

نوجوانانی ایرانی با سبک زندگی کره‌ای!

یک طرفدار سرسخت و یک کارشناس علوم ارتباطات درباره زنگ خطرهای علاقه این روزهای برخی نوجوانان و جوانان به فرهنگ کره جنوبی می‌گویند



سلبریتی‌های کره‌ای، الگوی بدی نیستند

دختر ۱۹ ساله‌ای که یکی از عاشقان کره است از دلایل علاقه‌مندی‌اش به این فرهنگ طرفداران آن و... می‌گوید

غزل ۱۹ ساله، دبلم انسانی دارد و پشت کنکوری است. در اولین نگاه با دیدن عکس، اسم و نمادهای پروفایلش می‌توان فهمید که یکی از عاشقان کره است. برخلاف دیگر دوستانش که حاضر به صحبت نشدند، باروی باز قبول کرد به پرسش‌های مادر این باره پاسخ دهد. در بین حرف‌هایش از اصطلاحات خاصی استفاده کرد که داخل پرانتز معنی آن را آورده و در پایان هم به‌طور خلاصه آن‌ها را توضیح داده‌ایم.

❖ چه شد که به فرهنگ کره علاقه‌مند شدی؟

از وقتی بچه بودم کره‌ای‌ها را دوست داشتم. آن زمان به نظرم ظاهر شان خیلی «کیوت» و جالب می‌آمد. فکر کنم اولین سریال کره‌ای که دیدم اسمش «امپراتور دریا» بود که از تلویزیون خودمان پخش شد. از آن جا بود که با کره‌ای‌ها آشنایی پیدا کردم. بعد از آن هروقت سریال کره‌ای پخش می‌شد برای سرگرمی مرتب دنبالش می‌کردم. در «کیپاپ» (موسیقی کره‌ای) هم طرفدار گروه «اکسو» هستم. وقتی «دیبو» (آغاز به کار) کردند ۱۰ سالم بود. در مدرسه از دوستانم درباره آن‌ها شنیدم. بعد در اینترنت جست‌وجو کردم. اولین چیزی که جذبم کرد صدای فوق العاده و استعدادی بود که داشتند. یک سبک کاملاً متفاوت و جدیدی را به وجود آورده بودند. موضوع دیگری که باعث شد جذب موسیقی این کشور بشوم متن آهنگ‌ها و حرکاتی بود که طراحی می‌کردند. هم‌زمان با این که حقایق را بیان می‌کنند، باعث می‌شوند روحیه مبارز و طلبی را درون شنونده فعال کنند. متن آهنگ‌هایشان باعث می‌شود برای آن چیزهایی که دوست داری تلاش کنی و بجنگی. تادربا بر سختی‌ها برای رسیدن به هدف‌هایت مقاوم‌شوی.

❖ از فرهنگ کره چه می‌دانی؟

کره‌ای‌ها به شدت تلاشگر، سخت‌کوش و مستقل هستند. این ویژگی‌های اخلاقی شان من را جذب کرده و باعث شده آن‌ها را الگوفرا دم. کره‌ای‌ها به‌موضوع‌هایی مانندسلامتی خیلی اهمیت می‌دهند و روتین زندگی سالم و مشخصی دارند. به همین خاطر خیلی پیشرفته‌هستند که در فیلم‌هایشان هم می‌بینیم. اگر از ایرانی‌هایی که در کره زندگی می‌کنند بپرسید، به شما خواهند گفت که فرهنگ ایران و کره خیلی به هم شبیه است. کره‌ای‌ها هم آدم‌هستند و سبک زندگی، فرهنگ، آرایش و پوشش خاص خودشان را دارند. ولی خیلی‌ها این مسائل را مثل مادر نظرنمی‌گیرند و قضاوت می‌کنند، مسخره می‌کنند، حرف‌های نژادپرستانه می‌زنند و... کاش قبول کنند یک سری چیزها سلیقه‌ای است و قرار نیست همه مثل هم باشند. همین تفاوت هاست که زندگی را قشنگ‌تر می‌کند.

❖ طرفداران کره‌ای‌ها بیشتر چه کسانی هستند؟

خیلی جاها دیده‌ام که می‌گویند طرفداران فرهنگ کره دهه‌سال هستند، تعصب دارند یا بعد از یک دوره افسردگی به کره‌ای‌ها روی آورده‌اند. اصلاً این جور نیست. خیلی از طرفدارها از دواج کرده‌اند و ۲۰ سال به بالا هستند. حتی مادر یا پدر هستند. بیشتر کسانی که طرفدار «کیپاپ» و «کیدراما» هستند آدم‌های مستقل و محکمی هستند و زندگی شخصی موفق‌ی دارند. یکی از دوستان خودم که «اکسوال» (طرفدار گروه اکسو) است پارسال رتبه‌سرقمی کنکور شد. الزاماً این جوو فرهنگ کره‌ای که ایرانی‌ها جذب می‌کند چیز بدی نیست. این نیست که دنبال کردن آن‌ها باعث بشود ما زندگی شخصی مان عقب‌مانیم.

❖ چه چیز موسیقی کره‌ای شما را جذب می‌کند؟

آدم‌وقتی به یک موسیقی گوش می‌دهد انتظار دارد حالش را خوب کند، نه این که او را به سمت انواع و اقسام افسردگی و مشکلات روانی بکشاند. متأسفانه وقتی به موسیقی بعضی کشورها یا حتی ایران روپ‌های فارسی نگاه می‌کنی می‌بینی بیشترشان پر از ناامیدی و افسردگی و بی‌محتوا هستند. همین باعث می‌شود که خیلی‌ها به سمت کره‌ای‌ها گرایش پیدا کنند چون موسیقی آن‌ها دقیقاً برعکس است. آن‌ها برای چیزی که می‌سازند وقت می‌گذارند. همه چیز را معمولاً خود گروه یا خواننده می‌سازند و مراحل خیلی سختی را پشت سر می‌گذارند تا معروف شوند. به طرفداران‌شان اهمیت می‌دهند، دقیقاً مثل یک خانواده. نزدیک به ۱۰ سال است که «اکسوال» هستم. چیزی که باعث شد این مدت طولانی را کنار اکسو بمانم همین استعداد، تجربه و هاو عشقی است که بین ما و اکسوال هاست. مطمئناً تا آخر عمر هم کنار اکسو خواهیم ماند.

❖ چه شناختی از سلبریتی‌های کره‌داری؟

سلبریتی‌های کره بیشتر به عنوان یک چهره مشهور، خیلی با اخلاق، حرفه‌ای و الگوی خوبی هستند. آن‌ها می‌دانند به عنوان فردی که تمام دنیا نگاه‌شان می‌کند، مواظب رفتارشان باشند. برعکس بیشتر سلبریتی‌های آمریکایی یا اروپایی که مثلاً چندین بار به‌خاطر مصرف مواد مخدر یا رانندگی هنگام مستی و مشکلات دیگر جنجال به پا کرده‌اند و الگوی خوبی نیستند. خود کره‌ای‌ها اصلاً اجازه نمی‌دهند یک الگوی بد، مشهور شود.

اصطلاحات هواداران کره‌ای

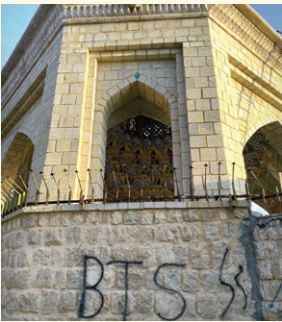
کیدراما به فیلم‌ها و سریال‌های کره‌ای گفته می‌شود و به طرفدارانش هم کیدرامر می‌گویند. کیپاپ به موسیقی کره گفته می‌شود و به طرفدارانش هم کیپاپر می‌گویند. دیبوواقتی یک گروه موسیقی در کره برای اولین بار شروع به کار می‌کند به اصطلاح می‌گویند آن گروه دیبو کرده‌است. اکسوال به طرفداران گروه «اکسو» می‌گویند. آر می به طرفداران گروه «بی تی اس» می‌گویند. استی به طرفداران گروه «استری کیدز» می‌گویند. فندوم به مجموعه کسانی گفته می‌شود که طرفدار یک گروه هستند و از آن گروه حمایت می‌کنند. مثلاً فندوم اکسوال، فندوم آر می... و فندوم وظایف مختلفی برای حمایت از گروه‌ها به اعضا داده می‌شود. مثلاً یک عده استریم می‌زنند، چند نفر هشتگ می‌زنند، گروهی مقاله می‌نویسند و... استریم زدن همان بازدید کردن است. مثلاً در نرم‌افزار اسپاتیفای یا یوتیوب، پلی لیست‌هایی از آلبوم و آهنگ‌ها می‌سازند و می‌گذارند ساعت‌هایی پخش بشوند. به این صورت از هنرمند مورد علاقه‌شان حمایت می‌کنند. مثلاً چند روز پیش به مناسبت برگشتن «سو‌هو» لیدر گروه اکسو از سر بازی و آمدنش به لایو، هشتگ داشتند و ترندش کردند. نماد هاگلرز، هلو و... نماد آلبوم‌های گروه‌هاست. ایموجی‌هایی مثل خرگوش، خرس و... هم نماد اعضای گروه‌هاست.

علیرضا کاردار

آروز نامه نگار

چند سالی است که در جامعه و بیشتر در فضای مجازی، با گروهی از جوانان و نوجوانان روبه‌رو می‌شویم که در حد افراطی هوادار فرهنگ کره جنوبی هستند. هواداری که بیشتر درباره موسیقی و فیلم و سریال‌های کره‌ای می‌چرخد. نوجوانانی که موزیک کره‌ای گوش می‌دهند، سریال‌های کره‌ای را دنبال می‌کنند و آن قدر مجذوب کره هستند که زبان این کشور را یاد می‌گیرند، غافل از این که محتوای مورد علاقه‌شان برای مخاطبی با فرهنگ متفاوت و در راستای باور ها و زیست اجتماعی دیگری طراحی شده است. این موضوع والدین را نگران کرده و به فکر واداشته. به همین دلیل تصمیم گرفتیم تا ابعاد موضوع را بیشتر بررسی کنیم و ببینیم در برابر آن چه باید بکنیم؟ ابتدا با یک جوان عاشق فرهنگ کره جنوبی گپ‌زدیم که از این فرهنگ، دلایل علاقه‌اش به آن و اصطلاحاتش گفت. بعد نظر یک استاد دانشگاه را جویا شدیم که چه شد کار به این جا کشید و اکنون چه باید بکنیم؟ با ما باشید.

برخلاف نظر هواداران محصولات کره‌ای آسیب‌زاست



مقبره تاریخی بابا کوهی شیراز

این‌ها آیدول «های» کیپاپ» هستند. یا به زبان خودمانی، هنرمندان سینما و موسیقی کره جنوبی. نکته تامل برانگیز این که طرفداران این محصولات و محتواها، به‌شدت از علایق خود دفاع می‌کنند و در برابر منتقدان جبهه می‌گیرند. خلاصه حرف‌ان‌ها هم این است که «کیپاپ بسیار استریلیزه است و نه تنها ضرری برای ما ندارد که از آن نکات مهم زندگی یاد می‌گیریم». در حالی که با بررسی اشعار و دیدن فیلم‌ها و سریال‌های کره‌ای، متوجه می‌شویم آن‌چنان هم بی‌خطر نیستند. گذشته از سبک پوشش، نوع رفتار و طرز زندگی این ستاره‌ها که حتی در نمونه‌های غربی‌شان هم چنین افراطی وجود ندارد. اگر ترجمه ترانه‌هایشان را بخوانیم متوجه می‌شویم که در خیلی از آن‌ها صحبت از غم و افسردگی و شکایت از وضع موجود است. به عنوان نمونه بخشی از

❖ فرهنگ‌سازی با فرمول‌های حرفه‌ای

از دید این کارشناس فرهنگی، راز محبوبیت فرهنگ‌سازی کره‌ای‌ها، در معرض این موج بودن است و اضافه می‌کند: «بیشتر کسانی که این روزها از طرفداران اروپا قرض کیپاپ و کیدراما هستند، از ۷-۶ سالگی در معرض سریال‌های کره‌ای بوده‌اند و اذتقه‌شان شکل گرفته است. این صنعت برای هوادارانش به قدری حرفه‌ای رفتار می‌کند که مثلاً در صفحه‌هایشان به زبان فارسی به هواداران پیام می‌دهند یا ماه رمضان را به مسلمانان تبریک می‌گویند، چون می‌دانند که برای چه حوز‌ه‌ای از طرفداران‌شان صحبت می‌کنند و در همان زمینه‌مسائلی را مطرح می‌کنند. این موضوع برای هوادار خاص و جالب است که می‌گویند آن گروه داردمن را می‌بیند و علاقه‌مندی من را پاسخ می‌دهد. این گروه‌ها محصولات جانبی جالبی هم برای هر سنی تولید می‌کنند. از قاب گوشی و تیشرت گرفته تا جواهرات با هر قیمتی. برنامه‌های گفت‌وگومحور با زیرنویس انگلیسی هم تولید می‌کنند برای طرفداران که مثلاً یک روز با و بیرون بروند و زندگی‌اش را از نزدیک ببینند که به عنوان مثال چطور آشپزی می‌کند. این موضوع برای هوادار نوجوان بسیار جذاب است که وقتی طرفدار گروه یا شخصی می‌شود دوست دارد آن را برای خودش شخصی‌سازی کند. چیزهایی بداند که بقیه نمی‌دانند یا بفهمد که علاقه‌مشتکش با سلبریتی‌اش یکسان است. کره‌ای‌ها این اطلاعات را خیلی دقیق و فرمولی شده می‌دهند. یا حتی مثلاً دعوای نمایشی بین اعضای گروه‌ها را می‌اندازند تا جذابیت بیشتری ایجاد کنند. با همین فرمول‌ها، طرفداران را تر از یک هوادار می‌شوند و با گروه‌های مورد علاقه‌شان زندگی می‌کنند».

❖ طرفداری افراطی یک ویژگی دوران نوجوانی

دکتر ادهم این موج را ترسناک نمی‌داند و می‌گوید: «نوجوان ویژگی‌هایی دارد که به‌شدت دوست دارد به‌صورت افراطی یک چیزی را دنبال کند. از موسیقی تا لایک گرفته تا سریال‌ها و بازی‌های رایانه‌ای یا حتی فوتبال. برای همین جزو ویژگی نوجوانان است تا در بین گروه سنی خودش ابراز وجود و هویت کسب کند. به همین دلیل فرهنگ هواداری کمکش می‌کند سرمایه اجتماعی داشته باشد تا بگوید در این زمینه اطلاعات خفن‌تری دارم یا تعداد سریال بیشتری دیده‌ام، یا زبان کره‌ای بلدم. با این امتیازها بین همسالانش اعتبار کسب می‌کند. اصلاً تا حدی لازمه نوجوانی همین است. در همه دنیا هم این اتفاق می‌افتد. من این را آسیب و نفوذ نمی‌دانم،

ZENDEGI - SALAM

ضمیمه روزنامه خراسان

سه شنبه • ۱۷ اسفند ۱۴۰۰
۵ شعبان ۱۴۴۲ • ۸ مارس ۲۰۲۲
شماره ۲۰۸۹۵

۲۱۱۵



عاقبت خالی‌بودن سبد فرهنگی نوجوان‌ما

مرضیه ادهم، دکترای علوم ارتباطات اجتماعی و کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه درباره دلایل و عواقب طرفداری از گروه‌های هنری کشورهای آسیایی می‌گوید



«علاقه به کیپاپ و کیدراما، یعنی محصولات فرهنگی کره و حتی کیپاپ و سیپاپ، یعنی محصولات فرهنگی و رسانه‌ای ژاپن و چین، حدود ۱۰ سالی است که به‌صورت موج جهانی درآمده و فقط مختص ایران نیست.» خانم ادهم که تحقیقات مبسوطی در این باره داشته در ادامه ریشه علاقه‌بخری جوانان ایرانی به فرهنگ کره را این‌طور بیان می‌کند: «در چند سال گذشته این سه کشور یعنی کره جنوبی، ژاپن و چین در حال تولید محتوا و برندسازی بوده‌اند و این روزها به زبان جهانی محصولات‌شان را ارائه می‌کنند. مثلاً سریال‌هایشان اوایل کیفیت جهانی نداشتند و ضعیف بودند. ولی کم‌کم در سطح بین‌المللی سریال ساختند و جوری فرهنگ و اسطوره‌هایشان را مطرح کردند که برای همه جهان جذاب باشد. این روزها در حد‌ها نبود کار می‌کنند و توسط پخش‌کننده‌های جهانی مانند نتفلیکس هم پشتیبانی می‌شوند. معروف‌ترین گروه موسیقی کره یعنی بی‌تی‌اس، سفیر صلح در سازمان ملل شده‌است، سخنرانی می‌کند، به برنامه‌های گفت‌وگومحور بین‌المللی دعوت می‌شود و کنسرت‌های میلیونی در کشورهای جهان برگزار می‌کند. یا در قالب کیدراما، سریال «بازی مرکب» در سال ۲۰۲۱ ر کورد جهانی بیننده‌را زد. این یک جریان صنعتی فکر شده‌است. در ایران هم شروع جیدر اما و هم کیدراما، یعنی فیلم و سریال‌های ژاپنی و کره‌ای، از تلویزیون خودمان بود. موجی از فیلم‌ها، سریال‌ها و انیمه‌های ژاپنی در دهه ۶۰ و ۷۰ پخش‌شد و خواندن «مانگا» (کتاب‌های تصویری و کمیک استریپ) مد شد. از اواسط دهه ۸۰ تا اواخر دهه ۹۰ هم موجی از فیلم و سریال‌های کره‌ای داشتیم. وقتی کسی از کودکی سریال کره‌ای دیده‌باشد، دیگر وابسته به تلویزیون نیست و خودش از رسانه‌های دیگر و اینترنت به‌محصول مد نظرش خواهد رسید. در این صورت مسیر مصرفش را رسانه رسمی جدای می‌شود.»

چون همین در دسترسش بوده و استفاده کرده است. اتفاقاً سریال‌ها و آهنگ‌های کره‌ای بیشتر مسائل اخلاقی را رعایت می‌کنند و تقریباً مثبت هستند. این محصولی است که به علت فراوانی در دسترس نوجوان ما بوده است. از سمت دیگر باید به خودمان این نقد را داشته باشیم که چرا سبد فرهنگی نوجوان ما این قدر خالی است و چیزی برای ارائه به‌اون داریم. وقتی هم می‌خواهیم آگاهش کنیم فقط می‌گوییم نکن، نبین، به این سمت نرو، این‌ها خوب نیست، ولی در برابرش جایگزینی نداریم تا به‌او ارائه‌دهیم. با این روش نمی‌توانیم کار خاصی بکنیم. هر چقدر هم بگوییم «خیلی بد است» و چیزی به جایش در پیش نوجوان نگذاریم، اتفاق خاصی نمی‌افتد. نهایتاً فقط نمی‌آید دیگر راجع به چیزی که می‌بیند یا محارف‌بزند. می‌شود ریززمینی و حتی ممکن است لجم‌بکند و اگر قرار بوده دو سال دنبال این مد باشد، پنج سال دنبالش می‌کند.»

❖ با گذر زمان در ست می‌شود

در نهایت این کارشناس علوم ارتباطات توصیه می‌کند به نوجوانان اصول نقد را آموزش‌دهیم. او می‌گوید: «زمانی‌روی فرهنگ و رسانه‌های ژاپن کار می‌کردم. به عنوان مدرس سواد رسانه با دانشجویها و دانش‌آموزان حرف می‌زدم که مثلاً بیا باید درباره این‌ها صحبت کنیم. اصول نقد را بهشان یاد می‌دهیم، مثلاً می‌گوییم سریال سطح پایین نبین، سعی کن فرق بین موسیقی و ترانه خوب و بی‌خود را تشخیص بدهی. منع‌شان نمی‌کنم و سعی می‌کنم این‌طوری سواد رسانه و تفکر انتقادی بهشان آموزش‌دهیم. بعد هم این موضوع یک دوره سنی دارد که کم‌کم فروکش می‌کند. بیشتر طرفداران در موسیقی، دختران هستند و در سریال‌ها، پسران. بعد از مدتی می‌بینیم که علاقه‌شان کمتر می‌شود، یا مدل‌های کشورهای دیگری را دنبال می‌کنند. این پروسه گذر از این هواداری را دیده‌ام. بیشتر آن دوستی‌هایی که بر اساس این علاقه مشترک برایشان شکل می‌گیرد و حلقه‌رافاقت و اعتبار در جمع برایشان مهم است. شاید از هر ۱۰ نفر طرفدار این گروه‌ها، یک نفر شان خیلی شدید علاقه داشته باشد که برود زبان کره‌ای یاد بگیرد یا مدرسه کره‌ای برود یا حتی مهاجرت کند. بقیه در حد همان تأیید گروه‌همنس‌های خود می‌مانند. با این حال آسیبی که می‌توان دید این است که من به عنوان مسئول یک سری ادعا‌هایی در بحث رسانه و فرهنگ دارم و چشم‌اندازهایی تعریف کرده‌ام که فلا ن مفهوم و فرهنگ را در بین نوجوانان جا بیندازم، ولی متأسفانه نفوذی روی بخشی از آن‌ها نداریم. اگر هم به علایق‌شان احترام نگذاریم، بدتر می‌شود.»