

واکاوی اقبال دختران نوجوان به موسیقی پاپ کره با تمرکز بر گروه بی‌تی‌اس

فاطمه حاجی‌هاشم^۱

الهه پاک‌سرشت^۲

چکیده

با توجه به افزایش روزافزون علاقه به کی‌پاپ و اثرگذاری آن بر هویت‌یابی نوجوانان، هدف این مقاله واکاوی اقبال دختران نوجوان به موسیقی پاپ کره‌ای با تمرکز بر گروه بی‌تی‌اس است. با استفاده از روش تحلیل مضمون با ۲۵ دختر نوجوان متمرکز بر گروه بی‌تی‌اس مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته صورت گرفت. با استفاده از مفاهیم پایه، مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر احصا شد. پژوهش در دو بخش سامان یافته است. در بخش اول به «چرایی جذابیت کی‌پاپ برای دختران نوجوان» پرداخته‌ایم. در این بخش در بُعد روان‌شناختی دو مضمون «فضای امن بیرونی» و «فضای امن درونی» و در بُعد زیبایی‌شناختی دو مضمون فراگیر «سمعی» و «بصری» احصا شد. در بخش دوم به «حوزه‌های اثرپذیری از کی‌پاپ» پرداخته‌ایم. در بُعد هویت‌یابی سه مضمون «الگوپذیری ظاهری»، «الگوپذیری شناختی، رفتاری» و «بت‌سازی» بدست آمد. با واکاوی اقبال دختران نوجوان به موسیقی پاپ کره‌ای می‌توان چنین استنباط کرد که این نوجوانان به دلیل وجود خلأ در دنیای پدیداری‌شان، با عبور از مرحله نتیجه‌گرایی، وارد مرحله خودمحوری شده و با ایجاد پیوند عمیق با اعضای گروه کی‌پاپ وارد مرحله وسیع‌تر هویت جمعی بی‌مرز می‌شوند. در نهایت به این نتیجه می‌رسند که همه افراد را باید با هر نوع دین و عقیده و پوشش و غیره‌ای دوست داشت؛ چون انتخاب خودشان است.

کلیدواژه‌ها

دختران نوجوان، موسیقی پاپ کره‌ای، گروه بی‌تی‌اس.

۱- دکتری مشاوره، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، تهران، ایران

F.hajihashem@gmail.com

۲- کارشناسی ارشد مشاوره خانواده، گروه روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشکده رفاه، تهران، ایران

elahekp2@gmail.com

(نویسنده مسئول)

بیان مسئله

یکی از مجراهای ارتباطی افراد موسیقی است که از این طریق می‌توانند احساسات، عقاید و معانی را به اشتراک بگذارند، حتی اگر زبان ارتباطی آنها یکی نباشد (MacDonald; Hargreaves & Miell, 2002, p.2). در واقع مصرف موسیقی یکی از مهم‌ترین اشکال مصرف فرهنگی در دنیای نوین است (Roberts, 2009) به نقل از کرمی‌قهبی و اقبالی، (۱۳۹۹). پدیده موسیقی را نمی‌تواند به‌خودی‌خود و بدون شناخت روش‌های اثرگذاری فرهنگ و جامعه بر روی آن، بررسی نمود. سنت موسیقی پدیده‌ای پویاست و به‌دلیل تحولات جهانی مردم در طول زمان تغییر می‌کند (Barton & Barton, 2018).

موسیقی می‌تواند بر اساس بافت اجتماعی از زمینه‌ای به زمینه دیگر متفاوت باشد، همچنین اثر متفاوتی بر فردی به فرد دیگر داشته باشد (Cross, 2001). اغلب در میان نوجوانان، موسیقی‌های عامه‌پسند به‌صورت فعالانه گوش داده نمی‌شود بلکه فقط به‌صورت پریشان برای برخی دغدغه‌های دیگر شنیده می‌شود؛ زیرا نیاز نیست مانند ادراکات بصری به آن توجه نماییم. حتی بدون نیاز به چرخش سمت منبع صدا نیز می‌توان آن را شنید. در واقع اغلب قربانی محیط صوتی‌مان هستیم. قطعات موسیقی هر ارزشی که داشته باشد و هر چقدر هم که به‌طور معمولی به آن‌ها گوش داده شود، اثرگذارند؛ حتی برای حواس‌پرت‌ترین شنوندگان. به‌همین‌جهت موسیقی بهترین راه برای شکل‌گیری هویت نوجوانان است؛ زیرا جهان غیرمفهومی جمعی نوجوانان را طنین‌انداز می‌کند و در نتیجه به بخشی اساسی در زندگی‌شان تبدیل می‌شود (Ford & Green, 2015).

شاید بتوان گفت که موسیقی را از منظر روان‌شناختی می‌توان از دو جنبه بررسی کرد: اول، تأثیری که موسیقی بر شنونده‌های آن دارد. برخی از پژوهشگران معتقدند که بازدید میلیونی از آهنگ‌ها حکایت از آن دارد که محتوای اشعار این آهنگ‌ها می‌تواند تأثیرهای غیرقابل پیش‌بینی در بین نوجوانان داشته باشند (Hargreaves & North, 1999).

از همین‌رو یکی از مسائل مهم در بررسی‌های فرهنگی توجه به فرهنگ عامه‌پسند است و یکی از بخش‌های فرهنگ عامه‌پسند، موسیقی عامه‌پسند یا به‌تعبیری موسیقی پاپ^۱ است. قاسمی و میرزایی (۱۳۸۵) موسیقی پاپ را یک پدیده فرهنگی معرفی می‌نمایند که حامل

پیام‌ها یا تمایل‌های فرهنگی گروه‌های اجتماعی خاصی باشد. برخی دیگر از پژوهشگران معتقدند که موسیقی، اشعار و هنرمندان آن، می‌توانند الگوهایی را برای بخصوص ساختن هویت نوجوان از نظر احساس شخصی و اجتماعی مهیا سازند (Tarrant; North & Hargreaves, 2002; Tarrant et al., 2002; Tekman & Hortaçsu, 2002; Te'Neil Lloyd, 2002). در قزاقستان نیز پژوهشی درباره تأثیر موسیقی پاپ قزاق بر روی نوجوانان انجام گرفته است که نشان دادند این نوع موسیقی با هویت ملی و هویت قومی همبستگی دارد (Danabayev; Park & Konieczny, 2021). کُن، مدینه، گاتز، و ریز^۱ (۲۰۲۱) بر این باورند که تأثیر فرهنگ عمومی بر جامعه و نوجوانان در این نسل رسانه‌محور امری قابل تأمل است، و تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری هویت شخصی در نوجوانان مطرح است. دوم، علت گرایش افراد به موسیقی خاص؛ شوارتز و فاتس^۲ (۲۰۰۳) معتقدند که اکثر مردم از موسیقی به‌عنوان یک منبع نشاط‌آور استفاده می‌کنند، ولی جوانان از این رسانه به‌عنوان منبعی کمکی برای مقابله با چالش‌های رشدی زندگی خود استفاده می‌کنند. پژوهشگرانی که نقش موسیقی را در زندگی نوجوانان مطالعه کرده‌اند، حتی از آن به‌عنوان «تجهیزات زندگی»^۳ یاد کرده‌اند (Christenson & Roberts, 1998). محمدپور، شریعت‌پناه و غلامی (۱۳۹۲) در تحلیل مضمونی با مصاحبه عمیق با ۳۰ جوان نتیجه گرفتند که جوانان با مصرف موسیقی عملاً دغدغه‌های خود را مطرح می‌کنند و موسیقی را ابزاری دانسته‌اند که جوانان از طریق آن زندگی خود را معنادار نموده و هویت خویش را غنی می‌بخشند. اگرچه موسیقی و تأثیر آن بر جسم و روان در دوره‌های مختلف رشدی همواره مورد تعابیر گوناگون و گاه متضاد بوده است؛ اما آنچه پیداست گرایش گروه‌های مختلف سنی به‌نوعی خاص از موسیقی در هر دوره‌ای است.

حیدرپناه، بهیان و وحیدا (۱۳۹۶) در پژوهش خود بر روی ۴۰۰ نوجوان و جوان ۱۵ تا ۲۹ ساله نشان دادند که در بین این نوجوانان و جوانان بیشترین علاقه‌مندی به سمت موسیقی پاپ و سپس موسیقی رپ بوده است و در این بین تنها ۱ درصد به موسیقی علاقه نداشتند. شهرکی (۱۳۸۴) آغاز موسیقی پاپ در ایران را پس از تأسیس رادیو در

1. Kwon, L., Medina, D., Ghattas, F., & Reyes, L.
2. Schwartz, K. D., & Fouts, G. T.
3. equipment for living

سال ۱۳۰۹ش می‌داند و معتقد است که ریشه‌های این موسیقی به‌نوعی به قرن ۱۲ و حکومت قاجار برمی‌گردد. موسیقی پاپ چه به لحاظ بازار جهانی‌اش و چه از نظر استقبال و علاقه‌اش به حاشیه‌های فرهنگ و موسیقی‌ها و فرهنگ‌های دیگر قابل بسط و تعمیم است. به سبب همین استقبال و اهمیت موضوع، بیچرانلو و اقبالی در طرح پژوهشی که در سال ۱۳۹۶ انجام دادند، به موسیقی پاپ کره پرداخته‌اند. براساس متن این گزارش در ۱۵ سال گذشته، فضای مجازی، ابزار جهشی بسیار بلندی در بازتاب سرگرمی کره‌ای در ایران و تقویت فرهنگ هواداری از کی‌پاپ^۱ در ایران شد. موج مجموعه‌های داستانی کره‌ای در شبکه‌های تلویزیونی داخلی و ماهواره‌ای، کارکرد ذائقه‌سازی در میان ایرانیان داشت و فضای مجازی، انبوهی از مجموعه‌های داستانی کره‌ای در سبک‌های متنوع به‌ویژه در سبک درام و اکشن، در اختیار مخاطبان قرار داد. نکته‌ای مهم که فضای مجازی و مجموعه‌های داستانی را با کی‌پاپ پیوند می‌دهد، بازی بسیاری از ستارگان کی‌پاپ در نقش اول اغلب این مجموعه‌ها بوده است. بسیاری از نوجوانان و جوانان ایرانی ابتدا برخی از این ستاره‌ها را در مجموعه‌های داستانی دیده و سپس در مورد آنها جست‌وجو کرده‌اند و این مسیر به آشنایی آنان با کی‌پاپ و هواداری از ستارگان کی‌پاپ منتهی شده است؛ البته لازم به ذکر است که این علاقه‌مندی تنها در ایران دیده نمی‌شود بلکه در کشورهای دیگر آسیایی نظیر اندونزی در پژوهش‌هایشان به این موضوع پرداخته‌اند و معتقدند که فرهنگ پاپ کره در سراسر جهان از جمله آسیا در حال گسترش است و در کشورهای آسیایی به شکل درام و موسیقی در تلویزیون، دی‌وی‌دی، مجله، روزنامه‌ها یا اینترنت در حال انتشار است و در حال حاضر یکی از معروف‌ترین گروه‌های موسیقی کی‌پاپ، بی‌تی‌اس^۲ است (Ramadhani & Linadi, 2012).

بی‌تی‌اس یک گروه موسیقی کره‌ای است که در سال ۲۰۱۳ آغاز به کار کرد. این گروه متشکل از هفت نفر است. عمده محتوای موسیقی این گروه بر روی سلامت روانی، مشکلات نوجوانی در دوره مدرسه، شکست و از دست دادن، دوست داشتن خود و فردگرایی متمرکز است. طرفداران این گروه تحت عنوان آرمی^۳ شناخته می‌شوند (Lee,

1. K-pop
2. BTS
3. Army

2019). این گروه توانسته با استفاده از برنامه‌ریزی و سیاست‌های کلان و سرمایه‌گذاری‌های دولت کره جنوبی در حوزه سرگرمی، طرفداران بسیاری را جذب خود کند. سفیتری، سهرانی و بسریا^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی که بر کیفیت زندگی نوجوانان اندونزی بر روی ۶۴۰ نوجوان ۱۱ تا ۲۰ ساله انجام دادند، نتیجه‌گیری کردند که طرفداران این گروه‌ها کیفیت زندگی نسبتاً خوبی از نظر روانی، جسمانی، محیطی و ارتباطی دارند؛ اما سان^۲ (۲۰۲۰) معتقد است که طرفداران گروه‌های کی‌پاپ مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرند. دیوکلائی، فیاض و خجسته^۳ (۲۰۱۴) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین موسیقی و هویت بدنی دختران پرداختند. نتایج نشان دادند که موسیقی می‌تواند بر هویت بدنی زنان در هر سه جنبه احساسی، رفتاری و شناختی تأثیر داشته باشد و این امر را به دلیل تأثیر موسیقی بر نگرش و آگاهی افراد می‌دانند. بیچرانلو و خرمی شاد (۱۴۰۱) دریافتند دختران نوجوان نسبت به مصرف موسیقی‌های گوناگون گشودگی دارند و این تغییر ذائقه به عوامل مختلفی همچون تغییر در ساختار اجتماعی، تغییر در عناصر زیبایی‌شناختی جهان هنر و تغییر ارزش‌ها بستگی دارد. از طرفی، چون هویت دختران نوجوان متأثر از مصرف موسیقی آنان است، می‌توان این تناقض‌نمایی (پارادوکس) را به معنای وجود تناقض‌ها در هویت آنان نیز قلمداد کرد.

از آن‌جا که امروزه استفاده از رسانه‌های جمعی به‌ویژه در بین نوجوانان امری بدیهی است، در این پژوهش برآنیم تا به واکاوی جذب دختران نوجوان به موسیقی پاپ کره‌ای و به‌طور اختصاصی به گروه بی‌تی‌اس که نماینده‌ای از پاپ نسل سوم کشور کره است، بپردازیم.

روش پژوهش

تحلیل مضمون یکی از روش‌های کیفی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های متنی است و اطلاعات پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. واحد تحلیل محتوا در این پژوهش مضمون است. مضمون، ویژگی متمایز و

1. Safithri, N. A., Sahrani, R., & Basaria, D.
2. Sun, M.
3. Divkolaii, M. S., Fayaz, E., & Khojasteh, H.

تکراری در متن است که به نظر پژوهشگر، تجربه و درک خاصی را در زمینه پرسش‌های پژوهش نشان می‌دهد. در این روش بر اساس روندی مشخص، مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی متن)، مضامین سازمان‌دهنده (مضامین بدست آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین فراگیر (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به مثابه کل) نظام‌مند می‌کند؛ سپس این مضامین به صورت یک الگو، رسم و مضامین برجسته در هر یک از این سه سطح همراه با روابط میان آن‌ها نشان داده شده است تا سبب شناوری مضامین شده و بر وابستگی و ارتباط متقابل میان آن‌ها تأکید شود.

در این پژوهش بر روی ۲۵ دختر نوجوان شهر تهران متمرکز بر گروه پاپ کره‌ای بی‌تی‌اس کار شده است. این نوجوانان اظهار داشته‌اند که در جزئی از طرفداران این گروه موسیقی هستند و به نحوی از این گروه تأثیر پذیرفته‌اند. این نوجوانان در محدوده سنی ۱۳ تا ۱۶ سال بودند.

با استفاده از مصاحبه، تمامی داده‌ها بررسی و مضامین کل داده‌ها، تحلیل و تفسیر شدند. با دریافت رضایت از مشارکت‌کنندگان، اطمینان داده شد که تمامی اطلاعات شخصی محفوظ است و اسامی بکار رفته در پژوهش به صورت مستعار خواهد بود. تمرکز این پژوهش در گردآوری داده‌ها، توجه به چرایی اقبال و نحوه اثرپذیری دختران نوجوان از موسیقی پاپ کره‌ای بود.

با استفاده از روش فرایندی غیرخطی که مستلزم فرایند رفت و برگشتی در کل مجموعه داده‌ها است و هر پژوهشگری با توجه به ماهیت پژوهش خود و براساس تصمیم‌ها و ابزارهایی که به کار می‌برد، می‌تواند از سبک خاص خود استفاده کند. مراحل فرایند تحلیل مضمون در این پژوهش عبارت بود از: ۱) تجزیه و توصیف متن (آشنایی با متن - کدگذاری - درک و شناخت مضامین)؛ ۲) تفسیر متن (ترسیم و تحلیل مضامین)؛ ۳) ادغام متن (تدوین گزارش).

اطلاعات جمعیت‌شناختی

در جدول ۱ به ویژگی‌های ۱۵ نوجوان شرکت‌کننده در این پژوهش پرداخته شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

ردیف	سن	پایه
۱	۱۳	هفتم
۲	۱۶	دهم
۳	۱۶	دهم
۴	۱۴	هشتم
۵	۱۵	هشتم
۶	۱۳	هفتم
۷	۱۳	هفتم
۸	۱۴	هشتم
۹	۱۶	دهم
۱۰	۱۵	نهم
۱۱	۱۵	نهم
۱۲	۱۳	هفتم
۱۳	۱۶	دهم
۱۴	۱۶	دهم
۱۵	۱۶	دهم

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش در دو بخش «چرایی جذابیت کی‌پاپ برای دختران نوجوان» در جدول ۲ و «حوزه‌های اثرپذیری از کی‌پاپ» در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۲. تحلیل مضمون جذابیت‌های گروه بی‌تی‌اس برای دختران نوجوان

ابعاد	مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مفاهیم پایه
	فضای امن بیرونی	پذیرش از طرف اعضای گروه بی‌تی‌اس	عدم قضاوت احترام همگانی مهربانی احساس نزدیک بودن در دسترس بودن شوخی طبیعی

ابعاد	مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مفاهیم پایه
روان‌شناختی		حمایت	حمایت گروهی در وی ورس حمایت فردی به شکل پاسخ به پست‌ها کارهای عام‌المنفعه ایجاد لایو برای گروهی که مسائل یکسان دارند
		انگیزه‌بخشی	تشویق همدلی همراهی احساس درک شدن نشان دادن تلاشمندی
		تقسیم موفقیت	مغرور نبودن تشکر از تلاش فاندوم‌ها
		همذات‌پنداری	هم‌سن و سال ما معمولی بودن ژن خوب نبودن و مطابق قوانین کشورشان رفتار کردن سخت‌کوشی
فضای امن درونی		پذیرش خود	پذیرفتن حال خود پذیرفتن گذشته خود پذیرفتن آینده خود تزریق احساس مثبت احساس قدرت راهکار مقابله‌ای در مقابل مسئله
		پذیرش دیگری	پذیرش عقاید دیگران احساس تعلق

ابعاد	مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مفاهیم پایه
		پیوندجویی	احترام به آرمی‌ها از هر صنفی و گروهی
			همه دنیایی بودن طرفداران از همه کشورها احساس پیوند با اعضای گروه بی‌تی‌اس احساس پیوند با طرفداران آرمی و بی‌تی‌اس خانواده هستند
		خودمحوری	احساس با ارزش بودن احساس مؤثر بودن دوست داشتن خود مهم دانستن خود
زیبایی‌شناختی	زیبایی سمعی	محتوای پاک	رعایت ادب و نزاکت پیام مثبت مطالبی را یاد می‌دهند که در جامعه به آنها پرداخته نمی‌شود
		تنوع موسیقی	همخوانی کردن برخی قسمت‌ها را به‌تنهایی خواندن محتوای متفاوت داشتن
		توجه به صوت و نحوه ارائه	جذابیت صدا سبک خواندن متفاوت
		مکان برگزاری (فیزیکی)	جمعیت میلیونی حاضر در کنسرت استفاده از نورپردازی جذاب استفاده از رنگ‌های جذاب و

ابعاد	مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مفاهیم پایه
	زیبایی بصری		زنده نمایش متفاوت گروه بر روی سن
		انسانی	کیوت ^۱ بودن اعضا آرایش و رنگ موی متفاوت زیبا بودن معرفی خوش‌تیپ‌ترین مرد سال از این گروه

در ادامه به تحلیل جدول بالا پرداخته شده است.

چرایی جذابیت کی‌پاپ برای دختران نوجوان

در پاسخ به این سؤال باید گفت که جذابیت کی‌پاپ برای دختران نوجوان از دو بُعد روان‌شناختی و زیبایی‌شناختی قابل بررسی است، به تعبیری تنها وجه هنری موسیقی کی‌پاپ نیست که مورد توجه دختران نوجوان قرار گرفته است بلکه کی‌پاپ با مسائل روان‌شناختی عمیقی درهم آمیخته است و همین مسئله به یاری بُعد زیبایی‌شناختی موسیقی آمده و به مدد همین امر توانسته است گوی سبقت را از سایر موسیقی‌های رایج، برآید. ابتدا جدول تحلیل مضمون مصاحبه‌ها به نمایش در آمده و سپس به تحلیل مضمون‌ها پرداخته شده است.

بعد روان‌شناختی

این بعد با مضامین فراگیر فضای امن بیرونی و فضای امن درونی قابل بحث است. احساس امنیت تلفیقی از عوامل فردی، روانی و اجتماعی تلقی می‌شود، امنیت بعد عینی مسئله و احساس امنیت بعد ذهنی تلقی می‌گردد؛ منظور ما از امنیت همان احساس امنیت است که ظاهراً در دو بعد بیرونی و درونی اتفاق افتاده است.

¹.cute

امنیت بیرونی: این مضمون فراگیر با مضامین سازمان‌دهنده: پذیرش دیگری، حمایت، انگیزه‌بخشی، تقسیم موفقیت، همذات‌پنداری نشان داده شده است.

در این راستا نوجوانان دختر معتقد بودند که در این جمع کسی آن‌ها را مورد قضاوت قرار نمی‌دهد و از احترام همگانی برخوردارند، و علاوه بر این اعضای گروه بی‌تی‌اس به همه طرفدارانشان احترام گذاشته و با مهربانی با بقیه برخورد می‌کنند. لایلا ۱۴ ساله می‌گوید: «اعضای گروه بی‌تی‌اس به هر کس با هر دینی احترام می‌گذارند، حتی در کنسرت عربستان سالن پایین را برای مسلمان‌ها نمازخانه درست کردند، موقع اذان کنسرت را متوقف کردند، لباس مناسب شرایط عربستان پوشیدند و به دخترها برای عکس گرفتن خیلی نزدیک نمی‌شدند»؛ آن‌گونه که پیداست این گروه به مراسم آیینی هر دینی احترام گذاشته و برای اجرای کنسرت در هر کشوری مخاطب خود را شناخته و بر اساس باورهای فرهنگی مخاطبانشان دست به اجرا می‌زنند. همه این مفاهیم را در مضمون سازمان‌دهنده پذیرش دیگری قرار گرفته شده‌اند. از دیگر مسائل مورد توجه دختران، مورد حمایت واقع شدن ذکر شد به این معنی که تمام آرمی‌ها سعی می‌کنند از یکدیگر طرفداری و حمایت نمایند و از طرفی اعضای گروه بی‌تی‌اس نیز در شرایط مختلف سعی در حمایت از طرفدارانشان یا آرمی‌ها دارند، ضمن اینکه برای نشان دادن نوع دوستی خود در کارهای عام‌المنفعه و خیریه شرکت می‌کنند. در این رابطه رویا ۱۶ ساله معتقد است: «توی وی ورس حتی اگر اعضای گروه بی‌تی‌اس نباشند آرمیا با نظراتشون سعی می‌کنند حالمان را خوب کنند و ما هم همین کار را می‌کنیم».

موضوع دیگری که مورد توجه دختران نوجوان قرار گرفته است می‌توان به انگیزه‌بخشی اشاره نمود به این معنی که اعضای این گروه با نظرهایی که برای آرمی‌ها می‌گذارند سعی در تشویق آنان به ادامه دادن مسیر می‌کنند، هر چند مسیر سخت و دشوار باشد و از خود مواردی را تعریف می‌کنند که نشان از همدلی آن‌ها با آرمی دارد. در این مواقع آرمی احساس درک شدن می‌نماید و به ادامه مسیر فکر می‌کند. آرزو ۱۵ ساله: «نامجون همیشه آرمی‌ها را تشویق می‌کند به درس خواندن و یادگرفتن حرفه‌های

جدید، می‌گه حتی اگر نمی‌خواهید درس بخوانید باز درس بخوانید و همدردی کرد با ما که می‌دانم شرایط سخته، منم نمی‌خواستم درس بخوانم».

ظاهراً یکی دیگر از مواردی که باعث احساس امنیت دختران نوجوان می‌شود تقسیم موفقیت این گروه با طرفداران خود است، به این معنی که هرگاه به رتبه یا افتخاری می‌رسند با طرفدارانشان تقسیم می‌کنند و می‌گویند که شما باعث این افتخار بودید. نازنین ۱۴ ساله می‌گوید: «بعد از هر موفقیت اول از آرمی‌ها به شیوه خودشان تشکر می‌کنند و به خودشان مغرور نمی‌شوند». همذات‌پنداری موضوعی مهم در رابطه با احساس امنیت دختران است که در این گروه تجربه می‌کنند. هم‌سن و سال بودن تقریبی، ژن خوب نبودن، بسیار معمولی بودن و سخت‌کوشی مواردی است که دختران نوجوان را به این گروه نزدیک‌تر کرده و احساس می‌کنند که اعضای گروه از جنس خودشان هستند؛ فاطمه ۱۶ ساله می‌گوید: «اون‌ها مثل خود ما سختی کشیده‌اند تا به اینجا رسیده‌اند، مثل بعضی‌ها نیستند که ژن خوب باشند، گروه بی‌تی‌اس با اینکه این همه افتخار کسب کرده‌اند؛ اما باز هم باید سربازی بروند مثل بقیه».

امنیت درونی: دیگر مضمون فراگیر در بعد روان‌شناختی امنیت درونی است که با مضامین سازمان‌دهنده پذیرش خود، خودمحوری و پیوندجویی نشان داده شده است. اعضای گروه بی‌تی‌اس در پیام خود و ترانه خود به مخاطبانشان یاد می‌دهند که خودشان را در هر حالی دوست داشته باشند؛ در گذشته، حال و آینده؛ سبا دختر نوجوان ۱۵ ساله می‌گوید: «من همین‌طور که هستم با تمام خوبی‌ها و بدی‌هایم خوبم؛ با تمام استعدادها و نقاط ضعفم خوبم».

یکی از مضامین سازمان‌دهنده مهم خودمحوری است؛ به نظر می‌رسد که در این گروه به افراد احساس بالارزش بودن، دوست داشتن خود و تلاش کردن در جهت هدف‌القاء می‌گردد؛ به‌گونه‌ای که افراد با پیوستن به این جمع احساس شادمانی و آرامش می‌کنند. النا ۱۶ ساله می‌گوید: «قبل از آرمی شدن بلد نبودم خودم را دوست داشته باشم»؛ خودمحوری به معنای امانیستی آن، به این معنا که انسان ارزشمند است؛ اما بدون اتصال به منبع ابدی و ازلی، و به تعبیری رد پای انسان‌محوری در این گروه دیده

می‌شود. از دیگر مضامین سازمان‌دهنده در امنیت درونی پیوندجویی است، در بین طرفداران و اعضای گروه بی‌تی‌اس، از دو سو پیوند درونی برقرار است از سویی اعضای گروه با یکدیگر و با طرفداران خود و از سوی دیگر طرفداران با یکدیگر احساس نزدیکی و پیوند می‌کنند، نکته قابل توجه برای نوجوانان این است که طرفداران از تمام کشورها هستند و این احساس قدرتی می‌دهد که جذابیت زیادی دارد؛ رها ۱۳ ساله می‌گوید: «اعضای گروه بی‌تی‌اس مثل برادران خودم هستند، من برادر ندارم ولی الان ۷ تا برادر پیدا کردم، دوستشون دارم و کنارم هستند». نازنین ۱۴ ساله می‌گوید: «احساس قدرت و خوشحالی خاصی توی دلم بود، همین که آرمی‌ها را تشویق می‌کردند و از همه کشورها بودیم».

در ادامه به تحلیل بعد دیگر جذابیت گروه بی‌تی‌اس یعنی بعد زیبایی‌شناختی پرداخته شده است.

ابعاد زیبایی‌شناختی

زیبایی سمعی: با مضامین سازمان‌دهنده محتوای پاک، تنوع موسیقی و توجه به صوت و نحوه ارائه قرار گرفته است. در زیبایی سمعی به مواردی برمی‌خوریم که از ویژگی‌های ترانه‌های گروه بی‌تی‌اس است که برای مخاطبان نوجوان جذابیت دارد و آن هم عاری بودن از الفاظ رکیک و زشت است. همین موضوع این گروه را در نزد مخاطبان خاص جلوه می‌دهد؛ زیرا در برخی موسیقی‌ها به راحتی از نامناسب استفاده می‌شود، علاوه بر ادب و نزاکتی که در این ترانه‌ها وجود دارد، مخاطبان ادعا می‌کنند که در ضمن ترانه، پیام مثبتی به آن‌ها القا می‌شود. وستا ۱۳ ساله می‌گوید: «آهنگ‌هاشون معنی خوبی دارد و بی‌ادبی ندارد». به این ویژگی صوت جذاب و نحوه ارائه متفاوت نیز اضافه شده که مجموع این موارد زیبایی سمعی را برای مخاطب به همراه داشته است.

زیبایی بصری: بی‌تی‌اس به زیبایی بصری هم توجه نموده است و فضای ارائه را در محیطی که مملو از جمعیت است، برگزار می‌نماید که با رنگ‌های گرم و رقص نورهای بسیار و اعضای که با آرایش‌های مو و صورت مکمل این فضا شده‌اند به جذب مخاطب

پرداخته است. رزیتا ۱۶ ساله: «می‌دانم که کره‌ای‌ها بسیار عمل جراحی زیبایی انجام میدن و این گروه هم همین‌طور با وایت واشینگ که یه فیلتر سفیده و آرایش غلیظ میان؛ اما از قیافه‌هاشون خیلی خوشم میاد، همین‌طور از رنگ موهاشون». دسته‌بندی موارد بالا در شکل زیر به نمایش درآمده است.



شکل ۱. جذابیت‌های گروه بی‌تی‌اس برای دختران نوجوان پژوهش

اثر پذیری دختران نوجوان از این گروه

در بخش دیگر پژوهش به بحث اثرپذیری و الگوگیری دختران نوجوان از این گروه پرداخته‌ایم که با نام بعد «هویت‌یابی» در جدول زیر نمایش داده شده است و سپس به تحلیل موارد پرداخته شده است.

جدول ۳. تحلیل مضمون اثر پذیري دختران نوجوان از گروه بی تی اس

مفاهيم پایه	مضامين سازمان‌دهنده	مضامين فراگیر	بعد
تقلید از رنگ مو تقلید از آرایش تقلید از لباس و کفش و گوشواره	اثر پذیري در ظاهر	الگوپذیری ظاهری	هویت‌یابی
استفاده از کلمات کره‌ای در میان دوستان استفاده از نمادهای زبانی در رخ‌نما (پروفایل) آرزوی سفر به کره تماشای فیلم‌ها به زبان کره‌ای شرکت در کلاس‌های زبان کره‌ای	اثرپذیری زبانی		
تغییر تفکرات و قانون‌های ذهنی تغییر نگرش به اعتقادات تغییر باورها نسبت به دیگران بی‌مرزی و پذیرش هر نوع عقیده‌ای	اثرپذیری فکری	الگوپذیری شناختی، رفتاری	
رقصیدن شبیه گروه بی‌تی‌اس حضور در رأی‌گیری‌های گروه تلاش در سخت‌کوشی ابراز محبت به هر عقیده‌ای تبدیل شدن گروه به نوعی سبک مقابله-ای	اثرپذیری رفتاری		
متمایز پنداشتن اعضای گروه بی‌تی‌اس بدون نقص و ایراد دانستن اعضای گروه	ویژه دانستن گروه	بت‌سازی	

در این بخش از تحلیل به مواردی در مصاحبه با نوجوانان برخوردیم که نشان از اثرپذیری از گروه بی‌تی‌اس بود؛ به‌همین سبب در جدولی جداگانه تنظیم شده است. در این بعد مضامین فراگیر شامل: الگوپذیری ظاهری، الگوپذیری درونی و بت‌سازی هستیم. نام

این بعد را «هویت‌یابی» نامیدیم؛ زیرا بر اساس توصیف اریکسون که در زمینه هویت صاحب‌نظر است، تغییرات دوران نوجوانی و مشکلات مربوط به آن را با عنوان هویت‌یابی توصیف نموده است؛ وی وظیفه اصلی دوران نوجوانی را در نظریه رشدی خود هویت‌یابی در برابر آشفتگی نقش عنوان نموده است (غرایبی و همکاران، ۱۳۸۴) و معتقد است که در نوجوانی و به هنگام مواجهه با بحران «هویت خود» زمانی است که خودانگارمان تشکیل می‌شود، یعنی ادغام عقایدمان در مورد خود و درباره اینکه دیگران چه تصویری از ما دارند (شولتز و شولتز، ۱۳۹۲: ۲۷۹).

الگوپذیری ظاهری: در این مضمون دو مضمون سازمان‌دهنده اثرپذیری ظاهری و اثرپذیری زبانی مطرح شده است به این معنی که نوجوانان در اثرپذیری ظاهری سعی می‌نمایند شکل ظاهری خود را تا حدی که می‌توانند شبیه به ستارگان این گروه نمایند، از نظر رنگ مو، آرایش و حتی لباس‌ها و زیورآلاتی که استفاده می‌کنند؛ برخی از نوجوانان حتی در رنگ مورد علاقه هم به دنبال نگاه ستاره خود بودند و رنگ مورد علاقه‌شان را بر اساس نظر آن فرد تعیین می‌کردند و سعی می‌نمودند لباس‌ها یا رنگ‌هایی را برای وسایل خود انتخاب نمایند که مورد علاقه ستاره‌شان بود.

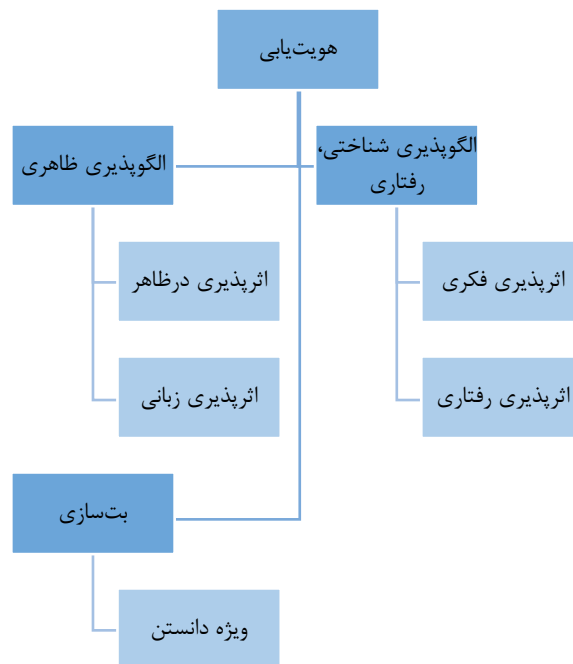
ماهور ۱۴ ساله می‌گوید: «سعی می‌کنم از اینستاگرام لباس‌هایی را تهیه کنم که شبیه ستاره‌هامه، وسایلم را هم طوری می‌گیرم که رنگش ...». در اثرپذیری زبانی مواردی مطرح شد که نشان از علاقه مفرط نوجوانان به زبان کره‌ای داشت به‌صورتی‌که از ۱۵ نوجوان شرکت‌کننده در این مصاحبه ۱۳ نفر آنان اشاراتی به یادگیری زبان کره‌ای داشتند که از سطح کلمه شروع تا به یادگیری کامل زبان کره‌ای توسط معلم و آموزشگاه می‌رسید؛ برخی از این دختران نوجوان با هدف‌گذاری بلندمدت برای رفتن به کره در حال طرح‌ریزی آینده خود بودند؛ فاطمه ۱۶ ساله می‌گوید: «من کره را خیلی دوست دارم، الان دارم کلاس زبان کره‌ای می‌روم و فیلم‌های با زیرنویس می‌بینم تا بتونم به زبون کره‌ای مسلط بشوم، تصمیم دارم در آینده هر شکلی که شده بروم کره، اون‌ها قوانین سختی برای مهاجرت دارند؛ اما اگر نشه حداقل بروم اونجا به‌عنوان توریست».

الگوپذیری شناختی، رفتاری: یکی از مهم‌ترین بخش‌های اثرپذیری در پژوهش حاضر تأثیری است که نوجوانان دختر در شناخت و رفتار خود گزارش کردند. لازم به ذکر است که نوجوانان در طیفی از تأثیرپذیری قرار داشتند که از سطح مثبت‌نگری به تبعیت از گروه بی‌تی‌اس تا تغییر قوانین و باورها در بعد شناختی و از رقصیدن شبیه آنان تا ابراز محبت به هر عقیده‌ای قرار دارد. بی‌تا ۱۵ ساله می‌گوید: «بعد از آرمی شدن تفکراتم نسبت به خیلی موضوع‌ها عوض شد؛ چیزهایی که قبلاً برام هیچ اهمیتی نداشت، مثل دوست داشتن خودم». النا ۱۶ ساله می‌گوید: «شاید بزرگ‌ترین تغییر توی زندگیم آرمی شدنم بود، مسائلی را یاد گرفتم که هیچ‌وقت بهش فکر نمی‌کردم من فقط به دنبال هدفم بودم و به هیچ چیز دیگه فکر نمی‌کردم، هیچ‌کس برام اهمیتی نداشت». زهرا ۱۵ ساله می‌گوید: «خیلی کارها حاضریم به خاطر بی‌تی‌اس انجام بدم، سعی می‌کنم توی رأی‌گیری‌ها و استریم زدن موزیک و ویدیوها و آهنگ‌ها تاجایی‌که می‌تونم انجام بدم». بی‌تا ۱۵ ساله می‌گوید: «آرمی برایم معنی تمام قانون‌ها و تفکراتم است». سبا ۱۵ ساله می‌گوید: «من فقط بلد بودم با دوستانم رقابت کنم، فکر می‌کردم که باید بهترین باشم، خیلی هم سر این موضوع اذیت می‌شدم، الان فکر می‌کنم که باید بهترین خودم باشم».

وستا ۱۳ ساله می‌گوید: «من آرمی هستم». لیلا ۱۴ ساله: «من یاد گرفتم که به هر عقیده‌ای احترام بذارم، بعضی‌ها می‌گن این‌ها شیطان‌پرستند؛ اما من می‌گم عقیده هر کسی به خودش مربوطه و هر کسی قابل احترامه». زهره ۱۵ ساله: «اول از میکاپ و رقصشون خیلی خوشم نمی‌آمد، ولی حالا می‌گم چه اشکالی داره؟ انتخاب خودشونه». سارا ۱۵ ساله: «بی‌تی‌اس یعنی حس خوب و چیزایی که برام معنی خوشحال بودن دارد». مهدیه ۱۶ ساله: «هر وقت موقع امتحانات اضطراب می‌گیرم می‌روم سراغ بی‌تی‌اس و از اون‌ها احساس آرامش می‌گیرم».

بت‌سازی: یکی دیگر از مضامین فراگیر در بعد هویت‌یابی، بت‌سازی است، برخی از نوجوانان به نحو اغراق‌آمیزی از این گروه یاد می‌کردند و ادعا می‌کردند که این گروه هیچ خطا و نقطه منفی ندارد و به نظرشان هیچ‌کس را ندیده‌اند که به اندازه اعضای این گروه تلاش کند؛ برخی اعضای گروه بی‌تی‌اس را با استعداد در هر زمینه‌ای یاد می‌کردند

و معتقد بودند که اعضای گروه بی‌تی‌اس افراد متفاوتی هستند و به آن‌ها یاد می‌دهند که از متفاوت بودن نترسند. النا ۱۶ ساله می‌گوید: «این‌ها آدم‌هایی هستند که یه جورایی متفاوتند از آدم‌هایی که اطرافم دیدم، حتی اگر این خصوصیت‌ها توی افراد دیگه هم باشه دلیل نمیشه که من دیگه آرمی نباشم چون هر فردی خودش و هیچ‌کس شبیه اون‌ها نیست». آتنا ۱۴: «من هیچ نقطه منفی توی اینها ندیدم، هیچ نقطه منفی‌ها!». خلاصه مطالب فوق در شکل زیر به نمایش در آمده است:



شکل ۲. هویت‌یابی در فرایند پیگیری گروه بی‌تی‌اس

نتیجه‌گیری

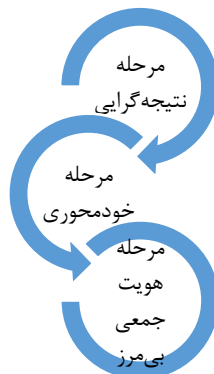
از پژوهش حاضر این‌گونه برمی‌آید که جذب دختران نوجوان به گروه‌های موسیقی کره‌ای پدیده‌ای چندوجهی است و تنها عنصر موسیقی نمی‌تواند به‌تنهایی این جاذبه را ایجاد کند؛ مؤلفه‌های روان‌شناختی به کمک زیبایی سمعی و بصری آمده و با استفاده از خلأهای موجود در دنیای پدیداری گروه نمونه سبب گرایش دختران به موسیقی پاپ

کره‌ای و به‌طور خاص گروه بی‌تی‌اس گشته است. رندهانی و لیندی^۱ (۲۰۱۲) موسیقی پاپ کره را به‌عنوان فرهنگ یاد کرده‌اند، قاسمی و میزایی (۱۳۸۵) نیز موسیقی پاپ را یک پدیده فرهنگی معرفی نموده‌اند که حامل پیام‌ها و تمایل‌های فرهنگی است؛ در جستجوی پیام‌هایی که دختران نوجوان از این موسیقی دریافت می‌کنند به اجرای پژوهش حاضر پرداختیم؛ مطابق با گفته خلیفه و همکاران (۱۳۹۴) که گرایش به موسیقی را اول به سبب ارضای نیاز و سپس عوامل جامعه‌پذیری ذکر کرده است؛ به نظر می‌رسد دختران نوجوان در بخشی از زندگی خود دچار چالشی شده‌اند به نام «نتیجه‌گرایی»، به این معنی که در جامعه آموزشی و خانوادگی ما به دختران یاد داده شده است که تنها برای رسیدن به هدف خود زندگی نمایند، هدفی که در کسب نتیجه در مدرسه و نهایتاً در ورود به رشته دانشگاهی خلاصه شده است. اغلب دختران حاضر در این پژوهش به‌تبع دوستان خود که از این گروه‌ها یاد کرده‌اند، با کنجکاو به دنبال جست‌وجوی این گروه برآمده‌اند و برخی از آنها حتی علی‌رغم پذیرش اولیه به‌سبب مفاهیمی که در متن این ترانه‌ها به‌عنوان پیام جاری است، و به‌سبب همان احساس خلاً که پیش‌تر ذکر گردید، این ترانه‌ها را جذاب یافتند، در حقیقت با مفاهیمی روبه‌رو شده‌اند که به قول خودشان جامعه به آن‌ها نیاموخته است، موضوعاتی از قبیل دوست داشتن خود بدون توجه به کسب نتیجه، دوست داشتن دیگری. در حقیقت آن‌ها مکانی را یافته‌اند که بدون ترس از قضاوت در آن بتوانند ابراز عقیده کنند، از این منظر این پژوهش با گفتار محمدپور و همکاران (۱۳۹۲) که معتقدند افراد با موسیقی عملاً دغدغه‌های خود را عنوان می‌کنند، هم‌راستا است. به‌نظر می‌رسد که کلید شاهراه ورود به دنیای پدیداری دختران این پژوهش بعد عاطفی و هیجاناتی است؛ آنچنان که دختران نوجوان اشاره کردند در آموزش‌های آنان جای دوست داشتن و دوست داشته شدن آنان خالی است، فضای ذهنی اغلب دختران رقابت با هم‌کلاسی‌های خود بوده است؛ اما فضایی را یافتند که در آن احساس می‌کردند نیازی نیست که با کسی رقابت کنند، و حتی در مواقع اضطراب و آشفتگی مکانی یافتند که احساس آرامش کنند، هر چند که به‌نظر می‌رسد شادی و آرامش منبعی بیرونی شده است با نام بی‌تی‌اس؛ ظاهراً برخی از دختران نوجوان این پژوهش از موسیقی‌های گروه

1. Ramadhani, K., & Linadi, K. E.

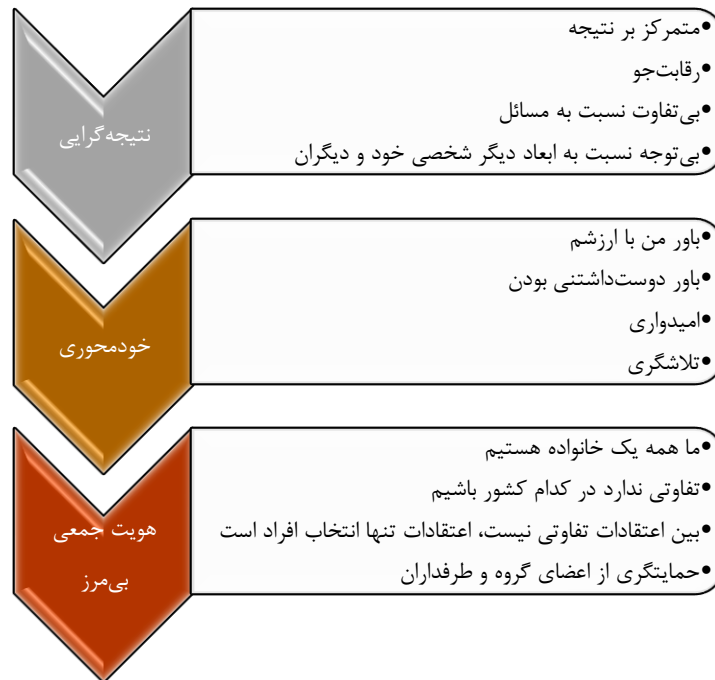
بی‌تی‌اس و از مکان تبادل گفت‌وگویی این گروه به‌عنوان یک سبک مقابله‌ای استفاده کرده‌اند، از این منظر پژوهش حاضر با نظر قنبری (۱۳۹۴، ص. ۷۷) که نشان داده است از موسیقی به‌عنوان راهبردی درمانی استفاده می‌شود، هم‌راستا است.

از مجموع تمام این موارد شاید بتوان گفت که دختران نوجوان این پژوهش وارد مرحله‌ای شده‌اند به نام «خودمحوری» به این معنا که دیگر به‌جای نتیجه‌گرایی، به این فکر می‌کنند که باید خود را دوست داشته باشند در هر شرایطی و با هر ویژگی؛ در این مرحله احساس امیدواری نموده و با من با ارزش و من دوست‌داشتنی پیوند می‌خورند، و پس از این مرحله است که با خالق دوست داشتن خود یعنی اعضای گروه بی‌تی‌اس ارتباط عمیق‌تری پیدا می‌کنند و وارد مرحله وسیع‌تری به نام «هویت جمعی» می‌شوند، آن‌جا که از این گروه با عنوان افراد خانواده خود یاد می‌کنند و می‌گویند که ما یک خانواده هستیم (آرمی‌ها و اعضای بی‌تی‌اس)؛ و به‌نوعی در شناخت خود به این نتیجه می‌رسند که همه افراد را باید با هر نوع دین و عقیده و پوشش و غیره‌ای دوست داشت؛ چون انتخاب خودشان است. شکل زیر این فرایند را به تصویر کشیده است.



شکل ۳. فرایند تغییر در دختران نوجوان پژوهش

اگر بخواهیم جزئیات مراحل این فرایند را نشان دهیم به شکل زیر نمایش داده می‌شود.



شکل ۴. فرایند تغییر به همراه جزئیات

با توجه به محدودیت‌های پژوهش کیفی، در تعمیم‌دهی یافته‌ها باید احتیاط لازم صورت گیرد. همچنین اطلاعات تنها به رده سنی ۱۳ تا ۱۶ سال محدود است. علاوه بر این فقط دختران نوجوان شهر تهران بررسی شده است. پیشنهاد می‌شود درباره نحوه ایجاد الگوهای ایرانی متناسب با فرهنگ ایرانی پژوهش شود. همچنین به صورت اختصاصی به اثر کی‌پاپ بر روی هویت نوجوانان و پیامدهای آن بر جامعه ایران پژوهش شود.

از تمامی مشارکت‌کنندگانی که ما را در این پژوهش یاری کردند، سپاسگزاریم.

منابع و مأخذ

- بیچرانلو، عبدالله؛ و خرمی شاد، زینب. (۱۴۰۱). مصرف موسیقی دختران نوجوان زیسته در بافت دینی؛ همه چیزخواری یا انتخاب گری؟. *فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی*، ۳۳(۴)، صص. ۵-۲۵.
- حیدرپناه، حمید؛ بهیان، شاپور؛ و وحید، فریدون. (۱۳۹۶). بررسی عوامل مرتبط با مصرف موسیقی جوانان شهر تهران. *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۳۶(۱۶)، صص. ۱۳۹-۱۵۸.
- خلیفه، افسون؛ قلی پور، ماجده؛ میرمحمدرضایی، زهرا و قدرلو، سکینه. (۱۳۹۴). بررسی میزان گرایش به مصرف انواع موسیقی در بین جوانان شهر زنجان. *جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*، ۱۹(۶)، صص. ۸۱-۹۸.
- شهرکی، بابک. (۱۳۸۴). گذری کوتاه بر موسیقی پاپ در ایران. *مقام موسیقایی*، ۳۹(۸)، صص. ۵۵-۵۶.
- شولتز، دوان پی؛ و شولتز، دوان پی. (۱۳۹۲). *نظریه‌های شخصیت*. (یحیی سیدمحمدی، مترجم). تهران: ویرایش.
- غرای، بنفشه؛ عاطف‌وحید، محمدکاظم؛ دژکام، محمود؛ و محمدیان، مهرداد. (۱۳۸۴). وضعیت هویتی نوجوانان تهرانی. *روانپزشکی و روانشناسی بالینی ایران*، ۴۱(۱۱)، صص. ۱۶۴-۱۷۵.
- قاسمی، وحید؛ و میرزایی. (۱۳۸۵). جوانان و هنجارهای رسمی و غیر رسمی موسیقی پاپ (پژوهشی در بین جوانان شهر اصفهان). *مطالعات جامعه‌شناختی*، ۲۸(۱۲)، صص. ۹۸-۱۲۳.
- قنبری، نسرين. (۱۳۹۴). *نقش موسیقی درمانی در مراقبت پرستاری کودکان*. تهران: نشر سلول.
- کریمی‌قهی، محمدتقی و اقبالی، ابوالفضل. (۱۳۹۹). بازنمایی عشق در موسیقی پاپ ایرانی. *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، ۲۴(۱۲)، صص. ۹۷-۱۲۱.
- محمدپور، احمد؛ شریعت‌پناه، ابوبکر؛ و غلامی، احمد. (۱۳۹۲). تحلیل جامعه‌شناختی شیوه

بر ساخت هویت از رهگذر مصرف موسیقی عامه‌پسند در میان جوانان. *مطالعات اجتماعی ایران*، ۲۴(۷)، صص. ۱۳۷-۱۵۹.

- Barton, Georgina; & Barton, Georgina. (2018). The relationship between music, culture, and society: meaning in music. *Music Learning and Teaching in Culturally and Socially Diverse Contexts: Implications for Classroom Practice*, pp. 23-41.
- Christenson, Peter G; & Roberts, Donald F. (1998). It's not only rock & roll: Popular music in the lives of adolescents. *Journal of Communication*, 49(4), pp. 212-229.
- Cross, Ian. (2001). Music, cognition, culture, and evolution. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 930(1), pp. 28-42.
- Danabayev, Kakim; Park, Jowon; & Konieczny, Piotr Bronislaw. (2021). Q-POP, The Pride Of Kazakh Youth, And Its Stimulation Of Ethnic Identity.
- Divkolaii, Masoumeh Seifi; Fayaz, Ebrahim; & Khojasteh, Hasan. (2014). Music and its role on the identity of female's body (Case study: The female students of Imam Reza). *Journal of Management and Accounting Studies*, 2(04), pp. 44-47.
- Ford, Charles; & Green, Lucy. (2015). The phenomenology of music: Implications for teenage identities and music education. *Philosophy of Music Education Challenged: Heideggerian Inspirations: Music, Education and Personal Development*, pp. 147-167.
- Hargreaves, David J; & North, Adrian C. (1999). The functions of music in everyday life: Redefining the social in music psychology. *Psychology of Music*, 27(1), pp. 71-83.
- Kwon, Lois; Medina, Daniela; Ghattas, Fady; & Reyes, Lilia. (2021). Trends in positive, negative, and neutral themes of popular music from 1998 to 2018: observational study. *JMIR Pediatrics and Parenting*, 4(2), e26475.
- Lie, John. (2021). BTS, the highest stage of K-pop. In *The Soft Power of the Korean Wave* (pp. 118-128). Routledge.
- MacDonald, Raymond AR; Hargreaves, David J; & Miell, Dorothy. (2002). *Musical identities*. OUP Oxford.
- Ramadhani, Kurnia; & Linadi, Kinanthi Estu. (2012). Korean wave and potential impacts on Indonesian adolescents and other ASEAN countries. Presented at the ASEAN/Asian Academic Society International Conference Proceeding Series.
- Safithri, Nurul Aini; Sahrani, Riana; & Basaria, Debora. (2020). Quality of Life of Adolescent (Korean Pop fans) (pp. 771-777). Presented at the Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2019), Atlantis Press.
- Schwartz, Kelly D; & Fouts, Gregory T. (2003). Music preferences, personality style, and developmental issues of adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 32, pp. 205-213.
- Sun, Meicheng. (2020). K-pop fan labor and an alternative creative industry: A case study of GOT7 Chinese fans. *Global Media and China*, 5(4), pp. 389-406.
- Tarrant, Mark; North, Adrian C; & Hargreaves, David J. (2002). Youth identity and music. *Musical Identities*, 13, pp. 134-150.
- Tekman, Hasan Gürkan; & Hortaçsu, Nuran. (2002). Music and social identity: Stylistic

identification as a response to musical style. *International Journal of Psychology*, 37(5), pp. 277-285.

Te'Neil Lloyd, Blake. (2002). A conceptual framework for examining adolescent identity, media influence, and social development. *Review of General Psychology*, 6(1), pp. 73-91.