



۲۲

باید با نسل جدید وارد گفت‌وگو شد

یک پژوهشگر رسانه و فرهنگ در گفت‌وگو با همشهری عنوان کرد

چهارشنبه ۳۰ آذر ۱۴۰۱ | ۲۶ جمادی‌الاول ۱۴۴۴ | سال سی‌ویکم | شماره ۸۶۷۰

همیشه یک فرهنگ



طرح: هوشپوری/امیدی ملایری

امواج کره‌ای در خانه ایرانی

کارشناسان از تاثیرات گروه موسیقی BTS بر نوجوانان ایرانی می‌گویند

پاپ کره‌ای یا کی-پاپ (K-pop) که این روزها به یکی از محبوب‌ترین موسیقی‌های نسل نوجوان و دانش‌آموزی ایران بدل شده؛ محصول کشور کره جنوبی است که مدت‌هاست به شکل خرده‌فرهنگ نه تنها در ایران که میان نوجوانان و جوانان سراسر جهان رواج دارد. از BTS به‌عنوان محبوب‌ترین گروه کره‌ای پسرانه تا EXO، TXT، NCT، ITZY، Red Velvet، Stray Kids، TWICE که طرفداران زیادی در میان دختران دارد و البته گروه دخترانه BLACKPINK که به تعبیر کارشناسان با هدف جذب پسران به کی-پاپ ظهور کرده‌اند. نه تنها موسیقی که حالا فرهنگ، سبک پوششش، مدل مو و حتی زبان کره‌ای هم یکی از آپشن‌های لازم نسل جدید و دانش‌آموزان ایرانی شده و به‌نظر می‌رسد که ذائقه مهاجرتی آنها از اروپا و آمریکا راهم به آسیای شرقی و کره جنوبی تغییر داده. این روزها احتمالاً اگر از یک کودک ۱۰ساله ایرانی درباره BTSسؤال شود، رزومه کاملی از این گروه محبوبش ارائه می‌کند. در این‌باره سیدعلی موسوی، پژوهشگر و مترجم در حوزه سواد رسانه هم از انجام یک پژوهش در توییتر فارسی خبر داده و گفته «براساس پژوهش‌هایی که در حوزه جمع‌آوری دیتا در شبکه‌های اجتماعی انجام شده، ۷۷درصد هشتگ‌های پرترکر حوزه فرهنگی توییتر فارسی در سال ۱۴۰۰موسیقی کی-پاپ‌کره‌ای تشکیل داده است.» البته جذابیت‌های کی-پاپ به پرنامه‌های صداوسیما هم رسوخ کرده و چندی پیش در برنامه عصر جدید، یک گروه موسیقی به تقلید از BTSهای کره‌ای روی صحنه آمد و اتفاقاً مورد استقبال داوران و تماشاگران هم قرار گرفت. حالا افزایش مصرف کی-پاپ در نسل جدید باعث شده که برخی تغییر ذائقه نسل جدید را ناشی از گرایش به همین موسیقی عنوان و تأکید کنند؛ «نوجوانان به‌دلیل مصرف بیش‌از اندازه از محتوای تولیدشده گروه‌های موسیقی کره جنوبی، خشن‌تر از قبل هم شده‌اند.» اما متولیان آموزش به‌عنوان اصلی‌ترین نهاد مرتبط با گروه‌های سنی کودک و نوجوان و گسترش روزافزون موسیقی کره‌ای در میان آنها، تاکنون پژوهش و مطالعاتی در این‌باره انجام نداده و اگر هم بوده باشد به‌صورت عمومی منتشر نکرده‌اند. اما کارشناسان معتقدند که با توجه به جهان‌شمولی این موسیقی، می‌توان مطالعات جهانی را به نوعی به جامعه ایرانی هم تعمیم داد و بر این اساس نتیجه گرفت که بیشترین گروه تأثیرپذیر از کی-پاپ تا۱۵ساله‌هایی هستند که بخش قابل‌توجهی از آنها را دختران تشکیل می‌دهند.

گزارش

کی-پاپ را شناسایی، فضایی هستی!

چالش جدی حوزه آموزشی کشور، فقدان پژوهش و مطالعاتی است که بتواند تغییر سبک در نسل‌های مختلف را مورد بررسی قرار دهد. درباره کی-پاپ و افزایش علاقه دانش‌آموزان به این موسیقی هم همین اتفاق تکراری رخ داده! این نکته را عباس فرجی، مشاور و روانشناس در آموزش و پرورش هم تأیید می‌کند و به همشهری می‌گوید: «فوقی که درباره موسیقی کره جنوبی صحبت می‌شود، باید مشخصاً به کی-پاپ» اشاره کرد، یعنی تمام دنیا، موسیقی کره‌ای با این نام را می‌شناسند که قیمتی حدوداً ۴۰ساله دارد اما از سال ۲۰۰۰ به بعد بسیار محبوب شد. تا پیش از این، صنعت موسیقی کره جنوبی در رتبه‌بگ‌های جهانی جایگاه چندانی نداشتند، اما از آن سال به بعد، کی-پاپ جزو محبوب‌ترین موسیقی‌های جهان شد. به گفته فرجی EXO، BIGBANG، BTS و… نه تنها در بازار موسیقی جهان که اکنون

نام‌های بسیار شناخته‌شده در میان گروه‌های سنی جوان و نوجوان ایرانی است. او در پاسخ به این سؤال که آیا آمار ی از جمعیت دنبال‌کننده موسیقی در میان دختران و پسران ایرانی وجود دارد، بیان می‌کند: «تا جایی که من می‌دانم تاکنون دربرابر اینکه در میان دانش‌آموزان ایرانی، دختران بیشتر مصرف‌کننده موسیقی کره‌ای هستند یا پسران، مطالعه‌ای صورت نگرفته. اما کشورها غربی در این‌باره مطالعات زیادی انجام داده‌اند و تا حدودی تکلیف این آمار و ارقام مشخص است. پژوهشی در کشور آمریکا انجام شد و افرادی از فرهنگ‌های مختلف در این مطالعه حضور داشتند، ۴۰تفر از آمریکا، ۴۰تفر از اروپا، ۸تفر از کانادا و سایر افراد هم از کشور‌های دیگر بودند.» فرجی با بیان اینکه نکت از روش‌شندی از این پژوهش به‌دست آمد، ادامه می‌هد: «نتایج نشان داد که ۷۰درصد از کسانی که کی-پاپ را دنبال می‌کردند

سن ۱۵ تا ۲۰سال داشتند، یعنی همان سن دانش‌آموزان دبیرستانی در کشور ما، شامل متوسطه اول و دوم. نکته بسیار پررنگ هم این بود که ۹۴درصد شرکت‌کنندگان در مطالعه دختر بودند و اکثریت هم دنبال‌کننده کی-پاپ. جالب اینجاست که خود من هم به‌عنوان مشاور و روانشناس در آموزش و پرورش توسط یکی از دانش‌آموزان دختر با کی-پاپ آشنا شدم. این دانش‌آموز حدوداً ۱۴، ۱۵ساله دانش‌آموزی زمانی که درباره علاقه‌مندی او درباره موسیقی صحبت می‌کردیم، درباره کی-پاپ گفت. وقتی فهمید که BTS و EXO را نمی‌شناسم، طوری با من برخورد کرد که انگار از سیاره‌ای دیگر آمده‌ام و تا این اندازه ناآگاهی من برای او عجیب بود.» این کارشناس فرهنگی معتقد است آمار به‌دست آمده از این مطالعه آمریکایی نکت از روش‌شندی است و مخاطبین ایرانی گروه‌های کی-پاپ هم همان گروه‌های سنی ۱۵ تا ۲۰سال هستند و بخش قابل‌توجهی از

آنها را هم دختران تشکیل می‌دهند؛ «نکته دیگری که می‌توان در این‌باره بیان کرد این است که کی-پاپ در ابتدا خودش را با گروه‌های مردانه عرضه کرد و مورد استقبال دختران قرار گرفت، اما پس از آن گروه‌های دخترانه کی-پاپ هم افزایش پیدا کردند و این احتمال وجود دارد، آنها بخواهند گروه هدف را از دختران به سمت پسران هم تغییر دهند. به همین دلیل می‌توان اینطور ادعا کرد فعلا طرفداران دختران موسیقی کی-پاپ بیشتر از پسران هستند، اما در عین حال پسران هم به‌تدریج در حال پیوستن به‌دنبال‌کنندگان این گروه‌های موسیقی هستند.»

صداوسیما مسیر کی-پاپ را هموار کرد

آموزش و پرورش با وجود اینکه بخش قابل‌توجهی از جامعه هدفش در گیر این سبک از موسیقی شده است اما آگاهی مناسبی در این‌باره ندارد. فرجی در این‌باره و در پاسخ به این سؤال که آیا متولیان آموزش در کشور طی این مدت توانسته‌اند فهم درستی از نوع موسیقی مورد علاقه دانش‌آموزان به‌دست بیآورند، بیان می‌کند: «بعید است که همین الان اگر از معاون پرورشی آموزش و پرورش سؤال شود که چند گروه موسیقی کره‌ای را نام ببرد، حتی بتواند نام آنها را بیان کند یا اصلاً آشنایی داشته باشد. این ضعف بزرگ متولیان آموزش و پرورش است. این در حالی است که کی-پاپ فرهنگ موسیقایی دانش‌آموزان به‌ویژه گروه دختران را تا این اندازه تحت‌تأثیر قرار داده.» این مشاور درباره اینکه آیا می‌توان زمانی برای تغییر ذائقه موسیقایی نوجوانان ایرانی به کی-پاپ تعیین کرد، بیان می‌کند: «این موضوع ابتدا از صداوسیما آغاز شد، زمانی که سریال‌های کره‌ای پخش می‌شدند و بخش قابل‌توجهی از جمعیت کشور هم بیننده این سریال‌ها بودند. همین

حذف مکانیسم دفاعی در مقابل کی-پاپ

«منی‌توان انکار کرد گوشه‌های گروه سنی نسل جدید به‌ویژه دانش‌آموزان، بر شده‌از ترانه و ویدئوهای کی-پاپ؛ امری که البته تنها مختص ایران نیست و جهان شمول شده است.» این نکته را آسیه خالقی، عضو انجمن روانشناسی ایران به همشهری می‌گوید و درباره دلایل افزایش رغبت نسل نوجوان به موسیقی کره‌ای توضیح بیشتری می‌دهد: «نسل نوجوانان صحبت می‌کنیم در حقیقت با نسلی مواجه هستیم که بسیاری از آنها در وضعیت توگرای و به نوعی بی‌رونی‌کردن از چارچوب‌ها قرار دارند. آنها گرایش‌های فکری جدید دارند و به نوعی از وضعیت کنونی راضی نیستند.» خالقی تأثیرپذیری هم‌سالان دهه‌های ۸۰و ۹۰از یکدیگر را مورد تأکید قرار می‌دهد و می‌گوید: «این تأثیرپذیری در دختران بیشتر است، به همین دلیل می‌توان این انتظار را داشت که بیشترین دنبال‌کنندگان موسیقی کی-پاپ همین دختران باشند. این در حالی است که همه این کودکان به زبان انگلیسی و حتی کره‌ای مسلط نیستند که معنای ترانه‌ها را بدانند، اما محتوا برای آنها مهم نیست و به‌دنبال جذابیت‌های بصری و امیدی هستند که در این موسیقی دیده می‌شود.» او معتقد است که نسل جدید به سمت فردگرایی رفته و توصیه پندیر نیست: «این در حالی است که اکنون نه تنها افزایش محبوبیت کی-پاپ در کشور مواجعه هستیم

حالا هم در میان نسل‌های مختلف جومونگ و یانگوم چهره شناخته‌شده‌ای هستند. این مسئله باعث شده که فرهنگ کره برای جامعه ایرانی شناخته‌تر شود، به همین دلیل مسیر هموارتری برای ورود کی-پاپ و حتی آداب کره جنوبی به کشور فراهم شده و به راحتی توانست جای خود را باز کند. به‌گونه‌ای که اکنون یکی از پرطرفدارترین موسیقی نسل جوان ما همین گروه‌های کی-پاپ است.»

کی-پاپ نسل جوان را خشن‌تر کرده؟

ناآرامی‌هایی که طی ۳ماه‌آخر در کشور به‌وجود آمده، باعث شد که برخی نسل جدید را خشن‌تر از نسل‌های گذشته بدانند و اینطور عنوان کنند که یکی از دلایل بروز خشمون‌تر در این نسل، همین کی-پاپ است و اینکه فرهنگ نسل جوان در کشور به همین دلیل تغییر کرده، اما فرجی این موضوع را تأیید نمی‌کند: «این درست که فرهنگ آسیای شرقی یک فرهنگ با غالب ترس است اما اینکه موسیقی چین چیزی را انتقال دهد یا حداقل در کی-پاپ این مسئله وجود داشته باشد، صحیح نیست. در ترانه‌ها و تصاویری که آنها منتشر می‌کنند نماد و نشانه‌های خشمون وجود ندارد و بیشتر منعکس‌کننده انرژی و هیجان هستند. البته موسیقی حاوی خشمون زیاد داریم و متالیکا، موسیقی‌های اعتراضی که تعدادی از آنها ایرانی هم هستند و برخی سبک‌های موسیقی غربی که نماه‌های بیشتری از خشمون را دارند، اما کی-پاپ این محتوا را منتقل مشاور درباره اینکه آیا می‌توان زمانی برای تغییر ذائقه موسیقایی نوجوانان ایرانی به کی-پاپ تعیین کرد، بیان می‌کند: «این موضوع ابتدا از صداوسیما آغاز شد، زمانی که سریال‌های کره‌ای پخش می‌شدند و بخش قابل‌توجهی از جمعیت کشور هم بیننده این سریال‌ها بودند. همین

کرده چه موسیقی گوش‌کنند چه موسیقی را مجاز به استفاده نباشد.

نمی‌توان این را از نسل جدید گرفت، چون نمی‌پذرد و می‌تواند منجر به رفتار تقابلی شود.»

او انجام‌نشدن پژوهش‌های مرتبط با این حوزه به‌ویژه از سوی آموزش و پرورش را هم مورد نقد قرار می‌دهد و تأکید می‌کند: «همین‌حالا هم نمی‌توانیم پاسخ قطعی به این موضوع بدهیم که آیا رغبت تمامی دانش‌آموزان به کی-پاپ افزایش پیدا کرده یا ما در حال شاخ و برگ‌دادن به این گرایش‌ها هستیم. اگر هم پاسخ مثبت است، باید مستنداً اعلام شود که چه میزان از جمعیت دانش‌آموزی نسبت به کی-پاپ گرایش دارند. در آموزش و پرورش توجه چندانی به بخش روان‌کودک نمی‌شود و به‌اصطلاحی امر و نهی زیاد است. معلمان هنوز هم فکر می‌کنند از کودکان امروزی بیشتر می‌دانند و همه چیز را یکطرفه بیان می‌کنند، تعامل دوسویه وجود ندارد. این در حالی است که سرعت پردازش در کودکان امروز به قدری بالاست که معلمان به آن نمی‌رسند. به همین دلیل ضرورت انجام چنین پژوهش‌هایی وجود دارد که نتایج آن می‌تواند پیش از یک درس و مقاله در امور آموزشی کشور مؤثر باشد؛ نتیجه‌ای که باعث می‌شود مدرن‌نبودن جهان‌پذیرفته‌شود و تمامی متولیان آموزش و حتی والدین پایه‌های نوجوان حرکت کنند.»

در حاشیه گزارش



عباس فرجی مشاور و روانشناس در آموزش و پرورش در حاشیه این گفت‌وگو به نکات زیر هم اشاره کرد:

چیزی که کی-پاپ

را بسیار پررنگ

می‌کند، جلوه‌های

بصری آنهاست که در

ویدئوهایشان وجود

دارد. علاوه بر اینکه

ترانه‌های این گروه‌ها

عمدتاً امیدبخش

هستند حرکات بسیار

تند و حرکات پرانرژی

در ویدئوهای آنها

هم این موضوع را

تقویت کرده. تیپ و

شخصیت خوانندگان

این گروه‌ها هم

جلب توجه می‌کند

پوشش‌های شیک،

مد روز، اغراق‌شده و

مدل‌های کارتنی.

آموزش و پرورش باید

درباره افزایش مصرف

موسیقی کره‌ای در

میان دانش‌آموزان

مطالعه و بررسی را

آغاز کند. آنها باید

بدانند کودکان چه

میزان موسیقی کی-

پاپ گوش می‌کنند؟

یا شناخت این گروه

سنی از گروه‌های

موسیقی کره‌ای چقدر

است؟ یا دنبال‌کننده

ویدئوهای کی-پاپ

هستند؟

درباره افزایش

خشمون‌تر در نسل

نوجوان و جوان

ایرانی ۱۵سال پیش

گزارشی منتشر شد

و همان زمان یکی

از معاونت‌های

شهرداری این

گزارش را به شورای

شهر ارائه کرد.

این گزارش حاوی

مطالعه‌ای بود که

روی دانش‌آموزان

دبیرستانی تهران

انجام شده بود

و نتایج آن نشان

می‌داد ۱۹.۷درصد

دختران خشمون‌

تر ۱۹.۶درصد پسران

هم تمایل به رفتار

و افکار پرخطر.

قابل انکار نیست

که خشمون‌تر به‌زار

و یک دلیل در این

گروه‌های سنی در

کل افزایش است

اما بحث موسیقی

در آن جزو بسیار

کوچکی است.

هیچ ایرادی در

اینکه دانش‌آموزان

ما فرهنگ‌های

دیگر را دنبال

کنند، وجود ندارد

اما اینکه تا این

اندازه توجه ویژه‌ای

به فرهنگ یک

کشور خاص، مثل

کره جنوبی وجود

داشته باشد، قابل

تامل است.



حسین زینلیان بروجنی کارشناس مطالعات منطقه‌ای

کی-پاپ لوکوموتیو قدرت نرم کره جنوبی

کی-پاپ یا پاپ کره‌ای، قطعه‌ای مهم از پازل قدرت نرم کشور کره جنوبی در سال‌های اخیر است؛ سبکی فراگیر در حوزه موسیقی که مخاطب اصلی آن در جهان قشر نوجوان یا به قول معروف تینجی‌رها محسوب می‌شوند و با وجود بیش از ۱۰۰گروه مختلف توانسته دامنه نفوذ فرهنگی کره را در کنار سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی در کشورهای مختلف گسترش دهد.

در سال‌های اخیر این مسئله البته منحصراً در موسیقی کره جنوبی نمانده و سی-پاپ یا همان پاپ چینی و جی-پاپ یا پاپ ژاپنی نیز به حوزه رقابتی موسیقی پاپ در شرق آسیا پیوسته‌اند و توانسته‌اند تا توجه به ظرفیت تشابه فرهنگی جامعه مدرن جدید شرق آسیا، سوار موج فراگیر فرهنگ مدرنیته کره‌ای در جهان شده و به تبلیغ فرهنگی خود نیز بپردازند و البته بیسش از آنکه ترویج فرهنگی با تم شرقی رواج داشته باشد شاهد اثرپذیری و اثرگذاری بر فرهنگ جهانی حوزه موسیقی که عمدتاً غیرشرقی است بروز و ظهور یافته است و اگر روزی تحلیلگران حوزه فرهنگ، ثمره جهانی‌شدن را آمریکایی‌شدن فرهنگ تصویر می‌کردند امروز نیز در حوزه موسیقی شرق آسیا گه‌های جدی آن به‌طور مؤثر دیده می‌شود البته در طرف دیگر عده‌ای از تحلیلگران شرقی با موفقیت‌های صنعت سینما، موسیقی و به‌طور کلی سرگرمی در سید تولیدات فرهنگی مردم جهان با نگاه انتقادی به حوزه فرهنگی قدرت نرم غرب سخن به میان می‌آورند اما آنچه مشهود است بیش از آنکه محصولات فرهنگی جدید رنگ و بوی فرهنگ اصل شرقی داشته باشند، منتج از فرهنگ جهانی و مدرن غربی است که بروز و ظهور یافته است.

از منطری دیگر بین فرهنگ بازتولید شده جدید در پیرامون زیست‌بوم فرهنگی موسیقی کی-پاپ، مواجهه فرهنگی این قالب با نسلی است که در زمینه هویتی دچار عوجاج فرهنگی در تمامی ساحات شده است؛ به‌نحوی که مخاطب نوجوان بیش از آنکه مختصات خود را در هویت ملی و ایالتی و استانی و قومی و محله‌ای تصویر کند در قالب هویتی جهانی شده و رهاشده از فرهنگ بومی و سنتی خود فرض می‌کند و در ایسن بی‌هویتی پدید آمده، دنبال خرده‌فرهنگ‌ها و خرده‌گروه‌های فرهنگی دنیای مدرن گشته و آنچه پیشینه لذت و رضایت را برای او فراهم می‌آورد را دنبال می‌کند و فقط کافی است به یکی از قالب‌ها یا سبک‌های با محصولات فرهنگ پیرامونی خود مانند حوزه موسیقی چنگ زده و مختصات خود را در عالم فرهنگی جهانی مشخص کند تا درد هویتی پدیدآمده‌اش کمتر شود و این مسئله در باب موسیقی کره‌ای به‌شدت همیوس و قابل‌رصد است و در این‌بازتعریف هویتی گروه‌های موسیقی جدید اغلب به طرفداران و حامیان خود عنوان می‌دهد که می‌کنند. به‌طور مثال بی‌تی‌اس‌ها به طرفداران خود آرمی می‌گویند یا به طرفداران گروه اکژو، اگزوال می‌گویند و طرفداران این گروه‌ها با رصد مستمر و پیگیری زیاد نتایج تولیدات خبری رسانه‌ای سعی بر به‌روزنگه‌داشتن خود از آخرین اتفاقات و رخداد‌های پیرامونی گروه می‌کنند. تا آنکه شکرگونی نیز در فضای مجازی و بعضاً فضای حقیقی نیز می‌نمایند؛ به‌نحوی که با هواداری فعال تمام تلاش‌شان را می‌کنند تا جدول‌های رکورد فروش و بخش اینترنتی را قبضه کنند و در نداشتن جدول‌ها و برجسته‌سازی رسانه‌ای ابیوم‌ها و ترک‌های موسیقی فعالیت‌گام بردارند.

و نمی‌توان هر جا سخن از کی-پاپ در میان باشد صحبتی از مهم‌ترین گروه‌های این سبک مانند بی‌تی‌اس، اکژو، بلک‌پینک و… به میان نیاورد؛ گروه‌های موسیقی که در کره جنوبی در اشرف کامل تهیه‌کنندگان قرار داشته و به حمایت‌شان توانسته‌اند به موفقیت‌های روزافزون در عرصه جهانی دست پیدا کنند و صنعت موسیقی کره جنوبی را به گردش در آورند. بی‌تی‌اس به‌عنوان معروف‌ترین گروه کی-پاپ جهان در سال‌های اخیر آنقدر اثرگذار پیش‌رفته که به‌عنوان سفیران قدرت فرهنگی کره جنوبی حتی امکان سخنرانی در سازمان ملل و کاخ سفید را پیدا کرده و در آخرین ظهور و بروز فرهنگی‌شان امکان اجرا در افتتاحیه جام جهانی قطر را پیدا کرده‌اند و شاید یکی از مهم‌ترین جملات کلیدی در مواجهه با نسل جدید جهانی را یکی از اعضای این گروه در سازمان ملل بیان کرد که گفت: «به جای آنکه نام نسل‌گیم‌شده را روی خودمان بگذاریم، نام بهتری مانند نسل خوشامدگو مناسب‌تر است چون این نسل به جای آنکه خوشامد می‌گردد و به جلو حرکت می‌کند.»



گروه موسیقی BTS