

A Critical Review of the Korean Wave

Mohammad Javad Nasiri ¹

PhD Candidate in Spiritual Health, Imam Reza (AS) Institute of Higher Education; Member of the Academic Group for the Critique of Emerging Spiritualities, Qom Seminary

Received: 2025/07/08 | Accepted: 2025/08/04

Abstract

The Korean Wave (Hallyu), as one of the manifestations of the cultural globalization of South Korea, has exerted profound influences on the identity, lifestyle, mindset, and behavior of audiences—particularly adolescents and young adults—through the use of new media and artistic productions such as K-pop music, television dramas, animation, beauty and fashion styles, clothing design, mukbang, and practices of self-aestheticization and mental self-fashioning. The research method is based on qualitative content analysis with a descriptive-analytical and critical approach, supplemented by field observations and interviews. By categorizing the challenges within cultural, psychological, social, and spiritual dimensions, the study seeks to present a systematic depiction of the threats and harms associated with the Korean Wave. The findings indicate that, beyond the superficial transmission of cultural elements in an attractive form, the Korean Wave conveys deviant spiritual themes, promotes a consumerist and luxury-oriented lifestyle, disrupts national and religious identity, and encourages sectarian tendencies, self-alienation, crises of sexual identity, and celebrity worship. The analyses suggest that this phenomenon is not merely a form of entertainment, but rather an instrument for the fundamental transformation of the values and beliefs of the future generation.

Key words: Korean Wave; Pathology; K-pop; Culture; Lifestyle.

1. E-mail: mohamad.javad.nasiri56@gmail.com

نقد و بررسی موج کره‌ای

محمد جواد نصیری^۱

دانشجوی دکتری سلامت معنوی، مؤسسه آموزش عالی امام رضا علیه السلام؛

عضو گروه علمی نقد معنویت‌های نوظهور حوزه علمیه قم

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۱۷ | تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۱۳

چکیده

موج کره‌ای (Hallyu) به‌عنوان یکی از جلوه‌های جهانی شدن فرهنگی کره جنوبی، با بهره‌گیری از رسانه‌های نوین و تولیدات هنری چون موسیقی کی‌پاپ، سریال‌ها، انیمه‌ها و سبک‌های زیبایی و مد، طراحی لباس، موکبانگ، زیباسازی خود در ذهن، توانسته است بر هویت و سبک زندگی، ذهن و رفتار مخاطبان، به‌ویژه نسل نوجوان و جوان، تأثیرات عمیقی بگذارد. روش تحقیق مبتنی بر تحلیل محتوای کیفی به شکل توصیفی تحلیلی و با رویکرد انتقادی، همراه با مشاهدات میدانی و مصاحبه است و با دسته‌بندی چالش‌ها در قالب محورهای فرهنگی، روان‌شناختی، اجتماعی و معنوی، تلاش شده است تصویری نظام‌مند از تهدیدها و آسیب‌های موج کره‌ای ترسیم گردد. یافته‌ها نشان می‌دهند که موج کره‌ای در قالبی جذاب علاوه بر انتقال ظاهری عناصر فرهنگی، حاوی مضامین معنوی انحرافی، سبک زندگی تجمل‌گرا، و اختلال در هویت ملی، دینی، ترویج فرقه‌گرایی، خودبیزاری، بحران هویت جنسی و سلبریتی‌پرستی می‌باشد. تحلیل‌ها حاکی از آن است که این موج، نه صرفاً یک سرگرمی، بلکه ابزاری برای تغییر بنیادین ارزش‌ها و باورهای نسل آینده است.

واژگان کلیدی

موج کره‌ای، آسیب شناسی، کی‌پاپ، فرهنگ، سبک زندگی.

موج کره‌ای یا هالیو (Hallyu)، نوواژه‌ای است که به افزایش شهرت فرهنگ کره در سطح جهان اشاره می‌کند. فرهنگ کره جنوبی را که به‌عنوان یک کالا در حال صادر شدن به همه نقاط جهان است را موج کره‌ای می‌نامند. موج کره‌ای با گسترش صنعت موسیقی و سریال کره‌ای آغاز شد و با ارائه برندینگ محصولات آرایشی بهداشتی، خوراک، مُد و لباس و ... به گسترش سبک زندگی الحادی، مادی‌گرا، با غایت لذت طلبی اپیکوری و با محوریت اومانیسیم، ذیل نظام سرمایه‌داری می‌پردازد.

برخی محققان معتقدند این تجارت فرهنگی کره را بدین علت موج کره‌ای نامیدند تا فریب و افسون کردن مخاطبان توسط این موج را بیان کنند: «واژه موج کره‌ای (هلیو) برای اولین بار در نوامبر ۱۹۹۹ توسط «مجله جوانان پکن» استفاده شد؛ این مجله دربارهٔ پدیدهٔ افسون شدن جوانان چینی توسط موسیقی‌ها سریال‌های تلویزیونی، فیلم‌های سینمایی و سبک پوشش کره‌ای نوشته بود.» (سون هومین، ۱۴۰۱، ص ۵۰۵ و ۵۰۶)

در ضرورت این نوشتار باید خاطر نشان کرد، در فضای مجازی با تعداد زیادی از کانال‌ها، گروه‌ها، پیج‌ها و ... مواجه هستیم که در حال ترویج موج کره‌ای با محوریت کی‌پاپ^۱ و کی‌درام^۲ فعال هستند. این فعالیت رسانه‌ای حتی در پیام‌رسان‌های داخلی همانند «ایتا»، «رویکا» و حتی «شاد» که مختص دانش‌آموزان می‌باشد، انجام می‌شود. همچنین گزارشات زیادی از معلمان، مدیران مدارس، مسئولان آموزش و پرورش، فعالین دینی و اجتماعی و مرتبطین با دانش‌آموزان در مورد فندومی دانش‌آموزان موج کره‌ای بیان شده است و محتوای تحلیلی آسیب شناسانه در این حوزه بسیار اندک است. با توجه به کمبود منابع نقدی و خلأ محتوایی و نیاز بخش زیادی از جامعه به این نوع محتواهای تحلیلی نقدی و بعضاً توصیف غلط از این جریان، ضرورت این تحقیق آشکار می‌شود.

۱. موسیقی پاپ کره‌ای

۲. فیلم‌های کره‌ای

در حوزه مطالعه موج کره‌ای در ایران اولین تحقیق توسط سعید ذکایی و متین عزیزی در مقاله‌ای با عنوان «موج کره‌ای در ایران: انگیزه‌ها و آثار اقبال به فرهنگ عامه پسند کره‌ای در ایران» سال ۱۳۹۴ انجام شده است. در این مقاله با استفاده از رویکرد کیفی، سعی شده است تا هویت‌های فرهنگی جوانان و نوجوانان ایرانی را در خلال فعالیت‌های مجازی شان بررسی کند. این مقاله مدعی است طرفداری از موج کره‌ای باعث ایجاد یک سبک زندگی و هویت خاص با عنوان «جهانی_محلی» می‌شود. این نتیجه در این پژوهش صحیح است و ما در پژوهش پیشرو این نتیجه را تعمیم داده و بیان خواهیم کرد که این هویت خاصی که موج کره‌ای ایجاد می‌کند، یک سبک زندگی آسیب‌زا می‌باشد.

دومین تحقیق در این حوزه توسط عبدالله بیچرانلو و ریحانه اقبالی در سال ۱۳۹۹ در گزارشی با عنوان «بررسی دلایل اقبال نوجوانان و جوانان ایرانی به موسیقی پاپ کره‌ای» شد. در انتهای گزارش بعد از نتیجه‌گیری در بخش «پیشنهادهای راهبردی مبتنی بر نتایج» به خطا رفته‌اند و راهبرد غلط با رویکرد ترویج این جریان را پیشنهاد داده‌اند.

همچنین مقاله «برهم کنش سبک زندگی و هویت در ساخت خرده فرهنگ‌های دیجیتال جوانان؛ (مورد مطالعه؛ هواخواهان ایرانی گروه موسیقی کره‌ای اکسو)^۱»، سال ۱۴۰۱ منتشر شده است. در این پژوهش هم یک اشتباه محاسباتی و راهبردی رخ داده است که هالیو را رقیب هالیوود دانسته و تجویز ترویج هالیو در ایران است، در حالی که این نگارنده معتقد است هالیو همان هالیوود در پوشش و ظاهر کره‌ای است.

سریال‌های ملودرام کره‌ای تلویزیونی با جذابیت‌های سمعی بصری، باعث اعتیاد مخاطب به این نوع سریال‌ها می‌شود. وابسته کردن افراد به محتوای غیر الهی، به هدف نفوذ فرهنگی در کشورهای دیگر، آسیبی است که در موج کره‌ای وجود دارد، «موسیقی مردم پسند کره‌ای و ستاره‌های آن مؤلفه‌ای مهم در این حساب می‌آیند اما از سویی اشکال روایی رسانه تصویری برای تلویزیون و فیلم نیز به طور ویژه نیروی محرک اصلی آن به شمار می‌روند سریال‌های ملودرام تلویزیونی (با قابلیت شاخص اعتیادآوری) به یکی از پر



منفعت‌ترین صادرات موج کره‌ای تبدیل شده‌اند... این روند عامل نفوذ فرهنگ کره در سایر کشورها در حوزه‌های مُد، لوازم آرایشی و بازی‌های رایانه‌ای و فن‌آوری‌های تلفن همراه بوده و از این رهگذر منافع دیگری نیز به دنبال دارد.» (لی گوان، ۱۴۰۰، از ص ۱۹۵ و ۱۹۶ و ۱۹۷)

هدف نوشتار حاضر، واکاوی و تبیین آسیب‌ها و تهدیدهای موج کره‌ای است، با تبیین و آگاهی بخشی در این مسئله، ماهیت انحرافی این جریان بیش از پیش آشکار گردیده تا از گرایش افراد بدان جلوگیری شود.

روش تحقیق

عمده فعالیت جریان موج کره‌ای در فضای مجازی است، پژوهش و تحقیق در فضای مجازی قابلیت و فرصت‌ها و محدودیت‌هایی دارد؛ از «قابلیت‌های فضای مجازی برای کار پژوهشی، دسترسی و راحتی، انعطاف‌پذیری، گمنامی، فرصت‌های درمان‌بخش، فرصت پشتیبانی و نظر استاد، قابلیت‌های فراشناختی می‌باشد.» (شری‌عتمدار، ۱۳۹۸، ش ۵۷، ص ۳۲۳)

«مردم‌نگاری مجازی» روشی است که به کمک آن روابط میان افراد در محیط‌های مجازی مورد بررسی قرار می‌گیرد در این روش محققین اغلب به صورت آشکار و یا به شیوه‌ای ناشناس وارد کانال، گروه، سایت، پیج‌های هواداری و ترویجی و... می‌شوند و برای به حداقل رسانیدن تأثیر حضور خود، نقش مشاهده‌کننده را بر عهده می‌گیرند، البته در مواردی هم کنش‌های خاصی را انجام می‌دهند. ورود به این میدان‌های مجازی به محقق امکان جمع‌آوری انبوهی از اطلاعات مانند تعامل افراد با یکدیگر، کمیت و کیفیت شبکه‌های ارتباطی شکل گرفته اطلاعات توصیفی و وضعیت‌های شرکت‌کنندگان، اثرات گرفته شده و تفسیرها و نظرات ارائه شده از جانب مخاطبان را فراهم می‌سازد. مردم‌نگاری مجازی علاوه بر آنکه امکان مشاهده عمیق از میدان تعاملی و بررسی رفتار و کنشهای بازدیدکنندگان از فضای مجازی را فراهم می‌کند باعث می‌شود به زوایای پنهانی یک موضوع که در تحقیقات حقیقی قابل دستیابی نیست، دست پیدا کرد.

برای استفاده از فرصت‌ها و برطرف کردن محدودیت‌های تحقیق در فضای مجازی،

پژوهش حاضر با شیوه پژوهش میدانی با حضور در فضای حقیقی و فضای مجازی صورت پذیرفته است. لذا ما در این پژوهش سعی کردیم یک پژوهش ترکیبی داشته باشیم و سپس با تحقیق کتابخانه‌ای، یافته‌ها را تحلیل و تکمیل کنیم. لازم به ذکر است نتیجه پژوهش، به همه هواداران تعمیم داده نمی‌شود، ولی یافته‌ها نشان می‌دهد بخش بزرگی از جامعه طرفداری موج کره‌ای مطابق توصیف ما از مسئله هستند.

بدنه اصلی مقاله

اثر رسانه بر فرهنگ، غیر قابل انکار است، اگر محتوای رسانه‌ای دارای انحراف باشد، فرهنگ را به سوی مباحث انحرافی می‌برد.

باید گفت محتوایی که از رسانه به ذهن منتقل می‌شود در همه ابعاد زندگی فردی و اجتماعی افراد اثر می‌گذارد. «امروزه رسانه‌ها صرفاً به‌عنوان یکی از نهادهای فرهنگی و اجتماعی و مؤثر بر دیگر قلمروها تلقی نمی‌شوند، بلکه فضا و چارچوبی فراهم می‌آورند که فرهنگ، سیاست و اجتماع در آن جریان می‌یابد.» (مهدی زاده، ۱۴۰۲، ص ۱۲)

به‌عنوان نمونه با بررسی برخی فیلم‌های مطرح کره‌ای، مشخص می‌شود در حال ترویج یک سبک زندگی آسیب‌زا می‌باشند. «اگرچه مطالعاتی درباره تاریخ سینمای کره صورت گرفته اما هیچ یک به طور مستقیم به بررسی تصاویر خشونت بی رحمانه و روایت پوچ گرایی تیره و تار مورد اشاره تماشاگران و اساتید دانشگاه و گاه منتقدان نپرداخته‌اند... برخی از مهمترین فیلمهای کره جنوبی اولین دهه قرن ۲۱ منتشر شدند اخلاقیاتی ورای ایدئولوژی انتقادی زندگی روزمره تحت سرمایه‌داری نئولیبرال را به تصویر میکشند. علاوه بر آثار «لی چانگ_دونگ»، بر روی فیلمهای منتخب «بونگ جون - هو»، «هونگ سانگ - سو»، «گوک - کیم» و «سون کیم»، «کیم کی - دوک»، «نا هونگ - جین»، «پارک چان - ووک» و «پارک کی - یونگ»... و فیلم «آبنبات نعنائی» و بسیاری از فیلمهای مهم، تجاری از ناراحتی تماشاگران و دشواری‌های اخلاقی را ایجاد کرده‌اند. این فیلم‌ها تماشاگران را با تصاویر شفاف و دلهره آوری از تحقیر فیزیکی و روایت‌های بی رحم روان شناختی شریک می‌کنند.

این فیلمها نه صرفاً به‌عنوان تولیدات فرهنگی بلکه به‌عنوان آثار هنری در سینمای موج



نوی کره جنوبی در نظر گرفته میشوند که چالشهای اخلاقی الزامی ایجاد کرده و به شیوه‌های جدید موجودیت و هستی اجتماعی اشاره دارند. فیلمها به صورت انتقادی به رابطه تماشاگر و پرده سینما فکر میکنند و در عین حال به انسانهای تماشاگر خود می‌آموزند که چگونه با دیگری اخلاقی و نژادی، غریبه‌ها، خارجی‌ها، مهمانان، حیوانات و دیگر سوژه‌های غیرانسانی ارتباط برقرار کنند، مشابه آنچه «میریام هانسن» مدرنیسم بومی مینامد این فیلمها به تماشاگران آموزش میدهند که درباره مسائل اخلاقی انتقادی بعد از سال ۱۹۹۷ فکر کنند و این مسئله شامل نحوه دوست داشتن، نحوه تنفر و نحوه زندگی با دیگران در یک کشور مدرن تر و جهانی تر است.» (استیو چو، ۱۴۰۲، ص ۱۴ و ۱۵)

این القای محتوایی در کی درام مورد نقد می‌باشد. برخی کره‌پژوهان همانند خانم فائزه حسن‌پور، معتقدند: «با اینکه تنوع اعتقادی در کره زیاد است، اما گویا همه به یک نیروی برتر اعتقاد دارند، اما فیلم‌ها عموماً بر اساس اعتقادات مسیحیت و یا بودایی ساخته می‌شود. ولی مدتی است فیلم‌هایی با ترکیب آموزه‌های این دو دین ساخته می‌شود. به‌عنوان مثال فیلم «تو زیبا هستی» بر اساس دین مسیحیت و فیلم «گابلین» بر اساس توصیف بودایی‌ها به توصیف یک جن پرداخته است. فیلم «عاشقان ماه» نیز بر باورهای بودایی و آموزه تناسخ تأکید دارد. در اکثر فیلم‌های کره‌ای تناسخ وجود دارد حتی فیلم‌هایی که به ظاهر با سویه مسیحی باشد. در سریال آقای ملکه (Mr. Queen 2020) به تناسخ غیر همجنس با قالب طنز پرداخته است؛ در فیلم آقای ملکه «بونگ هوان» یک آشپز جوان موفق است، اما خودش را در دردسر می‌بیند. او پس از سقوط تصادفی به استخر شنا در حالی که توسط پلیس تحت تعقیب قرار گرفته بود، در بدن یک زن در سلسله چوسون از خواب بیدار می‌شود.^۱ در فیلم «وینچنزو» باور مسیحیت و بودیسم ترکیب می‌شود در این فیلم راهب بودایی یک صلیب را حمل می‌کند چون زمین افتاده بوده و برای جلوگیری از بی‌احترامی، این صلیب را می‌برد به یک کلیسا بدهد.» (مصاحبه با خانم حسن‌پور، ۱۴۰۳/۱۰/۱۰)

آموزه‌های ادیان شرقی همانند تناسخ و... در قالب موج کره‌ای وارد فرهنگ و

۱. سریال آقای ملکه محصول کره جنوبی در سال ۲۰۲۰ با بازی شین‌هه سان، کیم جونگ مین، جای‌ون لی و کیم تایی وو ساخته شد.

اعتقادات مخاطبان شده و به تغییر باورها، یا سست شدن باورهای قبلی منجر می‌شود. تغییر باورها با ابزار رسانه، یک جنگ نرم است، در حوزه‌های مختلف هم کاربرد دارد. «هدف اصلی از این جنگ نرم فکرشده و حساب شده، تأثیرگذاری بر مردم و تغییر طیف وسیعی از باورهای آنان به ویژه جوانان و نخبگان هستند که باورهای اعتقادی دینی، سیاسی و فرهنگی مردم از جمله این باورها است.» (رهبر معظم انقلاب، ۱۳۹۴/۷/۲۰)

محصولات موج کره، ابزاری برای تأثیرگذاری بر سبک زندگی و نظام ارزشی مخاطبان، به ویژه در جوامعی با پیشینه فرهنگی و دینی مستقل، مانند جمهوری اسلامی ایران تبدیل شده است.

فرهنگ هواخواهی (خرده فرهنگ دیجیتالی)

ایجاد فرهنگ هواخواهی توسط آیدل های کره‌ای یک آسیب مهم برای مخاطبان می‌باشد. «با نفوذ روزافزون رسانه‌های اجتماعی در زندگی روزمره، نسل جدیدی از جوانان دوران رشد و زندگی خود را با رسانه‌های دیجیتالی آغاز می‌کنند. در این فضا با انواع ارزش ها و هنجارهای نوین اجتماعی آشنا می‌شوند و همچنین برای کسب هویت اجتماعی خود به خرده فرهنگ های دیجیتالی مراجعه می‌کنند. هواخواهی به عنوان یک خرده فرهنگ دیجیتالی دارای دو بعد مهم هویتی و سبک زندگی برای هواخواهان است.» (بادین فکر، ش ۱، ۱۴۰۱، ص ۲۲۶) نگارنده در مصاحبه با افراد و حضور در شبکه های هواداری، الگوگیری افراطی طرفداران (فن) از خوانندگان و بازیگران مشهور (آیدل) را یک ویژگی اصلی و شاخص مشاهده کرده است که منجر به تغییر هویت و سبک زندگی بخش زیادی از هواداران گشته است. در مشاهدات گروه های هواداری، تبعیت از آیدل چنان بارز بود که گویا این آیدل ها پیامبر و الگوی فن ها شده اند و این پرستش سلبریتی را در هالیو مشاهده می‌کنیم.

در عصر حاضر مفهوم سلبریتی (celebrity) به یک مدل مطالعه جامعه شناختی تبدیل شده است چون سلبریتی ها در تغییر هنجارهای جامعه نقش دارند.

«یکی دیگر از عواملی که موجب اهمیت سلبریتی ها در مطالعات اجتماعی می‌شود تأثیرات عاطفی این دسته از افراد بر دیگر افراد و گروه های اجتماعی است. این افراد نقش



بسیار مهمی را در نظام شکل دهی به هنجارهای اجتماعی و سبک زندگی بازی می کنند. آنها به هوادارانشان، لذت، شادی، درد و رنج می دهند و در مقابل ستایش یا رسوایی و گاه کمک های مالی دریافت می کنند.» (پرامودکی، ۱۳۹۶، ص ۲۲)

الگو سازی ظاهری در چهره و اندام یک نمونه از اثرگیری از خرده فرهنگ دیجیتال موج کره ای است؛ « کره جنوبی و به خصوص شهر سئول شهرتی بین المللی از لحاظ جراحی پلاستیک دارد و آگهی هایی که جراحان پلاستیک و تصاویر غول آسای پیش و پس از عمل را نشان می دهند، در همه جا حاضرند. در بیلبوردهای خیابان ها، قطارهای مترو، ایستگاه های اتوبوس و پشت صندلی اتوبوس ها.» (روزنامه همشهری، کد خبر ۲۸۷۰۹۳)

به عنوان نمونه در مهر ماه ۱۴۰۳ در شهر ساری دختری که به خاطر آسیب های موج کره ای اقدام به خودکشی نمود. (فرقه نیوز، کد خبر: ۱۸۲۰۹؛ ۱۳/۱۰/۱۴۰۳) در مصاحبه مشخص شد علت این اقدام به خودکشی در کمال ناباوری چاقی وی بوده و اینکه چون نمی تواند شبیه یکی از ستاره های گروه بی تی اس (bts)^۱ بشود، اقدام به خودکشی کرده است.

جراحی های پلاستیک و زیبایی برای اکثر طرفداران، به علت بالا بودن هزینه عمل های زیبایی یا مخالفت خانواده و جامعه یا ترس از واکنش های دیگران محقق نمی شود. عدم پذیرش ظاهر، باعث می شود این نوجوانان حالت خودبیزاری داشته باشند که باعث تحت تاثیر قرار گرفتن سلامت روانی افراد می گردد.

ماهیت شبه فرقه ای در خرده فرهنگ هواداری موج کره ای در گروه های هواداری، موضوعات و مواردی است که مطابق با گروه های فرقه ای و شبه معنوی است.

« جان شپرد (Jan shepard) از یک رهیافت موسیقی شناسی اجتماعی استفاده کرد، تا نشان دهد که ساختارهای موسیقایی خاص منعکس کننده و بازنمایی نمادین ساختارهای اجتماعی خاص اند. همچنین اندی بنت به جای استفاده از واژه «خرده فرهنگ»، اصطلاح «

قبیله جدید» را برای مطالعه فرهنگ جوانان پیشنهاد کرد تا علاوه بر شکستن تفوق نظریه پردازی بر مبنای مقاومت فرهنگی، به نوع خاصی از روابط اجتماعی این گروه‌های اجتماعی اشاره کند. اینترنت فرصت‌های جدیدی برای گسترش و شکل‌گیری خرده فرهنگ‌ها فراهم کرده است. اینترنت به مثابه رسانه خرده فرهنگی مصرف عمل می‌کند. به عنوان مثال کردارهای مقاومتی که در گذشته از طریق سبک‌ها اعمال می‌شد، امروزه نیز از طریق برخی کردارهای مصرف‌کننده، همانند به اشتراک گذاری غیرقانونی فایل‌های موسیقی عمل می‌کند. «مت هیلز» به یک واقعیت بسیار مهم اشاره می‌کند و برای فرهنگ‌های هواخواهی از اصطلاح «فرقه» (Cult) و «مسلک» استفاده می‌کند. او اشاره می‌کند که هواخواهان به نوعی در توجیه رفتار احساسی خود از گفتمان‌های مذهبی و فرقه‌گون استفاده می‌کنند و به نوعی فرهنگ هواخواهی؛ یک نوع مسلک یا آیین رسانه‌مند شده است تا رفتارهای عاطفی مخاطبان را به گونه‌ای منطقی و گفتگو محورانه بازنمایی کند.» (بادین فکر، ش ۶۶، ۱۴۰۱، ص ۲۲۹ و ص ۲۳۰)

این جریان‌ها امروزه به گونه‌ای شگرف در حال تولید و تکثیر هستند و هر روز فرقه‌های جدیدی اعلام موجودیت می‌کنند، افرادی را به نام خود گرد می‌آورند و به اعضای خود مفاهیم جدید، نگرش نو، دستورات و اعمال ویژه، جهان‌بینی خاص، تغییر ارزش‌های پذیرفته شده در دین و فرهنگ و اخلاق و... ارائه می‌دهند و با سبک‌های مختلف به آموزش آنان می‌پردازند. (ویلسون، ۱۳۸۶، ص ۳۵) این گروه‌های مروج سبک زندگی جدید نیامده‌اند که به داد فطرت حقیقت‌خواهی و خدا طلبی انسان برسند و کام‌تشنه آدمیان جدا مانده از معنویت را سیراب کنند؛ بلکه آمده‌اند تا بشر خسته از زندگی ماشینی را آرام سازند و روان ناآرام او را موقتاً تسکین دهند. به عبارت دیگر آمده‌اند تا انسان مدرن را با فرهنگ و تمدن جدید غربی سازگاری دهند و تحمل او را برای پذیرش وضع موجود بالا ببرند. (شریفی دوست، ۱۳۹۰، ص ۳۰)

توصیف گروه‌های کی‌پاپ یا پدیده «موج کره‌ای» (Hallyu) به عنوان «فرقه» به معنای سنتی کلمه، کمی سخت است اما می‌توان ویژگی‌های شبه فرقه‌ای را از میان رفتار طرفداران و گروه‌های کی‌پاپ مشاهده کرد.

برخی از این شواهد و ویژگی‌ها عبارتند از:



الف. شیفتگی طرفداران: فرقه‌ها اعضای وابسته‌ای دارند که به رهبر یا ایدئولوژی‌شان عاطفانی قوی مرتبط می‌شوند. طرفداران کی‌پاپ نیز با علاقه‌ای عمیق به آیدل‌ها و گروه‌های مورد علاقه‌شان، رفتارهایی مانند خرید آلبوم و بلیط کنسرت و راه‌اندازی کمپین‌های جهانی را نشان می‌دهند و احساس می‌کنند که بخشی از زندگی آیدل‌ها هستند.

ب. تکنیک‌های روانشناسی: فرقه‌ها به ارتباط عاطفی با اعضا می‌پردازند، که در کی‌پاپ نیز با خدمات هواداری، تصویر «آیدل آرمانی» و تعاملات مصنوعی مانند Fan Meetings مشاهده می‌شود.

ج. ساختار سلسله‌مراتبی: فرقه‌ها ساختار سلسله‌مراتبی دارند و همین ساختار در صنعت کی‌پاپ نیز وجود دارد که آیدل‌ها تحت قراردادهای سختگیرانه‌ای هستند و طرفداران به پیروی از قوانین خاص تشویق می‌شوند.

د. تعلق اجتماعی و هویت جمعی: فرقه‌ها حس تعلق را تقویت می‌کنند و طرفداران کی‌پاپ نیز احساس هویت جمعی قوی دارند که می‌تواند در پروژه‌های خیریه و رقابت‌ها با فندوم‌های دیگر بروز کند.

ه. رفتارهای افراطی: در فرقه‌ها، رفتارهای افراطی به دلیل تعلق شدید دیده می‌شود؛ در کی‌پاپ نیز طرفدارانی مانند Sasaeng Fans که حریم آیدل‌ها را نقض می‌کنند و حملات آنلاین علیه منتقدان وجود دارد.

ف. کنترل اطلاعات: در فرقه‌ها، کنترل بر اطلاعات برای حفظ تصویر عمومی صورت می‌گیرد و در کی‌پاپ نیز انتقادها معمولاً سرکوب می‌شوند.

در نهایت، شباهت‌های بین کی‌پاپ و فرقه‌ها به تعلق عاطفی و تکنیک‌های روانشناسی باز می‌گردد، اما این دو پدیده به لحاظ ماهیت و ساختار تجاری متفاوت هستند. گسترش خرده‌فرهنگ‌های وابسته به کی‌پاپ و ظهور سبک‌های زیستی نوظهور، بازتابی از آسیب‌های اجتماعی در این زمینه است.

ارایه هویت آسیب‌زا به هواداران

یکی از آسیب‌ها در نسل نوجوان، عدم شناسایی هویت‌یابی است. هواداران کی‌پاپ با سلبریتی‌ها همذات‌پنداری کرده و الگوهای هویتی‌شان بر پایه ظاهرگرایی و فرهنگ بیگانه

شکل می‌گیرد. این روند منجر به تضعیف تعلق به هویت دینی، ملی و جنسی نوجوانان شده و بسیاری از آن‌ها آرزوی مهاجرت به کره جنوبی یا تشبّه به آیدل‌های کره‌ای را داشته و از هویت ایرانی اسلامی خود دور می‌شوند.

ناهنجاری جنسی

در تولیدات تصویری و موسیقایی موج کره‌ای، به‌ویژه در گروه‌هایی مانند BTS، ترویج همجنس‌بازی توسط ستاره‌های گروه BTS امری شایع است. آیدول‌های کی‌پاپ لباس، لوازم جانبی و چیزهایی مبلغ LGBTQ را استفاده و تبلیغ می‌کنند. تهیونگ^۱ یک همجنس‌گرای مشهور به نام «جارمن» را تبلیغ می‌کند.

گروه موسیقی پسرانه استری کیدز (Stray Kids) یک گروه کره‌ای است که در سال ۲۰۱۷ تحت نظر کمپانی جی وای پی تشکیل شد. گروهی هشت نفره که اعضای ظاهراً مذکر آن، فاقد هویت جنسیتی قطعی هستند. هویت جنسیتی مرزی یکی از محورهای شکل‌گیری گروه پسرانی جوان با اندام، پوشش و هیأتی پسرانه، اما با چهره‌هایی به شدت دخترانه است که استفاده از میک‌آپ و زیورآلات زنانه، تشخیص هویت جنسیتی آنان دشوار کرده است. حرکات و رفتار و گفتار آنان نیز به شدت بر احتمال همجنس‌گرایی این خوانندگان می‌افزاید. یا حداقل به صورت قطعی می‌شود گفت که با این نوع هیأت و پوشش به نوعی همجنس‌گرایی را ترویج می‌کنند. (نصیری، ش ۴؛ ۱۴۰۳، ص ۱۶) در کلیپی از گروه بی تی اس مشاهده می‌شود که یکی از اعضای بی تی اس به نام جونگ‌کوک (یونجی) مشهور به شوگا، لباس دخترانه می‌پوشد و با بقیه اعضای بی تی اس که لباس پسرانه دارند در یک کلاس، محتوای آموزشی تولید می‌کنند. در فیلم‌های ویدئویی دیگری مشاهده می‌کنیم که سایر آیدل‌های بی تی اس و برخی دیگر از گروه‌های پسر کی‌پاپ هم، لباس‌های کاملاً دخترانه می‌پوشند؛ نقش و تصویر ذهنی فن‌ها، از این آیدل‌ها پسر است ولی لباس و رفتار و آرایش و... دخترانه انجام می‌دهند. لذا ذهن فن‌ها درگیر مباحث علاقه به همجنس و ناهمجنس می‌شود و تفاوتی بین علاقه جنسی به



یک پسر و دختر نمی‌بینند و چون کودکان و نوجوانان در ایران در هنگام بلوغ در مدارس تک جنسیتی هستند لذا علاقه به همجنس با این تصورات القایی بیشتر ایجاد شده و بعضاً پایدار می‌شود. «همجنس گرایی در بین هواداران بی تی اس در ایران رواج دارد؛ رابطه جنسی رواج دارد؛ آرمی ها یکدیگر را می شناسند و یکدیگر را پیدا می کنند و دور از چشم پدر و مادرها با یکدیگر قرار می گذارند و اتفاقات عجیب و غریبی بین اینها می افتد.» (قنبری، ۱۴۰۱، ص ۵۸ و ۵۹)

حجاب و موج کره‌ای

پوشش در سبک زندگی ایرانی اسلامی، نمادی از یک جهان‌بینی الهی است؛ توجه به جاذبه‌های جنسی و ظواهر دنیا باعث می‌شود حتی افرادی هم که جهان‌بینی الهی و معنوی دارند، رفتارهای مادی گرایانه و مخالف معنویت و فطرت الهی داشته باشند. کشور کره در جشنواره «سلام سئول» سعی کرده تا با ارائه مدل‌های لباس باحجاب، موج کره‌ای را در کشورهای مسلمان بیشتر ترویج دهد و صنعت مُد کره با یک برنامه‌ریزی دقیق، بازارهای فرهنگی کشورهای اسلامی را از آن خود کند. نکته قابل توجه این است که لباس‌های کره‌ای باحجاب در این جشنواره را طراحان لباس گروه‌های مشهور موسیقی پاپ کره، مانند گروه‌های بلک‌پینک و bts طراحی کرده‌اند و هانیوک اسلامی، مقدمه‌ای برای یک هنجارشکنی دیگر خواهد بود. (نصیری، ش ۳۸، ۱۴۰۳، ص ۲۹ تا ۳۹)

زیست خیالی

از آسیب‌هایی که بین فن‌ها رایج است، زیست خیالی با اعضای گروه مورد علاقه خود (آیدل) می‌باشد. «برای بسیاری از جوانان مصرف نوع خاصی از موسیقی، در حکم انتخاب روش خاصی از حیات داشتن است و تعلق به یک خرده فرهنگ با مصرف موسیقی خاصی مشخص می‌گردد. مصرف انواع ژانرهای موسیقایی، نوعی کنش خلاقیت اجتماعی است و حسی از تعلق به یک اجتماع را به وجود می‌آورد. وقتی که عضو چنین اجتماعی به موسیقی گوش می‌سپارد، حتی اگر هیچ کس دیگری کنار او نباشد، بازهم در چارچوبی از حضور خیالی دیگران به موسیقی گوش می‌دهد و در واقع گوش دادنش غالباً تلاشی است برای برقراری ارتباط با آنان» (استوری جان، ۱۳۸۶، ص ۲۴۰) این امر

موجب ایجاد حس تعلق اجتماعی می‌شود. برخی طرفداران دختر گروه بی‌تی‌اس خود را به‌عنوان دوست دختر یا همسر آینده آیدل‌هایشان تصور کرده و در رفتارهایشان به او وابسته می‌شوند، مانند گریه بر خدمت سربازی آیدل‌ها^۱ یا تطابق اندام خود با آن‌ها. بعضی از طرفداران دختر گروه بی‌تی‌اس، خود را دوست دختر یا همسر آینده «جین» یا «آرام»^۲ یا... می‌پندارند؛

«شیفتینگ» نیز بین فن‌ها رایج است که در آن فرد دنیای خیالی و ارتباطات معناداری با آیدل خود ایجاد می‌کند. این نوع زیست خیالی باعث انزوایی، کمال‌گرایی و آسیب‌های روانی می‌شود. در نهایت، این نوجوانان ممکن است در انتخاب همسر دچار سخت‌گیری شوند و همسر آینده خود را با آیدل‌ها مقایسه کنند، که می‌تواند منجر به تعارضات درونی و زناشویی گردد.

«شیفتینگ» بسیار بین فن‌ها جریان دارد، مثلاً یک دختر آرمی با آیدل خود مثل شوگا به بازار می‌رود و خرید می‌کنند، با هم دوچرخه سواری و گردش می‌روند؛ با آرزوهای خود یک جهان تخیلی موازی ساخته و در آن زندگی می‌کنند، درک این موضوع برای افرادی که ارتباطی با این دنیا ندارند، شاید غیر ممکن باشد. دانش آموزی که سر کلاس نشسته ولی با آیدل رؤیایی خود در حال خرید برای مراسم نامزدی شان هستند؛ متأسفانه زندگی رؤیایی و تجملی، کمال‌گرایی و فانتزی‌های جنسی، زنای ذهنی و... در اینجا برای کودکان رخ می‌دهد و آسیب می‌زند. حضرت علی(ع) فرمود: «من کثر فکرة فی المعاصی دعتة إلیها؛ کسی که در مورد گناهان زیاد فکر کند، گناهان او را به سوی خود می‌کشند.» (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶، ج ۵، ص ۳۲۱)

۱. طرفداران وقتی متوجه می‌شوند «جین» یکی از اعضای گروه معروف کره‌ای «بی‌تی‌اس» (BTS) خدمت سربازی اجباری کره جنوبی را آغاز می‌کند، برای او ناراحت می‌شوند و گریه می‌کنند، این دختران علاقه دارند که اندام خود را متناسب با خواست این دوست پسر یا همسر آینده خیالی، درست کنند، لذا رژیم‌های غذایی خاص، عمل‌های جراحی زیبایی و... انجام می‌دهند. صبح که از خواب برمی‌خیزند به جین سلام می‌کنند، با او حرف می‌زنند و درد دل می‌کنند، شب‌ها قبل خواب به او فکر می‌کنند و شب به خیر می‌گویند. عکس‌های آن‌ها را که روی لیوان، لباس، لوازم التحریر، ساعت و... چاپ شده است را تهیه و استفاده می‌کنند.

۲. از اعضای گروه بی‌تی‌اس



این زیست خیالی می‌تواند منجر به بلوغ زودرس، ارضای کاذب، انزوای طلبی و دوری از جامعه و خانواده، عدم موفقیت در زندگی واقعی و آسیب‌های روانی در آینده شود.

فن فیکشن

فن فیکشن Fan fiction، داستانی تخیلی است که توسط طرفداران BTS تولید می‌شود و محتوای آن در خیلی از موارد مسائل غیراخلاقی و همجنس‌گرایی است و محتواهای اینگونه در فضای طرفداری هالیو بسیار زیاد است

وقتی نوجوانان با آیدل‌ها زیست خیالی پیدا می‌کنند معمولاً توجهی به مسائل معنوی اصیل پیدا نمی‌کنند. چون فرصتی ندارند و وقت خود را برای این زیست خیالی می‌گذارند. در قرآن کریم آمده است: «مَا جَعَلَ اللَّهُ لِرَجُلٍ مِنْ قَلْبَيْنِ فِيْ جَوْفِهِ» [احزاب/۴] خدا در درون یک مرد دو قلب قرار نداده» و اشاره به همین نکته دارد. یعنی انسان نمی‌تواند همزمان به سمت شرق برود و در مسیر غرب هم باشد. زیست اجتماعی، خانوادگی، فردی و آینده معنوی این افراد کاملاً در معرض خطر است.

خشونت کلامی فن‌ها

در مقابل اصطلاح فن، اصطلاح هیترا داریم. هیترا به فردی گفته می‌شود که از کسی یا چیزی متنفر است؛ هیترا متضاد فن‌ها هستند، یعنی با آن شخص یا گروه مخالف‌اند. نکته اینجا است که برخی فن‌ها به شدت افراطی هستند و به نوعی مُرید یک شخص یا گروه می‌شوند. به طور مثال، فن‌های گروه BTS خود را آرمی^۱ می‌نامند که به معنی ارتش است. هر کسی که به نحوی بخواهد مطلبی در مخالفت با BTS یا آرمی‌ها صحبت کند، توسط آرمی‌ها، هیترا خطاب شده و مورد تکفیر، توهین، فحاشی با الفاظ رکیک، تمسخر، تهدید و ... قرار می‌گیرند. بارزترین وجه برخی از این فن‌ها، خشونت‌ورزی کلامی است.

«طرفداران بی‌تی‌اس» آرمی از فعال‌ترین هواداران موسیقی در جهان، در یکی از رأی‌گیری‌ها موفق به کسب بیش از ۳۰۰ میلیون رأی شد و رکورد بیشترین رأی بین تمام هنرمندان تاریخ موسیقی را به دست آورد.» (بیچرانلو، ۱۳۹۹، ص ۱۶) این هماهنگی‌ها در

۱. A.R.M.Y. نامی است که به طرفداران BTS داده شده است. فندوم به طور رسمی در ۹ جولای ۲۰۱۳ تأسیس شد

که روز ارتش نامیده می‌شود. این اتفاق حدود یک ماه پس از شروع رسمی BTS در ۱۲ ژوئن ۲۰۱۳ رخ داد.

نگارنده با حضور در گروههای فندومی مختلف مشاهده کرده است که هجمه‌ها، آزارها و مخالفت‌های کلامی (به‌ویژه اینترنتی) بین فن‌ها رایج است. بستر این نوع هجمه روانی برخی فن‌ها، به علت قرار گرفتن در میان یک گروه افراطی است.

افراد عضو یک گروهی که اعضاء گروه خشونت و پرخاشگری دارند و این نوع خشونت‌ها را عادی می‌دانند، عاملی برای این نوع تربیت برای اعضای تازه وارد هستند. با بررسی گروه تکفیری داعش متوجه می‌شویم عضویت در گروه خاص، عاملی برای کنترل ذهن و ابراز خشونت می‌باشد: «اگرچه خشونت‌طلبی و وحشی‌گری داعش ممکن است عوامل مختلف روانشناسی داشته باشد، اما یکی از عوامل اصلی آن روانشناسی گروه، گروه‌زدگی و عضویت در گروه است که فشارهای درون‌گروهی این گروه تروریستی، منجر به تضعیف بازدهی ذهن اعضا، فهم ناصحیح از واقعیت، قضاوت اخلاقی سهل‌انگارانه و عادلانه پنداشتن اقدامات خشونت‌آمیز خود شده است..» (آقامحمدی، دوره ۷، ش ۳، ۱۳۹۷، ص ۱۴۱)

در کنترل ذهن درون گروهی بین داعش و فن‌ها و سایر فرقه‌ها تفاوتی وجود ندارد؛ همگی از یک مسیر و روش استفاده می‌کنند.

«در فروردین ۱۳۹۹ یک لشکرکشی بزرگ و مشتمل‌کننده میان طرفداران بی‌تی‌اس و طرفداران یک رپر زیر زمینی به نام مه‌راد هیدن رخ داد. این خواننده به آرمی‌ها اهانت کرد و ده‌ها هزار نفر از کشورهای مختلف به پیج او هجوم آوردند و در نهایت با کوتاه آمدن رپر ایرانی و پس از خشن‌ترین و آلوده‌ترین رفتارها در فضای مجازی این جنگ جهانی خاتمه یافت.» (نصیری، ش ۴، ۱۴۰۳، ص ۱۷ و ۱۸)

نمایش بهشت زمینی از کره با فریب رسانه‌ای

کره جنوبی با اینکه کشوری پیشرفته است، از بی‌عدالتی و بیکاری و مشکلات اجتماعی و سیاسی، اخلاقی زیادی رنج می‌برد؛ در حالی که در موج کره‌ای عموماً سعی می‌کنند حقایق کره را نشان ندهند و بالعکس زندگی رویایی از کره به مخاطب نشان دهند و نوجوان مخاطب به علت عدم اطلاعات و تجربه کافی و نداشتن سواد رسانه، شیفته و دلبسته



این نوع تبلیغات شده و دچار خودتحقیری و بیزاری از محیط زندگی و حتی خود شده و فریب رسانه‌ای موج کره آسیب دیگری است.

« متن ترانه های (BTS) ظاهراً سُبک و نه چندان پیچیده باب دل طیف نوجوان است. اما در پس این ظاهر فریبنده و فانتزی گونه، بخش‌ها و رازهای سیاه و مرموزی وجود دارد که یکی از خروجی‌های آن، شیوع نسبتاً بالای پدیده «خودکشی» در بین فعالان جوان صنعت پاپ کره‌ای است. زرق و برقی که اطراف گروه‌های اصلی پاپ کره‌ای چون بی تی اس را احاطه کرده، اجازه نمی‌دهد که سیاهی عمیق این صنعت بیرون بزند. سیاهی که عمدتاً حول قراردادهای برده‌وار، اختلالات روانی همچون آنورکسیا (وحشت از چاق شدن و در نتیجه ترس از غذا خوردن) سوء استفاده جنسی گسترده و خودکشی دور می‌زند. این صنعت که طبق برخی تخمین‌ها، حدوداً ۵ میلیارد دلار گردش مالی دارد، قربانیان زیادی به ویژه در سنین پایین، می‌گیرد. » (سایت بی بی سی، کد خبر ۵۱۴۷۶۱۵۹) همچنین برخلاف تصور عمومی تبعیض نژاد در حوزه کار بین زنان و مردم در کره جنوبی وجود دارد. « در کشور کره برخلاف انتظار، علی‌رغم فعالیت زنان در عرصه‌های مختلف، برای کار آنها ارزشی قایل نیستند، زیرا آنها عملاً در سمت و رتبه پایین تری قرار می‌گیرند و دستمزدی نابرابر دریافت می‌کنند. » (قلی‌پور، ۱۳۷۷، ص ۵۸)

ناامیدی و ناراحتی در کره به حدی رسیده است که برخی اصطلاح «جهنم چوسون»^۱ را استفاده می‌کنند «در انتخابات عمومی ۱۳ آوریل، جوانان خشم خود را از وضعیت موجود نشان دادند. اعضای این نسل که مجبور به قربانی کردن امیدها و رؤیاهای خود، از جمله مسائل ابتدایی مانند ازدواج و فرزندآوری شده‌اند، به نشانه اعتراض در پای صندوق‌های رأی جمع شدند که نشان‌دهنده ناامیدی جوانان از نرخ بالای بیکاری و دستمزدهای پایین است.» (روزنامه هانکیوره، جهنم چوسون، ۱۵ آوریل ۲۰۱۶)

۱. جهنم چوسان یا جهنم کره (کره‌ای: 헬조선) اصطلاحی در کره جنوبی است که از حدود سال ۲۰۱۵ میلادی مورد توجه قرار گرفت. این اصطلاح برای انتقاد به اوضاع اقتصادی اجتماعی کره جنوبی استفاده می‌شود.

سبک زندگی معنوی انحرافی

«ساخت فیلم‌های معنویت گرا منحصر در هالیوود و بالیوود نیست. کشورهای مانند چین، مکزیک و کره که دارای ادیان و آئین‌های کهن به شمار می‌روند، سوژه‌های روحی و باطنی به گونه‌ای قابل توجه در فیلم‌هایشان دیده می‌شود.» (شریفی دوست، ۱۳۹۲، ص ۱۳۳)

انسان مدرن به معنویت نیازمند است و کره با تولید محصولات معنوی انحرافی، به ویژه با تکیه بر مفهوم تناسخ و ادبیات ماورائی، در این فضا وارد شده است. این محصولات، معنویت را با امور ماورائی یکسان دانسته و با ارائه رویکرد معنوی غافلانه، به دنبال لذت بردن از داشته‌ها هستند که با سایر شبه معنویت‌های انحرافی همانند «اوشو» همخوانی دارد. «اوشو» با ترویج شادی غافلانه، غفلت از فطرت و دین‌گریزی، آرامش کاذب را به جای آرامش حقیقی معرفی می‌کند. این آرامش نوعی تخدیر است که با سبک زندگی مدرن و سرمایه‌داری فاسد همخوانی دارد و یک معنویت انحرافی را ترویج می‌کند.» (نصیری، ۱۴۰۲، ص ۴۸۴)

نتیجه‌گیری

موج کره‌ای استانداردهایی از زیبایی و موفقیت را ارایه می‌دهد که دست‌نیافتنی یا غیرواقعی هستند. نوجوانانی که نتوانند خود را به این الگوها نزدیک کنند، احساس ناکامی، خودکم‌بینی، خودتحقیری و حتی بیزاری از خود می‌شوند. بررسی‌های فضای فندومی و تحقیقات میدانی نشان می‌دهد که برخی طرفداران موج کره‌ای متأثر از این موج، دچار فشارهای روانی، آسیب‌های عصبی، آسیب‌ها معنوی، عدم رضایت از زندگی، افسردگی و حتی اقدام به خودکشی داشته‌اند که این اختلالات روانشناختی در بلندمدت سلامت فردی و اجتماعی آنها را تهدید می‌کند. موج کره‌ای، با ظاهری سرگرم‌کننده و هنری، حامل شبکه‌های پیچیده از مفاهیم، پیام‌ها و الگوهای رفتاری و یک جریان فرهنگی صنعتی است، این موج ابزاری قدرتمند برای تغییر الگوهای هویتی و تخریب نرم باورها و ارزش‌ها در جوامع هدف، از جمله ایران اسلامی، تبدیل شده است.



فهرست منابع

قرآن کریم

۱. آقامحمدی، زهرا و امیدی، علی، ۱۳۹۷، تحلیل خشونت گرایی شدید داعش بر اساس نظریه روانشناسی سیاسی گروه، فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)، ش ۳، صفحه ۱۲۱ تا ۱۴۱
۲. بادین فکر، محمد جواد و خیامی، عبدالکریم، ۱۴۰۱، برهم کنش سبک زندگی و هویت در ساخت خرده فرهنگ‌های دیجیتال جوانان؛ (مورد مطالعه؛ هواخواهان ایرانی گروه موسیقی کره‌ای اکسو)، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، تهران، دوره ۱۸، ش ۶۶، ص ۲۲۵ تا ص ۲۴۹
۳. بیچرانلو، عبدالله و اقبالی، ریحانه، بررسی دلایل اقبال نوجوانان و جوانان ایرانی به موسیقی پاپ کره‌ای، تهران، پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۹۹
۴. جان، استوری، مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه، حسین پاینده، تهران، نشر آگه، ۱۳۸۶
۵. جان سنگ ئی، سون هومین، شناخت فرهنگ کره، سعیدرضا اتحادی، تهران، نشر پرنده، ۱۴۰۱
۶. چو، استیو، خشونت حاکم (اخلاق و موج نوی سینمای کره جنوبی در هزاره جدید)، سید معین رسولی، چاپ دوم، تهران، نشر هزاره سوم اندیشه، ۱۴۰۲
۷. دانا، لی کوان، موسیقی کره (تجربه‌ی موسیقی، باز نمود فرهنگ)، زینب محفوظی، تهران، نشر ماهور، ۱۴۰۰
۸. روزنامه هانکیوره، تیتیر خبر: جوانان با حمله به «جهنم چوسون»، باعث شکست انتخاباتی حزب حاکم می‌شوند، منتشر شده در: ۱۵ آوریل ۲۰۱۶
۹. سایت رهبری، بیانات رهبری در دیدار رئیس و مدیران سازمان صداوسیما با رهبر معظم انقلاب، ۱۳۹۴/۷/۲۰، <https://B2n.ir/ps3956>
۱۰. سایت مشرق، ۱۳۹۹/۱۱/۲۷، کد خبر ۱۹۴۰۸۱، راز گشایی پروژه «مرموز» پسران دخترنما، <https://B2n.ir/tq4871>؛ به نقل از سایت بی بی سی، کد خبر ۵۱۴۷۶۱۵۹
۱۱. سایت همشهری آنلاین، ۱۳۹۳/۱۱/۲۴، دردسرهای جراحی پلاستیک در کره جنوبی، روزنامه همشهری، کد خبر ۲۸۷۰۹۳، <https://B2n.ir/bd5198>
۱۲. شریفی دوست، حمزه، نگاهی کلی به عرفان‌های نوظهور، قم، عصر آگاهی، ۱۳۹۰

۱۳. شریعتمدار، آسیه، ۱۳۹۸، فضای مجازی، بستری برای پژوهش کیفی در حرفه‌های یاورانه: قابلیت‌ها و محدودیت‌ها، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۵۷، ص ۳۲۳ تا ۳۴۰

۱۴. قلی‌پور، روشندل جلیل و شاهسون، رافیک و بغدادی، پریچهره، سیمای زن در جهان _ کره جنوبی، تهران، نشر برگ زیتون، ۱۳۷۷

۱۵. قنبری، محمد، آسیب‌شناسی فرهنگی، بررسی موردی تأثیرات فرهنگی گروه موسیقی کره‌ای (BTS)، تهران، نواندیشان دنیای کتاب، ۱۴۰۱

۱۶. لی کوان، دانا، موسیقی کره (تجربه‌ی موسیقی، بازنمود فرهنگ)، زینب محفوظی، تهران، نشر ماهور، ۱۴۰۰

۱۷. مهدی زاده، سیدمحمد، نظریه‌های رسانه؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، چاپ یازدهم، تهران، همشهری، ۱۴۰۲

۱۸. مهدی قیاسی کارگرمقدم، سایت فرقه نیوز، بی‌تی‌اس؛ موج یا گرداب کره‌ای، کد خبر: ۱۸۲۰۹، تاریخ انتشار ۱۳/۱۰/۱۴۰۳، <https://B2n.ir/u60310>

۱۹. نایار، پرامودکی، درآمدی بر رسانه‌های نوین و فرهنگ‌های مجازی، سعیدرضا عاملی، تهران، مرکز پژوهش و سنجش افکار صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۶

۲۰. نصیری، محمد جواد، ۱۴۰۲، آرامش و شادی در آموزه‌های اوشو و معنویت اسلامی، مجموعه مقالات پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ص ۴۴۹ تا ۴۸۴

۲۱. نصیری، محمد جواد، ۱۴۰۳، موج کره‌ای و بی‌حجابی در ایران، ماهنامه سفیر امین، مرکز پژوهش‌های تبلیغی معاونت تبلیغ حوزه علمیه، قم، ش ۳۸، ص ۲۹ تا ۳۹

۲۲. نصیری، محمد جواد و جمعی از نویسندگان، ۱۴۰۳، چیستی، آسیب‌شناسی، تهدیدات سیاسی و امنیتی و راهکار مواجهه با موج کره‌ای، دو فصلنامه علمی معنویت‌پژوهی، پژوهشکده مطالعات معنوی، قم، ص ۴ تا ۳۵

۲۳. ویلسون، برایان، جنبش‌های نوین دینی، محمد قلی‌پور، تهران، مرنديز، ۱۳۸۶

۲۴. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، تصنیف غررالحکم و دررالکلم، قم، دفتر تبلیغات قم، جلد ۵، ۱۳۶۶.



