترین توجه در گروه به او می‌شود.
۲۰. سایت و پیجی که آیدل‌ها و زندگی خصوصی آنها را فاش می‌کند.
۲۱. جایی که متقاضیان آیدل شدن در آنجا تحصیل می‌کنند و گروه تشکیل می‌دهند.
۲۲. کسی که به هر طریق می‌خواهد به آیدل‌ها نزدیک شود و در زندگی آنها سرک بکشد.
۲۳. بد و بیراه گفتن به آیدل یا گروه و نفرت‌پراکنی کردن
۲۴. حمایت کردن و کارهایی که به معروف شدن گروه کمک می‌کند، مثل بازدید زدن موزیک ویدئو، گوش دادن آنلاین به آهنگ‌ها
۲۵. کسی که صدای بهتری در گروه دارد و بیشتر از بقیه می‌خواند.
۲۶. در رابطه بودن دو آیدل
۲۷. فردی که می‌تواند به تنهایی بخواند و نوازندگی کند.



اول آنکه بسیاری از این اصطلاحات انگلیسی هستند و به بالا رفتن سواد انگلیسی آن‌ها کمک می‌کند. همچنین نوجوانان علاوه بر به‌کارگیری اصطلاحات خاص گروه طرفداران، متن آهنگ‌ها را نیز ترجمه می‌کنند تا با محتوای ترانه‌ها آشنا شده و ترانه‌ها را حفظ کنند.

دومین اثر، این است که به کار گرفتن این واژه‌ها موجب می‌شود به مرور، فارسی روان، دست‌خوش تغییرات شود و به‌کارگیری واژه‌های بیگانه در محاوره‌ها عادی گردد. ضمن اینکه باید توجه داشت علی‌رغم اینکه کی‌پاپ، موسیقی کره‌ای است، اما بیشتر اصطلاحات، انگلیسی بوده و این درصد نفوذ زبان انگلیسی در کی‌پاپ جای تأمل دارد.

سوم آنکه، به‌کارگیری اصطلاحات تخصصی این گروه‌ها موجب می‌شود آنان تا حدودی از جامعه پیرامون خود فاصله بگیرند و افراد خارج از طرفداران کی‌پاپ نتوانند به راحتی از گفت‌وگوی این افراد مطلع شوند. چهارمین اثر که به صورت بسیار پنهان در این واژه‌سازی‌ها مشاهده می‌شود، پیراستن زبان فارسی از واژه‌های جنسیتی و دارای احساس و بروز عواطف است؛ به این معنا که تعدادی از این واژه‌ها و اصطلاحات وقتی به زبان بیگانه استفاده می‌شوند؛ حساسیتی را که آن واژه در معنای فارسی و اصیل خود در زبان فارسی ایجاد می‌کند از بین می‌برد و از بار احساسی - عاطفی آن می‌کاهد و به عنوان واژه‌ای عادی و کورجنسیتی قلمداد می‌شود. نمونه‌هایی از این واژگان آیدل، بایس، سنتر، شیپ شدن و نظایر آن هستند که به آرامی، زبان فارسی را از هویت جنسیتی و احساسی تهی می‌کنند. به‌عنوان مثال ملیکا در پاسخ یکی از سوالات می‌گوید: «کی‌پاپرا حواسشون باشه هیت ندن؛ فن نما نباشن؛ وقتی فن هستن، کاری نکنن که حال گروه به خاطر اون‌ا بد شه».

وقتی از او پرسیده شد منظورش چه افرادی هستند، گفت: «پسرها خیلی بیشتر هیت (نفرت‌پراکنی) می‌دهند».

پنجم آنکه گفتمان کی‌پاپ، فضای ایجاد مفاهیم جدید هویت جنسیتی است؛ بدین معنا که فضای کی‌پاپ به گونه‌ای ترسیم شده است که تا حد امکان دختران و پسران را در موقعیت یکسان قرار می‌دهد. اگرچه از میان ده‌ها گروه موسیقی کره‌ای پسرانه معروف، تنها یکی از آن‌ها دخترانه است؛ اما با توجه به اینکه گروه‌های موسیقی کره‌ای برای جذب مخاطب، از هنجارهای خاص خود تبعیت می‌کنند؛ منجر به تغییر هنجارهای هواداران دنبال‌کننده کی‌پاپ در کشورهای نظیر ایران شده است. از جمله این هنجارها، نوع آرایش، پوشش و آنچه تحت عنوان میکاپ خوانندگان کره‌ای از آن یاد می‌شود، می‌باشد. خوانندگان کی‌پاپ برای جذب مخاطب و محبوبیت بیشتر به انواع آرایش، اصلاح مو و صورت، رنگ مو، لباس‌های مختلف، استفاده از گوشواره، تزئینات و رژیم غذایی دست می‌زنند. این مسائل در جامعه‌ای مثل ایران، نوعی

هنجار شکنی در هویت جنسیتی است؛ زیرا در ایران آنچه در سال‌های گذشته، زینت ظاهری محسوب می‌شود؛ مختص زنان و گاهی دختران بوده و پسران و مردان از آرایش، زیورآلات، رنگ مو (جز در مواردی برای پوشاندن موهای سفید)، اصلاح ابرو و نظایر آن استفاده نمی‌کردند. از طرفی دختران نیز بسیار کم پیش می‌آمد لباس‌های پسرانه بپوشند و در محیط اجتماعی ظاهر شوند. اما ظهور موج کی‌پاپ موجب شد هواداران آن با الگویی از شخصیت‌ها به چنین کارهایی اقدام کنند و آنچه تمایز هویت جنسیتی در ایران بود را به چالش کشند. هستی در جواب سؤال «چی شد که از کی‌پاپ خوشت اومد؟» می‌گوید:

«سبک لباس پوشیدنشون. اینکه نشون دادن پسرها هم می‌تونن مورنگ کنن، لاک بززن و گوشواره میندازن و بیشتر دخترا لباسای گشاد پسرانه می‌پوشن یا حتی خود من بعضی وقتا لباسای بابامو با شلوار گشاد می‌پوشم یا جدیداً کلاً جز میکاپ، پسرای هستن که آرایش می‌کنن. اینا سبک جدیدی نشون می‌دادن».

با ادامه این روند در کمتر از یک دهه، تغییرات اساسی در مفاهیم هویت جنسیتی ایجاد می‌شود و آنچه زمانی در عرصه عمومی تابو محسوب می‌شد، به سرعت عادی می‌شود؛ به گونه‌ای که تشخیص دختران از پسران و زنان از مردان دشوار خواهد شد. الینا می‌گوید:

«آدم‌ها از افکار قدیمی شون جدا شن که پسران نباید موهاشونو رنگ کنن؛ گوشواره بندازن. البته خانوم گوشواره کم‌کم داره عادی می‌شه و خب افراد کمی هستن موهاشون رنگ میکنن؛ در کل نژادپرست نباشن، چون واقعاً نژادپرستی زیادی توی ایران هست».

۲-۴-۵. کی‌پاپ مولد سبک زندگی خاص

فارغ از آنچه کی‌پاپ در واژگان و اصطلاحات و زبان فارسی ایجاد می‌کند، خلق شرایط محیطی و عادی جلوه دادن زیست مجردی از ابتدای دوران نوجوانی و زیست ناهم‌جنسان به دور از خانواده است. شاید این نوع زیست در کشورهای شرقی و غربی، طبیعی باشد؛ اما در ایران، جایگاهی نداشته است. مدل زندگی شخصیت‌های کی‌پاپ، فضای ذهنی را برای نوجوانان و جوانان به وجود می‌آورد که رسیدن به اهدافشان، ارزش از دست دادن خانواده را از همان آغاز نوجوانی دارد. این نوع تلقی در صحبت‌های چندین نفر از مصاحبه‌شونده‌ها دیده می‌شود. از جمله هنگامی که سختی‌های زندگی گروه‌های موسیقی کره‌ای برایشان عنوان شد؛ قائل به این بودند که مقتضای دستیابی به اهداف ارزشمند، تن دادن به سختی‌هایی از جمله دوری از خانواده است. آیناز می‌گوید:

«تأثیر داره، ولی نه تأثیر بد، تأثیر خوب؛ چون با موفقیت‌شون اون دوری‌ها و تمرینای سخت از یاد میره».

یا رومینا می‌گوید:

«اگر در جمعی برم که بی‌تی‌اس رو دوست نداشته باشن، من میرم و کسی که خانواده‌ام رو نخواد، منم



نمی‌خوامش. وقتی تو جمع بی‌تی‌اسم، حس راحتی دارم و حس می‌کنم کسی که با من همراهه، کنارمه و علاقه ما با هم یکیه. بی‌تی‌اس برای من مثل یه خونواده می‌مونه و این رو از ته قلبم می‌گم».

الگوپذیری نوجوانان نیز می‌تواند به عنوان عاملی برای تغییر سبک زندگی باشد. یاسمن در این زمینه می‌گوید: «کی پاپ رو می‌تونم با یه کلمه توصیف کنم: «امید». من اونارو الگوی خودم می‌دونم و ازشون درس می‌گیرم. از موقعی که شناختمشون، زندگیم به کل تغییر کرد و از بد به عالی تبدیل شد. شادتر شدم. حرفاشون باعث شد بهتر درس بخونم، بیشتر برای آینده تلاش کنم».

گروه‌های مجازی مختلط هواداران نیز محلی برای زدوده شدن حساسیت‌های جنسیتی می‌باشد که در فضای مجازی، بستر این حساسیت‌زدایی‌ها فراهم شده و هواداران کی‌پاپ معمولاً مدتی در این فضاها حضور دارند.

۳-۴-۵. گفتمان ایدئولوژیک کی‌پاپ

اگرچه زندگی مدرن، بسیاری از چارچوب‌های زندگی و خانواده‌ستنی را درنور دیده، اما باز کردن فضا برای سرعت گرفتن چنین تغییراتی، ممکن است جامعه ایران را که دارای ارزش‌های ایدئولوژیک خدامحور، فرهنگ خانواده‌محور و همچنین جمعیت نوجوان بالاست، با بحران مواجه کند. آنچه این دیدگاه را تقویت می‌کند، آن است که گروه‌های کی‌پاپ به دلیل پایبند نبودن به ایدئولوژی خاص، برای جذب مخاطب بیشتر، شعار احترام به همهٔ ادیان، نظرات، افکار و عقاید را به جهانیان اعلام کرده و این طرز تلقی در بسیاری از نوجوانان مورد مصاحبه نیز تثبیت شده است. به عنوان مثال، هنگامی که نظر برخی از نوجوانان مطلع از جریان LGBTQ+ دربارهٔ حمایت کی‌پاپ از آن جریان پرسیده شد، نسبت به این قضیه نظر مساعدی داشتند و احترام نگذاشتن به این حمایت را نامطلوب می‌دانستند. ستاره می‌گوید:

«بله، چنین حمایتی از اون‌ها بوده و هست. این پرچمی هست برای احترام به عقیده‌ها و اعتقادات، برای احترام به سلیقه‌ها، برای تبعیض قائل نشدن به نژادهای مختلف، برای احترام به تمام دین‌ها و آدم‌ها با سلیقه متفاوت. احترام برای همجنس‌گراها، احترام برای چیزهایی که وجود نداره».

حتی برخی از مصاحبه‌شوندگان در خصوص جریان شیطان‌پرستی نیز حساسیت نداشتند و قائل به این بودند که باید به هر عقیده‌ای احترام گذاشت. در عین حال گروه‌های کی‌پاپ با شعارهایی نظیر «به خودت برس»، «برای خودت ارزش قائل باش»، «خودت را دوست داشته باش» و نظایر آن، نوعی روحیهٔ فردمحوری^۱ را بین نوجوانان و جوانان ترویج می‌دهند. تأثیرپذیری از کی‌پاپ در حدی است که بسیاری از آنان کی‌پاپ را عامل نجات خود می‌دانستند و در این میان نامی از خدا و اعتقادات دینی به زبان نمی‌آوردند.

1. Individualism

رزا می‌گوید:

«بیشتر وقتم، مخصوصاً وقتایی که دارم کار می‌کنم یا ناراحتم، کی‌پاپ کنارمه. این خیلی برام مهمه که اون‌ها راه نجات من بودن».

۴-۵. کور جنسیتی بودن کی‌پاپرها

با توجه به فضای گفتمانی که طرفداران کی‌پاپ در آن قرار گرفته‌اند؛ به سمت این رفته‌اند که جنسیت، از دیدگاه آن‌ها متعلق به سنت گذشته بوده و اکنون دوره‌ای است که جنسیت، به معنای جنسیت در گذشته نیست. سارا در این خصوص می‌گوید:

«الان عادیه که یک پسر آرایش کنه. عادیه موهاش بلند باشه. عادیه لباس دخترونه بپوشه و همونطور بره. دخترا عادیه پسرונה باشن. مو کوتاه باشن یا کت و پیرهن مردونه بپوشن. الان تقریباً ۷۰ درصد لباسارو، هم دخترا می‌تونن بپوشن هم پسر و چیز بدی نیست. توی کی‌پاپ اصلاً به جنسیت، رنگ پوست، نژاد و... توجه نمیشه».

۶. نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که دختران نوجوان از همان ابتدای بلوغ، تحت تأثیر عوامل هورمونی و همسالان، گرایش به شنیدن موسیقی پیدا می‌کنند. آنان برای پر کردن اوقات فراغت خود سبک موسیقی را اغلب از طریق دوستان و یا فضای مجازی انتخاب می‌نمایند. کی‌پاپ نیز که یکی از انواع مختلف سبک‌های موسیقی است؛ طی دهه اخیر، جای خود را بین نوجوانان و جوانان ایرانی باز کرده است. دختران نوجوان از اواخر مقطع ابتدایی آرام‌آرام جذب موسیقی می‌شوند و در پایه هفتم، گرایش به موسیقی کره‌ای پیدا کرده و در پایه هشتم و یا پایه نهم، این گرایش اوج گرفته است. پس از آن با فرارسیدن پایه نهم و یا پایه دهم، این گرایش از نقطه اوج خود افول می‌کند و پس از گذشت یک یا دو سال، سبک موسیقی کره‌ای نیز در کنار انواع موسیقی‌های موجود برای نوجوانان تلقی می‌شود و جذابیت ابتدایی آن کم می‌شود.

بازنمایی هویت جنسیتی ادراک‌شده از تجربه زیسته نوجوانان دختر کی‌پاپ در مقطع متوسطه اول، چهار مضمون و ده خرده‌مضمون بدست آمد: مضمون «عوامل کی‌پاپ شدن» با خرده‌مضماینی نظیر «نقش دوستان کی‌پاپ»، «مقطع متوسطه اول، نقطه عطف کی‌پاپی» و «نقش فضای مجازی در کی‌پاپ»؛ مضمون «هویت جنسی کی‌پاپرها» با خرده‌مضماین «نقش جنسیت در انتخاب گروه محبوب» و «نقش جنسیت در انتخاب شخصیت محبوب»؛ مضمون «هواداران کی‌پاپ» با خرده‌مضماین «نقش جنسیت در هواداری از کی‌پاپ» و «همراهی محدود توأم با هشدار والدین»؛ مضمون «گفتمان نامحسوس کی‌پاپ» با خرده‌مضماین «گفتمان ادبی کی‌پاپ، فضای ایجاد مفاهیم جدید»، «کی‌پاپ مولد سبک زندگی خاص» و «گفتمان ایدئولوژیک



کی‌پاپ) و «کورجنسیتی بودن کی‌پاپرها». نتایج حاکی از آن است که صنعت کی‌پاپ توانسته به عنوان یکی از ابزارهای بسیار مهم، اوقات فراغت نوجوانان را پر کند و ظرفیت تبدیل شدن به گفتمان مستقلی را دارد که در صورت موفقیت، تأثیر عمیقی بر هویت جنسی نوجوانان دختران خواهد داشت.

در مجموع، می‌توان کلیت صنعت موسیقی کره‌ای را ایجاد فضای گفتمان نامحسوسی تلقی کرد که جامعه را در چالش با سنت‌های پیشین هویت جنسیتی قرار می‌دهد؛ که تحت لوای ارج نهادن به سلیقه نوجوانان و جوانان، به جامعه القا می‌شود. از جمله این سنت‌ها، ترک خانواده از اوایل سنین نوجوانی و تحت تربیت کمپانی‌های اقتصادی قرار گرفتن، جدا شدن از فضای طبیعی زیست دختران و پسران برای یافتن هویت جنسیتی (با توجه به این مطلب که بسیاری از گروه‌های موسیقی کره‌ای تک‌جنسیتی هستند و قرار گرفتن گروهی از نوجوانان هم‌جنس به دور از نظارت و کنترل خانواده می‌تواند زمینه‌گرایش به هم‌جنس را در نوجوان ایجاد کند)، از بین رفتن زمینه ازدواج به‌هنگام به دلیل در اوج بودن آیدل‌های کی‌پاپ، زیر سؤال بردن آموزه‌های توحیدی نظیر به رسمیت نشناختن هم‌جنس‌گرایی و شیطان‌پرستی در اسلام، اصالت ندادن به دیدگاه‌های غیرتوحیدی به بهانه احترام به عقاید و ادیان، کم‌رنگ شدن روحیه فداکاری و دگرخواهی به بهانه احترام گذاشتن به خود و نظایر آن را برشمرد.

از جمله محدودیت‌های پژوهش حاضر، سروکار داشتن با قشر نوجوان بود که پژوهشگران نمی‌توانستند بسیاری از مفاهیم هویت جنسیتی را به صورت مستقیم با نوجوانان مطرح کنند و در نتیجه نیاز بود سؤالات فراوانی در حوزه‌های مختلف و در عین حال مرتبط با هویت جنسی از آنان پرسیده شود تا از فحوای سخنان آنان بتوان هویت جنسی را احصا نمود. لذا پیشنهاد می‌شود با توجه به اهمیت بسیار بالای پژوهش در حوزه نوجوانان، که آینده‌سازان جامعه و فرهنگ هستند، پژوهش‌های دیگری با این موضوع روی نوجوانان پسر و دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دوم دبیرستان، صورت گیرد تا مجموع نتایج این پژوهش‌ها بتواند راهگشای مسئولین و تصمیم‌سازان باشد. از آنجاکه افراد دیندار به دلیل آموزه‌های دینی، سبک زندگی متفاوتی با افراد معمولی دارند، آنچه می‌تواند به عنوان نقطه قوت در جهت هویت‌یابی صحیح نوجوانان و نحوه صحیح تصمیم‌گیری در مورد انتخاب‌های دوران نوجوانی مؤثر واقع شود، نقش دین در زندگی نوجوانان و خانواده‌های آنان است که به دلیل اهمیت بالای آن، پژوهش جداگانه‌ای پیشنهاد می‌شود. همچنین با توجه به اینکه سابقه فرهنگ و هویت ایرانی و اسلامی ایرانیان بسیار بالا و پر محتوا است، پیشنهاد می‌شود مسئولین فرهنگی جامعه در تولید برنامه‌های رسانه‌ای، دقت لازم را مبذول دارند و گاهی ندانسته، موجب فراهم شدن زمینه گرایش قشری به سمت فرهنگ بیگانه را فراهم نیاورند. از سوی دیگر پیشنهاد می‌شود با تهیه محتوای مناسب، کودکان، نوجوانان و جوانان، که در رویارویی با دنیای دیجیتال ممکن است دچار چالش شوند را هدایت کنند.

منابع

- ادیب سرشکی، میلاد (۱۳۹۱). قدرت نرم کره جنوبی و گسترش موج کره‌ای. سیاست خارجی، ۲۶(۳)، ص ۷۷۶-۷۵۹.
- امامی سیگارودی، عبدالحسین؛ دهقان نیری، ناهید؛ رهنورد، زهرا؛ نوری سعید، علی (۱۳۹۱). روش‌شناسی تحقیق کیفی: پدیدارشناسی. پرستاری و مامایی جامع‌نگر، ۲۲(۶۸)، ص ۶۳-۵۶.
- ایمان، محمدتقی (۱۳۹۷). روش‌شناسی تحقیقات کیفی. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- بادین فکر، محمدجواد (۱۴۰۱). درآمدی بر الهیات هواخواهی، با تأکید بر هواخواهان ایرانی گروه موسیقی کره‌ای اکسو. پژوهشنامه فلسفه دین، ۲۰(۱)، ص ۴۹-۵۶.
- بهنامی فرد، فائزه (۱۳۹۴). تدوین عوامل مؤثر بر سرزندگی فضاهای شهری متناسب با نیازها و الگوی گذران اوقات فراغت نوجوانان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. استاد راهنما: میترا حبیبی. کرج: دانشگاه هنر.
- بیچرانلو، عبدالله؛ اقبالی، ریحانه (۱۳۹۹). بررسی دلایل اقبال نوجوانان و جوانان ایرانی به موسیقی پاپ کره‌ای. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- پروری، پیمان (۱۳۹۸). خوانشی نواز روش پدیدارشناسی؛ بنیان‌های فلسفی، رویکردها و چارچوب اجرای تحقیق پدیدارشناسی. مطالعات جامعه‌شناسی، ۱۱(۴۴)، ص ۸۷-۱۰۶.
- تارنمای مرکز آمار ایران، ۱۴۰۲.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۸۷). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: سمت.
- خسروی، صابر؛ ناصرزاده، سید محمدرضا؛ مانیان، امیر (۱۳۹۴). پدیدارشناسی و بگردی در زندگی روزمره ایرانی. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۱(۳۹)، ص ۱۱۷-۱۴۲.
- خنیفر، حسین؛ مسلمی، ناهید (۱۳۹۸). اصول و مبانی روش‌های پژوهش کیفی: رویکردی نو و کاربردی. تهران: نگاه دانش.
- خیامی، عبدالکریم؛ بادین فکر، محمدجواد (۱۴۰۱). برهم‌کنش سبک زندگی و هویت در ساخت خرده‌فرهنگ‌های دیجیتال جوانان؛ مورد مطالعه: هواخواهان ایرانی گروه موسیقی کره‌ای اکسو. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۸(۶۶)، ص ۲۴۹-۲۲۵.
- ذاکری نصرآبادی، زهرا؛ ماهر؛ زهرا؛ عبدالحی، عظیمه السادات (۱۴۰۱). واکاوی تجربه زیسته شهرنشینان از مواجهه با اپیدمی کرونا در زندگی روزمره (مورد مطالعه: شهر اصفهان). پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، شماره ۲، ص ۹۳-۱۲۲.
- ذکایی، محمدسعید؛ عزیزی همدانی، متین (۱۳۹۴). موج کره‌ای در ایران: انگیزه‌ها و آثار اقبال به فرهنگ عامه‌پسند کره‌ای در ایران. مطالعات رسانه‌های نوین، ۱(۳)، ص ۷۷-۱۲۴.
- ریتزر، جورج (۱۳۹۳). نظریه‌های جامعه‌شناسی. ترجمه هوشنگ ناییب. تهران: نشر نی.
- سلیمی، محمدرضا؛ شرفی، روح‌انگیز (۱۳۹۴). بررسی ساختار و ابعاد روش تحقیق کیفی پدیدارشناسی. در: کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی، روان‌شناسی و علوم اجتماعی. تهران: مرکز همایش‌های هنری بین‌المللی صداوسیما.
- صادقیان، آزاده؛ وزیری، سعید؛ فلاح، محمدحسین (۱۴۰۱). اثربخشی آموزش ابعاد کمال‌گرایی بر رشد خودکارآمدی در دانش‌آموزان مدارس خاص. روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی، ۴۸(۲)، ص ۱۱۵-۱۳۰.



صائبی، مهدی؛ هاشمی، سید محسن (۱۳۹۰). سینمای جدید کره جنوبی: تأثیرات جهانی بر آن و تأثیرات آن بر سینمای جهان. هنرهای نمایشی و موسیقی، شماره ۴۴، ص ۶۵-۷۰.

قاسمی، وحید؛ میرزایی، سید آیت‌الله (۱۳۸۵). جوانان و هنجارهای رسمی و غیررسمی موسیقی پاپ (پژوهشی در بین جوانان شهر اصفهان). نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۸، ص ۹۸-۱۲۲.

کرسول، جان (۱۳۹۱). روش و طرح تحقیق کیفی (انتخاب از میان پنج رویکرد تحقیق کیفی). ترجمه طهمورث حسنقلی‌پور، اشکان‌الله‌یاری و مجتبی براری. تهران: انتشارات نگاه دانش.

گراوند، هوشنگ؛ نظری، محمدرضا (۱۴۰۲). مرور نظام‌مند و فراتحلیل مطالعات درباره اعتیاد به اینترنت با رویکرد شناسایی پیشایندها و پیامدهای اعتقادی آن. اسلام و علوم اجتماعی، ۱۵(۲۹)، ص ۵۳-۷۷.

مجیدی، نسیم؛ هوشمند، زهره (۱۳۸۹). بررسی دلایل پرمخاطب بودن سریال‌های کره‌ای در بین جوانان. نامه پژوهش فرهنگی، ۱۱(۱)، ص ۱۶۷-۱۹۵.

معصومی، حسین؛ جعفری، علی (۱۴۰۱). نقش شبکه‌های اجتماعی در پاسخگویی به سؤالات دینی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه. اسلام و علوم اجتماعی، ۱۴(۲۸)، ص ۲۹۷-۲۷۹.

ودادهیر، ابوعلی؛ امینیان، احسان؛ طباطبایی، آسیه سادات؛ سلمانی، محمدجواد (۱۳۹۰). جوانان و موسیقی پاپ: بررسی جامعه‌شناختی عوامل اجتماعی - فرهنگی مرتبط با گرایش دانشجویان دانشگاه تربیت‌معلم به موسیقی پاپ. مسائل اجتماعی ایران، ۲(۱)، ص ۱۶۷-۱۹۳.

هاشم‌لو، جعفر (۱۴۰۰/۷/۲۴). نظریه‌های روان‌شناسی هویت. قابل دسترس در:

<https://jafarhashemlou.blogfa.com/post/2259>

یعقوبی، پوران (۱۳۹۳). سبک‌های ابراز هیجان و سبک اسناد کنترل در خشونت‌های خانگی علیه زنان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی عمومی. تهران: دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه خوارزمی.

- Dalimunthe, I.A., Putri Hariyadi, A., Dwianjani Agustin, S. & Safitri, D. (2022). *The role of Korean pop culture in changing the behavior of teenage K-pop fans among Ikom UNJ students*. Conference: Proceeding The 2ndICHELSS, August 24-25, 2022, Jakarta, Indonesia. At: Jakarta
- Duong, N.H.P. (2016). *Korean Wave as Cultural Imperialism. A study of K-pop reception in Vietnam studies*. Master thesis Asian Studies (60 EC) (MA). Universiteit Leiden.
- Jang, W. & Song, J.E. (2017). The influences of K-pop Fandom on Increasing Cultural contact With the Case of Philippine Kpop Convention, Inc. *Korean Regional Sociology*, 18(2), p. 56-29.
- June, Sh. & Dukut, E.M. (2012). The Popularity of Korean music (k-pop) among peranakan Chinese undergraduate students of soegijapranata catholic university. *Celt*, 12(2), p. 193-204.
- Jung Bong, Ch. & Maliangkay, R. (2015). *K-pop the international Reis of the Korean Music industry?* Routledge, Taylar & Francis Group, New York & London, p. 1-17.
- Kim, J.-h., Jung, S.-H., Roh, J.-S. & Choi, H.-J. (2021). Success Factors and Sustainability of the K-Pop Industry: A Structural Equation Model and Fuzzy Set Analysis. *Sustainability*, 13(11), p. 5927. <https://doi.org/10.3390/su13115927>
- Lee, J.H., Choi, K., Hu, X. & Downie, J.H. (2013). *K-pop Genres: A Cross-Cultural Exploration*. The conference of the international Society for music Information Retrieval (ISMIR), p. 529-534.
- Lin, X. & Rudolf, R. (2017). Does K-pop Reinforce Gender Inequalities? Empirical Evidence from a New Data Set. *Asian Women*, 33(4).



- Messerlin, P.A. & Shin, W. (2017). The K-pop success: How big and awahy so fast? *Asian Journal of Social Sciences*, 45(3), p. 409-439.
- Oh, I. & Lee, H.-J. (2014). K-pop in Korea: How the pop music industry is changing a post-Developmental society. *Cross Currints: East Asian history and colture Review*, 3(1), p. 72-93.
- Oh, I. (2013). The Globalization of K-pop: Korea's place in the Global music Industry. *Korea Observer*, 44(3), p. 389-409.
- Polkinghorne, D.E. (1989). *Phenomenological research methods*. In: R.S. Valle & S. Halling (Eds.), *Existential-phenemenological perspectives in psychology*. New York: Plenum, p. 41-60.
- Walaa, E. (2021). The Negative Effects of social media on Social Identity of Adolescents. *Hilyon*, no. 7, p. 1-15.