

## Research Paper

### K-Popers' Self—Perception: A Study from the Perspective of Adolescent Girls Seyyede Matin Seyyed Hoseyni<sup>1</sup>, Afsaneh Kamali<sup>2</sup>, Payam Roshanfeker<sup>3</sup>

Received: Jul. 10, 2025; Accepted: Jul. 16, 2025

#### Abstract

One of the most popular music genres among today's teenagers is K-pop, a genre that serves as a platform for the representation and redefinition of adolescent identity. This study aims to investigate the self-perception of adolescent K-pop fans (K-popers) and to analyze the gradual process of identity formation within this cultural context. Employing a qualitative research design and thematic analysis, data were collected through 24 semi-structured interviews with adolescent K-pop enthusiasts and subsequently subjected to thematic analysis. Findings indicate that engagement with the K-Pop phenomenon occurs along a continuum of involvement, ranging from passive music listening to emulation of fashion and makeup styles, culminating in the internalization of personality traits and value systems associated with K-pop idols. Throughout this process, fans progressively construct new social personas, which are expressed both in virtual and real-life contexts. Moreover, most participants strive to delineate a boundary between genuine interest and obsessive behavior. The results underscore that K-pop, as a global subculture, not only shapes adolescents' tastes and lifestyles but also contributes significantly to their identity formation. Although the inherent limitations of qualitative research affect the generalizability of the findings, this study highlights the multifaceted and prominent role of K-pop and its idols as global cultural-artistic agents in the identity development of adolescents.

**Keywords:** K-pop, adolescents, identity formation, idol worship, fanaticism.

<sup>1</sup>. Phd Student of Sociology, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran. [M.hoseyni@alzahra.ac.ir](mailto:M.hoseyni@alzahra.ac.ir)

<sup>2</sup>. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran, (Corresponding Author). [A.kamali@alzahra.ac.ir](mailto:A.kamali@alzahra.ac.ir)

<sup>3</sup>. Assistant Professor, Department of Social health, University of Social Welfare and Rehabilitation Science, Tehran, Iran. [Pa.roshanfekr@uswr.ac.ir](mailto:Pa.roshanfekr@uswr.ac.ir)

## Introduction

Music is an inseparable part of human life, and listening to it has always been one of the most accessible forms of recreation. According to Levitin (2006), music can help individuals relax, focus their thoughts, celebrate, or even express emotions (as cited in Foran, 2009). The significance of music is evident across all ages, particularly during adolescence. Christensen & Roberts (1998) Adolescents spend more time listening to music than other age groups, which makes music especially meaningful in their lives, (as cited in Forchu, 2013).

During adolescence, individuals often develop personal preferences for specific singers or musical groups. Among the most popular genres is Korean pop music, or K-pop. K-pop has gained widespread popularity among adolescents, to the extent that traces of it can be found in many social circles; even those who are not dedicated fans often have some familiarity or experience with the genre. This indicates that K-pop has become more than just a musical style, it has turned into a significant component of adolescents, everyday culture.

Adolescence is a critical period for identity formation, and young people actively seek role models to guide them through life. Traditionally, family members and teachers served as primary role models. However, in contemporary society, celebrities have emerged as influential figures in adolescents' lives. Accessible through media and social networks, these figures allow adolescents to observe and emulate their lifestyles, and in some cases, elevate them to the level of idolization. Among these influential figures, K-pop idols have become cultural role models for many adolescents and can profoundly impact their identity formation, values, and social behaviors.

Given the prominent role of K-pop in adolescents' lives and its influence on social and personal identity formation, studying this phenomenon is of particular importance. This research focuses on how K-pop groups serve as reference groups for adolescents and how this process contributes to individual and collective identity formation, as well as idolization of K-pop stars. The research questions guiding this study are: What are the characteristics of K-pop fans? Who are the individuals who do not listen to this genre or speak negatively about it (i.e., hate it)? How do adolescent girls model themselves after K-pop groups? And how do these girls behave toward K-pop groups and idols?

## Methodology

This study employed a qualitative research approach. Semi-structured interviews were conducted with 24 adolescent girls aged 15 to 18 from various regions of the country.

The interviews were held either in person or online, lasting between 30 to 60 minutes each. Prior to the interviews, participants completed a consent form, and pseudonyms were used to ensure anonymity. Purposeful sampling was utilized to achieve a diverse range of data; thus, participants varied in terms of economic, social, religious, educational, and familial backgrounds to maximize diversity. Data analysis was conducted using thematic analysis.

### **Finding**

In response to the question of what characterizes K-pop fans, The findings indicate that adolescent female K-pop fans are balanced and active individuals who respect norms, support K-pop groups, and avoid extremist behaviors. Regarding who does not listen to K-pop or “hate” it, participants mentioned adults, boys, and individuals with different musical tastes, who occasionally show negative reactions. In response to how adolescent girls model themselves after K-pop groups, participants mostly referred to drawing inspiration from style, hairstyles, and makeup, while avoiding idols’ strict dieting practices. Regarding girls’ behavior toward K-pop groups and idols, it was found that they engage in fandom in a balanced, rational, and non-biased manner, respond respectfully to criticism, and some fans also pay attention to books, movies, and other cultural products introduced by idols, which form part of their fandom experience.

The study shows that K-pop fans are part of a subculture with shared language and appearance, which may not be easily understood by outsiders. Idols are recognized as behavioral and taste role models, but fans establish boundaries in their emulation that are consistent with their personal identity and cultural values. Therefore, K-pop, while being part of these adolescents’ social identity, is approached with awareness and self-regulation, preventing extreme fanaticism or idolization.

Although K-pop fans accept idols as role models, they respect their personal choices and individual identities, and avoid behaviors that could harm their health or sense of self. According to identity theory, K-pop has become part of their social identity, and they identify themselves as K-pop fans, yet they set boundaries to maintain alignment with their values and personal identity. Consequently, extreme idolization or intense bias is not observed among them, and this balance allows them to preserve their identity within the K-pop community in a healthy and moderate way.

## Bibliography

- Amri, W. A. (2020). Kpop Fans Fanatism In Social Media Instagram. *International Journal of Cultural and Social Science*, 1(1), 25-34 .
- Ardhiyansyah, A., Maharani, D. P., Sari, S. P., & Mansur, U. (2021). K-Pop Marketing Tactics That Build Fanatical Behavior. *Nusantara Science and Technology Proceedings*, 66-70 .
- Asrita, S. (2023). The Identity Construction of BTS Fans on Whatsapp Group. *Jurnal Komunikasi Global*, 12(2), 317-332.
- Badinfekr, M, J. (2020). Digital youth subcultures; Case study of Iranian fans of Exo music group. Master's thesis, Faculty of Islamic studies, Culture and Communication, Imam Sadiq University (I.S.U). [In Persian]
- Bora, E. (2020). The popularity of K-POP in north east India: Case on the Increasing Fame of BTS between 14-29 age group .Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD).
- Cashmore, E. (2021). *Celebrity Culture*. (Ehsan Shahghasemi trans). Tehran: Research Institute for Culture, Art and Communication. [In Persian]
- Cheriyah, Y., & Hadi, A. R. (2022). K-Popers and ARMY BTS: An uprising subculture community in Indonesia. *Simulacra*, 5(2), 85-98.
- Dalimunthe, I., Hariyadi, A., Agustin, S., & Safitri, D. (2022). The Role of Korean Pop Culture in Changing the Behaviour of Teenage Kpop Fans Among IKOM UNJ Students. *Proceeding The 2nd ICHELSS*, August 24-25, 2022, Jakarta, Indonesia, 95-105.
- Domingo, L. (2021). Korean Pop Music a Threat to Contemporary Filipino Identity? Globalization, Nation, and Interrogation in Philippine Culture and Identity. *Asia Review*, 11 (2), 247–265. In.
- Elliott, A. (2022). *Routledge Handbook of Celebrity Studies*. (Ehsan Shahghasemi trans). Tehran: Sooreh Mehr Publication. [In Persian]
- Flick, U. (2017). *An Introduction to Qualitative Research*. (Hadi Jalili trans). Tehran: Ney Publication. [In Persian]
- Flick, U. (2017). *An Introduction to Qualitative Research*. (Hadi Jalili trans). Tehran: Ney Publication. [In Persian]
- Foran, L. M. (2009). Listening to music: Helping children regulate their emotions and improve learning in the classroom. *Educational Horizons*, 88(1), 51-58.
- Forchu, I. I. (2013). Music preferences and behavioural patterns of adolescents in Enugu town, Nigeria: Implications for development. *Res. Human. Soc. Sci*, 3(4), 57-66.

- Ganghariya, G., & Kanozia, R. (2020). Proliferation of Hallyu wave and Korean popular culture across the world: A systematic literature review from 2000-2019. *Journal of Content, Community & Communication*, 11(6), 177-207.
- Habibah, N. U., Tsani, A. F. A., & Sumarni, D. (2021). The effect of Korean wave on body image and eating disorders among female adolescents in Yogyakarta, Indonesia. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 18(2), 78-85
- Habibah, N. U., Tsani, A. F. A., & Sumarni, D. (2021). The effect of Korean wave on body image and eating disorders among female adolescents in Yogyakarta, Indonesia. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 18(2), 78-85
- Haessler, E. L. (2022). Visual Music: K-Pop's 'CAWMAN' Effect on a Transnational Music Subculture. *INSAM Journal of Contemporary Music, Art and Technology*(8), 124-149.
- Haghpanah, H. (2017). Sociological study of the influence of Celebrities on Students reference groups: Case Study: Tehran secondary school students (Tebyan, Maher and Mofid schools). Master's thesis, Faculty of Social Sciences, University of Tehran. [In Persian]
- Imani Parsa, S. A. (2005). A Study of Reference Groups among High School Students . Master's thesis, Cultural Studies, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University. [In Persian]
- Jiménez, M. G., & Posadas, R. Y. (2016). Influencia cultural del K-pop en jóvenes limeños. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 6(2), 158–164.  
<https://doi.org/10.18259/acs.2016025>
- Kuk, B. C. H. (2021). Bridging The Boundaries of Genres, Culture, and Language in North American K-Pop Fandom, Master's Thesis, University of Calgary, Calgary, Canada.
- Miranda, D. (2013). The role of music in adolescent development: much more than the same old song. *International Journal of Adolescence and Youth*, 18(1), 5-22.  
doi:10.1080/02673843.2011.650182
- North, A. C., Sheridan, L., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Attributional style, self-esteem, and celebrity worship. *Media Psychology*, 9(2), 291-308.
- North, A., Hargreaves, D., & O'Neill, S. (2000). The importance of music to adolescents. *British Journal of Educational Psychology*, 70, 255-272.  
doi:10.1348/000709900158083
- Pacis, J. (2012). Popping the K-pop Bubble: A Study on the World of K-pop Fandom as a Subculture. For the degree of Bachelor of Arts in Broadcast Communication. University of the Philippines.

- Parivatphun, N. (2020). The study of makeup of Thai female fans influencing from K-POP idols: Blackpink. Chulalongkorn university Thesis and Dissertions (Chula ETD).
- Rahimipour, M. (2023). An Analysis of Music Fandom Subcultures in Iran: A Case Study of the BTS Music Group. Master's thesis, Faculty of Social Sciences, University of Tehran. [In Persian]
- Rojek, C. (2022). Celebrity. (Shima Ali trans). Tehran: Islamic Culture and Art Research Institute. [In Persian]
- Sadigh Sarvestani, R., & Hashemi, S. Z. (2002). Reference Groups in Sociology and Social Psychology with Emphasis on the Theories of Merton and Festinger. *Social Science Letter*, (20), 149–167. [In Persian]
- Seregina, A. (2011). Fanaticism-Its development and meanings in consumers' lives. Master's thesis .Department of Marketing Aalto University .
- Shabahang, R. Firoozi, M. Bagheri Sheykhangafshe, F. & Sedighian, S, F. (2019) The Role of Celebrity Worship and Parasocial Interaction with them in Prediction of Body Image Concern. *Rooyesh-e-Ravanshenasi*, 8(9), 139-148. [In Persian]
- Sharifi, R. (2018). Study of the Celebrities & secondary school students Case Study: Tehran secondary school students (Farhangh & Tolume schools). Master's thesis, Faculty of Social Sciences, University of Tehran. [In Persian]
- Van der Hoeven, A. (2014). Popular Music Memories. Places and Practices of Popular Music Heritage, Memory and Cultural Identity. Thesis to Obtain the Degree of Doctor from the Erasmus University Totterdam.
- Ward, P. (2020). Gods behaving badly: Media, Religion, and Celebrity Culture. (Ehsan Shahghasemi trans). Tehran: Soore Mehr .[In Persian]
- Weinstein, D., & Weinstein, M. (2003). Celebrity worship as weak religion. *Word and World*, 23(3), 294-302.
- Zokaei, S. & Azizi Hamedani, M. (2015). The Korean Wave in Iran Motives and Consequences of The Spread of Korean Popular Culture in Iran. *New Media Studies*, 1(3), 77-124. [In Persian]
- Zolfaghri, A. & Soofizad, G. (2013). A Study of Reference Groups of Young Women in Ilam. *Journal of Applied Sociology*, 24 (3), 57-70. [In Persian]



## مقاله پژوهشی

### پنداشت کی‌پاپرها از خودشان:

### مطالعه‌ای از دیدگاه دختران نوجوان

سیده متین سید حسینی<sup>۱</sup>، افسانه کمالی<sup>۲</sup>، پیام روشنفکر<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۰۴/۰۳/۳۰، تاریخ تایید: ۰۴/۴/۲۵

#### چکیده

یکی از سبک‌های موسیقی پرطرفدار در میان نوجوانان امروزی، کی‌پاپ است. سبکی که به‌عنوان بستری برای بازنمایی و بازتعریف هویت نوجوانان عمل می‌کند. هدف این پژوهش، بررسی پنداشت نوجوانان هوادار کی‌پاپ (کی‌پاپرها) از خود و تحلیل روند تدریجی شکل‌گیری هویت در این بستر فرهنگی است. این مطالعه با رویکرد کیفی و روش تحلیل مضمون انجام شد. داده‌ها از طریق ۲۴ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با نوجوانان هوادار کی‌پاپ گردآوری و سپس با استفاده از تحلیل مضمون بررسی شدند. یافته‌ها حاکی از آن است که مشارکت در دنیای کی‌پاپ طیفی از سطوح مختلف درگیری را در بر می‌گیرد، از شنیدن صرف موسیقی تا تقلید از سبک پوشش و آرایش و در نهایت درونی‌سازی الگوهای شخصیتی و ارزشی آن‌ها. در این مسیر، هواداران به تدریج پرسونا‌های اجتماعی جدیدی برای خود خلق می‌کنند که در فضای مجازی و واقعی به نمایش گذاشته می‌شود. همچنین بیشتر نوجوانان در تلاش‌اند میان علاقه‌مندی و افراط مرز مشخصی قائل شوند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که کی‌پاپ به‌عنوان یک خرده‌فرهنگ جهانی، نه تنها بر سلیقه‌ها و سبک زندگی نوجوانان اثر می‌گذارد، بلکه بخشی از هویت‌یابی آن‌ها را نیز شکل می‌دهد. با وجود محدودیت‌های تعمیم‌پذیری پژوهش‌های کیفی، نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که کی‌پاپ و آیدل‌های آن، در مقام عناصر فرهنگی-هنری جهانی، نقشی پررنگ و چندلایه در فرایند هویت‌یابی نوجوانان ایفا می‌کنند.

واژه‌های کلیدی: کی‌پاپ، نوجوان، هویت، پرستش آیدل‌ها، تعصب‌گرایی

<sup>۱</sup>. دانشجوی دکتری مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران؛ M.hoseyni@alzahra.ac.ir

<sup>۲</sup>. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران (نویسنده مسئول). A.kamali@alzahra.ac.ir

<sup>۳</sup>. استادیار مرکز تحقیقات مدیریت رفاه اجتماعی، دانشگاه علوم توانبخشی و سلامت اجتماعی، تهران، ایران. Pa.roshanfekr@uswr.ac.ir

موسیقی جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی انسان‌ها است و گوش دادن به آن به‌عنوان یکی از تفریحات اصلی، همواره در دسترس بوده است. لویتین<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) معتقد است که موسیقی می‌تواند به ما کمک کند تا آرامش پیدا کنیم، بر افکار خود تمرکز کنیم، جشن بگیریم یا حتی احساسات خود را بیان کنیم (به نقل از فوران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹). این اهمیت موسیقی در تمام سنین، به‌ویژه در نوجوانان، به‌وضوح مشهود است. از آنجایی که نوجوانان بیش از دیگر گروه‌های سنی زمان بیشتری را به گوش دادن به موسیقی اختصاص می‌دهند، کریستنسن و رابرتز<sup>۳</sup> (۱۹۹۸) بر این باورند که موسیقی برای آن‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (فورچو<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳).

نوجوانان بر اساس سلیقه‌های فردی‌شان ممکن است طرفدار خوانندگان یا گروه‌های موسیقی خاصی باشند. یکی از محبوب‌ترین سبک‌ها در میان آن‌ها، موسیقی پاپ کره‌ای یا کی‌پاپ است. در بسیاری از جمع‌های نوجوانی، می‌توان ردپای کی‌پاپ را دید؛ حتی اگر کسی هوادار پر و پا قرص نباشد، اغلب آشنایی یا تجربه‌ای از گوش دادن به آن دارد. این محبوبیت گسترده نشان می‌دهد که کی‌پاپ فراتر از یک سبک موسیقی، به بخشی از فرهنگ روزمره نوجوانان بدل شده است.

در دوران نوجوانی که دوران شکل‌گیری هویت فردی است، نوجوانان به‌شدت به دنبال الگوهایی می‌گردند که به آن‌ها در مسیر زندگی کمک کنند. در گذشته، خانواده و معلمان به‌عنوان الگوهای اصلی نوجوانان شناخته می‌شدند، اما در دنیای امروز، سلبریتی‌ها به‌عنوان الگوهای جدید در زندگی نوجوانان شناخته می‌شوند. این سلبریتی‌ها، چه در شرق و چه در غرب، از طریق رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی قابل‌دسترس هستند و نوجوانان می‌توانند سبک زندگی آن‌ها را دنبال کرده و حتی در برخی موارد، این الگوهای اجتماعی را تا حد پرستش به کار گیرند. در این میان، کی‌پاپ و آیدل‌های آن به‌عنوان الگوهای فرهنگی برای بسیاری از نوجوانان تبدیل شده‌اند و می‌توانند تأثیرات عمیقی بر فرایند هویت‌یابی و ارزش‌های این نوجوانان داشته باشند.

با توجه به جایگاه برجسته کی‌پاپ در میان نوجوانان و نفوذ آن در شکل‌گیری هویت اجتماعی آن‌ها، پژوهش در این زمینه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این تحقیق به‌ویژه بر این موضوع متمرکز است که گروه‌های کی‌پاپ چگونه می‌توانند به‌عنوان گروه‌های مرجع برای

<sup>1</sup> Levitin

<sup>2</sup> Foran

<sup>3</sup> Christensen & Roberts

<sup>4</sup> Forchu

نوجوانان عمل کنند و چگونه این فرآیند می‌تواند به شکل‌گیری هویت فردی، اجتماعی و حتی پرستش‌گونه نسبت به آیدل‌ها منجر شود. در این راستا، سؤالات پژوهش پیش‌رو عبارتند از: ویژگی‌های کی‌پاها چیست؟ چه کسانی این سبک موسیقی را گوش نمی‌دهند یا به نسبت به آن هیت می‌دهند (بدگویی می‌کنند)؟ دختران نوجوان چگونه از گروه‌های کی‌پاپ الگوبرداری می‌کنند؟ رفتار دختران نسبت به گروه‌ها و آیدل‌های کی‌پاپ چگونه است؟

## مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

### تعریف مفاهیم

#### کی‌پاپ

اصطلاح هالیو یا موج کره‌ای به محصولات فرهنگ‌عامه کره‌ای مانند درام، موسیقی و فیلم و همچنین غذا، لوازم‌آرایی و انیمیشن اشاره دارد (گانقاریا و کانزیا<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). اگرچه هالیو دامنه وسیعی از فرهنگ کره‌ای را در بر می‌گیرد، اما موسیقی کی‌پاپ به‌عنوان یک پدیده فرهنگی جهانی، بیشترین تأثیرگذاری را در سراسر دنیا به‌ویژه در میان نوجوانان داشته است. کی‌پاپ به‌ویژه با ویژگی‌های خاص موسیقایی و بصری خود شناخته می‌شود؛ این ویژگی‌ها شامل رقص‌های هماهنگ، ترکیب‌های موسیقی هیپ‌هاپ و سبک‌های لباس خاص و غیرمعمول است که همگی در کنار اجراهای پرانرژی و چشمگیر روی صحنه، محبوبیت آن را به ارمغان آورده است (سیاهمار<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۲ نقل شده از آسریتا<sup>۳</sup>، ۲۰۲۳).

قدیمی‌ترین شکل فرهنگ عامه‌پسند کره‌ای «تروت»<sup>۴</sup> نام دارد که سبکی از موسیقی پاپ عامه‌پسند در کره جنوبی است (کیم، ۲۰۲۰ نقل شده از دومینگو<sup>۵</sup>، ۲۰۲۱). با این حال، کی‌پاپ مدرن در اوایل دهه ۱۹۹۰ و با ظهور گروه پسرانه سنوتایچی و پسران شکل گرفت. این گروه نه‌تنها ساختار موسیقی کره‌ای را تغییر داد، بلکه با نوآوری‌هایی در سبک موسیقی، موضوعات آهنگ‌ها، مد و حتی سانسورهای اجتماعی، تأثیرات قابل‌توجهی بر جامعه کره جنوبی گذاشت (رومانو<sup>۶</sup>، ۲۰۱۸ نقل شده از دومینگو، ۲۰۲۱).

1. Ganghariya & Kanozia

2. Syahmar

3. Asrita

4. trot

5. Domingo

6. Romano

همچنین نکته مهم برای کی‌پاپ هم جذابیت جهانی موسیقیایی آن و هم صدای به‌خوبی تولیدشده آن است، اما حتی مهم‌تر از این‌ها، اثر دیداری و نمایش خوب آن است (الیوت، ۱۴۰۱: ۳۹۱-۳۹۲). فور، کی‌پاپ را چنین توصیف می‌کند: «یک محصول کاملاً چندرنگه، یک ترکیب خاص از موسیقی، تصاویر دیداری، ترانه، رقص و مد، یک محصول پسامدرن، یک آش شله-قلمکار<sup>۱</sup> یک جشن خیابانی از تفاوت، یک جهان درخشان از گریزگرایی و یک کردار فرهنگی به‌شدت مشارکتی که در کل رسانه‌های دیجیتال اجرا می‌شود» (الیوت، ۱۴۰۱: ۳۹۱-۳۹۲). این ویژگی‌ها باعث شده‌اند که کی‌پاپ نه‌تنها به‌عنوان یک سبک موسیقی، بلکه به‌عنوان یک پدیده فرهنگی، در سطح جهانی جذابیت داشته باشد و پیوند عمیقی با نوجوانان برقرار کند.

### دین و فرهنگ شهرت

در ادبیات دانشگاهی درباره فرهنگ شهرت، این استدلال که فرهنگ شهرت جایگاه دین را به خود گرفته یا حتی به‌نوعی به یک دین بدل شده، به‌طور گسترده‌ای پذیرفته شده است. مالکوم بوید<sup>۲</sup> در کتاب خود با عنوان مسیح و خدایان سلبریتی<sup>۳</sup> که در سال ۱۹۵۸ منتشر شد، به این نکته اشاره کرده است که در «عصر شهرت»، یک فرقه جدید به نام «فرقه ستارگان» به وجود آمده است. وی بیان می‌کند که در فرآیند تبدیل افراد مشهور به نمادهای خدایی، رسانه‌های جمعی نقش اساسی دارند، زیرا آن‌ها این شخصیت‌ها را به افسانه‌های زنده تبدیل می‌کنند (وارد، ۱۳۹۹). این نوع تبدیل به‌قدری تأثیرگذار است که افراد مشهور به‌نوعی شبیه خدایان انسانی یا تمثال‌هایی از خدایان مرده به نظر می‌آیند (کشمور، ۱۴۰۰).

در همین راستا، روجک بیان می‌کند که افراد مشهور نمادهایی از تعلق و شناخت هستند که حواس ما را از زندگی‌های بی‌معنا و بحران‌های معنوی در جهان پسا-خدا دور می‌کنند (روجک، ۱۴۰۱). به‌عبارت‌دیگر، سلبریتی‌ها می‌توانند نوعی متادین باشند که از سوی فرهنگ مصرف‌گرای سرمایه‌داری برای تسکین نیازهای روانی و رنج‌های اجتماعی و نارضایتی‌های معنوی به کار می‌روند (وینستین و وینستین<sup>۴</sup>، ۲۰۰۳). بسیاری از طرفداران سلبریتی‌ها، شور و اشتیاقی شبیه به تعصب دینی از خود نشان می‌دهند تا جایی که رفتارهای آنان به‌طور قابل توجهی شبیه به

1. pastiche

2. Malcolm Boyd

3. Christ and Celebrity Gods

4. Weinstein & Weinstein

تبوتاب‌های دینی است (مک‌کاتچون و دیگران، ۲۰۰۲، ۲۰۰۳؛ مالتی و همکاران، ۲۰۰۴ نقل از کشمور، ۱۴۰۰).

### تعصب

تعصب<sup>۱</sup> مفهومی پیچیده و چندوجهی است که در اشکال مختلف خود بروز می‌کند و در پیوند با مجموعه‌ای از مفاهیم مختلف، تعریف می‌شود (اسمیت و همکاران، ۲۰۰۷ نقل از سرگینا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱). چانگ<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۵ و ۲۰۰۶) تعریفی از تعصب ارائه داده‌اند که این مفهوم را به‌عنوان یک پدیده عاطفی شدید می‌دانند که با ویژگی‌هایی چون وفاداری، فداکاری، اشتیاق، وابستگی عاطفی، شور و شوق و مشارکت درگیر است (نقل شده از سرگینا، ۲۰۱۱). به این معنا، تعصب نوعی فداکاری فوق‌العاده به یک شی‌ی است که در آن «فداکاری<sup>۴</sup>» به معنای اشتیاق و ایثار و «فوق‌العاده<sup>۵</sup>» به معنای فراتر از حد معمول بودن است. این «اشیا» می‌توانند به هر چیزی تعلق داشته باشند؛ از جمله یک برند، محصول، شخص (مانند یک سلبریتی)، برنامه تلویزیونی یا سایر اشکال مصرف‌گرایی. تعصب به‌طور معمول با تأکید بر عقاید و باورهای افراد یا گروه‌ها همراه است و معمولاً تمام حقایق یا استدلال‌هایی که با این عقاید در تضاد باشند، نادیده گرفته می‌شود (چانگ و همکاران، ۲۰۰۸ نقل شده از اردیانسیاه و همکاران، ۲۰۲۱).

### حساسیت نظری

#### نظریه گروه مرجع

مفهوم گروه مرجع نخستین بار در سال ۱۹۴۲ توسط هایمن<sup>۶</sup> مطرح شد. او در مقاله‌ای با عنوان «روان‌شناسی منزلت»، منزلت ذهنی را به‌عنوان تصویری که فرد از جایگاه خود در مقایسه با دیگران دارد، یکی از ابعاد رفتار انسانی دانست (ذوالفقاری و صوفی‌زاده، ۱۳۹۲). چارلز هورتن کولی، جامعه‌شناس برجسته‌ای بود که در خصوص تعاملات فرد و گروه نظریه‌پردازی کرده است. او بر این باور بود که تصورات افراد از خود، بر اساس تصاویری که دیگران از آن‌ها دارند، شکل می‌گیرد: «خود اجتماعی بازتابی از خود آینه‌ای است... چیزی که ما را به غرور و مباهات یا

1. Fanaticism

2. Seregina

3. Chung

4. devotion

5. extraordinary

6. Hyman

برعکس، شرمندگی و نارضایتی می‌کشاند، تصویری است که از تصورات دیگران درباره خودمان داریم» (کولی، ۱۹۰۲: ۱۸۳ نقل شده از صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱). مهم‌ترین نظریه جامعه‌شناختی در خصوص گروه مرجع را رابرت کی مرتون در سال ۱۹۴۹ مطرح کرد (صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱). در این نظریه، مرتون بر این نکته تأکید دارد که افراد رفتارها و ارزیابی‌های خود را بر اساس گروه‌هایی که به‌عنوان چارچوب مرجع انتخاب می‌کنند، تنظیم می‌کنند (مرتون، ۱۹۵۷، ۲۸۲ نقل شده از صدیق سروستانی و هاشمی، ۱۳۸۱).

### خرده‌فرهنگ

سارا تورنتون در مقدمه ویرایش اول کتاب خرده فرهنگ‌ها (۱۹۹۷)، خرده فرهنگ‌ها را به‌عنوان «گروه‌هایی از افراد که ویژگی مشترکی دارند (مانند یک مشکل، علاقه، یا فعالیت مشترک) تعریف می‌کند که این ویژگی‌ها آن‌ها را از سایر گروه‌های اجتماعی به‌طور چشمگیری متمایز می‌سازد» (ص ۱ نقل شده از پاسیس، ۲۰۱۲). خرده فرهنگ‌ها در همان جامعه‌ای حضور دارند که فرهنگ اصلی نیز در آن وجود دارد، اما به‌طور مستقل از محدودیت‌های اجتماعی به فعالیت می‌پردازند (وو، رنی و پوینتز<sup>۱</sup>، ۲۰۱۵: نقل شده از کوک، ۲۰۲۱). این گروه‌ها فرهنگی خاص خود دارند که منحصر به آن‌هاست، اما در عین حال از فرهنگ عمومی نیز تأثیر می‌پذیرند (بورا، ۲۰۲۰). هر خرده فرهنگ یک «کد» مشخص دارد که رفتارها، ظاهر، فعالیت‌ها و شیوه‌های مصرف خاصی را تعریف می‌کند (کوک، ۲۰۲۱).

بر اساس گفته هنفلر<sup>۲</sup> (۲۰۱۵)، خرده فرهنگ‌های موسیقی به‌طور طبیعی حول یک نوع موسیقی خاص شکل می‌گیرند که مشابه صحنه موسیقی است (نقل شده از هسلر<sup>۳</sup>، ۲۰۲۲). نوجوانان همچنین می‌فهمند که موسیقی می‌تواند ابزاری برای ساختن تصویر اجتماعی‌شان باشد (نورث و همکاران، ۲۰۰۰). آن‌ها از موسیقی به‌عنوان «نشان» استفاده می‌کنند تا گروه‌های همسالان خود را شناسایی کرده و از این طریق خرده فرهنگ‌های موسیقی خود را تشکیل دهند (میراندا و کلایس<sup>۴</sup>، ۲۰۰۹؛ نورث و هارگریوز<sup>۵</sup>، ۲۰۰۸ نقل شده از میرندا، ۲۰۱۳).

<sup>1</sup>. Woo & Rennie & Poyntz

<sup>2</sup>. Haenfler

<sup>3</sup>. Haessler

<sup>4</sup>. Miranda & Claes

<sup>5</sup>. North & Hargreaves

## هویت

بلک (۱۹۸۸) در ارتباط با هویت بیان می‌کند که «ما همان چیزی هستیم که داریم» (نقل شده از سرگینا، ۲۰۱۱). این اشاره به این نکته دارد که هویت از معانی مختلفی تشکیل می‌شود که هم از سوی خود فرد و هم از سوی دیگران به آن‌ها داده می‌شود. این معانی بر اساس نقش‌های اجتماعی، ویژگی‌های فردی و سایر خصوصیات شکل می‌گیرند (سرگینا، ۲۰۱۱). همچنین، زیدرولد<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) هویت را پاسخ به سوا لاتی چون «من کیستم؟»، «ما کی هستیم؟» و از آن‌جا که هویت‌ها در ارتباط با تفاوت‌ها شکل می‌گیرند، «آن‌ها چه کسانی هستند؟» می‌داند (ص ۹۸ نقل شده از وان در هون<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴). موسیقی به افراد کمک می‌کند تا با این سؤالات دست‌وپنجه نرم کنند و ارزش‌ها و احساسات شخصی و جمعی خود را بسازند و بیان کنند هویت‌های موسیقایی به افراد این امکان را می‌دهند که خود را و سایر اعضای جامعه را تعریف کنند (وان در هون، ۲۰۱۴).

## مطالعات پیشین

### جدول ۱. پژوهش‌های داخلی کی‌پاپ

پژوهشگر / پژوهشگران	سال	عنوان	روش	نتیجه‌گیری
رحیمی‌پور	۱۴۰۱	بررسی جامعه‌شناسانه خرده‌فرهنگ هواداری موسیقی در ایران و مطالعه موردی گروه موسیقی بی‌تی‌اس	پایان‌نامه (کیفی: مردم-نگاری مجازی و تحلیل مضمون)	استخراج شش مضمون کلیدی: علت هواداری، رفتارهای هوادارانه، ویژگی‌های جماعت هواداری، انگیزه‌ها و کارکردها، نگاه انتقادی به هواداری و هویت هوادارانه.
بیچرانلو و اقبالی	۱۳۹۹	بررسی دلایل اقبال نوجوانان و جوانان ایرانی به موسیقی پاپ کره‌ای	مردم‌نگاری مجازی	توصیف عمومی موج کره‌ای و تحلیل کنش‌های مجازی نوجوانان و دلایل جذب شدن آن‌ها به کی‌پاپ.
بادین فکر	۱۳۹۹	خرده‌فرهنگ‌های دیجیتال جوانان؛ مطالعه موردی هواداران ایرانی گروه موسیقی اکسو	پایان‌نامه (ترکیبی: تحلیل مضمون و داده‌کاوی)	کی‌پاپ بر هویت ملی، دینی و جنسیتی اثر قطعی ندارد، اما به شکل‌گیری هویت‌خواهی و سبک زندگی خاص هواداران کمک کرده است.

<sup>۱</sup>. Zijderveld

<sup>۲</sup>. Van der Hoeven

پژوهشگر / پژوهشگران	سال	عنوان	روش	نتیجه گیری
ذکایی و عزیزی همدانی	۱۳۹۴	موج کره‌ای در ایران: انگیزه‌ها و آثار اقبال به فرهنگ عامه‌پسند کره‌ای در ایران	مردم‌نگاری مجازی	کی‌پاپ کارکردهای متمایزکننده، جبران‌کننده و تکمیل‌کننده دارد؛ هویت نوجوانان ترکیبی از جهانی و محلی می‌شود.

اگرچه در این پژوهش‌ها به مسئله کی‌پاپ پرداخته شده است اما یا به روند شکل‌گیری آن توجه کردند یا گروه سنی مورد مطالعه صرفاً نوجوان نبوده یا فقط به یک گروه کی‌پاپ را بررسی کرده‌اند هیچ‌کدام از آن‌ها دقیقاً بررسی نکرده‌اند که چگونه هواداری از یک پدیده جهانی مانند کی‌پاپ می‌تواند به شکل‌گیری هویت‌های خاص و پرستشگرانه یا تعصب‌آمیز منجر شود.

#### جدول ۲. پژوهش‌های داخلی در حوزه سلبریتی

پژوهشگر / پژوهشگران	سال	عنوان	روش	نتیجه گیری
شباهنگ و همکاران	۱۳۹۸	نقش پرستش افراد مشهور و تعامل فرا اجتماعی با آن‌ها در پیش‌بینی نگرانی از تصویر بدن	کمی (پیمایش)	پرستش و تعامل فرا اجتماعی با سلبریتی‌ها با نگرانی از تصویر بدن مرتبط است و می‌تواند آن را پیش‌بینی کند؛ هرچه میزان پرستش بیشتر، نگرانی از ظاهر بدنی نیز بالاتر است.
شریفی	۱۳۹۷	مطالعه‌ای در مورد سلبریتی‌ها و دانش‌آموزان دبیرستانی	پایان‌نامه (کیفی - تحلیل مضمون)	نوجوانان گرچه از سلبریتی‌ها الگو می‌گیرند، اما مصرف فرهنگی‌شان منفعلانه نیست؛ آنان در مواجهه با سلبریتی‌ها گزینش، مقاومت و حتی الگوگیری منفی دارند.
حق‌پناه	۱۳۹۵	بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سلبریتی‌ها بر گروه‌های مرجع دانش‌آموزان	پایان‌نامه (کیفی - تحلیل مضمون)	تأثیرگذاری سلبریتی‌ها به‌ویژه سلبریتی‌های حوزه هنر و سرگرمی به‌عنوان گروه مرجع هنجاری بر سبک زندگی و هنجارهای رفتاری دانش‌آموزان

در پژوهش که در حوزه الگوهای مرجع و پرستش سلبریتی نیز اگرچه کارهایی در داخل ایران انجام شده است اما هیچ‌کدام به‌صورت اختصاصی به کی‌پاپ نپرداخته‌اند و بیشتر پژوهش‌های موجود در ایران به‌طور کلی به بررسی تأثیر سلبریتی‌ها در زمینه‌های مختلف (سبک زندگی، هنجارهای رفتاری و نگرانی‌های تصویر بدن) پرداخته‌اند. علی‌رغم اهمیت کی‌پاپ در میان نوجوانان ایرانی، بسیاری از پژوهش‌ها نتایج خود را بر سلبریتی‌های جهانی دیگر یا گروه‌های مرجع عمومی متمرکز کرده‌اند.

### جدول ۳. پژوهش‌های خارجی

پژوهشگر / پژوهشگران	سال	عنوان	روش	نتیجه‌گیری
دالیمونته <sup>۱</sup> و همکاران	۲۰۲۲	نقش فرهنگ پاپ کره‌ای در تغییر رفتار طرفداران نوجوانان کی-پاپ در میان دانشجویان دانشگاه نگری جاکارتا	کیفی	طرفداران نوجوان کی‌پاپ در اندونزی دستخوش تغییرات رفتاری و نگرشی می‌شوند و برای خرید کالاهای مرتبط با آیدل‌ها هزینه می‌کنند.
حبیباه <sup>۲</sup> و همکاران	۲۰۲۱	تأثیر موج کره‌ای بر تصویر بدن و اختلالات خوردن در دختران نوجوان در یوگیاکارتا، اندونزی	کمی-پیمایش	موج کره‌ای تأثیر منفی بر تصویر بدن دختران نوجوان در اندونزی دارد و با افزایش خطر ابتلا به اختلالات خوردن همراه است.
کوک <sup>۳</sup>	۲۰۲۱	پل زدن بر مرزهای سبک‌ها، فرهنگ و زبان در هواداران کی-پاپ آمریکای شمالی	پایان‌نامه (تحلیل مضمون)	جذابیت کی‌پاپ فراتر رفتن از مرز سبک‌ها و رسانه‌هاست و کی‌پاپ را به‌عنوان هویت جهان‌وطنی تعبیر می‌شود و همچنین هواداران در عین حال از افراطی‌گری فاصله می‌گیرند.
امری <sup>۴</sup>	۲۰۲۰	بررسی تعصب هواداران کی‌پاپ در شبکه اجتماعی اینستاگرام	کیفی توصیفی	تعصب هواداران کی‌پاپ در اینستاگرام با واکنش‌های احساسی شدید به اخبار منفی همراه است و با عوامل فردی مانند سن و آگاهی آن‌ها از فرهنگ کی‌پاپ، محیط اجتماعی و مدت‌زمان هواداری از کی‌پاپ مرتبط است.

1. Dalimunthe  
2. Habibah  
3. Kuk  
4. Amri

پژوهشگر/ پژوهشگران	سال	عنوان	روش	نتیجه‌گیری
جیمنز و پوساداس <sup>۱</sup>	۲۰۱۶	تأثیر فرهنگ کی‌پاپ بر جوانان لیما (پرو)	پیمایش- کمی	جوانان پرو، هنرمندان کره‌ای را به‌عنوان گروه مرجع در نظر می‌گیرند. اما اظهار داشتند که فرهنگ پرو را تغییر نمی‌دهند، بلکه به دنبال ساخت هویت جهانی- محلی هستند.

پژوهش‌های انجام شده خارج از ایران به بررسی ابعاد مختلف فرهنگ کی-پاپ پرداخته‌اند و از دیدگاه‌های گوناگون به تحلیل گروه‌های کی-پاپ و تأثیرات آن‌ها بر هواداران در بازه‌های سنی متفاوت پرداخته‌اند. این مطالعات که با استفاده از رویکردهای کمی و کیفی انجام شده‌اند، نشان می‌دهند که فرهنگ کی-پاپ تأثیرات قابل‌توجهی بر هویت، رفتار و نگرش هواداران، به‌ویژه نوجوانان، دارد.

### روش پژوهش

در این پژوهش، از رویکرد کیفی و روش تحلیل مضمون برای بررسی داده‌ها استفاده شده است. در این پژوهش با دختران ۱۵ تا ۱۸ ساله - برای این پژوهش فقط با نوجوانان دوره متوسطه دوم مصاحبه شد چون آن‌ها بهتر می‌توانند نظرات و تجربیات خود را بیان کنند و اطلاعات کامل‌تر و قابل‌اعتمادتری ارائه دهند و همچنین از نظر اخلاق پژوهش، مشارکت نوجوانان بالای ۱۵ سال مناسب‌تر است، زیرا این گروه سنی معمولاً توانایی درک کافی از هدف مطالعه را دارند و می‌توانند رضایت آگاهانه خود را برای شرکت در پژوهش اعلام کنند که این موضوع از لحاظ رعایت اصول اخلاقی، جمع‌آوری داده‌ها را معتبرتر و قابل‌اطمینان‌تر می‌سازد، - از مناطق مختلف کشور - مناطق مختلف کشور برای تنوع‌بخشی به دیدگاه‌ها و تجربه‌های نوجوانان انتخاب شدند تا تصویری جامع‌تر و واقعی‌تر از هواداری کی‌پاپ در میان دختران نوجوان ایران ارائه شود- مصاحبه نیمه‌ساختاریافته‌ای صورت گرفت. مصاحبه‌ها حضوری یا آنلاین و بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه بودند. مصاحبه‌ها به‌صورت ترکیبی انجام شد، بعضی حضوری، برخی آنلاین و در مواردی که امکان صحبت صوتی نبود، از طریق چت یا پیام صوتی در تلگرام و واتساپ انجام شد. این روش‌ها به شرکت‌کنندگان کمک کرد راحت‌تر و آزادانه نظراتشان را بیان کنند. همه پاسخ‌ها با رضایت

<sup>1</sup>. Jimenez & Posadas

آن‌ها ثبت و در تحلیل داده‌ها استفاده شد. برای حفظ گمنامی، از اسامی مستعار استفاده شد و پیش از مصاحبه رضایت‌نامه‌ای از شرکت‌کنندگان اخذ شد. این پژوهش در تهران و در تابستان و پاییز ۱۴۰۳ داده‌ها را جمع‌آوری شده است.

جامعه آماری این پژوهش شامل دختران نوجوان ایرانی در بازه سنی ۱۵ تا ۱۸ سال است که با فرهنگ کی‌پاپ آشنایی دارند یا به‌نوعی درگیر آن هستند. واحد نمونه‌گیری نیز از میان همین گروه و بر اساس شرط داشتن آشنایی حداقلی با کی‌پاپ انتخاب شد. روش نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند با حداکثر تنوع بود. برای دسترسی به مشارکت‌کنندگان، از فراخوان در شبکه‌های اجتماعی هواداری (تلگرام، اینستاگرام) و معرفی توسط سایر هواداران استفاده شد. تلاش شد افرادی از مناطق مختلف کشور و با تنوع در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، مذهبی و تحصیلی انتخاب شوند.

سؤالات پژوهش به صورتی پرسیده شد که برای نوجوانان روشن و قابل‌درک باشد. برای شروع مصاحبه از آن‌ها خواسته شد، سن، پایه تحصیلی، رشته تحصیلی، محل زندگی خود را بیان کنند. در ادامه مصاحبه، سؤالاتی مرتبط با پژوهش مطرح شد. برای بررسی میزان پرستش سلبریتی‌ها، از مقیاس مک‌کاتچون استفاده شد که شامل سه سطح است: سرگرمی اجتماعی<sup>۱</sup> (مانند علاقه به اخبار سلبریتی‌ها و گفت‌وگو درباره آن‌ها)، اشتیاق-شخصی<sup>۲</sup> (سلبریتی محبوبش را «هم‌روح» خود بداند یا دائماً به او فکر کند.) و آسیب‌شناسی مرزی<sup>۳</sup> (رفتارهای افراطی مانند خرید وسایل شخصی یا اقدامات غیرقانونی به درخواست سلبریتی)، (مالتبی و همکاران، ۲۰۰۳؛ نورث و همکاران، ۲۰۰۷). همچنین، برای سنجش تعصب هواداری، از سؤالات پژوهش چریا و هادی (۲۰۲۲) بهره گرفته شد. در این پژوهش پس از انجام مصاحبه‌ها، داده‌ها پیاده‌سازی و کدگذاری شدند و پس از کدگذاری، الگوهای تکرارشونده بر اساس سؤالات و مسئله پژوهش از متن مصاحبه‌ها استخراج شدند.

برای ارزیابی اعتبار و روایی پژوهش، از معیارهای تحقیق لینکلن و گوبا استفاده شد. این معیارها شامل اعتمادپذیری، باورپذیری، اطمینان‌پذیری، انتقال‌پذیری و تصدیق‌پذیری هستند. یکی از روش‌های پیشنهادی برای افزایش باورپذیری، حضور طولانی‌مدت محقق در میدان و انجام مشاهدات مداوم است (فلیک، ۱۳۹۶). در همین راستا پژوهشگران با مشاهده کانال‌ها و

<sup>1</sup>. social entertainment

<sup>2</sup>. intense-personal

<sup>3</sup>. borderline pathological

پیج‌های اینستاگرامی مرتبط با کی‌پاپ و برقراری ارتباط مستقیم و غیرمستقیم با برخی هواداران، درک بهتری از فضای هواداری پیدا کردند. همچنین سؤالات مصاحبه و کدهای به‌دست‌آمده با اساتید مرتبط در این حوزه موردبررسی قرار گرفت و اعتبارسنجی شد. تحلیل داده‌های این پژوهش با استفاده از تحلیل مضمون به شیوه‌ی استقرایی-تفسیری و با اتکا بر رویکرد کلارک و براون صورت گرفته است. یعنی در مرحله اول، نکات کلیدی از داده‌ها استخراج شد، در مرحله دوم داده‌های مشابه گروه‌بندی شده و به هرکدام کد اختصاص داده شد و در نهایت در مرحله سوم، کدها در قالب دسته‌های مختلف سازماندهی شدند.

جدول ۱- مشخصات افراد مشارکت‌کننده (اسامی مستعار هستند)

ردیف	نام	سن	پایه تحصیلی	رشته تحصیلی	محل زندگی
۱	رزانا	۱۷	دوازدهم	علوم انسانی	تهران
۲	پرتو	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	تهران
۳	آرتینا	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	فارس
۴	نورا	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	کرمان
۵	دلارام	۱۷	دوازدهم	ریاضی فیزیک	آذربایجان شرقی
۶	یاسمین	۱۸	دوازدهم	علوم انسانی	گیلان
۷	ری‌را	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	بندرعباس
۸	ماهک	۱۵	دهم	ریاضی فیزیک	آذربایجان شرقی
۹	ثمین	۱۶	دهم	طراحی لباس و دوخت	تهران
۱۰	سارا	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	خراسان رضوی
۱۱	روژینا	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	تهران
۱۲	ارغوان	۱۷	دوازدهم	علوم انسانی	تهران
۱۳	سوگل	۱۶	یازدهم	ریاضی فیزیک	تهران
۱۴	ملورین	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	آذربایجان غربی
۱۵	آلا	۱۵	دهم	علوم تجربی	گلستان
۱۶	سوفیا	۱۶	دهم	ریاضی فیزیک	تهران
۱۷	رونیکا	۱۵	دهم	علوم انسانی	کرمان
۱۸	جانان	۱۷	دوازدهم	علوم انسانی	تهران
۱۹	نیکی	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	خوزستان

ردیف	نام	سن	پایه تحصیلی	رشته تحصیلی	محل زندگی
۲۰	روبینا	۱۸	دوازدهم	ریاضی فیزیک	تهران
۲۱	روشا	۱۶	دوازدهم	ریاضی فیزیک	تهران
۲۲	آدرینا	۱۷	دوازدهم	علوم انسانی	تهران
۲۳	مانلی	۱۶	دهم	انیمیشن	تهران
۲۴	شایلین	۱۵	دهم	علوم انسانی	مرکزی

### یافته‌ها

تحلیل داده‌ها بر اساس ۲۴ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با دختران نوجوان ۱۵ تا ۱۸ ساله مقطع متوسطه دوم از شهرهای مختلف ایران انجام شد. شرکت‌کنندگان از رشته‌ها و پایه‌های تحصیلی متنوعی بودند و نیمی از آن‌ها ساکن تهران و نیم دیگر از استان‌های مختلف کشور بودند. یافته‌ها در قالب سه مضمون اصلی و چند مضمون فرعی دسته‌بندی شدند.

جدول ۲. دسته‌بندی مضامین پژوهش و خلاصه‌ای کوتاه

مضمون اصلی	مضمون فرعی	توضیح کوتاه
برسوت‌های اجتماعی	هنجارهای هواداری	حمایت جمعی و احترام به گروه‌ها
	تمایزگذاری با هواداران سمی	دوری از رفتارهای افراطی و سمی هواداری
	کی‌پاپ: دنیایی بیگانه با من	عدم پذیرش توسط بزرگسالان و پسران
	زیر سایه هیترها	مواجهه با تمسخر و هیت، پنهان کردن علاقه
کی‌پاپ: بستری برای شکل‌گیری هویت و روابط نوجوانان	بازتاب فرهنگ کی‌پاپ	الهام‌گیری در استایل و آرایش
	دوستی با کی‌پاپ، نه دشمنی با بدن	نگرانی از رژیم‌های سخت آیدل‌ها و توجه به اهمیت سلامت جسمی
	تعادل در هواداری کی‌پاپ	هوادار متعادل کی‌پاپ
	علاقه‌مندی بدون تعصب	برخورد مؤدبانه با انتقاد و پرهیز از افراط
دیدن دنیا از لنز آیدل‌ها	-	آشنایی با هنر از طریق آیدل‌ها

## ۱. پرسونا‌های اجتماعی

پرسونا‌های اجتماعی در زمینه هواداری از کی‌پاپ به نقش‌ها و رفتارهای اجتماعی اشاره دارند که افراد از طریق آن‌ها خود را در گروه‌های هواداری یا مخالفان کی‌پاپ معرفی می‌کنند. این پرسونا‌ها می‌توانند شامل هواداران پرشور کی‌پاپ که خود را به‌عنوان بخشی از یک فرهنگ جهانی و سرگرمی معرفی می‌کنند، یا افرادی که به دلایل مختلف از این پدیده فاصله می‌گیرند، اعم از هیترها یا منتقدان که دیدگاه‌های منفی خود را بیان می‌کنند، یا حتی کسانی که به دلایل شخصی یا فرهنگی از این نوع موسیقی و فرهنگ آن پیروی نمی‌کنند.

### ۱-۱. هنجارهای هواداری در میان کی‌پاپرها

مشارکت‌کنندگان اشاره داشتند به کسی می‌توانیم کی‌پاپر بگوییم نه تنها این سبک موسیقی را دنبال کرده، بلکه به دنبال رصد کردن خبرها و فعالیت‌های گروه‌های کی‌پاپ نیز هستند و همچنین از آن‌ها به‌صورت فعالیت‌های مختلف، مثل استریم زدن (بازدید زدن برای موزیک و ... در پلتفرم‌های مختلف) تا سود بیشتری کسب کنند، حمایت کنند. علاوه بر این مطرح کردند که برای حمایت کردن چون نیاز به یک فعالیت جمعی است بنابراین کی‌پاپرها افرادی متحدی هستند. همچنین تأکید داشتند کی‌پاپر واقعی کسی است که سولو استن نباشد یعنی کسی که صرفاً به یکی از خواننده‌ها توجه داشته و به سایر اعضای گروه اهمیتی نمی‌دهد. همچنین از نظر آن‌ها کی‌پاپر کسی است که به خواننده‌ها و گروه‌های مختلف کی‌پاپ نیز احترام می‌گذارد. ملورین: «ما توی کی‌پاپ به جمله معروفی داریم که می‌گه هر فندومی (طرفدار یک خواننده یا گروه) آینه آیدلشه و فندوم‌ها نباید به هم بی‌احترامی کنن و فن‌وار راه بندازن و به گروه‌های موردعلاقه همدیگه هیت بدن».

### ۱-۲. تمایزگذاری با هواداران سمی

مشارکت‌کنندگان بیان کردند برخی هواداران رفتارهای سمی از خود نشان می‌دهند مثلاً با یکدیگر دعوا می‌کنند، به یکدیگر احترامی می‌کنند، از گروهی که خوششان نمی‌آید هیت می‌دهند (بدگویی می‌کنند) و بین فندوم‌ها دعوا یا همان فن‌وار راه می‌اندازند. مشارکت‌کنندگان، آن‌ها را افرادی می‌دانستند که به‌صورت افراطی کی‌پاپ را دنبال کرده و شب و روز خود را وقف کی‌پاپ می‌کنند و ساعت‌های متمادی در حال دنبال کردن خبرهای کی‌پاپ هستند. همچنین

بیان داشتند این دسته از هواداران در تلاش هستند حتی از نظر ظاهری نیز خود را بسیار شبیه خواننده‌های کی پاپ کنند. برخی از آن‌ها مطرح کردند شاید در ابتدای دوران هواداری خود از این مدل رفتارها داشتند ولی اکنون از انجام این‌گونه رفتارها خودداری کرده و همچنین درصد این بودند که خود را از این هوادارای سمی یا به قول خودشان تاکسیک فن متمایز کنند.

### ۳-۱. کی پاپ؛ دنیایی بیگانه با من

مشارکت‌کنندگان بیان داشتند اغلب کسانی که موسیقی کی پاپ گوش نمی‌دهند افرادی با سلیقه‌های متفاوت موسیقایی هستند و موسیقی غربی یا ایرانی گوش می‌دهند. همچنین می‌گفتند از جمله کسانی که این سبک موسیقی را نمی‌پسندند معمولاً بزرگسالان یا پسران هستند یا کسانی‌اند که به علت میکاپ و ظاهر این گروه‌ها، کی پاپ موردپسندشان نیست.

آدرینا: «به نظر خودم شاید کسانی که درگیر به گروه دیگن. مثلاً درگیر پاپ ایرانی‌اند مثل ماکان‌بند و یا شاید رضا گلزار اینا شاید کی پاپ گوش ندن یا دوره سنی ما یعنی رنج سنی ما که نوجوان و جوان محسوب می‌شن خیلی بیشتر گوش می‌دن. بزرگسالا و آدمای پیرتر شاید گوش ندن {این} سبک موسیقی رو به خاطر این که خیلی هم باهاس آشنایی ندارن هم به نظرشون همین که اکثر آهنگ‌های کی پاپ ریتم تند داره و خیلی با فرهنگ ایرانی سازگار نیستش. می‌دونی چی می‌گم؟ یعنی کسانی که از نسل‌های قدیمی مثلاً همایون، محمدرضا شجریان گوش می‌دادن یا علیرضا قربانی گوش می‌دادن خب طبیعتاً با آهنگ‌های بی‌تی‌اس شاید خیلی احساس همزادپنداری نکنند».

این دیدگاه‌ها، بیانگر تنش‌های فرهنگی میان نسل‌ها و سبک‌های مختلف موسیقی است. همچنین ممکن است عدم شناخت یا درک مناسب از کی پاپ باعث ایجاد این رد یا عدم پذیرش باشد. به‌طور خاص، بزرگترها به‌خاطر نبود ارتباط فرهنگی یا تفاوت‌های سلیقه‌ای و حتی به دلیل عدم آشنایی با این فرهنگ، آن را رد می‌کنند.

### ۱-۴. زیر سایه‌ی هیترها

مشارکت‌کنندگان مطرح کردند، هیترها افرادی هستند که به آن‌ها به قول خودشان هیت می‌دهند و هیت‌ها معمولاً به این صورت است که هواداران کی پاپ را به دلیل هوادارای‌شان مسخره می‌کنند و هواداران کی پاپ را بچه فرض می‌کنند. این افراد نه‌تنها هواداران کی پاپ بلکه گروه‌های کی پاپ و به‌ویژه گروه‌های پسرانه را به علت ظاهرشان -آرایش- را مورد تمسخر قرار می‌-

دهند و به گروه‌های کی‌پاپ بی‌استعداد، عملی، افرادی همجنس‌گرا می‌گویند. گاهی تمسخر به حدی می‌رسد که مشارکت‌کنندگان بیان داشتند سعی می‌کنند از بیان کردن این که هوادار کی‌پاپ هستند خودداری و هواداری خود از کی‌پاپ را مخفی کنند.

نیکو: «هیترها همشون یه ویژگی مشخصی دارند اونم اینکه که بدون این که دلیلی داشته باشن براش فقط هیت میدن»

ملورین: «هیترها معمولاً می‌گن که مردهای کی‌پاپ شبیه دختران. این دیگه از معروف‌ترین هیت‌هاست ولی به نظرم این اصلاً درست نیست. مردم کره فرهنگشون اینه. هم دخترا و هم پسرا آرایش می‌کنن. مردا اکثراً ریشو اینا نمی‌ذارن و موی بدنشونو تمیز می‌کنن و برای مردم کره سلامت پوست خیلی مهمه. همون‌طور که ممکنه مردم ما در نظر اونا خیلی پشمالو باشن، اونا هم ممکنه در نظر مردم ما خیلی ظریف و عجیب باشن. این یه نمونه بارز از تفاوت فرهنگه ولی متأسفانه بیشتر مردم کشور ما بلد نیستن که به فرهنگ و آداب کشورهای دیگه احترام بذارن. اره شده بهم بگن این چینی مینی‌ها چین گوش می‌دی؟ دخترن یا پسر؟ اینا هم‌جنس‌گران؟ (از این حرف اصلاً خوشم نمی‌یاد چون گرایش هر کس به خودش ربط داره حتی اگه هم‌جنس‌گرا باشن هم نه ربطی به من طرفدار داره نه ربطی به هیتر)»

روش: «من تا بحال به کسی نگفتم {که کی‌پاچم} مثلاً یه دفعه می‌دونستم که بغل دستیم آرمیه و آهنگای بی‌تی‌اس گوش می‌ده یعنی فهمیدم. بعد یهو برگشت گفتش که آره. گفتم بابا می‌شناسم من اینقدر ساله که فنم و کلاً تعجب کرده بود چون می‌گم بروز نمی‌دادم.

چرا نگفتی؟

می‌ترسم مورد تمسخر قراره بگیرم. چطوری بهتون بگم یعنی نه‌تنها به خود شخص من رو مسخره می‌کنن بلکه علایقمم رو مسخره یعنی علایق رو مسخره می‌کنن مثلاً می‌گن که اینا اصلاً دخترن یا پسر یا می‌گن مثلاً چرا چشماشون اینطوره. اینا همش نمیدونم جراحی پلاستیک {کردن} ... یا سوسک و ملخورن. اینجور چیزا رو دوست نداشتم یعنی نمی‌خواستم بگم چون واقعاً از این که مورد مسخره دیگران قرار بگیرم می‌ترسیدم البته الان کمتر شده»

## ۲. کی‌پاپ؛ بستری برای شکل‌گیری هویت و روابط نوجوانان

هویت اجتماعی فرد از طریق پیوندهای اجتماعی با گروه‌ها و جوامع مختلف شکل می‌گیرد. الگوبرداری از آیدل‌ها، پرستش و تعصب نسبت به گروه‌های خاص می‌تواند باعث تقویت این

پیوندها شده و فرد را به عضوی از یک جامعه فرهنگی تبدیل کند که در نهایت هویت اجتماعی او را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

## ۱-۲. بازتاب فرهنگ کی‌پاپ در زندگی نوجوانان

بیشتر مشارکت‌کنندگان اشاره کردند در زمینه‌های آرایش، استایل مو و لباس از آیدل‌ها و گروه‌های کی‌پاپ الهام می‌گیرند. یکی از دلایل الهام‌گیری خود از آرایششان را سادگی و سبک بودن آرایش آن‌ها بیان کردند. درباره استایل لباس و مو نیز به زیبایی آن‌ها اشاره داشتند. البته تعداد کمی نیز گفتند که استایل مخصوص به خود را دارند و کی‌پاپ تأثیری بر استایل آن‌ها ندارد.

روینا: «از سبک لباس پوشیدن استایل و اینام آره شده استفاده کنم دقیقاً همشون استایلیست دارن و از فشن پیروی می‌کنند و خیلی وقتاً شده که مثلاً به چیزیه که ترکیبی تو تن یکی از آیدولا ببینم آیدولای دختر یا مثلاً بگن اوه مثلاً چقدر جالب شده این رنگش به اون ست شده یا مثلاً این لباسو با اون لباس پوشیده مثلاً تیشرتو با فلان چیز پوشیده چقدر اومده یا مثلاً خیلی شده از آرایششون استفاده کنم چون که آرایش‌هاشون معمولاً خیلی متفاوته نسبت به آرایش غربی و آرایش آسیای مثلاً خاورمیانه و مثلاً هند و تایلند و مثلاً ایرانو اینا چون خیلی آرایش‌های غلیظ و خلیجی دارند مثلاً عربو اینا ولی خب کره‌ای‌ها و کلاً چینی‌ها سبک آرایششون فرق می‌کنه اونا هم اگه بخوان غلیظ آرایش کنن غلیظ آرایش می‌کنن ولی چون سبک کیوتی دارن کلاً به جور خیلی ملیح به نظر میاد و کلاً دخترونه می‌شه و آرایش غلیظی نیست واسه همین حس می‌کنم که خیلی دخترونه‌ست خیلی می‌شه که از تکنیک‌های آرایش کره‌ای استفاده کنم و ببینم مثلاً چقدر لایت خوبه، پس منم مثلاً از اون استفاده کنم. برای آرایش و مو و مدل مو هم که حالا دقیقاً مثل همون فشن خیلی وقتاً شده که مثلاً برای یه مجلسی یا مثلاً برای عروسی یا حالا هر چیز دیگه‌ای مثلاً به مدل مو تو ذهنم باشه و مثلاً بگم فلان آیدول مثلاً این مدل مو رو انجام داده چقدر مثلاً قشنگ شده. مثلاً یه مدت شده بود که از روبان لای موهاشون استفاده می‌کردن و خیلی قشنگ می‌شد و اینا من مثلاً خیلی ایده گرفتم یه بار که مثلاً تولد بود مثلاً اون شکلی موهامو درست کردم»

یکی از اولین تأثیرات کی‌پاپ بر هواداران، تغییر و به‌روز شدن استایل آن‌هاست. می‌توان فرض کرد که جذابیت بصری و سادگی خاص استایل کی‌پاپ، یکی از دلایل اصلی این گرایش



است. این سبک به نوجوانان کمک می‌کند تصویری متمایز از خود بسازند و هویت فردی‌شان را به نمایش بگذارند.

## ۲-۲. دوستی با کی‌پاپ، نه دشمنی با بدن

هیچ‌کدام از مشارکت‌کنندگان از رژیم غذایی آن‌ها استفاده نکردند و تمایلی هم به استفاده از آن رژیم‌های سفت و سخت‌شان ندارند و آن را حتی آسیب‌زننده به آیدل‌ها می‌دانستند و حتی برخی اشاره کردند به همین دلیل نگران و ناراحت آیدل‌هایشان هستند و این رژیم‌ها را ظلمی می‌دانستند که کمپانی نسبت به آیدل‌ها دارند و همچنین اشاره کردند معیارهای زیبایی کره نیز در این امر تأثیرگذار است که لاغری خاصی را ترویج کرده که در کل آن را جالب و مطلوب نمی‌دانستند.

پرتو: «شنیدم که اونا واسه این که بتونن هیکل خیلی بهتری داشته باشن مثلاً یه خواننده‌ای رو می‌شناسم که واسه این که بتونه هیکلش روی فرم بیاره رژیم غذایی این بوده که فقط یخ می‌خورده به نظر من رژیم غذایی خوبی ندارن و دلم نمی‌خواد که از رژیم غذایی‌شون استفاده بکنم» روشا: «رژیم غذایی‌شون که واقعاً اصلاً برام جالب نیست و واقعاً هم دوست ندارم رژیم‌شون رو بگیرم چون به شدت برای بدن ضرر داره و این که درسته آدم لاغر می‌شه خیلی خوش‌اندام می‌شه ولی واقعاً ضرر داره خیلی ضرر داره برای بدن. ضرر کمبود ویتامینو اینا رو چطوری می‌خواد آدم تأمین کنه و تابه‌حال نشده به این فکر کنم که باید انجامش بدم»

مشارکت‌کنندگان نشان می‌دهند که از آسیب‌های جسمی ناشی از رژیم‌های سخت و آسیب‌زننده نگران هستند که این نگرانی‌ها نشان‌دهنده آگاهی آن‌ها نسبت به اهمیت سلامت بدن است. نگرانی از استانداردهای زیبایی کره‌ای و فشارهای اجتماعی نیز بر احساس ناخوشایند برخی از هواداران تأثیر گذاشته و آن‌ها را به سمت الگوهای سالم‌تر و طبیعی‌تر در زیبایی و سلامت بدن سوق داده است.

## ۲-۳. تعادل در هواداری کی‌پاپ

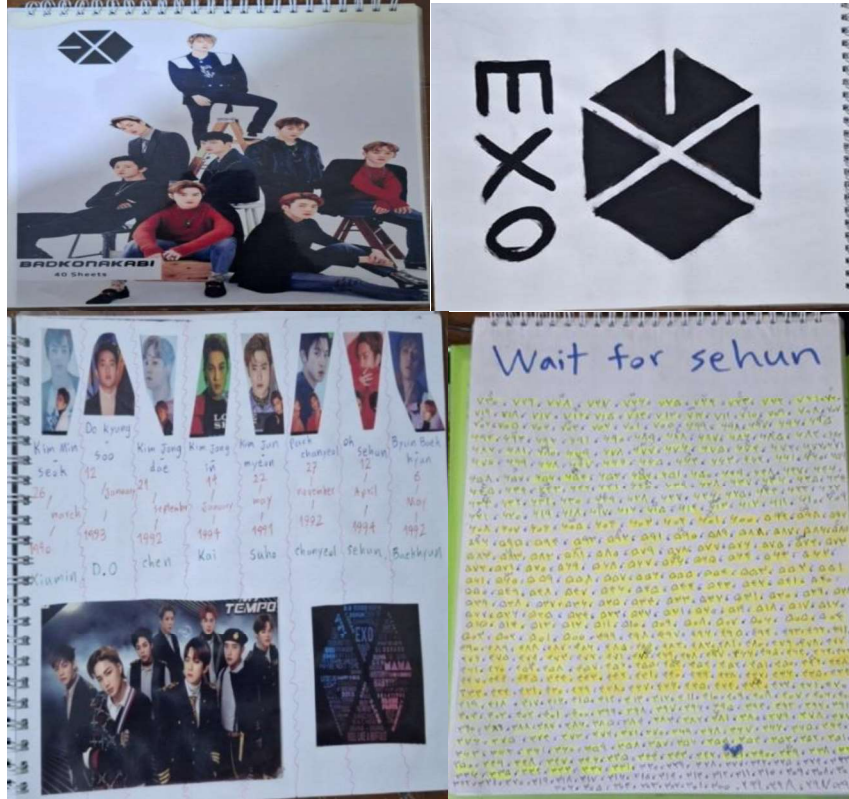
بیشتر مشارکت‌کنندگان بیان کردند که معمولاً با سایر هواداران که بیشتر آن‌ها دوستانشان هستند با هم درباره کی‌پاپ صحبت می‌کنند. موضوعات صحبت‌های آنان شامل مواردی مختلفی همچون، ظاهر، مصاحبه‌ها، حواشی، خبرها، موزیک ویدئو، آلبوم‌ها، کنسرت و مواردی از این قبیل است و این صحبت‌ها برای‌شان لذت‌بخش بوده و باعث می‌شود از دغدغه‌های زندگی روزمره فاصله بگیرند و همچنین برایشان نوعی سرگرمی است. همچنین بیان کردند اگرچه در ابتدای

شناخت یک گروه سعی می‌کنند اطلاعات زیادی از آن‌ها مانند بیوگرافی‌شان به دست بیاورند اما بعد از آن معمولاً خبرهایشان را در شبکه‌های اجتماعی مختلف دنبال می‌کنند و اشاره داشتند دنبال کردن این خبرها برایشان حس خوبی به همراه دارد که می‌تواند حالشان را خوب کند یا باعث از بین رفتن خستگی‌هایشان شود. اگرچه خبرهای ناراحت‌کننده آن‌ها را نیز ناراحت کرده اما اکثریت آن‌ها بیان کردند که این ناراحتی به صورت افراطی نیست که نتوانند به کار و زندگی روزمره خود پرداخته یا دچار افسردگی شوند. همچنین مطرح کردند وقتی خبر ناراحت‌کننده درباره آن‌ها بشنوند سعی می‌کنند با فرستادن جملات انگیزه‌بخش به صورت کامنت در شبکه‌های اجتماعی مختلف با آن‌ها همدردی کرده و به آن‌ها روحیه بدهند.

همچنین بسیار از شرکت‌کنندگان اشاره کردند که وسیله‌ای از آیدل و گروه‌های کی‌پاپ را دارند. برخی آن‌ها پوسترهایی داشتند که در اتاقشان نصب کرده بودند یا برخی از آن‌ها کیف با لوگوی گروه‌های کی‌پاپ، استیکر، فتو کارت، پیکسل، عروسک نماد آیدل‌ها و گروه‌های کی‌پاپ و مواردی از این قبیل را دارند. یا برخی از آن‌ها اشاره کرده بودند با مجموعه‌ای از عکس‌ها و مطالب مرتبط با کی‌پاپ دفتری برای خودشان طراحی کرده‌اند.

شایلین: «من وسایل زیاد از گروه ندارم ولی مثلاً یک یه دفتر دارم دفتر نقاشیه البته ولی طرح روش اکسوسه. از اون به عنوان دفتر اکسوسه استفاده کردم مثلاً تاریخ تولدشون توش نوشتم یا مثلاً چند تا عکس ازشون توش چسبوندم، بعضی جمله‌ها رو نوشتم، اسماشونو نوشتم، مثلاً لوگوی اکسو رو کشیدم یا مثلاً الان دوتا از اعضای اکسو سربازی‌ان تو اون دفتر یه حالت روزشمار نوشتم که هرروز مثلاً یه روزشو خط می‌زنم بدونم چند روز دیگه اون از سربازی برمی‌گرده همین»

در ادامه عکس‌هایی که از وسایل کی‌پاپی که داشتند را فرستادند آورده شده است:





رزانا: «این عروسک‌های بی‌تی ۲۱ هستن که اعضای بی تی اس طراحی‌شون کردن»  
(این عروسک در تصویر به اسم کوکی -شخصیت جانکوگ- توسط جانکوگ یکی از اعضای بی‌تی‌اس طراحی شده است).

اگرچه آن‌ها وسایلی از کی پاپ را داشتند اما وقتی از آن‌ها خواسته شد توضیح دهند که اگر توانایی مالی داشته باشند تمایلی دارند که وسیله‌ای شخصی از آیدل‌ها را خریداری کرده و داشته باشند، اکثریتشان اشاره کردند که تمایل به چنین چیزی ندارند و اگر توانایی مالی داشته باشند تمایل دارند مثلاً به کنسرت آن‌ها بروند یا مرچ - هر وسیله‌ای که مرتبط با کی پاپ باشد را مرچ می‌گویند- همچون فتوکارت، آلبوم، عروسک، لایت استیک و مواردی از این قبیل را تهیه کنند. در حقیقت هواداری از کی پاپ برای نوجوانان بیشتر به‌عنوان یک سرگرمی سالم و لذت‌بخش است تا وابستگی خطرناک. تعامل با دیگر هواداران و دنبال کردن اخبار و فعالیت‌های گروه‌ها، به آن‌ها کمک می‌کند تا از دغدغه‌های روزمره فاصله بگیرند و درعین حال احساسات مثبتی چون خوشحالی و همدردی را تجربه کنند. تمایل به خرید مرچ‌ها و کالاهای عمومی کی پاپ، به جای اشیاء شخصی آیدل‌ها، نشان‌دهنده تمایلی به داشتن نشانه‌ای از گروه‌ها در قالب محصولات فرهنگی است، بدون آن‌که به رفتارهای افراطی یا وابستگی‌های خطرناک منتهی شود. همچنین، علاقه‌مندی به تجربه‌های اجتماعی مانند حضور در کنسرت‌ها و فعالیت‌های جمعی، بیانگر تمایل به ارتباط اجتماعی و هویت جمعی در میان هواداران است. به‌علاوه، واکنش متعادل به اخبار ناراحت‌کننده، نشان‌دهنده درک منطقی از مرز میان علاقه‌مندی و زندگی روزمره است و بیانگر توانایی مدیریت احساسات و سازگاری با رویدادهای منفی است. در مجموع، این تحلیل به‌خوبی از هواداری کی پاپ به‌عنوان یک تجربه فرهنگی مثبت و متعادل سخن می‌گوید.

## ۲-۴. علاقه‌مندی بدون تعصب

مشارکت‌کنندگان بیان کردند پست و توییت و مطالب منفی زیادی در صفحات مجازی و حتی در دنیای واقعی نسبت به کی پاپ شاهد هستند اما معمولاً واکنشی شدید و افراطی به این مطالب نشان نمی‌دهند و بیشترشان گفتند معمولاً به این مطالب توهین‌آمیز و منفی درباره کی پاپ توجهی نمی‌کنند و نهایت کسانی که در فضای مجازی چنین مطالبی را می‌گویند را بلاک و رپورت می‌کنند و اگر بخواهند جوابی به آن‌ها بدهند مؤدبانه و بدون توهین است.

یکی دیگر از مواردی که در حوزه تعصب از مشارکت‌کنندگان خواسته شد توضیح دهند خواندن و نوشتن فن فیکشن است. بیشتر مشارکت‌کنندگان بیان کردند علاقه‌ای به آن ندارند و عده‌ای نیز گفتند اگر قبلاً می‌خواندند اما در حال حاضر به آن علاقه‌ای ندارند و از جمله دلایلی که برای این امر گفتند این بود که مطالب فن فیکشن‌ها نامناسب و گاهی دارای محتوای جنسی است و حتی می‌تواند به آیدل‌هایشان به علت تصویرسازی نامناسب درباره آن‌ها آسیب‌زننده باشد. فقط سه مشارکت‌کننده گفتند که اهل نوشتن فن فیکشن هستند و البته یکی از آن‌ها گفت در گروه‌های عمومی نیز آن را منتشر نکرده و فقط برای دوستان خود می‌فرستد چون آن را تمرینی برای نویسندگی خود می‌دانست. شاپلین که فن فیکشنی ۲۰۵ صفحه‌ای که نوشته بود را فرستاد که در ادامه صفحه اول آن آورده شده است:



مشارکت‌کنندگان در این تحقیق نشان دادند که هواداری آن‌ها از کی‌پاپ به‌طور کلی سالم و متعادل است. آن‌ها نه‌تنها از واکنش‌های افراطی به انتقادهای یا مطالب منفی پرهیز می‌کنند، بلکه تلاش دارند تا به‌طور منطقی و بدون ایجاد تنش، با این مطالب برخورد کنند. این تمایل به حفظ تعادل، نشانه‌ای از هواداری آگاهانه و خودآگاه است که در آن افراد سعی می‌کنند به‌جای وابستگی شدید به گروه‌ها، بر روی علاقه‌مندی‌های سالم خود تمرکز کنند. همچنین، حساسیت این گروه نسبت به محتوای آسیب‌زا مانند فن‌فیکشن‌ها که ممکن است تصویر غیرواقعی یا مضر از آیدل‌ها ارائه دهد، نشان‌دهنده مسئولیت‌پذیری آن‌ها در برخورد با محتوای فرهنگی است. این نگرانی‌ها نه‌تنها به دلیل احترام به آیدل‌ها بلکه به‌منظور جلوگیری از اثرات منفی بر تصورات عمومی و خودآگاه گروه‌های هواداری است. این ویژگی‌ها نشان‌دهنده رفتار هواداری متعادل و سالم در مقابل رفتارهای افراطی و آسیب‌زننده است.

### ۳. دیدن دنیا از لنز آیدل‌ها

مشارکت بیان کردند که برخی از آیدل‌ها کتاب و فیلم‌هایی را معرفی کردند و آن‌ها نیز به مطالعه آن کتاب و دیدن آن فیلم و سریال پرداختند. از جمله کتاب‌هایی که بسیاری به آن اشاره کردند و در ایران نیز ترجمه شده‌اند عبارتند از: بادام، مغازه جادویی و کتابخانه نیمه‌شب. فیلم و سریال‌هایی که بیشتر مشارکت‌کنندگان به آن اشاره داشتند عبارتند از: انیمیشن این ساید اوت و سریال بیست و پنج بیست و یک.

هواداران کی‌پاپ نه‌تنها به این موسیقی علاقه‌مندند، بلکه از طریق آیدل‌ها با کتاب‌ها، فیلم‌ها و هنرهای دیگر نیز آشنا می‌شود که این امر نشان‌دهنده یک انتقال فرهنگی نیز است. در نهایت این‌که این سه مضمون، تصویر کلی و منسجمی از تجربه هواداری متعادل و آگاهانه در میان دختران نوجوان ارائه می‌دهند. هواداری متعادل زمینه‌ساز پذیرش تأثیرات فرهنگی گسترده‌تر و شکل‌گیری هویت جمعی می‌شود، همچنین هویت جمعی به هواداران کمک می‌کند تا مرزهای مناسبی بین الگوگیری از آیدل‌ها و حفظ استقلال شخصی خود برقرار کنند. بدین ترتیب، فرآیند هواداری نه‌تنها یک تجربه فردی بلکه یک تجربه اجتماعی و فرهنگی چندبعدی است که به رشد هویت نوجوانان کمک می‌کند.

## نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی تجربه هواداری کی‌پاپ از منظر دختران نوجوان است. در پاسخ به این پرسش که ویژگی‌های کی‌پاپرها چیست، یافته‌ها نشان می‌دهد که دختران نوجوان هوادار، افرادی متعادل و فعال‌اند که به هنجارهای احترام، حمایت جمعی و پرهیز از افراط پایبندند. درباره این که چه کسانی کی‌پاپ را گوش نمی‌دهند یا نسبت به آن هیت می‌دهند، مشارکت‌کنندگان به بزرگسالان، پسران و افراد با سلیقه‌های متفاوت موسیقایی اشاره کردند که گاه واکنش منفی نشان می‌دهند. در پاسخ به این که دختران نوجوان چگونه از گروه‌های کی‌پاپ الگوبرداری می‌کنند، بیشتر به الهام‌گیری از استایل، مدل مو و آرایش اشاره شد، اما از رژیم‌های سخت آیدل‌ها اجتناب می‌کنند. همچنین در پاسخ به رفتار دختران نسبت به گروه‌ها و آیدل‌های کی‌پاپ، مشخص شد که آن‌ها هواداری را به‌صورت متعادل، منطقی و بدون تعصب پیش می‌برند و با نقدها برخورد محترمانه دارند و همچنین برخی از هواداران به کتاب‌ها، فیلم‌ها و سایر محصولات فرهنگی معرفی شده توسط آیدل‌ها نیز توجه نشان می‌دهند که این آثار بخشی از تجربه هواداری آن‌ها را تشکیل می‌دهد.

پژوهش نشان می‌دهد کی‌پاپرها بخشی از یک خرده‌فرهنگ با زبان و ظاهر مشترک هستند که ممکن است برای غیرمطلع‌ها قابل‌فهم نباشد. آیدل‌ها به‌عنوان الگوهای رفتاری و سلیقه‌ای شناخته می‌شوند، اما هواداران در الگوگیری، مرزهایی متناسب با هویت فردی و ارزش‌های فرهنگی خود دارند. بنابراین، کی‌پاپ علاوه بر این که بخشی از هویت اجتماعی این نوجوانان است، با آگاهی و کنترل همراه است و از تبدیل شدن به تعصب یا پرستش افراطی جلوگیری می‌کند.

هواداران کی‌پاپ، هرچند آیدل‌ها را به‌عنوان الگو می‌پذیرند، اما به انتخاب‌های شخصی و هویت خود احترام می‌گذارند و از رفتارهایی که به سلامت و هویت‌شان آسیب می‌زند، پرهیز می‌کنند. بر اساس نظریه هویت، کی‌پاپ بخشی از هویت اجتماعی آن‌ها شده و آن‌ها خود را به‌عنوان کی‌پاپر معرفی می‌کنند، اما مرزهایی برای سازگاری با ارزش‌ها و هویت فردی‌شان قائل‌اند. بنابراین، پرستش افراطی یا تعصب شدید در میان آن‌ها دیده نمی‌شود و این تعادل به آن‌ها اجازه می‌دهد هویت‌شان را در گروه کی‌پاپ به شکلی سالم و متعادل حفظ کنند.

این پژوهش، نتایج برخی مطالعات پیشین را تأیید و برخی دیگر را رد می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهد که نوجوانان شرکت‌کننده، سلبریتی‌ها را الگوهای فرهنگی می‌دانند که با هویت‌شان هم‌راستا هستند. نتایج مطالعاتی همچون شریفی (۱۳۹۷)، حق‌پناه (۱۳۹۵)، ایمانی پارسا

(۱۳۸۴) و جیمنز و پوساداس (۲۰۱۶) درباره الگوگیری از سلبریتی‌ها مورد تأیید قرار گرفت. همچنین یافته‌های کوک (۲۰۲۱) درباره تمایز هواداران معمولی از ساسانگ‌ها و پژوهش پارواتفون (۲۰۲۰) درباره تأثیر آرایش آیدل‌ها، تأیید شد. یافته‌های دالیمونته و همکاران (۲۰۲۲) درباره خرید محصولات کی‌پاپ نیز مورد تأیید قرار گرفت.

با این حال، برخی پژوهش‌ها از جمله مطالعات شباهنگ و همکاران (۱۳۹۸) و حبیباه (۲۰۲۱) درباره تأثیر منفی کی‌پاپ بر تصویر بدنی و رژیم‌های سخت، رد شد؛ زیرا شرکت‌کنندگان این رژیم‌ها را مضر می‌دانستند و نگاه منفی به بدن خود نداشتند. همچنین، مطالعه امری (۲۰۲۰) درباره تعصب شدید در بازه سنی ۱۲ تا ۱۷ سال تأیید نشد. پژوهش رحیمی‌پور (۱۴۰۱) درباره پنهان‌سازی هویت آرمی بودن و تبدیل آن به بخشی از هویت نوجوانان و یافته‌های شباهنگ و همکاران (۱۳۹۸) درباره آسیب‌شناسی مرزی در هواداری، مورد تأیید قرار گرفت. در نهایت، پژوهش بادین‌فکر (۱۳۹۹) درباره تأثیر گروه اکسو بر مدیریت بدن نیز تأیید نشد، چرا که هواداران تغییر خاصی در ظاهر خود ایجاد نکرده بودند.

در نتیجه یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که هواداری کی‌پاپ در میان دختران نوجوان، پدیده‌ای رایج اما درعین حال متعادل و آگاهانه است. از این منظر، می‌توان با بهره‌گیری از این علاقه‌مندی فرهنگی، فرصت‌هایی برای آموزش، گفت‌وگو و رشد فردی نوجوانان فراهم کرد. خانواده‌ها می‌توانند با حمایت و ایجاد فضای باز برای گفتگو درباره علایق نوجوانان، به آن‌ها کمک کنند تا هواداری خود را در تعادل با دیگر جنبه‌های زندگی و ارزش‌های فردی حفظ کنند. مدارس می‌توانند با آموزش فرهنگ‌های جهانی و کی‌پاپ، سواد رسانه‌ای و مهارت‌های کنترل هیجان، به نوجوانان کمک کنند تا نوجوانان را برای مواجهه آگاهانه با تأثیرات فرهنگی آماده سازند. همچنین، در سطح سیاست‌گذاری فرهنگی، لازم است برنامه‌هایی تدوین شود که ضمن به رسمیت شناختن سلیقه‌های فرهنگی نسل نوجوان، آموزش تفکر انتقادی را نیز مدنظر قرار دهد.

محدودیت این پژوهش در تمرکز تنها بر دختران نوجوان علاقه‌مند بود که تنوع نمونه را محدود کرد. پیشنهاد می‌شود در مطالعات آینده گروه‌های سنی و جنسیتی متنوع‌تری مورد بررسی قرار گیرند تا نتایج جامع‌تر و کامل‌تری حاصل شود.

## منابع

- البیوت، آ. (۱۴۰۱). دستینه مطالعات شهرت راتلج. ترجمه: احسان شاه‌قاسمی، تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.
- ایمانی پارسا، س. ع. (۱۳۸۴). بررسی گروه‌های مرجع دانش‌آموزان دبیرستانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- بادین فکر، م. ج. (۱۳۹۹). عنوان فرهنگ‌های دیجیتال؛ مورد مطالعه هواخواهان ایرانی گروه موسیقی اکسو. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق. بیچرانلو، ع و اقبالی، ر. (۱۳۹۹). بررسی دلایل اقبال نوجوانان و جوانان ایرانی به موسیقی پاپ کره‌ای. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- حق‌پناه، ح. (۱۳۹۵). بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سلبریتی‌ها بر گروه‌های مرجع دانش‌آموزان؛ مطالعه موردی: بررسی دانش‌آموزان مدارس متوسطه ۲ تهران (تبیان، ماهر و مفید). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- ذکایی، م. و عزیزی همدانی، م. (۱۳۹۴). موج کره‌ای در ایران: انگیزه‌ها و آثار اقبال به فرهنگ عامه پسند کره‌ای در ایران. مطالعات رسانه‌های نوین ۱(۳): ۷۷-۱۲۴.
- ذوالفقاری، ا. و صوفی‌زاده، گ. (۱۳۹۲). مطالعه گروه‌های مرجع زنان جوان شهر ایلام. جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۴ (۳ (۵۱))، ۵۷-۷۰.
- رحیمی‌پور، م. (۱۴۰۱). و تحلیل خرده‌فرهنگ‌های هواداری موسیقی در ایران، مطالعه موردی گروه موسیقی بی‌تی‌اس. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- روچک، ک. (۱۴۰۱). شهرت. ترجمه: شیما عالی. تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.
- شباهنگ، ر.، فیروزی، م.، باقری شیخانگفته، ف.، صدقیان، ف. (۱۳۹۸). نقش پرستش افراد مشهور و تعامل پیراجتماعی با آن‌ها در پیش‌بینی نگرانی تصویر بدن. رویش روان‌شناسی، ۸(۹(پیاپی ۴۲))، ۱۳۹-۱۴۸.
- شریفی، ر. (۱۳۹۷). مطالعه‌ای در مورد سلبریتی‌ها و دانش‌آموزان دبیرستانی؛ مطالعه موردی: دبیرستان‌های فرهنگ (پسرانه) و طلوع (دخترانه). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- صدیق سروستانی، ر.، و هاشمی، س. ض. (۱۳۸۱). گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی با تأکید بر نظریه‌های مرتن و فستینگر. نامه علوم اجتماعی، ۲۰(۲)، ۱۴۹-۱۶۷.
- فلیک، ا. (۱۳۹۶). درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه: هادی جلیلی. تهران: نشر نی.
- کشمور، ا. (۱۴۰۰). فرهنگ شهرت. ترجمه: احسان شاه‌قاسمی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- وارد، پ. (۱۳۹۹). خدایان بدکردار: رسانه، دین و فرهنگ شهرت. ترجمه: احسان شاه‌قاسمی. تهران: سوره مهر.

- Amri, W. A. (2020). Kpop Fans Fanatism In Social Media Instagram. *International Journal of Cultural and Social Science*, 1(1), 25-34 .
- Ardhiyansyah, A., Maharani, D. P., Sari, S. P., & Mansur, U. (2021). K-Pop Marketing Tactics That Build Fanatical Behavior. *Nusantara Science and Technology Proceedings*, 66-70 .
- Asrita, S. (2023). The Identity Construction of BTS Fans on Whatsapp Group. *Jurnal Komunikasi Global*, 12(2), 317-332.
- Badinfekr, M, J. (2020). Digital youth subcultures; Case study of Iranian fans of Exo music group. Master's thesis, Faculty of Islamic studies, Culture and Communication, Imam Sadiq University (I.S.U). [In Persian]
- Bora, E. (2020). The popularity of K-POP in north east India: Case on the Increasing Fame of BTS between 14-29 age group. *Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD)*.
- Cashmore, E. (2021). *Celebrity Culture*. (Ehsan Shahghasemi trans). Tehran: Research Institute for Culture, Art and Communication. [In Persian]
- Cheriyah, Y., & Hadi, A. R. (2022). K-Popers and ARMY BTS: An uprising subculture community in Indonesia. *Simulacra*, 5(2), 85-98.
- Dalimunthe, I., Hariyadi, A., Agustini, S., & Safitri, D. (2022). The Role of Korean Pop Culture in Changing the Behaviour of Teenage Kpop Fans Among IKOM UNJ Students. *Proceeding The 2nd ICHELSS, August 24-25, 2022, Jakarta, Indonesia*, 95-105.
- Domingo, L. (2021). Korean Pop Music a Threat to Contemporary Filipino Identity? Globalization, Nation, and Interrogation in Philippine Culture and Identity. *Asia Review*, 11 (2), 247–265. In.
- Elliott, A. (2022). *Routledge Handbook of Celebrity Studies*. (Ehsan Shahghasemi trans). Tehran: Sooreh Mehr Publication. [In Persian]
- Flick, U. (2017). *An Introduction to Qualitative Research*. (Hadi Jalili trans). Tehran: Ney Publication. [In Persian]
- Flick, U. (2017). *An Introduction to Qualitative Research*. (Hadi Jalili trans). Tehran: Ney Publication. [In Persian]
- Foran, L. M. (2009). Listening to music: Helping children regulate their emotions and improve learning in the classroom. *Educational Horizons*, 88(1), 51-58.
- Forchu, I. I. (2013). Music preferences and behavioural patterns of adolescents in Enugu town, Nigeria: Implications for development. *Res. Human. Soc. Sci*, 3(4), 57-66.
- Ganghariya, G., & Kanozia, R. (2020). Proliferation of Hallyu wave and Korean popular culture across the world: A systematic literature review from 2000-2019. *Journal of Content, Community & Communication*, 11(6), 177-207.
- Habibah, N. U., Tsani, A. F. A., & Sumarni, D. (2021). The effect of Korean wave on body image and eating disorders among female adolescents in Yogyakarta, Indonesia. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 18(2), 78-85
- Habibah, N. U., Tsani, A. F. A., & Sumarni, D. (2021). The effect of Korean wave on body image and eating disorders among female adolescents in Yogyakarta, Indonesia. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 18(2), 78-85
- Haessler, E. L. (2022). Visual Music: K-Pop's 'CAWMAN'Effect on a Transnational Music Subculture. *INSAM Journal of Contemporary Music, Art and Technology*(8), 124-149.
- Haghpanah, H. (2017). Sociological study of the influence of Celebrities on Students reference groups: Case Study: Tehran secondary school students (Tebyan, Maher and Mofid schools). Master's thesis, Faculty of Social Sciences, University of Tehran. [In Persian]

- Imani Parsa, S. A. (2005). A Study of Reference Groups among High School Students .Master's thesis, Cultural Studies, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University. [In Persian]
- Jiménez, M. G., & Posadas, R. Y. (2016). Influencia cultural del K-pop en jóvenes limeños. *Apuntes de Ciencia & Sociedad*, 6(2), 158–164. <https://doi.org/10.18259/acs.2016025>
- Kuk, B. C. H. (2021). Bridging The Boundaries of Genres, Culture, and Language in North American K-Pop Fandom, Master's Thesis, University of Calgary, Calgary, Canada.
- Miranda, D. (2013). The role of music in adolescent development: much more than the same old song. *International Journal of Adolescence and Youth*, 18(1), 5-22. doi:10.1080/02673843.2011.650182
- North, A. C., Sheridan, L., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Attributional style, self-esteem, and celebrity worship. *Media Psychology*, 9(2), 291-308.
- North, A., Hargreaves, D., & O'Neill, S. (2000). The importance of music to adolescents. *British Journal of Educational Psychology*, 70, 255-272. doi:10.1348/000709900158083
- Pacis, J. (2012). Popping the K-pop Bubble: A Study on the World of K-pop Fandom as a Subculture. For the degree of Bachelor of Arts in Broadcast Communication. University of the Philippines.
- Parivatphun, N. (2020). The study of makeup of Thai female fans influencing from K-POP idols: Blackpink. Chulalongkorn university Thesis and Dissertations (Chula ETD).
- Rahimipour, M. (2023). An Analysis of Music Fandom Subcultures in Iran: A Case Study of the BTS Music Group. Master's thesis, Faculty of Social Sciences, University of Tehran. [In Persian]
- Rojek, C. (2022). Celebrity. (Shima Ali trans). Tehran: Islamic Culture and Art Research Institute. [In Persian]
- Sadigh Sarvestani, R., & Hashemi, S. Z. (2002). Reference Groups in Sociology and Social Psychology with Emphasis on the Theories of Merton and Festinger. *Social Science Letter*, (20), 149–167. [In Persian]
- Seregina, A. (2011). Fanaticism-Its development and meanings in consumers' lives. Master's thesis. Department of Marketing Aalto University .
- Shabahang, R. Firoozi, M. Bagheri Sheykhangafshe, F. & Sedighian, S. F. (2019) The Role of Celebrity Worship and Parasocial Interaction with them in Prediction of Body Image Concern. *Rooyesh-e-Ravanshenasi*, 8(9), 139-148. [In Persian]
- Sharifi, R. (2018). Study of the Celebrities & secondary school students Case Study: Tehran secondary school students (Farhangh & Tolue schools). Master's thesis, Faculty of Social Sciences, University of Tehran. [In Persian]
- Van der Hoeven, A. (2014). Popular Music Memories. Places and Practices of Popular Music Heritage, Memory and Cultural Identity. Thesis to Obtain the Degree of Doctor from the Erasmus University Totterdam.
- Ward, P. (2020). Gods behaving badly: Media, Religion, and Celebrity Culture. (Ehsan Shahghasemi trans). Tehran: Soore Mehr .[In Persian]
- Weinstein, D., & Weinstein, M. (2003). Celebrity worship as weak religion. *Word and World*, 23(3), 294-302.
- Zokaie, S. & Azizi Hamedani, M. (2015). The Korean Wave in Iran Motives and Consequences of The Spread of Korean Popular Culture in Iran. *New Media Studies*, 1(3), 77-124. [In Persian]
- Zolfaghri, A. & Soofizad, G. (2013). A Study of Reference Groups of Young Women in Ilam. *Journal of Applied Sociology*, 24 (3), 57-70. [In Persian]