

An Analysis of the Cultural-Educational Components of K-pop with Reference to BTS

Mohammad Avazpoor¹, Abolfazl Heydari Mehr²

¹ Professor, Qom Seminary, Qom, Iran. www.mdarya5634@gmail.com

² Level 2 Student, Imam Khomeini Seminary, Bushehr, Iran (**Corresponding author**).
www.parsa.he78@gmail.com

Abstract

The K-pop group BTS has achieved remarkable global progress and success, producing high-quality cultural and artistic products that have exerted significant cultural and educational influence on the global community, particularly on adolescents and young adults. In the present study, using a document analysis approach and based on library research as well as field studies of BTS fans, the components of BTS's cultural identity power and its identity-reinforcing elements—also possessing educational orientations and effects—were analyzed. These include content transmission practices, content-related components, performance components, and artistic techniques. The study also examined the reasons and underlying causes for the use of these components, noting that in K-pop such strategies draw upon practices of idolization, emotional interaction and exchange, message delivery, identity formation, and community building-forms and levels of the broader two-way culture of star-making, fandom, and fan devotion. Through these, cognitive or motivational messages, such as hope for life and perseverance, are conveyed within the themes of songs and products, alongside the symbolic representation of stars, for educational purposes directed at fans and audiences. A significant portion of the cultural and educational success of K-pop is attributed to performance programs such as group-based and quasi-family activities, constant and comprehensive interaction, an extensive talent identification and training system, and a particular focus on artistic and media techniques—namely variety, visual imagery, attractiveness, and the dynamic energy present in dance. Overall, K-pop in general, and BTS in particular, extensively employ educational approaches in pursuit of cultural and educational objectives.

Keywords: K-pop, BTS, Identity, Music, Art, South Korea, Media, Film, Music.

Cite this article: Avazpoor, M. & Heydari Mehr, A. (2025). An Analysis of the Cultural-Educational Components of K-pop with Reference to BTS. *Hawzah culture and social studies*. 9(1), p. 285-304.

Received: 2024-09-17 ; **Revised:** 2024-10-30 ; **Accepted:** 2025-01-02 ; **Published online:** 2025-04-09

© The Author(s).

Article type: Research Article

<https://gnoe.bou.ac.ir/>

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



تحلیل مؤلفه‌های فرهنگی – تربیتی پاپ‌کرهای با نظر به گروه بی.تی.اس.

محمد عوض‌پور^۱، ابوالفضل حیدری‌مهر^۲

^۱ استاد، حوزه علمیه قم، قم، ایران. www.mdarya5634@gmail.com

^۲ طلبه سطح ۲، حوزه علمیه امام خمینی، بوشهر، ایران (نویسنده مسئول). www.parsa.he78@gmail.com

چکیده

گروه پاپ‌کرهای بی‌تی‌اس، پیشرفت و موفقیتی جهانی داشته و با تولید محصولات فرهنگی هنری با کیفیت، اثرات فرهنگی تربیتی بسیاری بر جامعه جهانی، خصوصاً نوجوانان و جوانان داشته است. در پژوهش حاضر با رویکرد تحلیل اسنادی و براساس مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی هواداران گروه بی‌تی‌اس، مولفه‌های قدرت و مفهوم‌های هویتی فرهنگی بی‌تی‌اس که رویکرد و آثار تربیتی نیز داشته، تحلیل شده‌اند که شامل رویه‌های انتقال محتوا، مولفه‌های محتوایی، مولفه‌های اجرایی و تکنیک‌های هنری شده است. همچنین دلایل و ریشه‌های استفاده از این مولفه‌ها نیز بررسی شده که در پاپ‌کرهای از رویه‌های ستایش‌گری، تعامل و تبادل عاطفی، پیام‌آوری و هویت‌یابی، و اجتماع‌سازی که حالت‌ها و سطوحی از روند کلی فرهنگ دوطرفه ستاره‌سازی، طرفداری و هواخواهی هستند، استفاده شده تا محتواهایی ادراکی یا انگیزشی، مثل امید به زندگی و تلاش‌گری، در بستر مضامین آهنگ‌ها و محصولات، و نمادسازی از ستاره‌ها، با اهداف تربیتی به هواخواهان و مخاطبان منتقل شود. بخش زیادی از موفقیت فرهنگی و تربیتی پاپ‌کرهای ناشی از برنامه‌های اجرایی مثل گروهی و شبه خانواده بودن فعالیت‌ها، ارتباط دائم و کامل، و نظام استعدادیابی و تربیتی گسترده و توجه ویژه به تکنیک‌های هنری و رسانه‌ای تنوع، تصویر داشتن، جذابیت و تحرک موجود در رقص است. به طور کلی در پاپ‌کرهای و گروه بی‌تی‌اس از رویکردهای تربیتی برای اهداف فرهنگی و تربیتی بسیار استفاده می‌شود.

واژه‌های کلیدی: پاپ‌کرهای، گروه بی‌تی‌اس، هویت، موسیقی، هنر، کره جنوبی، رسانه، فیلم، موسیقی.

استناد به این مقاله: عوض‌پور، محمد؛ حیدری‌مهر، ابوالفضل (۱۴۰۴). تحلیل مؤلفه‌های فرهنگی – تربیتی پاپ‌کرهای با نظر به گروه بی.تی.اس.

مطالعات فرهنگی اجتماعی حوزه، ۹(۱)، ص ۳۰۴-۲۸۵.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۲۷؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۸/۰۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۱۳؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۱/۲۰

<https://gnoe.bou.ac.ir/>

ناشر: انجمن علمی مطالعات اجتماعی حوزه

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.





۱. مقدمه

در عالم جدید تأثیر یافته از انفجار اطلاعات و از بین رفتن مرزهای ارتباطی و همچنین با گسترش روزافزون رسانه‌های جدید، گفتمان‌ها، جنبش‌ها و نهضت‌های فرهنگی سنتی و نوظهور از سرزمین‌ها و مکاتب مختلف، می‌توانند بعد از تولید پدیده‌ها و محصولات فرهنگی، هنری و سرگرمی، به‌راحتی و در کم‌ترین زمان، آن پدیده و محصولاتش را در جهان گسترش داده و بر فرهنگ جهانی و فرهنگ داخلی کشورها و جوامع، تأثیر مورد نظر خود را گذاشته و نتایج و خواسته‌های خود را دریافت کنند. جامعه اسلامی ایران نیز به‌عنوان جزئی از جهان، از این پدیده‌ها و محصولات فرهنگی گسترش یافته در بستر رسانه‌های جدید، تأثیر پذیرفته و اثرات مثبت و منفی این پدیده‌های جهانی در فرهنگ جامعه اسلامی ایران، مشهود و قابل بررسی است. تأثیرگذاری متقابل فرهنگ‌های مختلف که با کمک ابزار رسانه امکان پذیر شده است، ضرورت مطالعات بین فرهنگی را نشان می‌دهد. همچنین، به‌علت تفاوت و تقابل ذاتی بعضی فرهنگ‌ها با هم و براساس تقابل منافع ملی دولت-ملت‌های مختلف، بعضی از این ارتباطات و تأثیرگذاری‌ها از جنس تهاجم و تخاصم بوده و در جهت نابودی فرهنگ مقابل، گسترش می‌یابد؛ از این‌رو، شناخت پدیده‌های فرهنگی مهاجم بسیار مهم است. امروزه رسانه، هنر و سینما به صاحبان خود این امکان را می‌دهند که مخاطب هدف را از کودکی و سنین تربیتی، با درگیر کردن احساس و عاطفه و از راه‌های جدید ادراک‌سازی، هدایت و تربیت کنند؛ به‌گونه‌ای که ناخودآگاه، الهیات فرهنگ مهاجم را پذیرفته و در چارچوب‌های نظری و عقیدتی آنها حرکت کند، بدون اینکه خود متوجه شود. از مصادیق این پدیده‌های مهاجم، فرهنگ موسیقی و سرگرمی پاپ‌کره‌ای (کی‌پاپ)^۱ است. این پدیده، بخشی از موج برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و تولید محصولات فرهنگی در کره جنوبی و مصرف آنها در آسیا و دنیا است؛ که به موج کره‌ای یا هالیو^۲ معروف است. یون و جین درباره هالیو آورده‌اند: «در اصل، هالیو به معنای صادرات چند محصول فرهنگی مانند نمایش‌های تلویزیونی، موسیقی عامه‌پسند و فیلم بود. با این حال، کره اخیراً فناوری‌های (مرتبط با) پاپ‌کره‌ای، بازی‌های دیجیتال، گوشی‌های هوشمند و همچنین، فرهنگ جوانان مرتبط را توسعه داده و صادر کرده است» (یون و جین، ۲۰۱۷).

دولت کره جنوبی در پشتیبانی از تولید محصولات فرهنگی و بین‌المللی شدن موج کره‌ای (هالیو) نقش و عملکرد مثبت و موفقی داشته است (عبدالهیان، ۱۴۰۱). در دهه اول قرن ۲۱، سیاستمداران کره جنوبی چشم‌اندازی با عنوان «پنجمین کشور قدرتمند فرهنگی» را با این پیام ترسیم و ترویج کردند که «قرن ۲۱ عصر فرهنگی خواهد بود؛ به‌نحوی که قدرت فرهنگی به قدرت اقتصادی تبدیل می‌شود» (به نقل از لی؛ فونگ،^۳ ۲۰۱۶، ص ۴). از این‌رو، موج فرهنگی به‌تدریج برای سیاست‌گذاران این کشور

3.K-pop

2. Hallyu

3. Phuong



به‌عنوان «سلاح کره» در میان مبارزات فرهنگی و تاریخی - فرهنگی و روابط خارجی، اهمیت فرهنگی و سیاسی زیادی یافت (بیچرانلو و اقبالی، ۱۳۹۹، ص ۴). گسترش پاپ‌کره‌ای همچنین، باعث قدرت کره‌جنوبی در دیپلماسی فرهنگی شده است. با پخش سریال‌های کره‌ای همچون جومونگ در دهه ۸۰، موج کره‌ای و اثرات آن به ایران هم رسید و پخش این سریال در سال ۸۸ مورد توجه شرکت‌ها و دولت کره به‌عنوان فرصت استثنایی برای تجارت و دیپلماسی قرار گرفت (گو، ۲۰۱۴، ص ۲). گروه بی‌تی‌اس به‌عنوان مشهورترین و موفق‌ترین گروه پاپ‌کره‌ای، بعد از ۱۰ سال فعالیت هنری، برنده ۴۶۸ جایزه بین‌المللی و داخلی شده و موفق به ثبت و جابه‌جایی رکوردهای متعددی در زمینه عرضه، فروش و علاقه‌مندی مخاطبان شده و پرفروش‌ترین هنرمند دنیا در سال ۲۰۲۰، با آلبوم نقشه روح ۷ بوده است. همچنین، این گروه با دعوت سازمان ملل، در این نهاد مصاحبه و اجرای برنامه داشته؛ از این جهت، بی‌تی‌اس به‌عنوان یک پدیده فرهنگی موفق و بسیار اثرگذار شناخته می‌شود. بررسی پژوهشگران حوزه جامعه‌شناسی نوجوانان، نشان می‌دهد که بی‌تی‌اس در رتبه دوم میزان علاقه‌مندی دختران ایرانی به هنرمندان، بعد از بیلی آیلیش، قرار دارد. همچنین، «بیش از دوسوم طرفداران فرهنگ کره‌ای در ایران را دختران تشکیل می‌دهند که طیف سنی آنها نیز بین ۱۳ تا ۲۵ ساله و تقریباً همه مجرد هستند» (ذکایی و عزیزی همدانی، ۱۳۹۴، ص ۹۲). نوظهور بودن این پدیده و عدم وجود محتوای علمی در این موضوع، از دیگر ضرورت‌های طرح مسئله درباره این پدیده است.

با توجه به اینکه گروه بی‌تی‌اس، ۱۰ سال عمر دارد و مدت زمان ورود پدیده پاپ‌کره‌ای به ایران نیز بیشتر از این نیست؛ درباره بی‌تی‌اس اختصاصاً هیچ پژوهش علمی صورت نگرفته و درباره موج فرهنگ کره‌ای و پاپ‌کره‌ای نیز به‌جز یک کتاب غیرعلمی، هیچ کتابی نوشته یا ترجمه نشده است و همین یک کتاب نیز در سال ۱۴۰۱ چاپ شده است که نیمی از ۱۰۰ صفحه آن، به توضیحات کلی و غیرمرتبط با موضوع پرداخته و بخش قابل توجهی از باقی کتاب نیز برداشت بدون ذکر منبع از مقالات و یادداشت‌های دیگران است. لذا، این کتاب فاقد ارزش پژوهشی می‌باشد (قنبری، ۱۴۰۱) و به‌جز یک کتاب انگلیسی زبان ترجمه نشده به نام «موج کره‌ای: تکامل، هواداری، فراملیتی» که توسط ته‌جین یون و دال‌یونگ جین، جمع‌آوری و چاپ شده است؛ کتاب دیگری در دسترس نیست. تاکنون در ایران، پژوهش‌های محدودی درباره کلیت موج گسترش فرهنگ کره‌جنوبی و پاپ‌کره‌ای و همچنین انگیزه‌ها و آثار آن انجام شده است، ازجمله، بیچرانلو و اقبالی (۱۳۹۹)، به تفصیل به ماهیت، تاریخ شکل‌گیری و بالندگی موج و موسیقی کره‌ای، دامنه گسترش و بعضی ویژگی‌های آن پرداخته‌اند و بعضاً به دلایل گرایش جامعه و اثرگذاری آنها و موارد مرتبط دیگر توجه و اشاره داشته‌اند. ذکایی و عزیزی همدانی (۱۳۹۴) بررسی‌های دقیق‌تری از منظر رسانه و ارتباطات و مطالعات فرهنگ عامه‌پسند انجام داده و نشان داده‌اند که چطور هواداران با تولید



ثانویه فرهنگی در عرصه موسیقی و سریال کره‌ای در فضای مجازی، واجد یک هویت جهانی محلی از خویش می‌شوند. خیامی و بادین‌فکر (۱۴۰۱) نیز همین مسیر را در مطالعه‌ای که بر روی برهم‌کنش سبک زندگی و هویت هواخواهان گروه اکسو در ساخت خرده‌فرهنگ دیجیتال داشته‌اند، ادامه داده و تأثیر گروه اکسو بر سبک زندگی و هویت هواخواهان را بررسی کرده و عنصر کلیدی «حمایت» را به‌عنوان محور هویت هواخواهی برجسته کرده‌اند. بادین‌فکر (۱۴۰۱)، همچنین، پژوهشی درباره الهیات هواخواهی براساس مطالعه هواخواهان ایرانی گروه اکسو انجام داده است.

در پژوهش‌های فوق، بعضاً و به‌صورت محدود، به مؤلفه‌ها و ویژگی‌های تمایز و قدرت پاپ‌کره‌ای پرداخته شده است؛ اما پژوهشگران در پی یافتن و صورت‌بندی ساختارمند این مؤلفه‌ها نبوده‌اند و گرچه در کنار تلاش‌هایی که برای پدیدارشناسی پاپ‌کره‌ای شده، این پدیده از منظر ماهیت رسانه‌ای، بسترسازی‌های سیاسی و اثرات سیاسی و اقتصادی و فرهنگی نیز بررسی شده است؛ اما از جهت مطالعات فرهنگی و تربیتی، مؤلفه‌های فرهنگ‌ساز و تربیت‌گر آن را بررسی نکرده‌اند. همچنین، علت و روش اثرگذاری این مؤلفه‌ها را کامل بیان نکرده‌اند؛ زیرا محتوای پدیده بی‌تی‌اس را باید از منظر تربیتی نیز بررسی کرد و فقط نگاه فرهنگی کفایت نمی‌کند. از اواخر دهه ۱۹۹۰ به این سو، کی‌پاپ با استفاده از ستارگان نوجوان، کل بازار هدف این موسیقی را نوجوانان قرار داده است (به نقل از: کیم، بیچرانلو و اقبالی، ۱۳۹۹، ص ۱۸) و به یکی از محبوب‌ترین فرهنگ‌ها برای جوانان جهان در سنین نوجوانی تا بیست سالگی تبدیل شده است (یون و جین، ۲۰۱۷). بنابراین، عمده طرفداران ستاره‌های پاپ‌کره‌ای، نوجوانان هستند (گو، ۲۰۱۴، ص ۲۰). از این رو، نوشتار پیش‌رو به‌روش تحلیلی- اسنادی براساس مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی هواداران گروه بی‌تی‌اس در فضای مجازی به‌مدت دو سال، در تلاش است تا این نقیصه را کامل کرده و مؤلفه‌های فرهنگی- تربیتی پاپ‌کره‌ای و علت و روش اثرگذاری آنها را شناسایی و بیان کند.

۲. زمینه ایجاد و آثار گسترش پاپ‌کره‌ای

اقتصاد و هدف دستیابی به سود اقتصادی، در گسترش این پدیده نقش اساسی داشته است (بیچرانلو و اقبالی، ۱۳۹۹، ص ۳). موج کره‌ای (هالیو) که صنعت سریال‌سازی (کی‌دراما) و پاپ‌کره‌ای بخشی از آن هستند، در سال ۲۰۱۹ توانسته است ۱۲/۳ میلیارد دلار به رشد اقتصادی کره جنوبی کمک کند (مارتین رول، ۲۰۲۲) و گروه بی‌تی‌اس هر ساله ۳/۶ میلیارد دلار به رشد اقتصاد کره جنوبی کمک کرده و میزان درآمد مستقیم و غیرمستقیم آنها بیش از یک میلیارد دلار است (نصیری، ۱۳۹۹، ص ۳۶). همچنین، گردشگری مرتبط با موج کره‌ای ۵۵/۳ درصد از کل گردشگری ورودی را تشکیل می‌دهد (شورای جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۳^۱) و تعداد گردشگران پزشکی از حدود هشت هزار نفر در سال ۲۰۰۰ به هشتاد



هزار نفر در سال ۲۰۱۰ افزایش یافته است و انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۶ به چهارصد هزار نفر برسد (کیم، ۲۰۱۴، ص ۲۶). علاوه بر اقتصاد، انگیزه‌های اجتماعی و تربیتی نیز در این زمینه مؤثر بوده‌اند. در جامعه کره جنوبی که بنابر گزارش سازمان بهداشت جهانی رتبه ۴ خودکشی در دنیا را داشته و همواره درگیر بحران‌های اجتماعی بسیاری مثل افسردگی، نداشتن عزت و هویت ملی و تمایل به زندگی در کشوری غیر از کره بوده و هست، وجود موسیقی ملی شاد، جذاب و امیدبخش می‌تواند از این بحران‌ها بکاهد. برخی بر این باورند که در دهه‌های اخیر پاپ کره‌ای، نقش به‌سزایی در بهبود این وضعیت و ایجاد هویت و عزت ملی، امید به زندگی و حل بحران‌های اجتماعی جامعه کره داشته است (لامبوک و سالیندو، ۲۰۲۱). با توجه به سابقه استعمار کره جنوبی توسط ژاپن و جنگ با کره شمالی و ایجاد کشور جدید، انگیزه ملی‌گرایی و احیای فرهنگ ملی نیز تأثیر به‌سزایی در اتخاذ تصمیم توسط سیاستمداران کره جنوبی به ایجاد موسیقی ملی داشته است؛ چنانکه سیاستمدار ملی‌گرای کره، کیم کو گفته است: «تنها چیزی که من آرزو دارم، فرهنگ متمایز است، قدرت فرهنگ ما را خوشحال می‌کند» (به نقل از: کیم کو، یون و جین، ۲۰۱۷، ص ۱۶۴). صادرات فرهنگ در عرصه جهانی علاوه بر سود اقتصادی بسیار زیادی که برای کشور صادرکننده به‌همراه دارد، فرهنگ و هویت کشور مبدأ را نیز صادر می‌کند. بعد از گسترش پاپ کره‌ای، علاقه به سرزمین و فرهنگ کره جنوبی در جهان رشد چشمگیری داشته و این مسئله تا جایی رشد کرده که بخش زیادی از مخاطبان و علاقمندان پاپ کره‌ای، به زبان کره‌ای علاقه‌مند شده و تصمیم به یادگیری این زبان گرفته و به این امر مشغول شده‌اند و زندگی در کره و شاغل شدن در کمپانی گروه مورد علاقه خود، یکی از مهم‌ترین آرزوهای آن‌ها است و به طور کلی انگیزه‌های فرهنگی و تربیتی در ایجاد این پدیده تأثیر بسیاری داشته‌اند و گسترش این پدیده نیز آثار فرهنگی تربیتی فراوانی را به دنبال داشته است.

۳. مفهوم‌شناسی مؤلفه‌های فرهنگی - تربیتی پاپ کره‌ای

پاپ کره‌ای سبک مدرنی از موسیقی مختص به کره جنوبی است؛ گرچه این سبک و این موسیقی جزئی از دنیای موسیقی و سرگرمی مدرن غربی شناخته می‌شود. چنانکه یونگ و پایک استدلال می‌کنند که، «موج کره‌ای ۱۰۰٪ کره‌ای نیست؛ بلکه شامل سایر اجزای بین‌المللی (آمریکایی، اروپایی و آسیایی) نیز می‌شود و می‌توان آن را «موج ترکیبی کره‌ای» نامید؛ بلکه ترکیبی از فرهنگ‌های سنتی کره‌ای و فرهنگ‌های غربی، به‌ویژه آمریکایی است» (به نقل از: یونگ و پایک، العسکری، ۲۰۱۸، ص ۱۴)؛ ولی تفاوت‌های منحصربه‌فردی با مدل غربی دارد. پاپ کره‌ای به‌مرور با دخل و تصرف در اصول و چارچوب‌های نظری و نیز استانداردهای اجرایی موسیقی پاپ، نوعی سبک جدید را با مؤلفه‌ها و مقوم‌های هویتی خاص خود پدید آورده است. مثلاً موسیقی پاپ، همواره با ویدئو و یا با رقص در ویدیو همراه بوده است؛ ولی پاپ کره‌ای با تلاش بیشتر و خلاقیت، این قاعده را گسترش داده و برای هر موسیقی

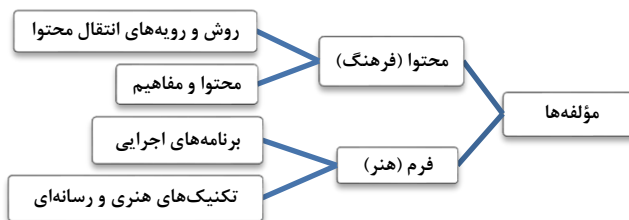


خود، محتوای خاص و نماهنگ اختصاصی، جذاب و پرهزینه طراحی و تولید کرده است؛ تا جایی که آن محتواها و نماهنگ جذاب به مؤلفه اختصاصی این پدیده تبدیل شده است. پاپ‌کره‌ای گرچه در امتداد فرهنگ پاپ غربی است؛ اما از این جهت که در سرزمین و جامعه‌ای با هویت و موقعیت شرقی ظهور کرده است، حامل حجم زیادی از فرهنگ‌های شرقی نیز می‌باشد. به‌طور مثال، محققان کره‌ای علت تمایل مردم ایران به سریال جومونگ و موفقیت آن در ایران را شباهت‌های فرهنگی ایران و کره، مانند قهرمان‌محوری در فیلم جومونگ و ادبیات کهن فارسی، تاریخی بودن و ایدئولوژی خیر و کیفر می‌دانند (گو، ۲۰۱۴، ص ۷-۸، ۲۱). این نوع موسیقی به‌دلیل ویژگی‌های خاصش در برخی کشورها ازجمله در ایران و عربستان، در میان گروه‌های اجتماعی با گرایش‌های دینی و مذهبی با استقبال گسترده روبه‌رو شده است (بیچرانلو و اقبالی، ۱۳۹۹، ص ۲). نکته عجب در مورد هالیو این است که به‌نظر می‌رسد ستاره‌های کی‌پاپ، طرفداران بیشتری در خارج از کره دارند. لی مین‌هو، پارک شین‌هه و لیتوک از مشهورترین سلبریتی‌های کره‌ای در جهان عرب هستند (العسکری، ۲۰۱۸، ص ۱۰).

۴. تقسیم مؤلفه‌های پاپ‌کره‌ای

در تقسیم اولیه، مؤلفه‌های پاپ‌کره‌ای را از دو منظر می‌توان بررسی کرد:

۱. **محتوا و فرهنگ:** هر نوع موسیقی و هنری می‌تواند حامل مفاهیم مهم ادراکی و شناختی، جهت ایجاد فکر و اندیشه در ذهن مخاطب و یا انتقال احساس خاصی به مخاطب باشد.
 ۲. **فرم و هنر:** هر پدیده فرهنگی، واجد هنرهای مختلف و انواع ویژگی‌های ظاهری و هنری بوده و بخشی از موفقیت این پدیده به‌خاطر وجود این ظواهر است.
- در دوران جدید، بحث از فرم و محتوا و جدا کردن آنها از هم، با گسترش رسانه‌های جدید و رسانه‌ای شدن فرهنگ، اهمیت بیشتری پیدا کرده است. امروزه مهم‌ترین و پرمخاطب‌ترین آثار فرهنگی که در بستر رسانه‌های صوتی و تصویری گسترش می‌یابند، مظهری از درآمیختگی هنر و فرم با محتوا و فرهنگ می‌باشند. لذا، برای نقد و بررسی و تحلیل این فرهنگ‌ها، هم به شناخت این دو نیاز است هم به تفکیک بین این دو در ساحت نظر. لذا، مؤلفه‌های پاپ‌کره‌ای براساس نمودار شماره (۱) قابل تقسیم هستند:



نمودار ۱ - تقسیم مؤلفه‌های پاپ‌کره‌ای



۵. مؤلفه‌های محتوایی

۵-۱. روش و رویه‌های انتقال محتوا

به‌طور کلی، انتقال محتوا با روش‌ها و با اصول و قواعد اجرایی مختلفی قابل انجام است. مثلاً وقتی در گروه بی‌تی‌اس، بنا است محتوای «امید به زندگی» به مخاطب انتقال داده شود، اسم هنری یکی از شخصیت‌هایی که همواره لیخنه می‌زند و شاد و امیدوار است را جی‌هوپ^۱ قرار می‌دهند؛ که در آن، جی مخفف جونگ^۲ نام خانوادگی او، و هوپ به معنی امید است. به این صورت، با روش و ابزار نمادسازی، مفهوم امید به مخاطب انتقال داده می‌شود؛ پس، در پاپ‌کره‌ای رویه‌هایی برای انتقال محتوا وجود دارد که مؤلفه اختصاصی این پدیده شمرده می‌شوند. اصلی‌ترین و پایه‌ای‌ترین سنت مورد استفاده در پاپ‌کره‌ای و بیشتر صنعت- فرهنگ‌ها در دنیای مدرن، رویه ستاره‌سازی و هواخواهی است. هواخواهان یا فندوم^۳ در اصطلاح به گروهی از مردم گفته می‌شود که یک سلبریتی، قهرمان یا تیم ورزشی را تحسین و دنبال می‌کنند و ریشه لغوی آن به کلمه لاتین fanaticus به معنی «دیوانه یا الهام‌گرفته از یک خدا» نسبت داده شده و در دنیای مدرن از اوایل قرن بیستم با گسترش رسانه‌های جدید در زندگی اجتماعی افراد مطرح شده است (بادین‌فکر، ۱۴۰۱، ص ۵۲). ریشه سنتی آن نیز همان فرهنگ دینداری و پیروی و تبعیت از ادیان و انبیاء آنها می‌باشد؛ با این تفاوت که اصلی‌ترین ویژگی این فرهنگ و تمایز آن با فرهنگ دینداری در میانجی‌گری رسانه‌های جدید است (همان). فرهنگ هواخواهی و هواداری یک طرف سکه‌ای است که روی دیگر آن فرهنگ شهرت و ستاره بودن است و در دو روی سکه مقوم دیگری هستند (همان، ۱۴۰۱، ص ۵۶). اصلی‌ترین لازمه فرهنگ شهرت و هواخواهی، وجود ستاره‌هایی مشهور و خواهان توجه است که در فرهنگ پاپ‌کره‌ای، هنرمندان و خوانندگان گروه‌ها، چنین جایگاهی دارند و این ستاره‌ها یکی از ارکان بی‌بدیل رشد و توسعه فرهنگ عامه‌پسند پاپ‌کره‌ای در جهان کنونی هستند (به نقل از: کشمر؛ ذکایی و عزیزی همدانی، ۱۳۹۴، ص ۷۸).

پس فرهنگ شهرت و هواداری، دو جهت داشته و از دو سو بررسی می‌شود: ستاره مشهور بودن هنرمندان، و هواخواه و طرفدار بودن مخاطبان. آنچه از پژوهش‌های صورت گرفته تاکنون در بررسی ابعاد ستاره بودن و هواخواهی در پاپ‌کره‌ای و گروه بی‌تی‌اس به دست آمده، این است که هواخواهی در این صنعت- فرهنگ دارای ۴ سطح است: بت‌سازی از ستاره‌ها و ستایش‌گری آنها از طرف هواداران، ارتباط عاطفی بین ستاره و هواخواه، پیام‌آوری و هویت‌یابی، و اجتماع‌سازی هواخواهان و رهبری توسط ستارگان.

1. J-hope

2. Jung

3. Fandom



۵-۱-۱. ستاره‌سازی و ستایش‌گری

به‌طور کلی، پیروی کردن انسان‌ها از پدیده‌های دیگر مثل ستارگان هنری و گروه‌های موسیقی می‌تواند به‌صورت‌های مختلف و با مقیاس‌های متفاوتی از علاقه‌مندی و توجه باشد که سیری را از دنبال‌گری تا هواداری، هواخواهی، ستایش‌گری و نهایتاً هویت اجتماعی‌سازی شکل می‌دهد. یکی از تفاوت‌های اصلی پاپ‌کره‌ای با فرهنگ‌های دیگر این است که هنرمندان این گروه‌ها خصوصاً بی‌تی‌اس، برخلاف فرهنگ‌های مشابه، علاوه‌بر توانمند بودن در زمینه هنری موردنظر و چهره مشهور بودن، محل بروز ویژگی‌ها، صفات و خصوصیت‌هایی عالی و ارزشمند هستند؛ به‌طوری که اجتماع اینقدر ویژگی مثبت در یک فرد و قرار گرفتن این تعداد ستاره در کنار هم در یک گروه، موجب جلب‌نظر مخاطب و ایجاد تداعی تصویری در حد معبود و مقصود از ستارگان می‌شود؛ چه این ویژگی‌ها حقیقتاً موجود باشد یا با ابزار رسانه القاء شوند. از این جهت، در فرهنگ پاپ‌کره‌ای به هنرمندان حاضر در یک گروه، آیدل^۱ به معنی بت گفته می‌شود. برخی از صاحب‌نظران معتقدند این موسیقی را نباید فقط زیرمجموعه موسیقی پاپ دید؛ بلکه باید آن را ذیل انگاره «موسیقی ستاره‌محور» تحلیل کرد. این نوع موسیقی، زیرگونه‌ای از موسیقی است که سرگرمی مبتنی بر رابطه تنگاتنگ ستاره‌های مورد علاقه نوجوانان و صنعت تلویزیون را نشان می‌دهد (به نقل از: اوبونرت و شین؛ بیچرانلو و اقبالی، ۱۳۹۹، ص ۱۸). بسیاری از هواداران بین‌المللی که معمولاً فاصله جغرافیایی زیادی نیز با کشور کره جنوبی دارند، تمامی تصوراتشان در مورد ستاره‌ها بر ساخته‌ای از جهان مجازی است. خطری که ممکن است به این‌گونه طرفداران آسیب زند، ایجاد تجربه‌های دیجیتالی است که واقعیت مصنوعی و شبیه‌سازی‌شده را با واقعیت طبیعی جایگزین می‌کند (ذکایی و عزیزی همدانی، به نقل از: ویرلیو، ۱۳۹۴، ص ۹۹). بادین‌فکر در مقاله «درآمدی بر الهیات هواخواهی طبق الهیات فرهنگ تیلیش»، نمادها و نشانه‌های به‌کاررفته در کنش‌های هواخواهی را به‌نوعی در سازمان الهیاتی خوانش کرده و بنابر فهم برجسته‌ترین نظریه‌پردازان هواخواهی، ظهور یک نوع فرادین را میان سلبریتی‌ها و نوعی رفتار رسانه‌ای آیین‌مند را میان هواخواهان، شناسایی کرده و در این‌باره آورده است: «طبق سازه نظری تیلیش، رفتارهای اجتماعی و فردی به‌صورت کلی دارای روح الهیاتی هستند. همچنین، طبق واژه‌شناسی و ادبیات نظری اندیشمندان اجتماعی، هواخواهی در مدرنیته متأخر، یک نوع سلوک دینی را بازنمایی می‌کند، حتی اگر خود این اجتماعات منکر این سلوک دینی باشند» (بادین‌فکر، ۱۴۰۱، ص ۵۳). در پدیده پاپ‌کره‌ای، همان‌طور که به ستاره‌سازی از هنرمندان توجه شده، با کمک گرفتن از خدمات طرفداری^۲ به طرفداری، هواخواهی و دنبال کردن هنرمندان توسط مخاطبان نیز در حدود بندگی و پرستش، توجه ویژه شده و هواخواهان آنها نیز گروه‌های هواداری و فندوم‌ها را ایجاد کرده‌اند. میزان

1. Idol

2. Fan service



علاقه طرفداران و تعامل آنها حول آیدل‌های خود در رسانه‌ها و در بستر زندگی روزمره و تخیلات و تفکرات مختلف حول آنها، به حدی است که گویی آنها را می‌پرستند. گروه بی‌تی‌اس، بزرگ‌ترین فندم پاپ‌کره‌ای را در اختیار داشته و به هواخواهان بی‌تی‌اس، آرمی^۱ به معنی ارتش گفته می‌شود. بخشی از مخاطبان در گذر زمان، متوجه استعدادهای هنری خود شده و یا علاقه‌مند به آموزش و فعالیت در این صنعت می‌شوند؛ هنرمندان فعلی، ستارگان و الگوهایی هستند که انبوه نوجوانان و جوانان علاقه‌مند و درگیر در حوزه‌های هنری و موسیقی به عنوان خدایان این صنعت و این حرفه به آنها نگاه کرده و از آنها الگو می‌گیرند.

۵-۱-۲. دوست داشتن و دوست داشته شدن

خداوند درون انسان‌ها قوه علاقه، محبت و دوست داشتن قرار داده است، این عشق و محبت یک ریشه و غایت الهی دارد که انسان غیرتوحیدی، آن را در هر آنچه رنگ و بوی خدا داشته باشد، جست‌وجو می‌کند و دلبسته خدای پنداشته خود می‌شود؛ بعد آن خدا برای آن فرد، محترم و مقدس می‌شود و به او احترام می‌گذارد و هرگاه کسی به او توهین کند، خشمگین می‌شود. لذا، بت پرستان همان سنگ و چوب خود را دوست دارند. این قاعده دوست داشتن، اختراع صاحبان پاپ‌کره‌ای نیست و در فرهنگ پاپ و فرهنگ‌های دیگر هم وجود دارد؛ ولی این وجود حس دوست داشتن و دوست داشته شدن در قلب طرفداران این صنعت، به طور ویژه مورد توجه بوده است و هواخواهان، رابطه عاطفی بسیار خاص و عمیقی با آیدل‌ها برقرار می‌کنند و از آنها عشق، علاقه و محبت بسیاری دریافت کرده و در عوض آن، هنرمندان نیز ستاره‌هایی آنچنان جذاب هستند که مورد اقبال و پسند مخاطب و مورد پرستش و طرفداری هواداران قرار بگیرند. گویی که این هنرمندان، استخدام شده و رشد یافته‌اند تا اول، علاقه و احساسات و عواطف را جذب خود کنند و بعد، هنری را منتقل کنند. طرفداران نیز بعضاً کمبود و نیاز عاطفی و محبت را با تبادلات عاطفی با آیدل‌ها برطرف می‌کنند. با نظر به غالب بودن دختران نوجوان در بین طرفداران، و با توجه به اینکه احساساتی بودن و زود علاقه‌مند شدن و دوست داشتن، از مهم‌ترین ویژگی‌های ذاتی دختران است. همچنین، این نکته که نگاه و مقصود آنها برای ایجاد رابطه (حتی در ذهن) و ازدواج، بیشتر برای امر عاطفی و دوست داشتن و دوست داشته شدن است؛ امر عاطفی و تأثیرات محزّب آن به مهم‌ترین مقومه و مؤلفه فرهنگی و تربیتی بی‌تی‌اس تبدیل می‌شود. این نکته در پژوهش‌ها و نقد و بررسی‌های دیگر، کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

۵-۱-۳. پیام‌آوری و الگوگیری هویتی

روش پیام‌آوری، یک سنت تربیتی است که قابلیت ظهور و بروز در هر فرهنگی دارد. به این صورت

1. Army



که فردی صالح، مقبول و محبوب نزد عامه مردم، می‌تواند الگویی در رفتار و اعمال برای آنها و منشأ اثر در هویت، شخصیت، اندیشه و اعتقادات آنها باشد. تفاوت این رویه با حالت اول در این است که در حالت اول، در روند توجه، ستایش و پرستش موضوعیت دارد؛ زیرا برطرف‌کننده نیاز فطری به پرستش است و تقدس و احترام ستاره و آیدل به‌عنوان رفتاری مناسبی اهمیت دارد و ممکن است هواخواهان، هیچ پیام مستقیمی از آنها دریافت نکنند و در مقام یاد گرفتن چیزی از آنها نباشند؛ اما در حالت پیام‌آوری، آن پیام‌بر شده، با کلام، رفتار و شخصیتش، پیام و مفاهیم محتوایی بسیاری را به پیروانش منتقل می‌کند. مثلاً طرفداری از تیم‌های ورزشی از نوع ستایش و پرستش است؛ زیرا پیام‌های خاصی که حامل معانی و مفاهیم فرهنگی باشد، در خروجی کار آنها وجود ندارد. اما گروه‌های موسیقی کره‌ای، بعضاً دارای مجموعه مفاهیم و محتواهای مشخصی هستند که مطابق با سیر برنامه‌ریزی خاصی به مخاطب منتقل می‌شود. لذا، شبه‌دین پاپ‌کره‌ای علاوه بر مناسک و الهیات، دارای بایدها و نبایدها و اخلاقیات نیز می‌باشد که در ادامه، به مفاهیم و محتواهای مطرح‌شده توسط آنها پرداخته خواهد شد. همچنین، هنرمندان در این گروه‌ها در ظاهر، نوع پوشش و لباس و همچنین رفتار و شخصیت، الگو هستند و مخاطبان نیز به جهت توجه و علاقه زیاد، از آنها الگو گرفته و در عمل، تابع آنها می‌شوند و نوعی بندگی در طرفداری مشهود است. خیامی و بادین‌فکر درباره این الگوگیری گسترده هواخواهان گروه اکسو، آورده‌اند: «شاید پربسامدترین و پرتکرارترین مضامینی که هواخواهان، صادقانه و با احساس بیان می‌کردند، در مقوله‌ای با عنوان الگوگیری از اخلاقیات و رفتارهای اکسو در زندگی قرار می‌گیرد. اکسو برای هواخواهان خود، یک الگوی تمام‌عیار در زندگی روزمره به حساب می‌آید. از این جهت الگوی تمام‌عیار محسوب می‌شود که هم دارای ابعاد شناختی است و هم دارای ابعاد رفتاری» (خیامی و بادین‌فکر، ۱۴۰۱، ص ۲۴۶).

۵-۱-۴. ساخت هویت اجتماعی و رهبری طرفداران

برخلاف دیگر هنرمندان در دنیا، در پاپ‌کره‌ای هواخواهی یک گروه، فرد را دارای یک هویت اجتماعی مشخص کرده و با اجتماع این افراد، هواخواهی دارای بُعد جمعی می‌شود. از طرف دیگر، شدت علاقه و تداوم ارتباط، باعث تعمیق این هواخواهی شده؛ به‌طوری که در پدیده پاپ‌کره‌ای دنبال کردن اخبار، اطلاعات، تصاویر، ویدئوها و شناخت کامل از ویژگی‌ها، صفات، ابعاد زندگی و شخصیتی هنرمندان توسط مخاطبان، بخشی از سنت هواخواهی در این پدیده شده است؛ تا جایی که بعضی رسانه‌ها کوچک‌ترین حرکت یا اتفاق، مثلاً رفتن به فلان رستوران را درباره هنرمندان پوشش داده و مخاطبان، آنها را دنبال می‌کنند. ذکایی و همدانی درباره گستره هواخواهی آورده‌اند: «در ایران معمولاً هواداری از فرهنگ کره‌ای نه به‌صورت یک طرفداری عادی، بلکه به‌صورت طرفداری‌های عمیق جلوه‌گر می‌شود؛ طرفداری‌هایی که تمامی جنبه‌های زندگی روزمره هواداران را تحت تأثیر قرار می‌دهند» (ذکایی و



عزیزی همدانی، ۱۳۹۴، ص ۹۲). تبعیت از علایق هنرمندان، آنچنان است که مثلاً بعد از اینکه مخاطب در یک گفت‌وگوی زنده مجازی^۱ متوجه علاقه یک هنرمند به برند خاصی از یک آب‌میوه می‌شود، وقتی خود آن هنرمند برای خرید آب‌میوه به فروشگاه می‌رود، با قفسه خالی مواجه می‌شود. به این ترتیب، امکان هدایت فرهنگی و اجتماعی هواخواهان برای این گروه‌ها و مدیران آنها وجود دارد و این امکان در کشورهای دیگر می‌تواند زمینه‌ساز تحولات فرهنگی و اجتماعی باشد؛ چنانکه در ویتنام و ایران بوده است. فونگ درباره اثر موج کره‌ای در ویتنام آورده است: «کی‌پاپ با تأثیر بر فرآیند خودانعکاسی و ساخت لذت، به‌عنوان شکل جدیدی از امپریالیسم فرهنگی که از طریق در آغوش کشیدن داوطلبانه مخاطبان فعال آن امکان‌پذیر می‌شود، تحقق می‌یابد. واکنش منفی به تأثیرات منفی آن بر جوانان ویتنامی که شامل گفتمان ناسیونالیسم می‌شود، بیشتر ادعای کار امپریالیسم فرهنگی را تأیید می‌کند» (فونگ، ۲۰۱۶، ص ۴۳).

۵-۲. مفاهیم و محتواها

مفاهیم و محتواهای بسیار زیاد و متنوعی در محصولات و آهنگ‌های این گروه گنجانده شده و خلاقیت در ایده‌پردازی و طراحی خط داستانی و بسترهای مفهومی (کانسپت) جذاب، از ویژگی‌های طراحی محتوا در این گروه است. به‌طور مثال، نام آلبوم «نقشه روح پرسونا» از کتاب «نقشه روح» اثر کارل یونگ، پدر روانشناسی تحلیلی، گرفته شده است. در این آلبوم، بی‌تی‌اس در تلاش است تا با استفاده از مفاهیم روانشناختی - فلسفی مطرح‌شده توسط یونگ، مثل ناهوشیاری جمعی و پرسونا به روانکاوی خودش بپردازد و در پایان این آلبوم، این کار را به‌خوبی انجام می‌دهد و از تله پرسونا می‌گریزد و به خودآگاهی می‌رسد. از این جهت که مخاطبان در سن تربیتی قرار دارند؛ محتوای این پدیده، اثر تربیتی بر آنها می‌گذارد. همچنین، بررسی رسانه‌های طرفداری و واکنش‌های مخاطبان، نشان از اثرپذیری بالا در حد تربیت شدن از این نوع موسیقی و صنایع سرگرمی وابسته دارد. مفاهیم و محتواهای موجود در هر پدیده فرهنگی، هم می‌توانند عملکرد احساسی داشته و در حال ایجاد احساس، علاقه و توجه دادن مخاطب به چیزی باشند و هم عملکرد ادراکی داشته و در حال ایجاد ادراک خاص و شناخت جدید باشند. مثلاً در ادامه خواهد آمد که امید به زندگی، محتوای دارای وجوه احساسی و ادراکی است که به‌طور مختلف و در فرم‌های مختلف در پدیده پاپ‌کره‌ای مورد توجه قرار گرفته است و در نتیجه آن، مخاطب، هم احساس مثبت و امیدواری نسبت به زندگی دارد و هم برای این امیدواری نزد او دلایل و علت‌های خودآگاه و ناخودآگاه یافت می‌شود؛ پس، محتواهای محصولات این پدیده دو نوع عملکرد را به‌دنبال دارند: عملکرد مرتبط با احساس و رابطه عاطفی، و عملکرد مرتبط با ادراک و شناخت و

1. LIVE



اثر هویتی. همچنین، مفاهیم و مضامین محتوایی این گروه در دو بستر «آهنگ‌ها و محصولات»، و «نمادسازی از شخصیت ستاره‌ها» آورده شده است.

۵-۲-۱. مضامین آهنگ‌ها

مهم‌ترین و پررنگ‌ترین مفاهیم و مضامین آهنگ‌های بی‌تی‌اس، چنانکه رحیمی‌پور (۱۴۰۱) نیز در تحقیق خود آورده است، موارد زیر است:

۱. انگیزشی و امیدآفرین:

(۱) رویا داشتن

(۲) در لحظه زندگی کردن.

(۳) اهمیت دادن به زندگی و جوانی.

(۴) اهمیت ندادن به ملامت دیگران.

(۵) دعوت به تلاش به‌عنوان تنها راز موفقیت.

(۶) اهمیت تسلیم‌نشدن و همواره دویدن.

۲. عاشقانه: شامل عشق عمومی، مدرسه‌ای، عشق شیطانی و عشق دروغین.

۳. انتقادی: شامل انتقاد به مدرسه و نظام آموزش و انتقاد از رویاسازی دیگران.

۴. موفقیت‌جویی

۵. برتری‌جویی

۶. همبستگی

۷. خودشناسی

۸. قدردانی از هواداران

استفاده از شعرهایی با محتوای فردگرایی، استقلال فکری، مشکلات دوران مدرسه و از بین رفتن رویاهای جوانی، باعث شد که بسیاری از نوجوانان کره‌ای با بی‌تی‌اس سمپاتی بگیرند و هم‌ذات‌پنداری کنند (نصیری، ۱۳۹۹، ص ۳۶). با توجه به آمار بالای خودکشی، افسردگی و تمایل بسیار زیاد مهاجرت در میان جوانان کره جنوبی، امیدبخشی و ایجاد هویت ملی و ایجاد منبع انگیزشی برای از بین بردن افسردگی و ایجاد نشاط و سرزندگی در جامعه جوان کره، به‌طور ویژه مورد توجه بوده است؛ و بخشی از این پوچی و ناامیدی به‌خاطر عدم اعتقاد به معاد و توحیدی نبودن ستایش و پرستش در آن جامعه است. گرچه شاید بی‌تی‌اس چالش و بحران هویت مخاطب کره‌ای را بهبود بخشیده و به او هویت ملی داده است؛ اما این موسیقی برای مخاطب غیرکره‌ای، بحران هویت ایجاد کرده و این از اصلی‌ترین آثار بی‌تی‌اس برای نوجوان‌ها می‌باشد. تمایل بسیار زیاد بخشی از هواداران به یادگیری زبان کره‌ای برای زندگی در کره و کار کردن در کمپانی‌های صنعت موسیقی، از نشانه‌های این بحران هویت است. پاپ‌کره‌ای



ادراکات خاصی شامل تصورات و تصدیقاتی مشخص ذیل فرهنگ غربی و الهیات جهان غرب مثل نگاه غربی به هنر، زندگی، دین و فرهنگ را نیز به مخاطب منتقل می‌کند؛ که این تصورات خاص نیز در ایجاد بحران هویت در هواخواهان مؤثر است.

۵-۲-۲. نمادسازی ستاره‌ها

محتوای مورد نظر، علاوه بر متن ترانه‌ها در بسترهای مختلف دیگری مثل، شخصیت و هویت هنرمندان و یا در رفتار، کنش و ظواهر آنها ارائه می‌شود. در بازنمایی از شخصیت و هویت ستارگان، بر بعضی مضامین و مفاهیم به عنوان مفهوم محوری یا قابل توجه تأکید شده است. به طور مثال جیهوپ^۱، آر ام^۲، شوگا^۳ و جین^۴ به ترتیب نمادهایی از امید، هوش، تحمل افسردگی و مشکلات روانی، و اعتماد به نفس هستند. به این صورت، نمادهایی از مهم‌ترین مفاهیم تشکیل دهنده فرهنگ پاپ کره‌ای و مورد نیاز و توجه هواخواهان، همواره پیش‌روی هواخواهان حاضر است.

۶. مؤلفه‌های اجرایی و هنری

مؤلفه‌های اجرایی و هنری نیز به دو دسته تقسیم می‌شوند:

- (۱) برنامه اجرایی و سیاست‌گذاری (۱). کار گروهی. ۲. ارتباط دائم و کامل. ۳. استعدادیابی و تربیت (۲) ظواهر هنری (۱). تنوع. ۲. تصویر داشتن. ۳. جذابیت. ۴. رقص

۶-۱-۱ برنامه‌های اجرایی

بی‌تی‌اس و گروه‌های پاپ کره‌ای تحت مدیریت کمپانی‌های بزرگ سرگرمی و موسیقی هستند که با نظم و برنامه‌ریزی و تشکیلات‌سازی کامل و دقیق و هدف‌گذاری هوشمند، کار تشکیلاتی منظم، پرکاری، استعدادسنجی و جذب دقیق و حرفه‌ای، توانسته‌اند در زمان بسیار کم، بیشترین پیشرفت را داشته باشند و همانند سینمای هالیوود از نظر کار تشکیلاتی حرفه‌ای، الگو محسوب شوند و در برنامه‌های آنها چند مؤلفه مهم فرهنگی با کارکردهای تربیتی وجود دارد.

۶-۱-۱ کار گروهی

از مهم‌ترین ویژگی‌های گروه‌های کی‌پاپ، حضور خوانندگان موسیقی به صورت گروهی در برنامه‌ها و اجراهای موسیقی است. مثلاً گروه بی‌تی‌اس از ۷ جوان شامل ۴ خواننده و ۳ رپر تشکیل شده است. در گروه‌های کی‌پاپ، هرکسی نقش خود را دارد و نمی‌توانید دو نفر را با وظایف مشابه پیدا کنید (نصیری،

1. J-hope
2. RM
3. Suga
4. Jin



۱۳۹۹، ص ۳۷). یک گروه موسیقی مثل بی‌تی‌اس، نوعی خانواده است و زندگی اعضای در کنار هم و در مکان‌های مشترک، و کار کردن آنها در پروژه‌های مشترک، اعضای را به یک خانواده تبدیل کرده و مخاطب نیز اغلب اوقات، همه اعضای را در کنار هم می‌بیند. برای مخاطب، مشاهده یک خانواده خوب، مطلوب و آرمانی که افراد آن در نهایت آرامش و دوستی و بدون مشکل در کنار هم زندگی و فعالیت می‌کنند، جذابیت خاصی دارد؛ خصوصاً برای افراد و جامعه‌ای که درگیر بحران خانواده است و گویی زندگی و شغل آرمانی خودش را در آن خانواده می‌بیند. گروه با روح جمع‌گرایی و اجتماعی بودن و گروه‌های دوستی نوجوان‌ها سازگار است؛ همچنین، مجازی و دور از دسترس بودن این گروه‌های موسیقی که نوعی گروه دوستی و خانواده مطلوب برای مخاطبان به حساب می‌آیند، با تنهایی، افسردگی و انزوای اجتماعی واقعی نوجوانان سازگار است. در واقع، نشان دادن گروه مطلوب و دوست‌داشتنی، نوعی مخدر برای درمان تنهایی نوجوان‌های امروزی است. در گروه، امکان تنوع بیشتر است و مؤلفه تنوع را کار گروهی تکمیل می‌کند. همچنین، شکل اجرای گروهی این نوع موسیقی، قابلیت‌های خاصی به آن می‌دهد. از جمله قابلیت نمایش، رقص و آواز گروهی که در عمل، این نوع موسیقی را از سطح اجرای موسیقی فراتر می‌برد و به گروه‌های نمایشی تبدیل می‌کند (بیچرانلو و اقبالی، ۱۳۹۹، ص ۱۷). تفکیک جنسی که در گروه‌های کی‌پاپ وجود دارد، برای بسیاری از مخاطبان به‌ویژه در میان مخاطبان کشورهای شرقی و اسلامی که به‌نوعی، مختلط نشدن دو جنس در برخی سنین به‌ویژه در نوجوانی و ابتدای جوانی را دارای مزیت‌های فرهنگی می‌دانند، جذابیت خاصی ایجاد می‌کند و حتی به‌نوعی باعث پرشورتر شدن طرفداری نوجوانان از این گروه‌ها شده است (بیچرانلو و اقبالی، ۱۳۹۹، ص ۱۹).

۶-۱-۲. ارتباط دائم و کامل

در این صنعت با استفاده از خدمات طرفداری، به ارتباط دائم ستاره‌ها با هواخواهان توجه ویژه شده است. به‌طور مثال، گروه بی‌تی‌اس برای این تداوم، علاوه بر تورها، کنسرت‌های جهانی و حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی، با برنامه‌های تلویزیونی هفتگی و وبگاه‌های مخصوص، به نمایش زندگی روزمره و فعالیت‌ها و تفریحات اعضای پرداخته و محتواهای ویژه شامل پشت‌صحنه‌ها، مصاحبه‌ها را نیز پخش کرده و سگوهای اختصاصی برای گفت‌وگوی مجازی زنده و یا سرگرمی مشترک برای هواخواهان و همچنین، فروشگاه‌های آنلاین محصولات را ایجاد کرده‌اند و جلسات حضوری و مجازی ملاقات بین هنرمندان و هواخواهان و گرفتن امضاء از آنها را ترتیب داده‌اند. این برنامه‌های اجرایی، بستر لازم برای تحقق و تکامل روند ستاره‌سازی و هواخواهی در تمام سطوح آن را فراهم می‌کند و باعث آشنایی بیشتر مخاطب‌ها با اخلاقیات هنرمندان و تمایز و تفاوت‌های آنها از هم و مشاهده سبک زندگی ایشان و الگوگیری مخاطبان از آنها می‌شود و مهم‌ترین الگوی ذهنی هواخواهان این است که ستاره‌ها با اینکه فردی معمولی مثل خود مخاطب هستند، ولی دارای بهترین اخلاق و رفتار و زندگی بوده و در گروهی که



مثل بهترین خانواده است، به زندگی و خوش گذرانی مشغول هستند.

۶-۱-۳. استعدادیابی و تربیت

کمپانی‌های سرگرمی کره‌ای، نظام گسترده‌ای از استعدادیابی، پرورش و آموزش کارآموزان را شکل داده و برای جذب هنرمندان، برای هزاران نوجوان، دوره‌های کارآموزی سنگین و پرفشار ترتیب داده‌اند. نتیجه این فرآیند گزینشی دقیق، جذب نوجوانان مستعد و با ظرفیت برای ایجاد گروه‌ها و تبدیل آن‌ها به هنرمندان و ستاره‌های حرفه‌ای در سن نوجوانی است. ماهیت و کارکرد تربیتی این نظام گسترده، بسیار مهم است، یعنی برخلاف بسیاری از صنایع هنری و موسیقی در دنیا که فقط بخش کمی از افراد معمولاً بزرگسال به صورت رسمی در آن مشغول به فعالیت هستند، در پاپ کره‌ای نظام و زیست بومی تربیتی وجود دارد که در آن به پر کردن اوقات فراغت و درگیری و فعالیت و رشد و تربیت جمعیت بسیاری از کودکان و نوجوانان توجه ویژه‌ای می‌شود که این روند آثار تربیتی بسیاری برای آنها به دنبال دارد.

۶-۲. مؤلفه هنری

۶-۲-۱. تنوع

در این نوع موسیقی هم گروه‌های متعدد و هم درون گروه‌ها، تکرار افراد مختلف با ویژگی‌های ظاهری و شخصیتی گوناگون وجود دارد، و هم تنوع در سبک‌های موسیقی و رنگ و موارد دیگر؛ به طوری که در یک موسیقی ۴ دقیقه‌ای بارها صحنه، رنگ و طرح لباس و مو و سبک موسیقی و خواننده‌ای که می‌خواند، تغییر می‌کند. تنوع، رابطه‌ای معنادار با مصرف و فرهنگ مصرفی دارد و فرهنگ و جامعه مصرف‌گرا، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های فرهنگ جهانی امروزی است و در این جهان و چنین جوامعی، تنوع و گستردگی کمی و کیفی در یک فرهنگ، در رشد آن بسیار مؤثر است.

۶-۲-۲. تصویر داشتن

تصویر داشتن آثار هنری با ایجاد جذابیت بصری و درگیر کردن حافظه تصویری، به تعمیق اثربخشی و ماندگاری آثار موسیقی خصوصاً در حافظه مخاطبان، کمک زیادی می‌کند. به همین منظور، گروه‌های پاپ کره‌ای برای ارائه موزیک‌های جدید، ابتدا نماهنگی جذاب و هنری با صرف هزینه بالا، تولید و منتشر می‌کنند؛ نماهنگی که در ساختش به وجوه تکنیکی و ابزار هنری مثل طراحی صحنه، تدوین، فیلمبرداری و جلوه‌های ویژه، بسیار توجه می‌شود و همچنین به خاطر حجم زیاد محتوای تصویری تولیدی، در این فرهنگ حتی ادراکات و احساسات جزئی درباره پدیده‌ها و افراد نیز دارای قاب تصویری در ذهن مخاطب هستند.

۶-۲-۳. جذابیت

جذابیت ظاهری چهره و بدن: علاوه بر چهره‌های جذاب هنرمندها که بعد از گزینش هزاران نفر در



دوره‌های فشرده و سنگین کارآموزی و ارزیابی آن‌ها به‌دست آمده است، از گریم و میکاپ برای افزایش جذابیت ظاهری آنها استفاده می‌شود. نوع چهره‌پردازی شخصیت‌ها از این جهت که بین دو جنس هستند و دختر یا پسر بودن آنها در مواجهه اولیه برای مخاطب غیرآشنا به این پدیده مشخص نیست؛ علاوه بر غرض از بین بردن مرزهای جنسیتی توسط طراحان این پدیده، از پربحث‌ترین ویژگی‌های ظاهری هنرمندان این پدیده بوده و بسیار مورد نقد قرار گرفته است. با توجه به قدرت اقتصادی کره جنوبی در تولید و صادرات لوازم و محصولات آرایشی و بهداشتی، استفاده از گریم برای هنرمندان، بهترین تبلیغ برای محصولات این صنعت به‌شمار می‌رود و سود مالی و رشد اقتصادی زیادی برای اقتصاد کره جنوبی به‌همراه دارد.

جذابیت تصویر و رنگ: استفاده از رنگ‌های شاد متعدد و متنوع برای مو و لباس‌های هنرمندان و همچنین، خلق صحنه‌ها و تصاویر رنگارنگ در موزیک‌ویدئوها و برنامه دیگر، از مهم‌ترین عوامل جذابیت بصری گروه‌های پاپ‌کره‌ای است.

جذابیت باطنی و اخلاقی: هنرمندان پاپ‌کره‌ای دارای شخصیت و اخلاقیات معمولی، سالم و جذاب هستند و نوع تعامل آنها با هم و با مخاطبان، جذابیت اخلاقی و شخصیت آنها را آشکار می‌کند و این نیز تأثیر بسیار زیادی در افزایش محبوبیت و شمار طرفداران داشته است و این طرفداران در بیان علت علاقه‌مندی خود نسبت به هنرمندان، روی این جذابیت‌ها و موفقیت‌های به‌دست آمده توسط آنها تأکید بیشتری نسبت به جذابیت‌های ظاهری دارند.

رقص: بی‌تی‌اس برای هر موزیک اصلی خود، رقص مختص با آن را با توجه به محتوای آن موسیقی طراحی می‌کند و خوانندگان باید رقص را نیز کامل حفظ کرده و هم در ضبط موزیک‌ویدئو و هم در اجراها آن را به نمایش بگذارند. رقص باعث جذابیت بصری بیشتر موسیقی‌های پاپ‌کره‌ای شده است. همچنین، رقص امکان امتداد فرهنگ پاپ‌کره‌ای توسط کارآموزها و طرفداران را ایجاد کرده است؛ به این معنا که گرچه شاید بیشتر مخاطبان به علت تفاوت زبان خودشان با زبان کره‌ای موسیقی، و ضعف در خوانندگی نتوانند به زیبایی موسیقی‌های آنها را اجرا کنند؛ ولی غالب مخاطبان، خصوصاً دختران می‌توانند رقص‌های این گروه‌ها را یاد گرفته و اجرا کنند و از این طریق، بخشی از زندگی و هویت خود را عملاً وارد دنیای مورد علاقه خودشان تصور کرده و احساس مثبت بودن در خانواده بزرگ گروه مورد نظر را در خود ایجاد نموده و زندگی و شغل مطلوبشان را کمی تجربه کنند. مهم‌ترین رکن رقص، تحرک است. تحرکات نزدیک به ورزش، با بدن‌های ورزیده و متناسب، مورد پسند و علاقه نوجوان‌ها است؛ بازنمایی بدنی زیبا و متناسب توسط گروه اکسو و نمایش آن در کنسرت‌ها، برای هواخواهان، بسیار جذاب و الگوگیرانه بوده است؛ این امر باعث شده تا عده‌ای از هواخواهان برای داشتن بدنی ورزیده و متناسب مانند اکسو به انجام ورزش و رژیم‌های تغذیه‌ای ترغیب گردند (خیامی و بادین‌فکر، ۱۴۰۱، ص ۲۴۵). پنداشت فعالان پاپ‌کره‌ای از رقص، یک سرگرمی هنری بوده و رقصیدن، نوعی مهارت حرفه‌ای مفید است. کارآموزان و



علاقه‌مندان، باید سال‌های زیادی را به آموزش، تمرین و رشد مهارت در آن، سپری کنند؛ تا در آینده به‌خاطر داشتن این مهارت و مهارت‌های دیگر، از آنها در تولید محصولات موسیقی و اجراهای صحنه‌ای استفاده کنند و از این طریق، هم کسب درآمد کرده و زندگی مادی خود را تأمین کنند و هم امکان بروز استعداد و زمینه‌سازی برای رشد خود را فراهم آورند. همچنین در دنیای مورد علاقه و جذابی که در ذهن خود ساخته‌اند، زندگی کنند. رقص در جوامع غربی و غیراسلامی در بعضی از انواع آن، به‌عنوان نوعی تفریح سالم و جایگزین مصرف مواد مخدر، مصرف الکل و دیگر تفریحات ناسالم شناخته می‌شود. این نکته از آن جهت اهمیت دارد که در بررسی مؤلفه رقص در کی‌پاپ باید توجه داشت که رقص و دیگر مؤلفه‌های غیردینی گمراه‌کننده، از نگاه همان جوامع، سرگرمی و تفریح سالم و مناسب نوجوانان است. همچنین، تعداد زیاد طرفداران این صنعت و تمایل آنها به رقص را نمی‌توان نشان از بی‌دینی و گمراهی گرفت؛ زیرا پنداشت آنها از رقص در فضای ذهنی خودشان سرگرمی و تفریحی سالم است.

۷. نتیجه‌گیری

پاپ‌کره‌ای فرهنگی نوظهور با ریشه و اصالت غربی است که به تسخیر صاحبان کره‌ای خود درآمده و با تکیه بر مؤلفه‌های مشخص، هویت مستقل یافته است و حامل بخشی از فرهنگ‌های شرقی نیز می‌باشد و انگیزه‌های اقتصادی، اجتماعی، تربیتی و ملی‌گرایی در ایجاد و گسترش آن دخیل بوده و پیشرفت‌هایی هم در این زمینه‌ها به‌دست آورده است. به‌طور کلی، مؤلفه‌های فرهنگی و تربیتی پاپ‌کره‌ای را می‌توان به دو دسته محتوایی و فرمی تقسیم کرد که مؤلفه‌های محتوایی به رَویه‌های انتقال محتوا و مفاهیم و مضامین تقسیم شده و مؤلفه‌های فرمی، شامل برنامه‌های اجرایی و تکنیک‌های هنری می‌شود. اصلی‌ترین و محوری‌ترین رَویه انتقال محتوا، فرهنگ هواخواهی و شهرت است که از دو جهت ستاره مشهور و طرفداران هواخواه و در ۴ سطح و حالت ستاره‌سازی، تعامل عاطفی، پیام‌آوری و هویت‌یابی، و اجتماع‌سازی، ظهور و بروز داشته و استفاده شده است. فرهنگ هواخواهی، نوعی شبه‌دین است؛ زیرا از مهم‌ترین رَویه‌های ادیان، یعنی ستایش‌گری و پیام‌آوری و تربیت اجتماعی، برای فرهنگ‌سازی استفاده می‌کند. از این جهت، این پدیده در کشورهای آسیایی از جمله ایران، بسیار پرطرفدار شده است؛ زیرا هم آنها را از موسیقی غربی آمریکایی بی‌نیاز می‌کند و هم آنها را از روح و ریشه‌های آسیایی خود جدا نمی‌کند. اگرچه ستایش، یکی از مؤلفه‌های این پدیده است؛ اما چون این ستایش برای خدای واحد یکتا نیست، نتیجه‌ای جز ایجاد تحولات و تغییراتی در زندگی دنیوی ندارد و فقدان توحید در این فرهنگ، موجب ایجاد مشکلات دیگری شده است. کم‌ترین تأثیر فقدان اعتقاد به معاد در یک فرهنگ، پوچی و نهیلیسم و بی‌هدفی در زندگی است. به همین خاطر، از اصلی‌ترین توصیه‌های پاپ‌کره‌ای، امید به زندگی و دوست داشتن زندگی است.

برخلاف بسیاری از هواخواهی‌ها که صرفاً نوعی مناسک و فرهنگ ارتباطی هستند، در پاپ‌کره‌ای



آموزه‌هایی هویتی و ادراکی توسط ستاره‌ها به مخاطبان منتقل می‌شوند که امید به زندگی، رویا داشتن، اهمیت به زندگی و جوانی، تلاش کردن، تسلیم نشدن، عاشق و معشوق بودن، موفقیت‌جویی، همبستگی، خودشناسی و قدردانی از طرفداران از مهم‌ترین آن آموزه‌ها است. پاپ‌کره‌ای گرچه در ظاهر پدیده‌ای صرفاً هنری و موسیقایی است؛ اما تأثیرات زیاد فرهنگی و تربیتی و هویتی در سطح جهانی دارد و بی‌تی‌اس تلاش کرده محتوای مفید و مؤثر در زیست بهتر در دنیا و گذر از مشکلات زندگی را تولید و عرضه کند. از این جهت، محتوای آن سالم‌تر از رقبای غربی است؛ ولی اشکال فرهنگی-تربیتی دیگری مثل ایجاد وابستگی‌های عاطفی مجازی و بحران هویت نوجوانان نیز ایجاد کرده است. برای پیشرفت و اثرگذاری یک پدیده در سطح جهانی، برنامه‌ریزی، تشکیلاتی‌سازی و هدف‌گذاری علمی و دقیق، همچنین نظم و دقت عناصر، کلیدی و مهم هستند و بخش زیادی از موفقیت پاپ‌کره‌ای ناشی از گروهی و شبه‌خانواده بودن فعالیت‌ها، ارتباط دائم و کامل و نظام استعدادیابی و تربیتی گسترده است. رنگ و بوی آسیایی و شرقی نهفته در این پدیده و ارائه تصویری بی‌نقص در هاله‌ای از معنویت و تقدس از هنرمندان، هنر و موسیقی با کیفیت و دقت در مؤلفه‌های تنوع، تصویر داشتن، جذابیت و تحرک موجود در رقص از علل توجه و گسترش جهانی و جذب مخاطب و علاقه دیوانه‌وار بعضی از مخاطبان، خصوصاً دختران، به این پدیده است.



منابع

- بادین فکر، محمدجواد (۱۴۰۱). درآمدی بر الهیات هواخواهی، با تأکید بر هواخواهان ایرانی گروه موسیقی کره‌ای اکسو. پژوهشنامه فلسفه دین، ۲۰ (۱).
- بادین فکر، محمدجواد؛ خیامی، عبدالکریم (۱۴۰۱). برهم کنش سبک زندگی و هویت در ساخت خرده فرهنگ‌های دیجیتال جوانان (مورد مطالعه هواخواهان ایرانی گروه موسیقی کره‌ای اکسو). رسانه، ۳۳ (۲).
- بیچرانلو، عبدالله؛ اقبالی، ریحانه (۱۳۹۹). بررسی دلایل اقبال نوجوانان و جوانان ایرانی به موسیقی پاپ کره‌ای. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- ذکایی، محمدحسین؛ عزیزی همدانی، متین (۱۳۹۴). موج کره‌ای در ایران: انگیزه‌ها و آثار اقبال به فرهنگ عامه پسند کره‌ای در ایران. مطالعات رسانه‌های نوین، ۱ (۳).
- رحیمی پور، مریم (۱۴۰۱/۱۱/۳۰). تحلیل خرده فرهنگ‌های هواخواهی موسیقی کره‌ای، مطالعه موردی طرفداران گروه موسیقی بی‌تی‌اس. دانشگاه تهران.
- عبداللهیان، مه‌سیما (۱۴۰۱). دولت کره جنوبی و موج کره‌ای. اندیشکده حکم‌روایی فرهنگ و صنایع خلاق. قابل دسترس در: <https://spri.sharif.ir/sources/the-south-korean-government-and-the-korean-wave>
- قنبری، محمد (۱۴۰۱). آسیب‌شناسی فرهنگی: بررسی موردی تأثیرات فرهنگی گروه موسیقی کره ای بی‌تی‌اس. نواندیشان دنیای کتاب.
- نصیری، متین (۱۳۹۹). کی‌پاپ، فرهنگ نوظهور. دانستی‌ها، شماره ۲۵۰.
- Elaskary, M. (2018). The Korean Wave in the Middle East: Past and Present. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(4).
- Gu, G-Y. (2014). The Media and Mass Culture of Iran in the Global Era: Encounters with the Korean Wave in Iran. *Korean Islamic Studies Association*, 24(3), p. 1-25.
- Kim, S.W. (2014). 창조경제의 주역 중동 신한류 [Neo-Hallyu in the Middle East, the major part of the Korean Creative Economy]. *Islamic Soc. Korea*, no. 24, p. 41-67.
- Lambok, H. & Salindeho, M. (2021). Analyzing the Impact of BTS on Resolving the Problem of Youth Mental Health. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 5(2).
- MartinRoll (2021). *Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea's Cultural Economy & Pop Culture*. URL= <https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture>
- Phuong, D.N.H. (2016). *Korean Wave as Cultural Imperialism: A study of K-pop Reception in Vietnam*. MA Thesis Asian Studies. Leiden University.
- World Travel & Tourism Council (2013). *Travel & Tourism Economic Impact 2013: South Korea*. World Travel & Tourism Council.
- Yoon T.-J. & Jin D.-Y. (2017). *The Korean Wave Evolution, Fandom, and Transnationality*. Lexington Books.