

محمد جواد بادین فکر، پژوهشگر حوزه مطالعات فرهنگ و رسانه در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

نوجوان ایرانی باپاپ ایرانی نهایتاشکست‌عشقی می‌خورد

پاپ کره‌ای به نوجوان‌ها احساس‌رهایی و موفقیت می‌دهد

گروه‌های پاپ ایرانی در تهران

گوش نمی‌دهید درست نیست. بین اینها تمایزاتی وجود دارد. به نظر من این نوجوان در هیچ یک از این فرم‌هایی که در ایران است رهایی رانمی‌بیند. اگر بخواهید به عشق برسید با پاپ ایرانی نهایتا شکست عشقی می‌خورید. اگر می‌خواهید به موفقیت در زندگی برسید با کدام یک از موسیقی‌های پاپ ایرانی می‌توانید به موفقیت برسید؟ چه کسی می‌تواند ادعا کند من به موفقیت رسیدم چون هر روز سیروان خسروی گوش کردم؟ ولی طرفداران موسیقی کی‌پاپ می‌توانند چنین ادعایی کنند که با گوش کردن کی‌پاپ توانستم در درس خود درسخنی‌های کار موفق شوم. عده‌ای از اساتید با انتقاد از این موسیقی می‌گویند این مخدری برای ذهن نوجوانان است؛ به نظر من این تحلیل کافی و کامل نیست.

به اعضای گروه‌های موسیقی پاپ‌آیدل یعنی رهبر می‌گویند و طرفداران شان هم ارتش نام‌گذاری شدند. بالاخره این جنس نامگذاری‌ها بیشتر ویژه فرقه‌ها است و به‌طور طبیعی نگرانی‌هایی بابت این میزان از اعتماد به آیدل‌ها وجود دارد. فکر نمی‌کنید که این چنین دسته‌بندی برای طرفداران موسیقی، نهایتا تبدیل به بهره‌برداری سیاسی از طرفداران شان شود؟

اصلا موضوع سیاسی است. دهه ۹۰ کره‌ای‌ها در راستای دیپلماسی فرهنگی خود کی‌پاپ را ایجاد کردند، هدف ایجاد برند بود، ادبیات برندینگ و بازاریابی سیاسی در همین موضوعات می‌چرخد. آنها در فروختن برندملی خودبه‌نوجوانان ماموفق هستند. من در راهکار مشکل دارم. اینکه این مساله را به مثابه تهدید بدانیم یک مساله است، اما در مقابل آنچه مهم است اینکه ما چه پاسخ و ابزاری برای آن داریم؟ هیچ ابزاری نداریم. اینکه کره می‌تواند از طریق صنعت فرهنگی خود یا از صنایع خلاقش استفاده کند ونوجوانان شما را همراه کند یک هنر دیپلماتیک است. اما مساله این است که شما این هنر را دارید؟ اینکه چه خطراتی می‌تواند داشته باشد بحث دیگری است. هر فرهنگی شئون خود را دارد. راه مقابله در این فضای چندفرهنگی و چندملیتی و جهانی به نظر من مواجهه منطقی مبتنی بر اصول است، مواجهه به معنای رقابت و حضور در این فضا. به این معنا که شما خود به برند ملی ایران را بسازید. وقتی شما در موقعیتی قرار گرفتید که پرچم ایران را به‌عنوان برند قبول ندارند، از کجا می‌توانید درباره برند ملی صحبت کنید؟

در عمل باید چه کرد؟ حتی اگر در نظر بگیریم کره جنوبی به‌جای ایران راشست‌وشوی مغزی می‌دهند، حالا باید برای این موضوع چه کنیم؟ راهکار و راهبرد چیست؟ نکته‌ای که می‌خواهم بدان اضافه کنم، این است که هر فرهنگی مولفه‌هایی دارد. وقتی فرهنگی وارد گفت‌وگو با فرهنگ دیگری می‌شود، هم عناصر مثبتی دارد که به آن فرهنگ نزدیک است و هم عناصر منفی دارد که به آن فرهنگ نمی‌خورد. کی‌پاپ تمام تلاش خود را کرده است که با عدم بدن‌نمایی یا مسائل جنسی یا مسائل اخراقی کمترین حساسیت را در بین طرفداران آسیایی اش ایجاد کند. یکی از دلایلی که کشورهای مسلمان به این جنس از موسیقی علاقه نشان می‌دهند این است که کمترین هنجارشکنی را دارند. نمی‌گویم هنجارشکنی ندارد ولی نسبت به موسیقی‌های اروپایی و آمریکایی کمتر است.

سوال من این است که چرا دختران مذهبی به کی‌پاپ علاقه نشان می‌دهند؟ این سوال جدی است که در مدارس دخترانه مذهبی الان مطرح شده است. دلیل این امر چیست؟ چه معنایی دارد؟ یکی از دلایل این است که فکری برای مصرف موسیقی یا فکری برای مصرف فرهنگی و رسانه‌ای دختران مذهبی نداریم و برای آنها چیزی تولید نکردیم. دختر مذهبی هم می‌خواهد موسیقی گوش کند اما به دلیل وجود نظام‌های ارزشی هر موسیقی را گوش نمی‌دهد. او گشته ویک موسیقی را پیدا کرده که کمترین تعارض را داشته‌وآن کی‌پاپ است و اتفاقا خیلی هم با آن همذات‌پنداری کرده است. نکته من اینجاست که تا زمانی که در این عرصه ورود فعال سیاست‌گذارانه و تولید محتوا نداشته باشیم حق نداریم درباره مضراتش صحبت کنیم چون این مضرات را خود ما درست کرده‌ایم. یعنی با خالی بودن یک فضایی که شما نیازهای جوانان را ندیده‌اید و شاید هم نخواستید این نیازها را ببینید و در نتیجه این مقوله را تأمین نکردید، یک جای دیگری این نیاز را تأمین کرده است.

اگر بخواهم درباره مسائل pbt که این گروه می‌تواند در ایران داشته باشد نکاتی بگویم مساله اول هویت ملی است. کره جنوبی به خوبی توانسته هویت ملی خود را در تمام موسیقی‌ها بازسازی کند.

نکته بعدی اینکه یک‌سری از نوجوانان و جوانان زبان دوم خود را کره‌ای انتخاب کرده‌اند و اگر در قبال این هویت ملی که کره برای ما می‌سازد و بر فضای جوانان ما سیطره انداخته است، نتوانیم بحث هویت ملی ایرانی را تقویت کنیم، در بلندمدت شکست خورده‌ایم و اینجا خطرناک است. اینجاست که اگر ما یک رویای کره‌ای در کنار رویای آمریکایی در ذهن نوجوان بسازیم سر ایران بی‌کلاه می‌ماند و مهاجرت زیاد می‌شود. پنج نفری که در هالیو کشته شدند خیلی مهم بودند و کسی درباره آن صحبت نکرد. معلوم نیست چند نفر دیگر در آنجا بودند که پنج نفر ایرانی کشته شدند. اینها بچه نبودند، دانشجوی دکتری بودند.

سیاست‌گذار فرهنگی کره جنوبی با چه هدفی کی‌پاپ را در کشور خود راه انداخته است.

متخصصانی که درباره این گروه‌ها احساس خطر می‌کنند ابتدا باید به این سوال پاسخ دهند که اصلا کی‌پاپ در کره جنوبی چه کاربردهایی دارد؟ من براساس تحقیقاتی که داشتم این سوال را تنها از راه فهم دقیق اقتصاد سیاسی کره می‌توانم توضیح دهم. اشتباه ما این است که خیلی مسائل را می‌خواهیم فرهنگی تحلیل کنیم یا به یک مساله ارزشی یا یک مساله روان‌شناختی تقلیل دهیم! این موضوع اشتباه است. همان‌طور که اشاره شد نظام اقتصادی کره یک نظام نئولیبرال و متکی به فرد است، تک‌تک افراد در اینکه بتوانند پروژه نئولیبرالیسم را در جامعه محقق کنند مهم هستند. یعنی یک فرق آن با نظام سوسیالیستی در همین امر است. نکته این است کره جنوبی برای اینکه بتواند پروژه نئولیبرالیسم را جلو ببرد و از بحران دهه ۹۰ اقتصادی کره عبور کند روی نیروی انسانی خود به‌خصوص نوجوانان و جوانان سرمایه‌گذاری کرده است. دولت کره جنوبی از نوجوان می‌خواهد در حوزه صنایع خلاق که همان حوزه‌های مختلف کی‌پاپ است فعالیت کند و تولید محتوای دیجیتال و تولید محتوای فرهنگی در بستر رسانه‌ها داشته باشد، برای این کار نوجوان باید وارد عرصه کی‌پاپ شود. طبق یک نظر سنجی در سال ۲۰۱۷ شغل دوم مورد علاقه نوجوانان کره ورود به عرصه سرگرمی و تبلیغات بوده یعنی اولین شغل ورود به دولت و دومین شغل مورد علاقه آنها فعالیت در تولید محتوای سرگرم کننده است، درحالی که در سال ۱۹۸۰ به‌بعد همین نظرسنجی بین نوجوانان انجام شده گزینه ورود به عرصه سرگرمی وجود نداشته یعنی حتی جزو گزینه‌های اولویت شغلی هم مطرح نبوده است. این موضوع نشان می‌دهد سیاست کره به این سمت رفته است که باید نوجوان را وارد این حوزه کند. یعنی هر نوجوان و هر جوان به مثابه تولیدکننده یا بازتولیدکننده هالیو یا موج کره‌ای باید عمل کند. یعنی با باید آیدل شوند یا باید آیدل‌ها را حمایت کنند. درواقع در این فضای اقتصادی، کره‌ای‌ها برای اینکه بتوانند مشکلات‌شان را حل کنند جریان مضمونی هالیووموج کره‌ای را به‌سمت عنصر خلاقیت، انگیزه و جنگیدن برای زندگی بردند. یک مقاله‌ای در کره نوشته شده بود با این مضمون که این سیستم اقتصادی باید به نوجوانان یاد دهد چطور زنده بمانند و بعد بتوانند به توسعه کره کمک کنند. پس در این موقعیت اولین کارکرد کی‌پاپ برای نوجوانان کره‌ای امید به زندگی، افزایش انگیزه، تلاش و جنگیدن برای زندگی و در نتیجه ایجاد خلاقیت برای پیش بردن اقتصاد کره است. این مصرف داخلی کی‌پاپ برای کره جنوبی است. این باعث می‌شد فضای ناامیدی جوانان کره‌ای که به دلیل شرایط سخت ایجاد شده توسط نظام نئولیبرالی و فاصله‌های طبقاتی و هزینه‌های بالای زندگی در کره ایجاد شده بود تا حدودی معتدل شود.

یعنی می‌خواهید بگویید فایده‌و اثرگذاری موسیقی کی‌پاپ برای خود کره‌ای‌ها مثبت بوده است؟

در رویکرد نئولیبرال مثبت بوده و جواب داده است. شاید شما بگویید استفاده ابزاری از نوجوان برای اقتصاد بوده و این کار را منفی بدانید.

این موضوع در سطح جهانی چطور است؟ مثلا می‌گویند که یک کودک ۸-۹ ساله عاشق گروهی از کی‌پاپ مثل بی‌تی اس شده و دوست دارد مثل او لباس بپوشد و حتی مثل او آرایش کند. این اثرگذاری حتی بین نوجوان‌های ایرانی هم دیده می‌شود. به نظر شما این جنس هواداری نسبت به یک فرهنگ بیگانه، نمی‌تواند تهدیدی برای نوجوان‌های ما باشد؟

شاید بهتر باشد در ابتدا این سوال را مطرح کنم که چرا کی‌پاپ در ایران جواب می‌دهد؟ پاسخ این است که ما باید فضای اجتماعی ایران را مورد بررسی قرار دهیم، جامعه ایران برای نوجوانان و جوانان شبیه یک فضای بسته و ناامیدانه و تا حدودی سیاه است که در آن امید به آینده ندارد یا حداقل اینکه آینده برای او مبهم است. یکی از ویژگی‌های سنن نوجوانی این است که فضای روانی که در آن آینده تیره و تاریک یا منفی باشد را نمی‌تواند تحمل کند و همیشه دنبال ایجاد دلخوشی برای آینده است. بایک نوجوان صحبت کنید، همواره درباره آینده صحبت می‌کند و درباره حال حرفی نمی‌زند. همیشه می‌گوید می‌خواهم این کار را کنم، درباره چگونگی انجام آن کار با توجه به شرایط صحبت نمی‌کند بلکه ایده‌ال‌گرا فکر می‌کند. اینکه نوجوانان می‌توانند کاری که می‌خواهند را در ایران انجام دهند یک علامت سوال بسیار بزرگ است. طبق مصاحبه‌هایی که داشتم عده زیادی از طرفداران کی‌پاپ آن رهایی را که می‌خواهد در ایران ببیند در کره می‌بیند؛ یعنی کره می‌تواند نقطه رهایی را در ذهن او بسازد. زمانی که هندزفری در گوش خود می‌گذارید یا ویدئوکلیپ را نگاه می‌کند و برای یک ساعت یا دقایقی یا چند ساعت همه فضای ایران و فیزیک و جغرافیای ایران را زیر پا می‌گذارد. او این فضا را ترک می‌کند و وارد فضای ذهنی دیگری می‌شود که آن فضا را در کره برایش ساختند، فضایی که می‌تواند در آن بجنگد و به موفقیت برسد و عشق داشته باشد و...

اینکه نوجوان‌هایمان را مواذخه کنیم که چرا پاپ سنتی یا رپ ایرانی را

کیانا تصدیق‌مقدم

خبرنگار گروه فرهنگ

موج کره‌ای یا هالیو به‌گسترش جهانی فرهنگ کره جنوبی از دهه ۱۹۹۰ اشاره دارد. این موج در مراحل آغازین با گسترش سریال‌های درام و موسیقی پاپ کره‌ای در آسیای شرقی، جنوبی و جنوب‌شرقی وسعت گرفت و بعدها با رشد اینترنت و رسانه‌های اجتماعی به‌ویژه قرار گرفتن نماهنگ‌های پاپ کره‌ای روی یوتیوب به مفهومی جهانی تبدیل شد. درباره موج کره‌ای با محمدجواد بادین فکر، دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) به گفت‌وگو نشستیم. بادین فکر، درخصوص موسیقی کی‌پاپ تحقیقات وسیع میدانی داشته است و بیش از آنکه نفوذ این جنس موسیقی را بین نوجوان‌های ایرانی تهدید بداند، نسبت به انفعال دستگاه‌های فرهنگی در داخل کشور هشدار داده و در این باره می‌گوید: «تنها راه این است که سلایق نوجوان و جوان را ببینیم و بدانیم نیازشان چه چیزهایی است و موضوع جوان و نوجوان جهانی شده را بفهمیم؛ موضوعی که از طریق رسانه شکل گرفته است و ما هم متناسب با این فضا، فرمت‌های فرهنگی خود را بازسازی کنیم.» گفت‌وگوی ما با این پژوهشگر حوزه مطالعات فرهنگ و رسانه را بخوانید.

۱۱۱

کی‌پاپ یکی از نمونه‌های موفق برندسازی در حوزه موسیقی است. چگونه این موج موسیقی توانست خودش و فرهنگش را در سطح جهانی عرضه کند.

شکل‌گیری موج کره‌ای و کی‌پاپ را باید در نسبت با سیاست فرهنگی کره جنوبی مطالعه کنیم. مشخصا مقصودم سیاست‌های اتخاذ شده بعد از نظام استبدادی ژنرال پارک و از سال ۱۹۷۹ به این طرف است.

باید توجه داشت که سیاست فرهنگی کره مبتنی بر اقتصاد سیاسی این کشور بنا شده است. نظام اقتصادی این کشور هم مبتنی بر اصول نئولیبرالیسم طراحی شده است. در نظام حکمرانی کره اگرچه هیچ ایدئولوژی مشخصی حکم‌فرما نیست و به نوعی سکولار اداره می‌شود؛ اما با سایر نظام‌های نئولیبرالی تفاوت‌هایی دارد. از جمله اینکه کره یک سیاست فرهنگی دولت‌گرا با دخالت مستقیم و عمودی دولت در فرهنگ دارد. لذا در شکل‌گیری کی‌پاپ هم ردپای سیاست‌های دولتی کره نمایان هست. همچنین در این حکمرانی برخی از عناصر فرهنگی آیین کنفوسیوس حضور دارد. از جمله احترام به خانواده و والدین و به صورت کلی حفظ حرمت بزرگان. همین موارد و ارزش‌ها را می‌توانید در تولیدات رسانه‌ای گوناگون کی‌پاپ مشاهده کنید که تا چه میزان این ارزش‌های در مرکز تولیدات قرار دارد.

مساله بعدی وارد شدن ارزش‌های ملی و تاریخی کره در سیاست فرهنگی است. دولت کره تلاش کرد تا خود را به یک تاریخ سنتی متصل کند تا بتواند هویت ملی کره را بسازد. وقتی گفتمان دولت ملی با نشان اسستیت در ادبیات حکومتی کره مطرح شد مساله هویت کره‌ای به‌عنوان یکی از عناصر مهم توسعه کشور قرار گرفت. به همین جهت شما در آثار کی‌پاپ مساله ملیت کره‌ای و فرهنگ محلی را به صورت جدی مشاهده می‌کنید. به نحوی که امروز بسیاری از هواداران کی‌پاپ به واسطه علاقه به تولیدات این گروه‌ها به فرهنگ و هویت کره‌ای نیز علاقه‌مند شده‌اند. برای جمع‌بندی می‌توان گفت که این سه عنصر مهم در توسعه فرهنگی کره یعنی: مداخله دولت در فرهنگ، استفاده از ارزش‌های کنفوسیوسی و گفتمان دولت ملی در ساخت محصولات فرهنگی کره و مشخصا کی‌پاپ نقش اساسی بازی می‌کند.

از منظر تاریخی هم نگاه کنیم در اوایل دهه ۹۰ کشور‌های کره جنوبی و کره‌شمالی به لحاظ اقتصادی با هم تفاوت چندانی نداشتند و هر دو کشور به‌شدت آسیب‌دیده بودند؛ البته کره جنوبی وضعیت بهتری از کره‌شمالی داشت اما اوج گیری یا معجزه اقتصادی که برای کره اتفاق افتاد، باعث شد که این کشور به فکر یک صنعت سودآور بیفتد. از آنجا که کره ذخایر زمینی و منابع طبیعی که بتواند از انرژی آن برای اقتصاد استفاده کند را ندارد، باید وارد حوزه‌ای می‌شد که بتواند بحران‌های اقتصادی خود را کنترل کند و آنها را پوشش دهد. موج کره‌ای همان کلید برای حل مشکلات بود؛

کره روی آن ریسک کرد و در این ریسک موفق شد.

ابتدای دهه ۹۰ کره‌ای‌ها با دو نگاه وارد ساخت صنایع خلاق شدند که موج کره‌ای هم جزو آن محسوب می‌شود. هدف اول ایجاد برند ملی برای کره جنوبی بود؛ یعنی می‌خواستند از طریق هالیو یا همان موج کره‌ای تصویر یا قدرت نرم کره جنوبی را از وضعیت بسیار اسفناکی که در آن سال‌ها به سر می‌برد، نجات دهند و به عبارتی چهره کره‌ای را یک چهره زیبایی‌شناسانه تعریف کنند. اول در آسیای شرقی و بعد در آسیای میانه و غربی و پروژه بعدی اروپا و آمریکا بود. برای همین اولین تاثیرگذاری‌ها یا موج اول کره‌ای وارد آسیای شرقی شد. آن‌ها می‌خواستند نشان دهند چشم‌بادامی که در ادبیات، تحقیر اجتماعی بود ویژگی بدی نیست و اتفاقا زیباست. این چشم‌بادامی‌ها الان فضای رسانه‌ای همه کشور‌ها را قبضه کرده‌اند و کشور‌ها را تحت تاثیر خود قرار داده‌اند. نکته دوم که اهمیت بیشتری از نکته اول دارد، ایجاد رشد اقتصادی است. یعنی آنها به دنبال سودآوری اقتصادی از قبل صنعت فرهنگی خود بودند. درنهایت ایجاد هالیو به‌منظور دو هدف کلان یعنی ایجاد قدرت نرم و ایجاد بازدهی اقتصادی برای کشور کره شکل گرفته و هر دو هدف هم محقق شده است.

یک نگاه تهدیدمحور نسبت به رواج موسیقی کی‌پاپ بین نوجوان‌های ایرانی وجود دارد. اما موضوعی که طرفداران موسیقی کی‌پاپ مطرح می‌کنند این است که ترانه‌های کره‌ای برخلاف موسیقی غربی نه تنها حاوی نفرت‌پرانی، خشونت یا مسائلی همچون مصرف مواد مخدر و... نیست بلکه تاکید زیادی بر مضامین اخلاقی، احترام به بزرگان و خانواده دیده می‌شود. با این نگاه چرا باید نسبت به چنین محتوایی و گروه‌موفق و آید پرودازی در حوزه تولید موسیقی احساس خطر کرد؟

معتقدم بخش زیادی از این احساس خطر به دلیل عدم شناخت صحیح فرهنگ کره و فرهنگ ایران است. من از واژه خطر پرهیز می‌کنم چون هر چیزی ممکن است خطرناک باشد و هر چیزی در عین خطرناک بودن می‌تواند فرصت و سودآور باشد.

قبل از اینکه کی‌پاپ در ایران، عربستان، خاورمیانه، آسیای شرقی، آسیای مرکزی، اروپا و کنگره آمریکا نفوذ کند باید در کشور کره جنوبی نفوذ می‌کرد، که این اتفاق افتاد. ما باید به این موضوع فکر کنیم که

