

سلام افلا

دوفصلنامه علمی معنویت‌پژوهی

شماره چهارم؛ پاییز و زمستان ۱۴۰۳

صاحب‌امتیاز: پژوهشکده مطالعات معنوی

مدیرمسئول و سردبیر: حمیدرضا مظاهری سیف

مدیر داخلی و دبیر تحریریه: سید رضا سجادی

ویراستار: گروه ویراستاری

طراح جلد و صفحه‌آرا: مجید گودرزی

شمارگان: ۱۰

قیمت: ۱۰۰۰۰۰۰ ریال

اعضای تحریریه: حمیدرضا مظاهری سیف، حسین عرب، رسول حسن زاده،

محمد جواد نصیری

آدرس: قم بلوار بهشت بعد از بوستان جنت پلاک ۹۵ واحد ۳۰۹

کد پستی: ۳۷۱۶۹۶۳۴۳۱

تلفن: ۰۲۵۳۳۴۰۰۸۸۷

آدرس سایت پژوهشکده: www.spiritualitystudies.ir

ویژه نامه موج کره‌ای

- ۴.....سرمقاله
- ۵.....مقدمه
- ۶.....پیدایش موج کره‌ای
- ۸.....BTS نمود اصلی کی پاپ در ایران
- ۹.....موج کره‌ای در ایران
- ۱۳.....آسیب‌شناسی موج کره‌ای
- ۱۳.....زیست خیالی با خوانندگان کی پاپ
- ۱۵.....انحراف جنسیتی
- ۱۷.....خشونت در موج کره‌ای
- ۱۸.....موج کره‌ای مصداقی از ادیان جایگزین
- ۲۰.....تهدیدات سیاسی و امنیتی موج کره‌ای
- ۲۲.....یک هشدار امنیتی
- ۲۳.....BTS در کاخ سفید و سازمان‌های جهانی
- ۲۵.....بی‌تی‌اس مجری اجرایی کردن ۲۰۳۰
- ۲۶.....موج کره‌ای از علل ترویج بی‌حجابی ایرانیان
- ۲۷.....سوغات کره؛ لباس فراجنسیتی
- ۲۸.....نتیجه‌گیری
- ۲۹.....نحوه مواجهه با نوجوانان علاقه‌مند به موج کره‌ای
- ۳۲.....شنونده فعال باشید
- ۳۳.....پرورش تفکر
- ۳۳.....داستان‌های تربیتی راه مقابله با الگوهای کی پاپ
- ۳۵.....نتیجه‌گیری

سرمقاله

مدرنیسم با ویژگی برجسته شتاب در تغییر پیش رفت و هر روز مکاتب فلسفی، هنری و جریان‌های علمی و اجتماعی تازه‌ای ارائه شد. در کوران نوآوری‌های شتابزده و ناپخته ناگهان مبانی مدرنیسم هم به چالش کشیده شد و پست‌مدرنیسم سر برآورد. پست‌مدرنیسم بیش از آنکه انکار مدرنیسم باشد، نهایت بلوغ آن بود که جنون نوآوری را به تکثری سرسام‌آور تبدیل کرد. اکنون به جایی رسیده‌ایم که تمام ظرفیت‌ها و امکانات و تجربه‌های درست و نادرست گذشته دست‌مایه نوآوری می‌شود و ارزش نوآوری یا بهتر است بگوییم شگفتی‌سازی بر تمام ارزش‌های اخلاقی، زیبایی‌شناختی و علمی غلبه کرده است.

گسترش رسانه‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی بر شراره‌های هوسناک نوآوری دمید و هر کس بتواند اگرچه اندک تفاوتی بیافریند، موردتوجه قرار می‌گیرد. مهم نیست در ایجاد تفاوت یا نوآوری چه اتفاقی می‌افتد، مهم شگفتی مخاطبان است چه شگفتی از زیبایی باشد یا از زشتی، چه شگفتی از رفتاری اخلاقی و انسانی باشد و چه از رفتاری ضد اخلاقی و ضد انسانی و یا ایجاد تضادی نوآورانه از زشتی و زیبایی از اخلاق و ضد اخلاق از درستی و نادرستی. توجه مردم چه مثبت باشد و چه منفی ارزشمندی نوآوری‌ها را تعیین می‌کند. از این‌رو تولیدکنندگان محتوا تلاش می‌کنند به هر قیمتی دیده شوند.

دیده‌شدن در گرو این است که صاحبان رسانه‌ها میدان را باز کنند و صدا البته کمی هم حمایت و پوشش و تبلیغ از سوی آنان سبب جلب توجه بیشتر و ارزشمندی می‌شود. این جاست که اثر انگشت آلوده شرکت‌های سرمایه‌داری پدیدار می‌شود. نوآوری‌هایی پرچمشان بالا می‌رود که دست در دست نظام سرمایه‌داری دارند. هنر هم در نظام سرمایه‌داری شرکتی است و سرمایه‌داران بزرگ هنر و هنرمند را یکجا می‌خرند و با قدرت رسانه‌ای و تبلیغاتی حتی ذائقه مخاطبان و ارزش‌های آنان را هم می‌خرند و می‌فروشند و به کالایی تولیدی به سبک خودشان تبدیل می‌کنند. اینها را گفتم تا به موج کره‌ای

برسم.

موج کره‌ای کمتر از دو دهه است که در اقیانوس پرطالام و کم‌عمق هنر مدرن و پست مدرن سربرکشیده است. موجی بی‌اوج که با کمک روان‌شناسی تبلیغات و جادوی صوت و تصویر برانگیخته شده است. وقتی ظرفیت نوآوری در غرب ته کشید، ذخایر انسانی و فرهنگی شرق به کارآمد، تا با ارزش‌های غربی ترکیب شود و به همان سبک کهنه و کم‌عمق هوس تنوع‌طلبی انسان مدرن را ارضا کند.

تازه‌های موج کره‌ای چیز قابلی نیست. کمی زبان متفاوت، بیشتر از آن چهره‌های متفاوت و ته‌مانده‌ای از شهد گوارای ادب و لطافت فرهنگ شرقی که در جام واژگون موج کره‌ای مانده است. اینها را آمیختند با خودگرایی اخلاقی غرب، با دنیاگرایی و پول‌پرستی و تنوع‌طلبی و ده‌ها مرض فرهنگی و اخلاقی دیگر و حاصلش موج کره‌ای شد که امروز نوجوانان دنیا را مجذوب کرده است.

هدف این شماره از نشریه معنویت‌پژوهی این است که اندکی با هم بنشینیم و موج کره‌ای را بشناسیم. البته این جریان برای نوجوانان و جوانان ما که در سکوت ناشناخته‌شان با شبکه‌های اجتماعی دمخور و همنشین نشده‌اند، خیلی شناخته شده است. اما شاید مخاطبان این نشریه که مدیران فرهنگی و اندیشمندان هستند، هنوز با این مهمان ناخوانده که مدتی است در پستوی خانه‌هایمان و در ذهن و قلب فرزندانمان اقامت کرده، بیگانه‌اند.

مقدمه

فرهنگ الحادی و منحط غرب، برای تغییر سبک زندگی دینی، فرهنگی و ملی مردم جهان برنامه‌ریزی کرده است و با ابزار مختلف این تغییرات بنیادی را اعمال می‌کند. بعد از جنگ جهانی دوم آمریکا بخش جنوبی کره را به دست گرفت و نتیجه این شد که مردم کره جنوبی دست از فرهنگ خود برداشتند و فرهنگ غربی را پذیرفتند و فرهنگ و سبک زندگی غرب را با فرهنگ خود تلفیق کردند و نوعی فرهنگ شرقی

غربی شده را شکل دادند. به این ترتیب هنرمندان کره‌ای به بازیگران جدیدی برای ترویج فرهنگ غربی تبدیل شدند و موج کره‌ای را پدید آوردند.

موج کره‌ای به گسترش جهانی فرهنگ کره جنوبی از دهه ۱۹۹۰ میلادی به این سو اشاره دارد. اما ریشه شکل‌گیری این فرهنگ به سال ۱۹۴۵ بازمی‌گردد، که اولین فیلم‌ها و سریال‌های کره‌ای تولید شد. موج کره‌ای یا هالیو (Hallyu) با گسترش صنعت موسیقی و سریال کره‌ای آغاز شد و با ارائه نشان‌های تجاری در محصولات آرایشی بهداشتی، مد و لباس، غذا، گردشگری و هنرهای رزمی و ... به گسترش سبک زندگی الحادی، مادی گرا، لذت طلب و مصرفی پرداخت.

پیدایش موج کره‌ای

کشور کره جنوبی جز کشورهای آسیای شرقی محسوب می‌شود. جمعیت کشور کره جنوبی با مساحتی حدود یک شانزدهم ایران، نزدیک ۶۲ میلیون نفر است. زبان رسمی و ملی کشور کره جنوبی و شمالی زبان کره‌ای است که ۴۰ حرف الفبا دارد. توسعه اقتصادی کره جنوبی از سال ۱۹۶۲ با جدیت آغاز شد و این کشور از نظر آهنگ رشد اقتصادی در شمار موفق‌ترین کشورهای جهان قرار گرفت. طبق قانون اساسی، کشور کره جنوبی دارای نظام سکولاریسم و گرایش به کثرت‌گرایی دینی دارد. تولیدات و صادرات محصولات فرهنگی یکی از شاخص‌های موفقیت کشور کره جنوبی محسوب می‌شود. این ظرفیت با اصطلاح هالیو نامیده می‌شود که نخستین بار در سال ۱۹۹۹ توسط وزارت فرهنگ و گردشگری کره جنوبی استفاده شد. هالیو شامل دو بخش اصلی کی پاپ (موسیقی پاپ کره‌ای) و کی درام (فیلم‌ها و سریال‌های کره‌ای) می‌شود.

موفقیت‌های کی درام که به تولید فیلم‌ها و سریال‌های کره‌ای اختصاص دارد، با ساخت فیلم شیرین آغاز شد. این فیلم دوره رنسانسی را در صنعت فیلم کره ایجاد کرد که در ژاپن با فروش ۱.۵ میلیاردین اکران شد. در دهه ۲۰۲۰ درام‌های کره‌ای به طور فعال وارد تفلیکس می‌شوند و به نتایج معناداری دست می‌یابند. برای مثال فیلم انگل که

جوایز بسیاری از جشنواره های سینمایی، از جمله نخل طلایی جشنواره کن در سال ۲۰۱۹ را به دست آورد. سریال های ملودرام تلویزیونی (با قابلیت شاخص اعتیادآوری) به یکی از پر منفعت ترین صادرات موج کره ای تبدیل شده اند که سالیانه میلیون ها دلار ارزآوری دارند.

کی پاپ مدرن از اوایل دهه ۹۰ میلادی وجود داشته؛ اما محبوبیت جهانی این سبک موسیقی به سال ۲۰۱۲ برمی گردد که آهنگ محبوب Gangamstyle از خواننده ای به نام Psy به اولین ویدئوی یوتیوب با بیش از یک میلیارد بازدید تبدیل شد. بیشتر گروه های «کی پاپ» از یک خواننده رپ برخوردار هستند و در آن متن انگلیسی با متن کره ای هم نشین می شوند و منجر به اجرای ملودی های جذابی می شوند.

در دهه های گذشته به کی پاپ در جهان اقبال زیادی نمی شد؛ ولی با سرمایه گذاری های کلان و تبلیغ این نوع موسیقی، همچنین انتخاب آهنگ ها و محتواهای جذاب، طراحی و اجرای رقص های متفاوت و پرهیجان، موفقیت کی پاپ چشمگیر شد. تیم های مختلف تخصصی برای رشد و جهانی شدن گروه های کی پاپ تلاش می کنند. کمپانی های موسیقی با استخدام روان شناسان، جامعه شناسان، آینده پژوهان و... در قالب تیم های تخصصی تحلیل و رصد، می توانند ذائقه و سلیقه مردم را به دست آورده و بر اساس این ذائقه محصول متناسب تولید کنند. یعنی قبل از تولید محصول و عرضه آن به جامعه، می دانند که مردم خواهان چه محصولی هستند؛ لذا ریتم آهنگ و سناریو و محتوای کلیپ ها و کنسرت ها و... را طبق ذائقه مردم تولید می کنند. تیپ پوشش و رفتار و سبک زندگی آیدول ها^۱ مولفه ای مهم در ترویج این موج هستند. پیش قراول این توسعه رسانه تصویری می باشد.

۱. خوانندگان و هنرپیشه های محبوب.

با اینکه دشواری و ناشناخته بودن زبان کره‌ای مانعی برای هنرمندان کره‌ای محسوب می‌گردد، اما شمار فراوانی از هواداران به‌خاطر انرژی فوق‌العاده ضرب‌آهنگ‌های سریع و کیفیت بالای نماهنگ‌های موسیقی مردم‌پسند کره‌ای جذب آن می‌شوند. تا جایی که به آموختن زبان کره‌ای رو می‌آورند.^۲ افراد وقتی با فرهنگ کره‌ای مأنوس شوند رغبت بیشتری برای خرید محصولات کره‌ای پیدا می‌کنند. همچنین افزایش آمار گردشگری در کره از مزایای اقتصادی موج کره‌ای برای کشور کره جنوبی است.

موج کره‌ای از اوایل سده ۲۱ میلادی به‌شدت بر فرهنگ معاصر، صنایع موسیقی، فیلم، تلویزیون و جنبه‌های رفتاری انسان‌های مختلف در دنیا تأثیر گذاشته است و کره جنوبی را به یکی از بزرگ‌ترین صادرکنندگان فرهنگ تبدیل کرده است. شهرت روزافزون فرهنگ عامه کره در میان بسیاری از ملل دنیا باعث شد تا دولت کره جنوبی موج کره‌ای را به‌عنوان یکی از عوامل قدرت خود شناسایی کند و با پرداخت یارانه و تأمین مالی شرکت‌های نوپا در حوزه سرگرمی قدرت خود را در عرصه بین‌الملل افزایش دهد.

BTS نمود اصلی کی پاپ در ایران

«بی‌تی‌اس» (BTS) موسیقی برآمده از «کی پاپ» (K Pop) یا پاپ کره‌ای است، این موسیقی را با اجرای یک گروه به همراه ریتم‌های تند موسیقی الکترونیک، (ملغمه‌ای از رپ کره‌ای - انگلیسی) تصاویر پر زرق و برق و اصطلاحاً شیک و لاکچری با رنگ‌های شارپ و انرژی فراوان و حتی بعضاً مبالغه‌آمیز می‌شناسند. متن ترانه‌های این گروه ظاهراً سبک و نه‌چندان پیچیده که باب دل طیف نوجوان است. اما در پس این ظاهر فریبنده و فانتزی گونه، بخش‌ها و رازهای سیاه و مرموزی وجود دارد.

۲. دانا لی کوان، موسیقی کره (تجربه‌ی موسیقی، بازنمود فرهنگ)، ترجمه زینب محفوظی، نشر ماهور، تهران، ۱۴۰۰، برگرفته از ص ۱۹۵ و ۱۹۶ و ۱۹۷.

زرق و برقی که اطراف گروه‌های اصلی پاپ کره‌ای چون بی‌تی‌اس 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) سوءاستفاده جنسی گسترده و خودکشی دور می‌زند. این صنعت که طبق برخی تخمین‌ها، حدوداً ۵ میلیارد دلار گردش مالی دارد، قربانیان زیادی به‌ویژه در سنین پایین، می‌گیرد.^۳ هواداران میلیونی این گروه موسیقی پاپ کره‌ای خود را «ارتش» می‌دانند. چندی پیش، صاحب یک رستوران در سئول، تنها به دلیل این که گفت که فلان گروه از این گروه بهتر است، از اعضای این «ارتش» کتک مفصلی خورد. بسیاری از تحلیل‌گران و جامعه‌شناسان در کره جنوبی و کشورهای غربی از شکل‌گیری یک «فرقه» یا «کالت» پیرامون این گروه سخن می‌گویند. بدون تردید BTS معروف‌ترین و پرطرفدارترین گروه موسیقی صنعت «کی پاپ» است که موزیک‌ویدیوهای آن در یوتیوب بیننده میلیاردی دارد!

گروهی هفت‌نفره که اعضای ظاهراً مذکر، ولی فاقد هویت جنسی قطعی هستند. از قضا، این مسئله یعنی هویت مرزی جنسی، یکی از محورهای شکل‌گیری پروژه BTS است. پسرانی جوان باندام، پوشش و هیبتی پسرانه، اما با چهره‌هایی به‌شدت ظریف و زنانه که استفاده از میک‌آپ و زیورآلات زنانه، تشخیص هویت جنسی آنان را دشوار کرده است. این ویژگی‌ها نوجوانان علاقه‌مند و طرفدار این گروه را به آسیب‌های رفتاری دچار می‌کند.

موج کره‌ای در ایران

صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران در سال‌های اخیر سریال‌های کره‌ای بسیاری را پخش کرده است. تحلیل برخی از مدیران رسانه ملی این است که ارزش‌های شرقی

۳. سایت بی بی سی، کد خبر ۵۱۴۷۶۱۵۹. <https://www.bbc.com/>؛ به نقل از مشرق کد خبر

مثل احترام به دیگران کاملاً با فرهنگ اسلامی منطبق است. درحالی که تولیدات غربی اغلب نمی‌توانند معیارهای مطلوب ما را برآورده کنند؛ لذا برای مقابله و جلوگیری از نشر فرهنگ غربی، نشر فرهنگ کره‌ای را جایگزین کردند.

طبق بعضی آمارهایی که ارائه شده است، برنامه‌هایی که از صداوسیما پخش می‌شود اغلب در ایران نسبت به کره جنوبی دارای رتبه بیننده بالاتری هستند. به‌عنوان مثال، محبوب‌ترین قسمت‌های جومونگ بیش از ۹۰٪ مخاطبان ایرانی را جذب کرد (در مقایسه با ۴۰٪ در کره جنوبی) و بازیگر اصلی آن سونگ ایل گوک (بازیگر جومونگ) به‌صورت سوپرستار در ایران در آمد. ^۴ موج سریال‌های کره‌ای، از سال ۱۳۸۵ شمسی و با پخش «جواهری در قصر» از شبکه دو، فراگیر شد و با پخش «افسانه جومونگ» در سال ۱۳۸۷ ش، به اوج خودش رسید. یانگوم و جومونگ، تا حدی برای مخاطبان، جذابیت پیدا کردند که طبق آمار منتشرشده از سوی مرکز تحقیقات سیما، بیشترین میزان مخاطب را در هر دوره داشتند.

با ورود فضای مجازی و گسترش آن در جهان و از جمله ایران، این موج کره‌ای، گسترشی افزایشی یافت و لذا شروع این موج با صداوسیما بود و ادامه‌اش در فضای مجازی تکمیل شد. موقعیت کره به‌عنوان یک مجرای فرهنگی و نه یک قدرت متجاوز، کره جنوبی را در مسیری منحصربه‌فرد قرار می‌دهد تا به سراغ مردمان کشورهای مختلف آسیایی برود و آنها با خوش‌بینی و به‌راحتی فرهنگ کره را به کشور خود راه می‌دهند.

درست همان زمانی که پدر و مادرها از سریال‌های کره‌ای لذت می‌بردند، فرزندانشان هم با «کی‌پاپ» انس گرفتند. طبق آمار شبکه شاد، سومین کلمه جستجو شده در برنامه شاد دانش‌آموزان در بهمن ۱۴۰۱ کلمه BTS (یکی از گروه‌های مروج موج

۴ " Song Il Gook is a superstar in Iran because of Jumong". Allkpop. Archived from the original on 1 April 2010. Retrieved 21 April 2013

کره‌ای) بوده است، گزارشات زیادی از مدیران آموزش و پرورش و مسئولان، مرتبطین با دانش آموزان در مورد آسیب‌های ایجاد شده توسط موج کره‌ای بیان شده‌است.

موج کره‌ای، به طور غیرمستقیم آثار مخربی را در ذهن مخاطب القا می‌کند و اکنون باگذشت حدود یک دهه از گسترش موج کره‌ای در کشور شاهد آسیب‌هایی در بین نوجوانان هستیم که از سوی موج کره‌ای پدیدآمده است. برای مقابله با این هجمه فرهنگی و معنوی، باید ابتدا رصد جامع و کاربردی از فعالیت‌ها و اهداف و برنامه‌های فرهنگی شرق به دست بیاوریم و بر اساس همین اطلاعات، به تحلیل و بررسی و آسیب‌شناسی این هجمه پرداخته و با تولیدات مشابه در فضای رسانه‌ای، به مقابله و روشنگری در این حیطه بپردازیم.

متأسفانه در حال حاضر که آثار منفی و اثرات سوء موج کره‌ای در ایران مشهود شده و جمع کثیری از خانواده‌ها متوجه ناهنجاری‌های رفتاری و اعتقادی نوجوانان و جوانان خود شده‌اند و به مشاوران خانواده مراجعه کرده‌اند، هنوز صداوسیما و برخی نهادهای فرهنگی، اجتماعی، امنیتی و... متوجه این آسیب نشده و یا می‌خواهند که متوجه نباشند؛ لذا نه تنها برنامه‌های نقدی در مقابله با این هجمه انجام نمی‌شود، بلکه ترویج موج کره‌ای، همچنان مثل روال قبل، در دستور کار رسانه‌ها است. وقتی مخاطب می‌بیند که رسانه‌های رسمی دارند امری را ترویج می‌کنند، باتوجه به اعتمادی که به این رسانه‌ها دارند، آسیب‌های آن را مورد غفلت قرار می‌دهند.

منابع برای مطالعه بیشتر:

- دانا لی گوان، موسیقی کره (تجربهٔ موسیقی، بازنمود فرهنگ)، ترجمه زینب محفوظی، نشر ماهور، تهران، ۱۴۰۰
- بررسی دلایل اقبال نوجوانان و جوانان ایرانی به موسیقی پاپ کره‌ای، عبدالله بیچرانلو و ریحانه اقبالی، پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات، بهار ۱۳۹۹
- موج کره‌ای در ایران: انگیزه‌ها و آثار اقبال به فرهنگ عامه‌پسند کره‌ای در ایران، محمد سعید ذکایی، متین عزیزی همدانی، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال اول، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۴
- سایت بی‌بی‌سی، کد خبر ۵۱۴۷۶۱۵۹
[https://www.bbc.com/news/stories-](https://www.bbc.com/news/stories-Song%20Il%20Gook%20is%20a%20superstar%20in%20Iran%20because%20of%20Jumong)
- "Song Il Gook is a superstar in Iran because of "Jumong". Allkpop. Archived from the original on 1 April 2010. Retrieved 21 April 2013

آسیب‌شناسی موج کره‌ای

موج کره‌ای آسیب‌های متعددی دارد که مخاطبان علاقه‌مند را پس از مجذوب کردن با این آسیب‌ها درگیر می‌کند. در این مقاله به اهم آسیب‌هایی می‌پردازیم که از طریق مصاحبه با تعدادی از مربیان و فعالان فرهنگی مرتبط با نوجوانان به‌دست آمده است.

زیست خیالی با خوانندگان کی‌پاپ

یکی از آسیب‌هایی که بین طرفداران افراطی (فن) رایج است، زیست خیالی با اعضای گروه موردعلاقه خود (آیدول) است. مثلاً بعضی از طرفداران دختر گروه بی‌تی‌اس، خود را دوست‌دختر یا همسر آینده «جین» یا «آر‌ام»^۵ یا هر یک از اعضای دیگر گروه بی‌تی‌اس (BTS) می‌پندارند. برای مثال وقتی طرفداران متوجه می‌شوند که «جین» به خدمت سربازی اجباری در کره جنوبی می‌رود، برای او ناراحت می‌شوند و گریه می‌کنند و احساسات خود را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند. به‌خاطر تراشیدن موهای او در فضای مجازی محتوای غمگین تولید می‌کنند، مانند اینکه واقعاً یکی از اعضای نزدیک خانواده آن‌ها است. طرفداران تحقیق می‌کنند تا متوجه شوند؛ مثلاً جین به چه نوع غذا یا لباسی را دوست دارد، چه جور دختری را می‌پسندد، یا چه استایل و اندام و تفریحی را ترجیح می‌دهد. آنگاه خود نیز همان علایق را می‌پذیرند. یعنی کورکورانه به‌خاطر یک رابطه خیالی یک‌طرفه، علاقه، ذائقه و سلیقه خود را کنار می‌گذارند و متناسب با آنچه جین می‌پسندد زندگی می‌کنند. همچنین سعی می‌کنند پوشش و ظاهری داشته باشند که موردپسند اوست. پوششی که در فرهنگ کره شاید هیچ اشکالی نداشته باشد، ولی در فرهنگ ایران مقبول نیست.

۵. نام‌های اعضای گروه بی‌تی‌اس.

این دختران علاقه دارند که اندام خود را متناسب با خواست این دوست‌پسر 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 شب‌به‌خیر می‌گویند. لیوان، لباس، لوازم التحریر، ساعت و وسایلی را تهیه می‌کنند که عکس او را دارد و این موارد را در فضای مجازی به اشتراک می‌گذارند. به این ترتیب نوعی ارزش‌آفرینی در خرده‌فرهنگ دختران نوجوان صورت می‌گیرد و موجب برساخت زیست‌جهان خاصی در بین آنان می‌شود.

برخی نوجوانان چنان شیفته خوانندگان کره‌ای می‌شوند که در تمامی حوزه‌های زندگی، از ظاهر و پوشش تا سبک زندگی معنوی و سیاسی و اجتماعی و... از آنان تبعیت می‌کنند. فن‌ها به کوچک‌ترین جزئیات مرتبط به آن اثر یا شخص علاقه نشان می‌دهند و بخش قابل‌توجهی از وقت خود را در شبکه‌های اجتماعی و در رابطه با صفحات و پست‌ها و گروه‌های مربوط به آنان صرف می‌کنند و یک احساس همبستگی و حس تعلق به گروه و هویت جمعی در بین طرفداران پیدا می‌کنند. از علل فن بودن می‌توان به این مطلب اشاره کرد که گاهی افراد، با پیگیری خصوصیات ریز زندگی سلبریتی‌ها و هم‌زاد پنداری با آنان، آرزوهای دست‌نیافتنی و دور از دسترس خود را در زندگی محبوبشان دنبال می‌کنند و نوعی اقتاع ذهنی می‌شوند که گویی موفقیت‌ها و لذت‌هایی که یک آیدل (خواننده محبوب) دارد، برای خود فن رخ داده است.

این دختران یا پسران نوجوان وقتی به سن ازدواج می‌رسند بسیار سخت‌پسند هستند و شخصی را به عنوان همسر آینده انتخاب می‌کنند که مانند یا شبیه این آیدول محبوبشان باشد. مواردی گزارش شده است که افرادی که به خواستگاری این فن‌ها رفته‌اند و چون شبیه آیدول آن شخص نبودند جواب رد شنیدند. این در آینده یک بحران خواهد شد، حتی اگر این افراد ازدواج کنند در زندگی مشترک ممکن است همسر خود را با آیدول

خود مقایسه کنند و لذا دچار تعارضات درونی و چالش در روابط زناشویی شوند. منشأ این تعارضات نیز به زیست خیالی این افراد با آیدول ها در سنین نوجوانی برمی گردد.

یکی از آسیب‌هایی که موج کره‌ای به فن‌ها وارد می‌کند، عدم رضایت از شکل صورت و اندام خود است؛ مراجعه به جراحی‌های زیبایی و عدم رضایت از زندگی به‌خاطر الگوگیری از ظاهر آیدول‌ها، از معضلات فن‌ها است. انسان‌ها وقتی تمام توجه خود را به چیزی معطوف می‌کنند از سایر چیزها غافل می‌شوند. وقتی نوجوانان با آیدول‌ها زیست خیالی پیدا می‌کنند معمولاً توجهی به مسائل معنوی اصیل و واقعیت‌های زندگی پیدا نمی‌کنند. چون فرصتی ندارند و وقت خود را برای این زیست خیالی می‌گذارند. زیست اجتماعی، خانوادگی، فردی و آینده معنوی این افراد کاملاً در معرض خطر است.

انحراف جنسیتی

ویژگی‌های ظاهری آیدل ها در موج کره‌ای به‌ویژه کی پاپ موجب اختلال در هویت جنسیتی می‌شود. غیر از اینکه افرادی به‌صورت مادرزادی با اختلال جنسیتی به دنیا می‌آیند، افراد زیادی هستند که هیچ نوع مشکلی ندارند و جنسیتشان با جنس خودشان تفاوت ندارد، ولی چون در محیط زندگی و تربیت و فضای تبلیغی خاصی هستند، فکر می‌کنند که جنسیتشان با جنس خودشان تفاوت دارد، یا تصور می‌کنند حداقل سیالی جنسیت «جندر فلوئید»^۶ دارند.

تلقین و تبلیغات و... عامل اصلی این نوع تلقی است. متأسفانه یکی از عوامل اصلی این نوع تبلیغات، توسط موج کره‌ای اتفاق می‌افتد. گروه‌های موسیقی کی‌پاپ و به‌ویژه BTS در حال ترویج این جنسیت سیال هستند. پسران زیبارویی که در نگاه اول نمی‌شود تشخیص داد که آیا این‌ها پسر هستند یا دختر؟

۶. جندر فلوئید یا هویت جنسی شناور به افرادی گفته می‌شود که خود را با یک جنس ثابت فرض نمی‌کنند.

متأسفانه، طرفداران آنها هم عموماً نوجوانانی هستند که در سن رشد و بلوغ می‌باشند و تحت‌تأثیر این الگوی نامناسب در هویت جنسیتی، دچار کژ کاری می‌شوند. تعداد کثیری به‌خاطر این کژ کاری هویت جنسیتی، در آینده دچار مشکلات متعددی می‌شوند؛ از جمله در نقش‌پذیری اجتماعی، نقش همسری و نقش پدری یا مادری، عدم رضایت از شخصیت و خود واقعی، افسردگی و...

ترویج همجنس‌بازی توسط ستاره‌های گروه BTS امری شایع است. آیدول‌های کی‌پاپ لباس، لوازم جانبی و چیزهایی مبلغ LGBTQ را استفاده و تبلیغ می‌کنند. اما از آسیب‌های روانی، اجتماعی، مخالفت ادیان و... در این باره نمی‌گویند، تهیونگ از اعضای گروه بی‌تی‌اس، یک همجنس‌گرای مشهور به نام «جارمن» را تبلیغ می‌کند. کسی که همجنس‌گرایی خود را پنهان نمی‌کرد و با ویدئوهایی که از زندگی خود می‌ساخت، برای بهبود وضعیت قانونی همجنس‌گرایی تلاش می‌کرد. اما تهیونگ به این آسیب‌های LGBTQ اشاره نمی‌کند، مثلاً نمی‌گوید جارمن در ۵۲ سالگی به دلیل بیماری ایدز در لندن از دنیا رفت.

گروه موسیقی پسرانه استری‌کیدز (Stray Kids) یک گروه کره‌ای است که در سال ۲۰۱۷ تحت‌نظر کمپانی جی‌وای پی تشکیل شد. گروهی هشت‌نفره که اعضای ظاهراً مذکر آن، فاقد هویت جنسیتی قطعی هستند. هویت جنسیتی مرزی یکی از محورهای شکل‌گیری گروه پسرانی جوان باندام، پوشش و هییتی پسرانه، اما با چهره‌هایی به‌شدت دخترانه است که استفاده از میک‌آپ و زیورآلات زنانه، تشخیص هویت جنسیتی آنان دشوار کرده است. حرکات و رفتار و گفتار آنان نیز به‌شدت بر احتمال همجنس‌گرایی این خوانندگان می‌افزاید. یا حداقل به‌صورت قطعی می‌شود گفت که با این نوع هیبت و پوشش به‌نوعی همجنس‌گرایی را ترویج می‌کنند.

خشونت در موج کره‌ای

در مقابل اصطلاح فن، اصطلاح متنفر (HATER) را داریم. هیترها متضاد فن‌ها هستند، یعنی با آن آیدل یا گروه موسیقی مخالف‌اند. نکته اینجا است که برخی فن‌ها به شدت افراطی هستند و با هرکس که کمترین نکته منفی نسبت به شخص یا گروه محبوبشان بگوید، به بدترین و خشن‌ترین شکل ممکن برخورد می‌کنند. به طور مثال، فن‌های گروه BTS خود را آرمی^۷ می‌نامند که به معنی ارتش است. هرکسی که به نحوی بخواهد مطلبی در مخالفت با BTS یا آرمی‌ها بگوید، توسط آرمی‌ها، هیتز خطاب شده و مورد تکفیر، توهین، فحاشی با الفاظ رکیک، تمسخر، تهدید و... قرار می‌گیرند. بارزترین وجه برخی از این آرمی‌ها، خشونت‌ورزی کلامی است. افراطی‌گری آنان به حدی است که اگر یک منتقد اجتماعی یا فعال فرهنگی و هنری بخواهد یک تحلیل یا نقدی به آن‌ها وارد کند با شدیدترین هجمه‌ها مواجه می‌شود.

گاهی هم فن یک گروه به مخالفت با فن گروه دیگر می‌پردازند و علیه یکدیگر جنگ به راه می‌اندازند. این نوع هجمه‌ها، آزارها و مخالفت‌های کلامی (به‌ویژه اینترنتی) باعث خشونت کلامی و فشار روانی بر فن‌ها می‌شود. همین خشونت‌های اینترنتی عامل اصلی خودکشی «سولی» سلبریتی مشهور در کره بود. پیکر او در ۱۴ اکتبر سال ۲۰۱۹ در خانه‌اش پیدا شد. فن‌ها این نوع رفتارهای خشن و کاربرد الفاظ رکیک را عادی و حق طبیعی خود می‌دانند.

در فروردین ۱۳۹۹ یک لشکرکشی بزرگ و مشمئزکننده میان طرفداران بی‌تی‌اس و طرفداران یک رپر زیرزمینی به نام مه‌راد هیدن رخ داد. این خواننده به آرمی‌ها اهانت کرد و آنان در گروه‌های شان اطلاع‌رسانی کردند و به صفحه خواننده رپ هجوم آوردند.

۷. 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.

این کار با واکنش طرفداران خواننده همراه شد. سپس آرمی ها در گروه‌های بین المللی طرفداران بی‌تی‌اس اطلاع‌رسانی کردند که یک هیتز در ایران پیدا شده و آنان را به صفحه رپر ایرانی فراخواندند. ده هپها 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.

خشونت در موج کره‌ای چهره‌های دیگری هم دارد. مرگ یکی از دختران بازیگر در کره در سال ۲۰۰۹ میلادی که پیش از خودکشی در برکه‌ای به تجاوز چند ده باره بیش از سی تن از بنگاه‌داران هنر و سرگرمی کره به او اشاره کرده بود و بعداً نیز به‌درستی به اتهامات آنها رسیدگی نشد، موجی از نگرانی و استرس را میان خوانندگان پاپ کره‌ای ایجاد کرد. فراگیری خودکشی در کره یک درگیری بزرگ برای مردم است.

موج کره‌ای مصداقی از ادیان جایگزین

موج کره‌ای مروج یک سبک زندگی الحادی است که نوعی دین‌داری رقیب و مخالف سبک زندگی ایرانی‌اسلامی را ارائه می‌دهد. فن‌های موج هالیو، آیدل‌ها را مثل خدا می‌پرستند و ارزش‌ها و دیدگاه‌های آنان را بدون بررسی می‌پذیرند. حتی برخی فن‌ها به‌خاطر تبلیغات موج کره‌ای همجنس‌بازی را بد نمی‌دانند و مدعی هستند که دین اسلام هم در واقع مخالفتی با این موضوع ندارد.

یکی از علل محبوبیت گروه‌ها کی پاپ این است که علاوه بر ترویج عقاید و باورهای خودشان، از نمادها و اسطوره‌های اقوام و ملل دیگر استفاده کرده‌اند. تفکرات پاگانی و ضد مسیح خیلی در آموزه‌هایی که در موزیک ویدئوها به چشم می‌خورد، اما باظرافت‌های خاصی سعی می‌کنند، ظاهر خود را موجه نشان دهند، اما در واقع پازل ترویج آموزه‌های ضد دینی را کامل می‌کنند.

در برخی موزیک ویدئوهای کی پاپ همانند بی‌تی‌اس، شاهد نشان دادن نمادها و تصاویر شیطانی هستیم. در بخشی از موزیک ویدئوی «خون، عرق و اشک» از بی‌تی‌اس،

مسائل ماورایی بیان می‌شود. فضای این موزیک ویدئو یک فضای فراماسونی و ارتباط با جنیان است. همان‌طوری که در فراماسونری نیز پنج اصل بنیادی وجود دارد که یکی از آنها احترام به ادیان است در بی‌تی‌اس و کی‌پاپ و کی‌درام هم در ظاهر به ادیان احترام می‌گذارند؛ ولی در واقع بر خلاف ارزش‌های دینی رفتار می‌کنند. مخاطب این موج با دوری از جامعه و زیست در خرده‌فرهنگ طرفداران (فندوم) به‌ویژه در فضای مجازی، بدون اینکه بداند یک سبک زندگی و دین‌داری جدید را می‌پذیرند و مطابق آن تغییر می‌کنند. موج کره‌ای حالت یک فرقه شبه‌معنوی دارد که هم آموزه‌هایی برای پاسخ به نیازهای ماورایی و معنوی دارد و هم بر اساس اصل تکثرگرایی، ماهیتی سیال و متغیر پیدا کرده است. به‌طوری‌که طبق شرایط مکانی و زمانی تغییر می‌کند تا بتواند مخاطب بیشتری جذب کند.

برای شناخت و مقابله با این نوع مکاتب، نیازمند شناخت شاخصه‌های انحرافی آن هستیم. از جمله شاخصه‌های مهم می‌شود به موارد زیر اشاره کرد: «۱. نادیده گرفتن خدا به‌عنوان هدف غایی؛ ۲. شادمانگی به‌عنوان هدف غایی؛ ۳. خرد ستیزی و منطق گریزی؛ ۴. شریعت ستیزی و فقه گریزی؛ ۵. نگرش تک بعدی به انسان؛ ۶. انکار معاد و طرح مسأله تناسخ؛ ۷. استاد پرستی»^۸. البته این مورد اخیر را می‌توانیم با عبارت آیدل پرستی باز نویسی کنیم. این ویژگی‌ها که برای معنویت‌های نوظهور بیان شده کاملاً در موج کره‌ای دیده می‌شود.

شادمانی و شادکامی از اهداف اصلی ترویج کی‌پاپ است. اما در عمل خشونت و حسرت و افسردگی به بار می‌آید. فن‌ها هر سخنی مخالف آیدول‌ها را رد می‌کنند و اغلب اجازه گفتگو نمی‌دهند و مخالف را هیت‌ر خطاب کرده و پرخاشگری از خود بروز داده نمی‌گذارند که بحث استدلالی و منطقی حاکم شود. آنان در حسرت دیدن آیدل‌ها زندگی می‌کنند

۸. احمد حسین شریفی، شاخصه های عرفان کاذب

و در رؤیای رسیدن به آنها عمرشان را می‌گذرانند. شکل‌گیری شخصیت ناهنجار و ضداجتماعی و... از آسیب‌های این موج بین نوجوانان ایرانی است.

منابع برای مطالعه بیشتر:

- برهم‌کنش سبک زندگی و هویت در ساخت خرده‌فرهنگ‌های دیجیتالی جوانان؛ (مورد مطالعه؛ هواخواهان ایرانی گروه موسیقی کره‌ای اکسو) عبدالکریم خیامی، محمدجواد بادین فکر، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، پیاپی ۶۶ دوره ۱۸، شماره ۶۶ بهار ۱۴۰۱
- حمیدرضا مظاهری سیف، جریان‌شناسی انتقادی عرفان‌های نوظهور، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، چاپ ششم ۱۳۹۹
- موج کره‌ای و بی‌حجابی در ایران، محمدجواد نصیری، ماهنامه علمی-اطلاع‌رسانی «سفیر امین» ویژه مبلغان و مربیان دانش‌آموزی، شماره ۳۸ مهرماه ۱۴۰۳، بخش دانش‌افزایی، صفحه ۲۹ تا ۳۹
- باقر طالبی دارابی، جنبش‌های نوپدید دینی در گفتگو با پروفسور ایلین بارکر، (ترجمه)، اخبار ادیان، شماره ۲، سال اول، تیرماه ۱۳۸۲.
- احمد حسین شریفی، (تلخیص: رضا درگاهی فر)، شاخصه‌های عرفان کاذب، نشر جمهوری، ۱۳۹۰، تهران
- آرامش و شادی در آموزه‌های اوشو و معنویت اسلامی؛ محمدجواد نصیری، همایش ملی معنویت‌های نوظهور و معنویت اسلامی، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ۱۴۰۲
- <https://www.nytimes.com/2023/02/07/world/asia/korea-vietnam-war-massacre.html>(link is external)

تهدیدات سیاسی و امنیتی موج کره‌ای

سرمایه‌داری یا کاپیتالیسم^۹ یک نظام اقتصادی است که ابزارهای تولید ثروت در دست مالکان خصوصی است و از این ابزار تولید ثروت برای ایجاد بهره‌مندی اقتصادی (سود) در بازارهایی رقابتی استفاده می‌شود. کالایی‌شدن فرهنگ موجب تسلط عده قلیلی سرمایه‌دار بر افکار و ارزش‌ها و باورهای مردم شده است. موج کره‌ای هم خودش کالایی برای فروش و کسب درآمد است که از سوی شرکت‌های سرمایه‌گذار فرهنگی تولید و عرضه می‌شود. آیدول‌ها (خوانندگان محبوب) در استعمار شرکت‌هایی هستند که از طریق قراردادهای سخت تمام جوانی، هنر، زیبایی و آزادی جوانان کره‌ای را می‌خرند و آنان را به استعمار می‌کشند. از سوی دیگر از آنان برای تبلیغ کالاهای لوکس و ترویج مصرف‌گرایی استفاده می‌شود.

آیدل‌ها در قبال دوره‌ها و آموزش‌های استعداد پروری و هزینه‌هایی که برای ستاره شدن آنها صورت می‌گیرد، به شرکت‌های طرف قراردادشان مقروض هستند و تا اتمام قراردادشان عمده درآمد آن‌ها نصیب کمپانی می‌شود و برای پرداخت این بدهی به‌شدت تحت فشار هستند. سود مالی رشد پاپ کره‌ای به شرکت‌های این صنعت می‌رسد که استودیو دارند، شبکه پخش و توزیع دارند و کنسرت برگزار می‌کنند. اما قربانی اصلی آن دقیقاً همان قهرمانان پوشالی هستند که اتفاقاً مردم فقط همان‌ها را روی صحنه می‌بینند. این شرکت‌های سرمایه‌گذار که در پازل نظام سرمایه‌داری هستند، چنان فشار اقتصادی و مالی به آیدل‌ها می‌آورند که می‌شود گفت نظام برده‌داری نوین شکل گرفته است.

شرکت‌های سرمایه‌داری بی‌تردید تنها به فروش محصولات هنری و کسب درآمد از طرفداران فکر نمی‌کنند. سلطه فرهنگی و عاطفی بر طرفداران ابزار مؤثری برای ایجاد

۹. Capitalism

حرکت‌های اجتماعی و تغییرات اجتماعی است. حرکت‌های اجتماعی که ممکن است از ابعاد فرهنگی فراتر برود و به ابعاد سیاسی کشیده شود.

یک هشدار امنیتی

گروه کی‌پاپ اکسو یکی از گروه‌های تأثیرگذار کره‌ای است که از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹ میلادی، به‌عنوان یکی از چهل گروه سلبریتی قدرتمند کره جنوبی معرفی شد. این گروه در ایران مخاطبان زیادی دارد. طرفداران گروه اکسو، اکسوال (EXO-L) نامیده می‌شوند. این گروه، یک نظرسنجی بین بینندگان و هواداران خود برگزار کرد و اعلام نمود که هر کشوری بیشترین رأی را بدهند، دوتا از کلمه‌های مخصوص آن کشور را بر روی لباسشان چاپ می‌کنند. طرفداران ایرانی با یک هماهنگی و کار جمعی، در این کارزار شرکت کردند و بیشترین رأی را دادند. از این‌رو کلمات «جنگجو» و «الماس» بر روی لباس اعضای اکسو چاپ شد. این رویداد نشان‌دهنده نفوذ این گروه در بین نوجوانان ایرانی است.

توانایی جلب مشارکت و بسیج عمومی درحالی‌که خارج از کنترل حاکمیت باشد و بلکه در توان قدرت‌هایی باشد که رابطه حسنه‌ای با ایران ندارند، یک تهدید جدی به شمار می‌آید. در سال‌های گذشته مشاهده شد برخی از نوجوانان با تحریک احساسات و هیجانات در گروه‌ها و فضای مجازی، در خیابان‌ها به آشوب و اغتشاش دست زدند. این نوع هماهنگی اکسوال‌ها اگر مدیریت نشود، نوعی تمرین و رزمایش فعالیت هماهنگ، و اقدام مشترک در فضای مجازی است که به‌راحتی به فضای حقیقی کشیده می‌شود. باتوجه‌به استعمار نرم کره جنوبی توسط آمریکا، اگر آیدول‌ها، یک فراخوان برای پوشش خاص یا اجتماع صلح‌آمیز بدهند، طرفداران زیاد از آنها تبعیت می‌کنند حاکمیت را با مشکلات سیاسی و مردم را با چالش‌های اجتماعی پیچیده‌ای درگیر می‌کنند.

BTS در کاخ سفید و سازمان‌های جهانی

گروه BTS سعی می‌کند علاوه بر شهرت اجتماعی در حیطه کی‌پاپ، یک جایگاه فراملی سیاسی و فرهنگی خاصی را برای خود تعریف کنند. وقتی یک گروه یا شخص دارای جایگاه اجتماعی خوبی است، می‌تواند اثرگذاری بالایی بر مخاطبان خود داشته باشد؛ مخصوصاً اگر این جایگاه اجتماعی در حیطه‌های حقوق بشر، محیط‌زیست و خیریه و... باشد. بسیاری از شبه جنبش‌های معنوی از همین روش استفاده می‌کنند؛ مثلاً دالایی‌لاما رهبر بوداییان تبت، با همراهی و تأیید قدرت‌های غربی از همجنس‌گرایی، موجودیت رژیم اشغالگر قدس و بسیاری از اموری که همسو با منافع ایالات متحده آمریکاست حمایت می‌کند و البته با ژستی روشنفکرانه از صلح جهانی، هم‌زیستی مسالمت‌آمیز و کمک انسان‌ها دم می‌زند. از این‌رو نظام استکبار هم از این شخص حمایت می‌کند و جایزه صلح نوبل را به او می‌دهد. BTS هم همین راه را می‌رود. آنان گذشته از ترویج ارزش‌های آمریکایی نظیر ظاهرپرستی، تجمل‌گرایی، ظلم‌پذیری، طرفداری از فرهنگ و سیاست غرب، مبلّغ عربیانی، همجنس‌گرایی، زندگی با فلسفه اومانیسم، لذت‌گرایی و... می‌باشند؛ پس نظام سرمایه‌داری و قدرت‌های جهانی سعی می‌کند به شهرت این گروه بیفزاید و از آنها حمایت کند.

گروه کی‌پاپ BTS از کره جنوبی، به‌منظور ملاقات با جو بایدن رئیس‌جمهور آمریکا برای گفتگو درباره افزایش جرایمی که آمریکایی‌های آسیایی‌تبار را هدف قرار می‌دهد، ۳۱ مه از کاخ سفید بازدید کردند. زیرا با شیوع همه‌گیری کرونا، جرایم علیه آسیایی‌های مقیم آمریکا افزایش یافت و گروه BTS به همین منظور، به دعوت کاخ سفید، برای شرکت در همایش «ماه میراث بومی آسیایی آمریکایی هاوایی جزایر اقیانوس آرام (AANHPI)» با موضوع جنایات نفرت، فرهنگ و هنر ضد آسیایی، به آمریکا رفتند. «شوگا»، رپر گروه بی‌تی‌اس به خبرنگاران گفت: «متفاوت‌بودن هیچ اشکالی ندارد. برابری هنگامی آغاز می‌شود که ذهن‌هایمان را باز کنیم و تفاوت‌هایمان را بپذیریم.»

BTS قبلاً با یونیسف سازمان ملل هم همکاری کرد تا یک کمپین ضد خشونت به نام Love Myself را راه‌اندازی کنند. آنها همچنین در مجمع عمومی سازمان ملل متحد اجرا داشته‌اند. اعضای گروه موسیقی BTS کره جنوبی، در زمان شرکت در کنفرانس مجمع عمومی سازمان ملل متحد در نیویورک، در نقش جدید خود به‌عنوان فرستادگان ویژه ریاست‌جمهوری کُره، برای نسل‌ها و فرهنگ آینده ظاهر شدند و درباره تغییرات آب‌وهوایی پیامی را منتشر کردند. طبق هدف‌گذاری، قرار است BTS نماینده نسل آینده باشد و این نمایندگی بدون مجوز و تأیید نظام سرمایه‌داری نبوده است.

در کلیپ ویدئویی که با عنوان دزدیده‌شدن گروه BTS هنگام حضور در آمریکا، پخش شد، ۷ نفر عضو گروه BTS در مقابل ۲ مرد آمریکائی که سلاحی هم همراه نداشتند، هیچ دفاعی انجام ندادند و با پذیرش رُباش خود، بدون اینکه حتی یکی از آنها فریادی بزنند، اجازه دادند آنها را با ماشین خودشان به یک مخفیگاه ببرند و در همان کلیپ بیان داشتند که خودمان را به مظلومیت زدیم تا آسیب نبینیم و یا می‌خواستیم گریه کنیم تا دلشان برایمان بسوزد. این پسران دخترنما، منفعل بودن و ظلم‌پذیری را ترویج می‌کنند و این همان الگویی است که نظام ظالم سرمایه‌داری می‌خواهد به مردم جهان دیکته کند و راه رسیدن به سلامتی و رفاه و آرامش را در ظلم‌پذیری و عدم مقاومت در برابر نظام سلطه نشان دهد.

خود کره جنوبی ظلم و تجاوز سربازان آمریکایی مستقر در کره را یک امر طبیعی تلقی می‌کند و لذا این گروه کره‌ای وظیفه دارند این ظلم‌پذیری را در سطح جهانی ترویج کنند. BTS نماینده ویژه کره جنوبی است که ظلم‌پذیر است، و ظلم‌پذیری را باید در سطح جهانی تبلیغ کند، اما ظاهر امر را با فعالیت‌های آب‌وهوایی و کمپین ضد خشونت و... چیز دیگر نشان می‌دهند. علاوه بر این، سایر ارزش‌های غرب مانند مصرف‌گرایی، دنیوی شدن، تجمل‌گرایی و همجنس‌گرایی و... هم در دستور کار ترویج آنها می‌باشد.

بی‌تی‌اس مجری اجرایی کردن ۲۰۳۰

یکی از نهادهای اصلی سازمان ملل متحد «یونسکو»^{۱۰} می‌باشد. رؤسای دولت‌ها، نمایندگان بلندپایه نهادهای تخصصی سازمان ملل متحد و جامعه مدنی در سپتامبر ۲۰۱۵ گرد هم آمدند و در مجمع عمومی سازمان ملل متحد، دستور کار توسعه پایا^{۱۱} ۲۰۳۰ را تصویب کردند. یعنی تا سال ۲۰۳۰ یک‌سری از طرح‌ها را باید کشورهای مختلف انجام دهند تا فقر و تبعیض و... از جهان از بین برود و جهان مکان بهتری برای زندگی باشد.

سند جهانی ۲۰۳۰ دارای اشکالات فراوانی می‌باشد، از جمله بند پنجم توسعه پایا مربوط به برابری جنسیتی است، که به‌درستی، مخالف سبک زندگی ایرانی اسلامی است. گروه کی‌پاپ بی‌تی‌اس به‌صورت نامحسوس مفاد سند ۲۰۳۰ را در کشورهای دیگر ترویج و تبلیغ می‌کنند. در موج کره‌ای، گرایش و تبلیغ همجنس‌گرایی بعد از سال ۲۰۱۶ به‌شدت زیاد شد و قبل از آن این فضا در موج کره‌ای آشکار و مورد تأکید نبود. یعنی موج کره‌ای از عوامل تحقق سند ۲۰۳۰ به شمار می‌رود و با مطرح شدن اعضای گروه کی‌پاپ، بی‌تی‌اس به‌عنوان دیپلمات کشور کره و حضور در سازمان ملل، یک وجه بین‌المللی به آنان داده شد تا از این طریق بتوانند، تغییر باورهای مردم و هماهنگ کردن نسل

۱۰. سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی سازمان ملل متحد است که با هدف کمک به ایجاد صلح، ریشه کن کردن فقر، توسعه پایدار و گفتگوی بین فرهنگی از طریق آموزش، علوم، فرهنگ، ارتباطات و اطلاعات به وجود آمده است.

۱۱. اهداف توسعه پایا (به انگلیسی: Sustainable Development Goals)، (اختصاری SDGs) با عنوان رسمی دگرگون ساختن جهان ما: دستور کار ۲۰۳۰ برای توسعه پایا (به انگلیسی: Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development)، مجموعه‌ای از اهداف هستند که به آینده مربوط می‌شوند. شامل ۱۷ هدف اصلی و ۱۶۹ هدف ویژه است که نقشه راه جامعه بین‌المللی را در زمینه توسعه پایا برای پانزده سال آینده ترسیم می‌کند.

آینده با سیاست‌های نظام سلطه سرمایه‌داری (تحت عنوان نظم جهانی) و مفاد ۲۰۳۰ را محقق کنند.

موج کره‌ای از علل ترویج بی‌حجابی ایرانیان

یکی از محورهای اصلی سبک زندگی ایرانی اسلامی، موضوع حجاب و پوشش می‌باشد. باتوجه به ویژگی‌های خاص بانوان، لباس و پوشش خانم‌ها باید تفاوت‌های اساسی با پوشش آقایان داشته باشد. 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 مادی‌گرایانه و مخالف معنویت و فطرت الهی داشته باشند.

متأسفانه، بخش بزرگی از پوشاک قشر مذهبی (به عنوان مثال چادر)، از کشورهای کره وارد می‌شود. سود بالایی تولید و صادرات چادر برای کشور کره، باعث شده تا طراحان مُد و لباس در این کشور، به فکر تصاحب سایر بازارهای پوشاک اسلامی و بلکه تغییر پوشاک زنان باشند. افزایش قیمت پارچه‌های چادری از یک سو و تولید و ارائه مد اسلامی برای زنان از سوی دیگر از کشور کره مدیریت می‌شود.

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. به گزارش روزنامه جام‌جم: «هدف اصلی این جشنواره ترویج موج کره‌ای در کشورهای مسلمان است و کره‌ای‌ها در ادامه برنامه‌ریزی‌های خود برای صادرات محصولات فرهنگی خود، این بار کشورهای اسلامی را هدف گرفته‌اند و جالب این است که بخش اصلی فستیوال

سلام سئول اسلامی، «هانبوک باحجاب»^{۱۲} بوده است. لباس‌های کره‌ای باحجاب را طراحان لباس گروه‌های مشهور موسیقی پاپ کره، مانند گروه‌های بلک‌پینک و بی‌تی‌اس، طراحی کرده بودند که نشان‌دهنده این است که یک تفکر، پشت صنعت مد و لباس و صنعت موسیقی پاپ کره وجود دارد؛ صنعتی که امروز بعد از فتح شرق آسیا، قصد کرده تا بازارهای فرهنگی غرب آسیا را هم از آن خود کند».^{۱۳}

صنعت مد و لباس هم یک بخش از سلسله‌مراتب فرهنگی و اقتصادی کشورها است، لذا محبوبیت موج کره‌ای در یک نظام تبلیغی اقتصادی منظم ارائه می‌شود و همانند چرخ‌دنده‌های یک ساعت با یک نظم و هماهنگی به جلو می‌رود. ثمره این حرکت، در حال حاضر باعث شده تا فرهنگ کره، به یک برند استاندارد زیبایی و مد تبدیل شود و مخاطبان جهانی این موج، در پوشاک، نوع آرایش، دانش مراقبت از پوست، حتی تغذیه و سایر استانداردهای زیبایی، به موج کره‌ای به‌عنوان مرجع نگاه کنند.

سوغات کره؛ لباس فراجنسیتی

متأسفانه، نظام سرمایه‌داری و شیاطین عالم در حال فعالیت هستند تا بتوانند جنسیت جدیدی به‌غیر از جنسیت زن و مرد را در جهان رایج کنند. از این رو، لباس‌های بدون جنسیت (بدون تقسیم‌بندی زنانه و مردانه) طراحی شده است. طراحان لباس‌های مد بدون جنسیت، هیچ تفاوتی برای لباس‌های زنانه و مردانه قائل نمی‌شوند. سلب‌ریتی‌های زن و مرد، با پوشیدن چنین لباس‌هایی، موجب ترویج این سبک لباس می‌شوند.

۱۲. مشهورترین لباسی که بازیگران فیلم‌های سنتی و قدیمی کره‌ای می‌پوشند به نام «هنباک» یا «هانبوک»^{۱۲} شناخته می‌شود؛ هانبوک را لباس ملی کره می‌نامند. هانبوک در فرهنگ کره ماندگار نشد و لباس‌های وارداتی مانند پیراهن‌ها و کت و شلوارهای غربی در اوایل قرن نوزدهم، رقیبی برای هانبوک شد و در نهایت جایگزین آن شد.

۱۳. روزنامه جام جم، شماره ۶۵۰۷، صفحه شماره ۱.

«هویونگ چی» «Hoyoung Chi» از موفق‌ترین طراحان فشن در کره جنوبی می‌گوید: من به فرم‌هایی بدون جنسیت فکر می‌کنم مثل کت‌های گشاد و بلوزهایی که کاملاً راسته هستند و روان و پویا به نظر می‌رسند، یعنی خلاقیتی بدون مرز. چی می‌گوید: مشتریان من افراد بسیار شیک‌پوش و جوان در حدود بیست و چند سال (معمولاً از ستارگان موسیقی) هستند که علاقه‌ای به دنبال کردن ترندها ندارند؛ بلکه دوست دارند خودشان این ترندها را بسازند.^{۱۴}

خوانندگان موسیقی کره، موردعلاقه و محبوب برخی نوجوانان ایرانی هستند و طرفداران به‌شدت از پوشش و لباس این خوانندگان تقلید می‌کنند. این نوع پوشش فراجنسیتی، مخالف سبک زندگی ایرانی‌اسلامی است.

نتیجه‌گیری

کشور کره جنوبی، با ابزار موج کره‌ای توانسته است آیدول‌های خود را به‌عنوان ملاک زیبایی و ارزش‌گذاری معرفی کند، طرفداران ایرانی این موج با پیگیری فیلم و کلیپ موزیک ویدئوهای موج کره‌ای متأثر از پوشش آنان، به علت نزدیکی فرهنگی و ارتباط عاطفی و احساسی که با این بازیگران و خوانندگان پیدا کردند از پوشش و سبک زندگی آنان تقلید می‌کنند.

متأسفانه، بسیاری از دانش‌آموزان ایران هم سبک پوششی که این جریان ترویج می‌کند را می‌پسندند و تا جایی که شرایط اجتماعی و فرهنگی اجازه می‌دهد، به سمت پوشش‌های عربان و تهییج‌کننده جنسی می‌روند.

حجاب برای حفظ عفت و حیا و عدم انحراف انسان‌ها می‌باشد و موج کره‌ای با ترویج لباس‌های ناهنجار و لباس‌های بدون جنسیت (بدون تقسیم‌بندی‌های زنانه و مردانه)،

۱۴. سایت Forbes <https://b2n.ir/h90633> (link is external). ترجمه و تألیف توسط مجله قرمز

اقدام به عادی سازی بی حجابی در بین طرفداران خود کرده و تا حدودی طبق سند ۲۰۳۰ توانسته است، انحرافی به نام همجنس بازی را بین بخشی از نوجوانان طبیعی و بدون اشکال جلوه دهد.

منابع برای مطالعه بیشتر:

- به سوی یک دین جهانی: گزارش تحلیلی پنجمین اجلاس پارلمان ادیان جهان در ملبورن استرالیا، حمیدرضا مظاهری سیف، صهبا یقین، ۱۳۹۱

نحوه مواجهه با نوجوانان علاقه مند به موج کره ای

برای اینکه ارتباط موفق و مؤثری در ارتباط گیری با نوجوانان علاقه مند به موج کره ای داشته باشیم، باید برخی نکات را در رابطه با آنان مورد توجه قرار دهیم. فن ها علاقه شدید به آیدل ها دارند، چون اکثرشان نوجوان هستند و به اقتضای احساسات نوجوانی اگر به کسی علاقه مند نشود، بسیار پر شور و هیجان رفتار می کنند. به همین علت جو سنگین عاطفی بین فن ها و آیدل ها وجود دارد که اگر حس کنند کسی قصد توهین یا سرزنش یا مخالفت دارد، بی تاب می شوند و از در ستیز درمی آیند؛ بنابراین باید همراه با توجه مثبت و کنجکاو به آنان نزدیک شد و اشکالات را در قالب سؤالات تأمل برانگیز بدون هر گونه گوشه و کنایه مطرح کرد. سؤالاتی که به راستی قابل طرح کردن هستند و شاید آنها جوابی برایش داشته باشند.

اکثر افرادی که به تغییر دین یا ورود به یک شبه جنبش معنوی و تغییر سبک زندگی دست زده اند، به خاطر استدلالات عقلی و برهان های روشن و قاطع نبوده است. معمولاً فرایند تغییر باورها و افکار این طور پیش می رود که ابتدا شخص وارد یک جریان فکری یا معنوی می شود و لوازم این گرایش را می پذیرد، آنگاه برای این باورها و سبک زندگی جدید دنبال دلیل و استدلال می گردد.

یکی از مسائلی که نوجوانان با آن درگیر می‌شوند، بحران هویت است. آنان در حال بازتعریف خود هستند و تصورات کودکانه از خود را برنمی‌تابند و در جستجوی تصویری تازه از خود هستند. ولی معمولاً معلم‌ها، والدین، مربیان پرورشی و... با آنان مانند یک کودک رفتار می‌کنند و متوجه این تغییر و تحول‌ها نیستند. نوجوان می‌خواهد استقلال و مسئولیت‌پذیری خود را نشان دهد و روابط تازه‌ای برقرار کنند. همچنین نوجوان در آستانه بلوغ جنسی است و تحولات جسمی و عاطفی زیادی را در خود تجربه می‌کند که برایش غریب و ناآشناست. رشد عقلی و شناختی نوجوان تفکر او را در وضعیتی قرار می‌دهد که به سؤالات بنیادین در ذهنش نقش می‌بندد و مسائل فکری ذهنش را مشغول می‌کند. پرسش‌هایی از قبیل چیستی جهان، وجود خدا، نیاز به دین، معنا و هدف زندگی و جایگاهش در بین اطرافیان و روابط اجتماعی. این تحولات نوجوان را در مرز احساس قدرت و احساس ضعف قرار می‌دهد و رفتارها و احساسات متناقض را در او پدید می‌آورد. درحالی‌که خانواده و نزدیکان او و حتی مربیان از درک این شرایط پیچیده سرباز می‌زنند و او را سرزنش می‌کنند و می‌کوشند او را به راهی ببرند که خودشان می‌پسندند، موسیقی کره‌ای پیام دیگری به او می‌دهد. پیام قدرت، سرکشی، تأیید، خوددوستی و خودپسندی و امید به رؤیاها و شادی و آزادی. موج کره‌ای با تکنیک‌های ارتباطی و استفاده از ظرفیت فضای مجازی به اعماق خیالات خلاقانه آنها راه پیدا می‌کند و در اتاق خصوصی آنها و بلکه در ذهن نوجوان با او زندگی می‌کند.

شاید عجیب به نظر بیاید؛ ولی آیدل‌ها برای بعضی فن‌ها نقش پیامبر را دارند. مثلاً گروه بی‌تی‌اس برای آرمی‌ها الگوی رفتاری و باوری است و چون آرمی‌ها دلبسته اینها هستند، به همین خاطر از لحاظ روانی نمی‌توانند نقدها را قبول کنند؛ پس نوجوانی که خود را فن گروه‌های کی پاپ می‌داند و از آرمی (طرفداران گروه بی‌تی‌اس) یا اسکوال (طرفداران گروه اکسو) یا بلینک (طرفداران گروه بلک پینک) بودن و عضویت در گروه طرفداران کسب هویت می‌کند، نباید احساس کند که شما می‌خواهید بین او و آنچه هست و می‌خواهد باشد، فاصله می‌اندازی و قصد سرکوب و سرزنش او را دارید. باید ابتدا فن‌ها را توجیه کنیم که قصد توهین نداریم، به علاقه‌شان احترام می‌گذاریم و فقط

می‌خواهیم در مورد بی‌تی‌اس صحبت کنیم و خوبی و بدی‌هایی که به ذهن ما می‌رسد را بیان می‌کنیم، تا باب گفتگو باز شود. باید با ایجاد فضای صمیمی اجازه دهیم بچه‌ها ابتدا صحبت کنند و اگر خجالت می‌کشند با اعتمادبه‌نفس دادن به آنها کمکشان کنیم صحبت کنند، بعد حتماً تذکر دهیم که این سؤال‌ها به نظر ما رسیده است و شاید شما مطلبی بگویید که متوجه چیزهای جدید شویم. این جمله خیلی در ارتباط‌گیری و شروع باب گفت‌وگو مؤثر است، چون به او استقلال می‌دهیم و به علاقه و انتخاب او احترام می‌گذاریم.

بعضی موضوعات هرگز نباید در اوایل ارتباط مطرح شود. موضوعاتی مثل همجنس‌گرا بودن ایدل‌ها یا شیطان‌پرست بودن گروه‌های موسیقی کره‌ای مسائلی نیست که قابل اثبات باشد. اگرچه برخی رفتارها و نشانه‌ها در این باره وجود دارد، اما مهم است که بر اساس مسلمات و محک‌های پرسش‌هایی را مطرح کنیم که آنان را به فکر وادارد نه اینکه با طرح مباحث مشکوک رفتاری برچسب زننده داشته باشیم و نشان دهیم که هیتر یا نفرت‌پراکنی نسبت به علایق آنان هستیم؛ بنابراین هرگز وارد گفتگوهای تشویم که شامل توهین یا اتهام است. البته نامناسب بودن رفتارها و معنی برخی از نشانه‌هایی که بر شیطان‌گرایی دلالت می‌کند، قابل طرح است. به‌طوری‌که شاید آنها ناخواسته و بنابر طراحی شرکت‌هایی که برای آنان کار می‌کنند، این رفتارها را انجام می‌دهند و نشانه‌های شیطانی را استفاده می‌کنند. به‌هرحال این رفتارها و نشانه‌ها را دلیلی بر همجنس‌گرا یا شیطان‌پرست بودن آنها قلمداد نکنید.

شنونده فعال باشید

فن‌ها مهارت تعامل با دیگران را بلد نیستند، اجازه اظهارنظر و مخالفت با خود را نمی‌دهند و سعه‌صدر و تاب‌آوری ندارند. برای حل این مشکل باید از طریق ارائه الگو مهارت گوش‌دادن فعال^{۱۵} را به آنان بیاموزیم.

شنونده خوبی باشید. برای این کار باتوجه‌به گفته‌های او گوش کنید، در لابه‌لای صحبت‌هایش واکنش‌های توجه‌آمیز نشان دهید. کلماتی مثل بله چه جالب و مشابه این عبارت‌ها که نشان دهد به‌خوبی گوش می‌کنید، بسیار مؤثر راست. گاهی برخی مطالب را خلاصه کنید و به او بگویید تا مطمئن شوید مطلب را همان‌طور که او می‌گوید متوجه شده‌اید. در این خلاصه‌سازی‌ها می‌توانید مطالب مشکل‌دار را کمی برجسته کنید و با لحن توصیفی که نشان دهد به‌خوبی مطالب او را گوش کرده‌اید، بازگو کنید. در گوش‌کردن جدی باشید، زیاد شوخی نکنید، تمسخر و محاکمه نکنید و کاملاً همدلانه گوش دهید.

صرف شنونده فعال‌بودن باعث می‌شود مخاطب آرامش بیابد و بتواند ذهنیات، مشکلات و خواسته‌های خود را بیان و منتقل کند. مواردی داشتیم که افرادی که به مشاور مراجعه کرده‌اند، بعد از اینکه مشاور نقش شنونده فعال را به‌درستی ایفا و مراجع، مشکلات خود را منتقل کرد، از مراجع پرسیده است که به نظر خود شما راهکار این مشکل چیست؟ خود مراجع راهکار مناسب را بیان کرده است. خیلی اوقات خود افراد نمی‌توانند مشکلات و راهکارهای مناسب رفع آن را تحلیل و در ذهن دسته‌بندی کنند و کافی است ما، نقش هدایتگری داشته باشیم تا به نتیجه مطلوب برسیم.

۱۵. فردی که مهارت گوش دادن را بلد است، فقط امواج صوتی را دریافت نمی‌کند، بلکه با تمرکز کامل به معنای پیامی که در حال انتقال است فکر می‌کند.

پرورش تفکر

تلاش نکنید که آنها را به نتیجه برسانید. به نوجوان اجازه می‌دهید خودش انتخاب کند. اینکه اجازه انتخاب به او می‌دهیم خودش به شخصیت‌دهی و هویت‌بخشی نوجوان کمک می‌کند و باعث رشد تفکر انتقادی می‌شود. بهترین راه در مواجهه با فن‌ها پرورش تفکر انتقادی در آنها است. قرآن کریم در این رابطه می‌فرماید: «الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُو الْأَلْبَابِ [زمر/۱۸] آنان که سخنان را می‌شنوند و از بهترینش پیروی می‌کنند، اینانند کسانی هستند که خدا هدایتشان کرده، و اینان همان خردمندان‌اند.» پس با ارائه و نشان دادن خوبی و بدی‌ها کمک می‌کنیم قدرت تفکر خلاق و انتقادی پرورش یابد و خود نوجوان به نتیجه موردنظر برسد.

یکی از شاخه‌های فلسفه، فبک (فلسفه برای کودکان) است. منظور از آموزش فلسفه به کودکان، فلسفه ارسطویی، ملاصدرا و... نیست؛ فبک، پاسخ سؤال‌های ذهنی و عمیق را به زبانی ساده و قابل فهم به کودکان آموزش می‌دهد و کودکان در جریان بازی‌ها، کتاب‌ها، تمرین‌ها و داستان‌های مختلف، فکر کردن را می‌آموزند.

داستان‌های تربیتی راه مقابله با الگوهای کی‌پاپ

داستان‌گویی باعث می‌شود نوجوان با قهرمانان داستان هم‌زاد پنداری کند و وقتی الگوی مورد تحسین و قابل تبعیت را در داستان‌هایمان، افرادی با ویژگی‌های اخلاقی و دینی و... معرفی کردیم، الگوهای نامناسب مانند: هنرپیشه‌ها و خوانندگان کره‌ای و... در ذهن نوجوان مخدوش و بی‌ارزش می‌شود. نزدیک به یک‌سوم آیات قرآن مربوط به حوادث و داستان‌های پیامبران، اقوام و ملل قبل از اسلام، توضیح و ترسیم جهان آخرت می‌باشد. تأکید قرآن بر استفاده از قالب داستانی است تا مفاهیم بلندی را در این شکل به مخاطب خویش ارائه کند. قرآن کریم داستان‌گویی را به عنوان یک قالب انتخاب کرده است تا

مفاهیم والای دینی را از این طریق انتقال دهد. در واقع قرآن قصه را در خدمت اهداف دینی و ترویج معارف حق قرار داده است.

قرآن کریم در رابطه با داستان و قصه می‌فرماید: «لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةً لِّأُولِي الْأَلْبَابِ مَا كَانَ حَدِيثًا يُفْتَرَىٰ وَلَكِنْ تَصْدِيقَ الَّذِي بَيْنَ يَدَيْهِ وَتَفْصِيلَ كُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ»؛ [یوسف/۱۱۱] به راستی در سرگذشت آنان عبرتی برای خردمندان است. [قرآن] سخنی نیست که به دروغ بافته شده باشد، بلکه تصدیق کننده کتاب‌های آسمانی پیش از خود است و بیان‌گر هر چیز است و برای مردمی که ایمان دارند، سراسر هدایت و رحمت است».

همچنین در رابطه با مفهوم الگو می‌فرماید: «لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا»؛ [احزاب/۲۱] یقیناً برای شما در (روش و رفتار) پیامبر خدا الگوی نیکویی است برای کسی که همواره به خدا و روز قیامت امید دارد و خدا را بسیار یاد می‌کند». یا اینجا که می‌خوانیم: «قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ»؛ [ممتحنه/۴] مسلماً برای شما در ابراهیم علیه‌السلام و کسانی که با او هستند سرمشقی نیکو است». یکی از تأثیرات قصه‌گویی، درمان مشکلات رفتاری کودکان، تربیت اجتماعی، عاطفی و اخلاقی است. با داستان و حکایت، بسیاری از مقررات، هنجارهای اجتماعی و دستورالعمل‌های زندگی را می‌شود منتقل کرد؛ با داستان می‌شود الگوی مناسب و نامناسب را به مخاطب معرفی کرد و از طریق همین معرفی الگوی مناسب، می‌شود الگوهای نامناسب را در ذهن مخاطب تخریب کرد.

نوجوانان خوانندگان کی‌پاپ را نمونه آرمانی یک جوان می‌دانند. برخی مخاطبان سبک زندگی غلط و الگوهای نامناسب، به‌خاطر خلأ آرامش و عدم رضایت از زندگی، جذب این نوع الگوهای نامناسب می‌شوند؛ به‌عنوان مثال برخی آرمی‌ها می‌گویند ما ناامید و خسته از زندگی بودیم، می‌خواستیم خودکشی کنیم و... اما BTS ما را نجات داد. ۱۶

۱۶. این ادعاها بیشتر اوقات غلط است ولی مخاطب با تلقین اطرافیان این ادعاها را می‌پذیرد.

این ادعاها، هیچ دلیل مستندی ندارد؛ بیشتر تکرار صحبت‌های بعضی آرمی‌ها است که بدون دلیل این ادعاها را مطرح کرده‌اند.

در قصه‌گویی مشکلات قهرمانان و الگوها و راهکار برون‌رفت بیان می‌شود. نوجوان با مشکلات آشنا و راهکار حل آن را می‌آموزد و این داستان‌ها، تمرینی ذهنی است تا در فضای واقعی بتواند مشکلات را حل کند و رضایت از زندگی را داشته باشد. با سیستم قصه‌گویی این ادعاهای آرمی‌ها، مطرح و به‌صورت غیرمستقیم نقد و پاسخ داده می‌شود. با خلق شخصیت‌های متناسب با فضای کی‌پاپ، نکات تربیتی را به آرمی‌ها منتقل می‌کنیم.

نتیجه‌گیری

موج کره‌ای یکی از تهاجمات فرهنگی علیه فرهنگ اصیل ایرانی اسلامی می‌باشد. نظام لیبرال سرمایه‌داری با استفاده از هنر و رسانه، همانند جریان موج کره‌ای سعی در ایجاد و گسترش سبک زندگی اومانیسم الحادی دارند. با ترویج فرهنگ سکولار و اومانیسم، کنترل ذهن بشریت در دستان نظام سرمایه‌داری است و نظام سرمایه‌داری با ورود به حوزه سبک زندگی و معنویت سعی می‌کند موجودیت خودش را حفظ کرده و بنیان‌های سیطره و استعمار بر مردم را تقویت کند.

ما در مرحله اول برای جلوگیری از آسیب‌های موج کره‌ای و حفظ و تحقق تمدن با محوریت سبک زندگی ایرانی اسلامی، ناگزیر هستیم موج کره‌ای را به‌صورت دقیق بشناسیم و راهکارهای عملیاتی مقابله با آن را به دست بیاوریم. تهاجم فرهنگی مختص به فرهنگ غربی و یا شرقی به‌خصوص موج کره‌ای نیست، در عصر ارتباطات هر فرهنگی قابلیت این تهاجم را دارد. کمااینکه موج فرهنگی ژاپنی (ایکیگای) و چینی از شرق و موج ترکیه‌ای در همسایگی ما آرام‌آرام در حال قدرت‌گرفتن هستند و به‌آرامی وارد فضای ایران می‌شوند. ازاین‌رو بررسی و تحلیل دقیق موج کره‌ای و راهکارهای

مقابله با آن علاوه بر مقابله با موج کره‌ای، تجربه‌ای فرهنگی برای مقابله با سایر هجمله‌ها فرهنگی است.

منابع برای مطالعه بیشتر:

- مقاله آثار و برکات اُذن بودن بر اساس آیه ۶۱ سوره توبه، ابراهیمی فخاری آزاد، نشریه اخلاق، ۱۳۹۶، دوره ۷، شماره ۲۵ (پیاپی ۴۷)، ص ۵۷ تا ۷۶.
- محمدجواد نصیری، راز پنهانی ماه، نشر محمد و آل محمد ص، قم، ۱۳۹۷
- شیوه‌های برون‌رفت از تأثیرات منفی سلبریتی‌ها بر نوجوانان، محمدحسین افشاری کرمانی، دو فصلنامه تخصصی تبلیغ خانواده، سال دوم شماره سوم، پاییز و زمستان ۱۴۰۲
- موج کره‌ای در ایران: بررسی دلایل اقبال نوجوانان و جوانان ایرانی به موسیقی پاپ کره‌ای، عبدالله بیچرانلو و ریحانه اقبالی، پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات، بهار ۱۳۹۹
- سایت رهبری، <https://b2n.ir/t46530>(link is external). بیانات در دیدار جمعی از شاعران و اهالی فرهنگ و ادب ۳/ ۹/ ۱۳۹۷
- بیانات رهبری در جلسه پرسش و پاسخ با جوانان در دومین روز از دهه فجر (روز انقلاب اسلامی و جوانان) ۱۳/ ۱۱/ ۱۳۷۷، <https://khl.ink/f/2927>(link is external)