

Jöjjön a K-pop, vagy meneküljünk tőle?

A K-pop hatásairól a serdülők személyiségfejlődésében

Szerző: Gyugyi Katalin (Pécsi Tudományegyetem Bölcsész- és Társadalomtudományi Kar)

Témavezető: Dr. Bécsi Zsófia (adjunktus, Pécsi Tudományegyetem Bölcsész- és Társadalomtudományi Kar)

Jöjjön a K-pop, vagy meneküljünk tőle?

A K-pop hatásairól a serdülők személyiségfejlődésében

Absztrakt:

Központi témám a K-pop világának működése és a fiatalokra gyakorolt hatása. Célom, hogy kutatásommal meggyőzzem a leendő pedagógusokat, hogy szükséges ismerni ezt a szubkultúrát. Hipotézisem a következő: a K-pop túlzott fogyasztása negatív hatással van a fejlődő serdülők személyiségfejlődésére. A kutatásom során tanulmányokból, cikkekből, konkrét esetekből és pszichológiai szakirodalmakból tájékozódtam. Nem csak magyar irodalmakkal foglalkoztam, hanem angol és dél-koreai írásokat is elemeztem, hogy egy átfogó, egyetemes képet vázolhassak fel. Kutatásom kiter a nem serdülő korúakra is, de döntően a kamaszkorúakkal foglalkozik. Feltételezésem beigazolódott, hiszen nyilvánvalóvá vált, hogy a K-pop ipar tudatosan fejlődésgátló tényezőkre építve fejti ki hatását.

Kulcsszavak: szubkultúra, serdülők, identitás, Dél-Korea ipara, oktatás

Tartalomjegyzék

1. K-pop tisztázása.....	3
1.1. <i>Mi is az a K-pop?</i>	3
1.2. <i>K-pop és a dalszövegek</i>	3
1.3. <i>A K-pop tökéletes világa</i>	3
1.4. <i>K-pop ügynökségek</i>	4
1.5. <i>A K-pop gyakornoki rendszere</i>	5
2. Közösség	5
3. Milyen jó tapasztalatokat tud szerezni az ember K-pop rajongóként.....	6
4. K-pop, mint soft power	7
4.1. <i>Korea gazdasági helyzete</i>	7
4.2. <i>Az emberek kizsákmányolása</i>	8
4.3. <i>Oktatás Dél-Koreában</i>	8
4.4. <i>Etikai kérdés</i>	10
5. Pszichológiai megközelítés	11
5.1. <i>A tinédzserek személyiségfejlődése</i>	11
5.2. <i>Tinédzserek befolyásolása</i>	12
5.3. <i>A csoportok és a csoportnyomás</i>	13
5.4. <i>A zene kultúrája</i>	14
5.5. <i>A rajongás</i>	15
5.6. <i>Paraszociális kapcsolatok</i>	15
5.7. <i>A rossz testkép</i>	16
5.8. <i>Pszichológiai megállapítások konklúziója</i>	18
Kutatás	19
Interjú.....	21
Zárszó	22
Irodalomjegyzék	24
Melléklet.....	28

1. K-pop tisztázása

1.1. Mi is az a K-pop?

A koreai pop egy különálló zenei műfaj, melyben a pop, hip-hop, elektronikus zene, R&B és rock stílusjegyei találhatók meg. Az 1990-es évek közepétől jelent meg világszerte ez a zenei műfaj, de igazi hatást a 2000-es évek végén váltott ki. K-popnak általánosságban azokat a dalokat nevezzük, amelyeket koreai előadók játszanak és énekelnek, ezeket a nemzetközi közönség is tetszéssel fogadja. Fontos jellemzője még, hogy több banda van, mint egyéni előadó és minden dalhoz tartozik egy tánckoreográfia. Ezek szinte minden videoklipben megjelennek. A K-pop ipar vezetői az „ügynökségek”: ők azok, akik létrehoznak új együtteseket és kiadóként is tevékenykednek. Az új bandákban a koreai emberek az egyedi gyakornoki rendszer teljesítése után debütálhatnak. A K-pop Ázsiának köszönheti a legnagyobb népszerűségét, azon belül leginkább Japánnak. 2022-es adatok alapján már Kínában, sőt az Egyesült Államokban is hatalmas piaca lett. Amerikából és Európából egyre nagyobb rajongói táborra tesz szert. (Kim, 2011)

1.2.K-pop és a dalszövegek

A K-pop dalszövegeinek világa változó. Vannak olyan szövegek, melyek mély jelentéssel bírnak, pl.: egy idol a traumatikus emlékeiről rappel, anyja szív-műtétéről, apja májrákjáról és saját motorbalesetéről, mely tényezők depressziót és szorongást váltottak ki az előadóból.¹ De az ilyesfajta dalszövegek talán sokkal elenyészőbbek, mint azok, amelyek felszínes témákról szólnak. Emiatt sok kritika is éri a K-popot. A szerelmes dalok is sokszor teljesen felszínesek, gyakran hangzanak el a következők: „Szeretlek Bébi!”, „Rossz fiú vagyok.”, „Utállak”, „Csinos vagy.”. Emellett a szövegekben rengeteg az ismétlés, a halandzsa és az angol szavak jelentéktelen beemelése. Tökéletes példa ezekre a SHINee együttes Ring Ding Dong című zenéje. A dalgyártás sokszor úgy történik, hogy először a dallamot írják meg, majd utána történik a szövegírás, mely nem annyira fontos, hiszen az a cél, hogy a dallam legyen az, ami megfogja a hallgatót. (Song, 2012)

1.3.A K-pop tökéletes világa

A K-pop világot a tökéletesség nagyon jellemzi. Rendkívül fontos a vizuális megjelenés, így a nézők azt láthatják, hogy az idolkok bőre tökéletes, feszes, nincs bőrhíza rajtuk. Testalkatuk nagyon karcsú, vékony. Öltözékeikre is nagy hangsúlyt fektetnek, nem mindegy, miben

¹ Id.: 1. számú melléklet

jelennek meg. Az is mutatja, hogy mennyire fontosak a külsőségek, hogy kiemelt pozíciója van egy bandában annak, aki a legjobban néz ki, azaz aki a szigorú koreai szépség-standardhoz a legközelebb áll. Őket hívják „visual”-nek. (Evans, 2022) A főbb koreai szépség szabványok a következők: hibátlan bőr, V-alakú arc, kettős szemhéjú szemek (európai típusú szem), tökéletes orr, fiatalos megjelenés, karcsúság, egyenes vállvonal. Vannak olyan idolk, akik szembe mennek és kiállnak amellett, hogy ők nem tartoznak azon előadók közé, akik ezeket a külső jegyeket magukon viselik, pl.: Hwasa a MAMAMOO-ból.² A koreai szépségből alakult ki a K-Beauty, mely a koreai szépségápolást jelenti. Világszerte ismertek a koreai szépségápolási rutinok, termékek, pl.: lepedőmaszkok, hidratálókrémek, BB-krémek. (AB, 2024) A K-pop idolk gyakran követnek szigorú étrendeket, melyek rendkívül veszélyesek és egészségtelenek. Ilyen például az IU diéta. Reggelire egy almát, ebédre 2 édesburgonyát, vacsorára egy csésze fehérjeitalt fogyaszthatnak azok, akik ebben a diétában vesznek részt. Egy lánybanda például egy hétig csak jégkockát evett. Emellett létezik napi egyszeri étkezéssel diéta, az úgynevezett „papírpohár diéta” (mikor a 3 fő étkezést 1-1 papírpohárnyi egészséges étellel oldják meg), valamint az egy étel diéta (egész nap csak egy fajta ételt fogyasztanak). (Diet Ideas, 2024)

1.4. K-pop ügynökségek

A K-pop ipar működése egyedülálló az egész világon. A vezetőket ügynökségeknek nevezik, amelyek kiadóként és menedzsmentként funkcionálnak. Ők azok, akik új idolkat fedeznek fel, ők tartanak castingokat, vezetik a gyakornoki időszakot, eltartják újoncaikat és sztárjaikat, együtteseket alapítanak. A 2000-es évektől óriáscégekké nőttek ki magukat ezek az ügynökségek. A 3 legnagyobb cég a következők: SM Entertainment, JYP Entertainment, YG Entertainment. Ezek a koreai részvénytőzsdén is jelen vannak és versenyeznek egymással. (Yun, 2011) Hat ügynökség (ők hárman és még három másik kisebb) összeállt és létrehozták a UAM (United Asia Management) ügynökséget, abból a célból, hogy egy közös befektetési társaság alakuljon meg; létrehozzanak egy hatásosabb casting-rendszert; és elősegítsék a nemzetközi terjeszkedést. Itt nem csak koreai, hanem más nemzetiségű embereket is keresnek, akik tehetséggel rendelkeznek. De nem csak az énekesekre, zenészekre fektetnek hangsúlyt, hanem azokra is, akik a szórakoztatóiparban megállják a helyüket (pl. stylistok, sminkmesterek, fodrászok). (Lee, 2011) A K-pop egy hatalmas iparág, éves bevétele dollármilliókban számolandó. A K-pop előállítás drága, minden bevétel eloszlik a stáb és az előadók között, így eleinte nagy fizetésre nem számíthatnak a művészek. (Williamson, 2011)

² Id.: 2. számú melléklet

1.5. A K-pop gyakornoki rendszere

Az iparban van egy különleges rendszer, az úgynevezett „gyakornoki rendszer”. Az ügynökségek castingokat, válogatókat szerveznek. A meghallgatások után a különlegesnek vélt emberekkel gyakornoki szerződést kötnek, mely több, akár 5 évre is szólhat. Ezekre a válogatókra már gyermekek is jelentkezhetnek. Messze vezetne a gyermekmunka témáját boncolgatni, de fontos megemlíteni. Egy híres idol beszámolója alapján tudjuk, hogy az újoncok gyakran csak asszisztensi munkát látnak el a kezdetekben, például: kiszolgálják az idősebbeket gyakorlásuk közben; takarítanak, próbatermeket mosnak fel, tükröket mosnak le. (Park, 2010) Szinte az összes K-pop sztárnak le kellett mondania korábbi életéről, kollégiumokba kellett költözniük és napi több, akár 10 órát is kellett edzeniük. Sikerük nem volt garantált, hiszen nem szól arról a szerződés, hogy feltétlenül debütálni fognak. A több éves munka szűrőként is szolgál, hiszen a kiadók itt győződhetnek meg arról, hogy az újoncuk mennyire szorgalmas és kitartó. Ez később javukra is válhat, hiszen a színpadon sokkal könnyebben megállják a helyüket. (Deen, 2011) A sikeres gyakornoki évek után sem lesz rögtön könnyebb az életük. Rengeteg munkájuk van, szigorú ütemtervet kell tartaniuk. A folyamatos munka veszi körül az életüket, zenéket, albumokat kell írniuk, ezeket rögzíteniük és reklámozniuk kell; próbákat kell tartaniuk; rajongókkal kell találkozniuk; interjúkat kell adniuk; koncertezniük kell. (K-Pop Life, 2022) Egy új gyakornoki szerződéskötési szabályozás 2024 januárja óta a gyermekeket és fiatalokat már jobban védi, mely már egy javuló tendenciát mutat. (FP, 2024)

2. Közösség

Eleinte a K-pop közösségek csak fórumokon vagy személyesen tudtak a kedvenceikről beszélni. Később, ahogy terjedt a kommunikáció és az internet adta lehetőségek, megnőtt ennek a tere is. Eddigi tapasztalataimat a kutatásom teljesen alátámasztotta. Mindig is képesek voltak nagyszabású összefogásokra. Pl.: születésnapi meglepetésekkel készültek kedvenceik számára, jótékonyági projekteket hoztak létre. Ezeken kívül később már olyan is kialakult, hogy egy új dal megjelenésekor csoportosan streamelték azt, hogy a rangsorolása a zenének jobb legyen. Ez által könnyebben tudtak kedvenceik díjakhoz jutni. (Kim, 2021)

A K-pop közössége különleges és hatalmas összetartó ereje van. Erre tökéletes példa az, amikor a BTS (egy hét tagú fiúbanda Dél-Koreából) a Black Lives Matter kampánynak 1 millió dollár adományt küldött, akkor a rajongótáboruk erre felbuzdulva Twitteren szintén kampányba kezdett és 24 óra leforgása alatt sikerült összegyűjteniük szintén 1 millió dollár adományt. Bebizonyították, hogy képesek az összefogásukkal társadalmi és politikai változásokat

szorgalmazni. Vannak olyan rajongók, akik politikai aktivizmusokban vesznek részt, hiszen megtalálták az átfedést kikapcsolódásuk és a politika között. (Kim, 2021)

A K-pop képes egy hídként szolgálni két különböző kultúra között. A két kultúra pedig a dél-koreai és a rajongó saját nemzeti kultúrája. Ez a híd az, amely segíti a rajongók egymás közötti jobb megértését és a K-pop világhírűvé válását. Egy tanulmány azt mutatja, hogy a K-pop rajongók azokat az erény mintákat alkalmazzák, amelyek szükségesek egy K-pop idolnál. Hiszen nekik meg kell küzdeniük a debütálásért, nagy kitartással kell rendelkezniük, elhivatottnak kell lenniük, kemény munkát kell alkalmazniuk. A sikerhez vezető út megköveteli ezeket az erényeket és ezzel tudnak azonosulni az emberek. Egy latin-amerikai rajongó így fogalmazott: „Amit tisztelünk a K-popban, az az, hogy lehetőséget adott arra, hogy megvalósítsuk álmainkat a zene közvetítésével, örömet hozott az életünkbe azzal, hogy megoszthatjuk érdeklődésünket barátainkkal, és megtanított minket arra, hogyan szervezzük meg magunkat és hogyan dolgozzunk csapatban.” (Kim, 2021)

Fontosnak tartom megemlíteni azt is, hogy a közösségben vannak olyan szélsőségek, amikor egy rajongót elutasítanak csak azért, mert nem szereti például egy együttes minden zenéjét. Sokan azt mondják, hogy ezek a rajongók nem igazi rajongók. Emellett ugyanúgy kell szeretniük a banda minden tagját. Akik ezeket nem teljesítik, azoknak a véleménye utálat tárgya lesz. Az „igazi” rajongók kirekesztik azokat, akik szerintük nem azok.

3. Milyen jó tapasztalatokat tud szerezni az ember K-pop rajongóként

Az emberek, akik a K-popért rajonganak nagyon könnyen tudnak barátságokat kötni. Vannak, akik kedvenceik nevében pénzt gyűjtenek jótékonyági célokra, és rászoruló embereknek segítenek. Ezzel saját magukat fejlesztik. Vagy akár kikapcsolódást is jelenthet számukra a K-pop világa, hiszen sokan megtanulják a videóklipek koreográfiáját, mellyel enyhíthetik a munka vagy a tanulás okozta stresszt. Ezek mellett más lett az esztétikai felfogás. Ha egy férfi kisminkelve vagy fülbevalót hordva jelenik meg az utcán, más már a reakció, nem az, mint régen, hiszen akkor több kultúrában kinézték a társadalomból, vagy egyszerűen nem tudták értelmezni a látottakat. Ezek a jelenségek ma már sokkal elfogadottabbak. Ebben a K-pop ipar is közrejátszik, az általuk diktált divat miatt. (Liu, 2023) Pozitív oldalként nevezik még meg azt is, hogy a K-pop idolként példaképként működhetnek, hiszen ők többször hangoztatják, hogy mennyi küzdés és kitartás volt abban, hogy eddig eljussanak. Sok rajongó ezt veszi példaként, ez ad nekik önbizalmat és emiatt nem adják fel álmaikat. (Dividina, 2023) Ezek mellett sokan megtanulják a koreai nyelvet, mely lehetőségeket ad nemzetközi munkákhoz.

4. K-pop, mint soft power

4.1. Korea gazdasági helyzete

Mint már korábban említettem a koreai pop hatalmas teret nyert az egész világban. A K-pop az ország gazdasági helyzetét és az országról alkotott imázst is javítja. Az elmúlt években Dél-Korea még nagyobb figyelmet kapott a BTS és a Blackpink bandák sikere által. A dél-koreai kultúra iránt a K-pop miatt megnövekedett az érdeklődés, így ez megjelent az állam puha hatalmának eszközeként nemzetközi színtereken is. A puha hatalom azt jelenti, hogy az állam erőszak alkalmazása nélkül rávesz másokat, hogy azt tegyék, amit ők kívánnak. A koreai hullám (Hallyu) 1990-es években indult kulturális jelenség, amely a dél-koreai kultúra, főképpen a populáris kultúra külföldi terjeszkedését jelenti. (Kim, 2011) Egyes kutatók ennek sikerét a kormány szervezeti támogatásának eredményének tekintik. A koreai hullámot három időszakra lehet felosztani. Az első időszak (1997-2000-es évek közepe) néhány televíziós dráma megjelenésével kezdődött. Ebben az időszakban a kultúra népszerűsége területileg Ázsiára vonatkozott. A második hullámban (2000-es évek közepe-2010-es eleje) már megjelent az internet használata, mely segítségével szolgált ahhoz, hogy a művészek és a rajongók kommunikálni tudjanak. Videós oldalakat használtak fel a népszerűségük növeléséhez. Földrajzi terjeszkedésük tovább nőtt, hiszen az előadók már Európában is koncertekre, turnékra jártak. Ez a kulturális befolyásukat nagyban növelte Ázsián kívül is. A harmadik hullámban (2010-es évek eleje-napjaink) a piac bővebb, a tartalomgyártási mechanizmus megváltozott, a közösségi média hálózatokat aktívabban használják. Földrajzilag tovább terjeszkedett az Egyesült Államokba. A Netflix streaming szolgáltatón belül egyre több koreai sorozat és film nyert teret. Ezen kívül létrejöttek hatalmas nemzetközi rajongói csoportok. Az előadók a közösségi média felhasználásával tudták rajongóikkal tartani a kapcsolatot, mely tovább növelte azok hűségét kedvenc együttesük iránt. (Kim, 2022)

A koreai hullám nem csak gazdaságilag volt előnyös az anyaország számára, hanem növelte a nemzetközi közönség érdeklődését Dél-Korea iránt. Ez ösztönzi az embereket, hogy turistaként látogassanak el Dél-Koreába. De a leghűségesebbek akár meg is tanulhatják a nyelvet. (Kim, 2022)

Az állam sok kritikát kapott, sokak szerint nem a kultúra fejlődésére használják fel ezeket a lehetőségeket, hanem gazdasági helyzetük és imázsuk javítására. Az ország puha hatalmi hatása hozzájárulhat a globális közjavak értékének hangsúlyozásához. A BTS tagjai a fenntarthatóságról beszéltek az ENSZ közgyűlésén, a Blackpink pedig az éghajlatváltozásról beszélt az ENSZ klímaváltozási konferenciájának csúcstalálkozóján. Ezzel a művészek befolyással bírnak a nemzetközi közösségre. Dél-Korea aktív globális szerepvállalással

hozzájárulhat a közjavak létrehozásához. A Yoon Suk-yeol kormány azt tűzte ki célul, hogy az ország egy globálisan kulcsfontosságú állam legyen „a szabadság, a béke és a jólét előmozdítására összpontosítva a déli liberális demokratikus értékekre és – döntően – az együttműködésre alapozva”.(Pardo, 2022) (Kim, 2022)

4.2. Az emberek kizsákmányolása

A BBC a gyakornoksági szerződést „rabszolgaszerződésként” (Williamson, 2011) fogalmazza meg -talán nem véletlenül. Legtöbb esetben embertelenül bánnak a gyakornokokkal és a sztárokkal, hogy a lehető legtöbbet hozzák ki magukból. Ez könnyen szülhet emberáldozatokat. Nem egy előadó volt, aki öngyilkosságot követett el. 2009-ben Jang Ja-yeon színésznő oltotta ki saját életét a vele való kizsákmányolás és szexuális visszaélés miatt. Kiadója szexuális szívességeket kért tőle a koreai hullám előrehaladásának érdekében. Jang az ügynökére hivatkozott, aki rendszeresen fizikailag is bántalmazta a művésznőt. (McCurry, 2009) Nem ez az egyetlen eset, amit meg szeretnék említeni. A következő a Burning Sun-botrány. A Burning Sun egy éjszakai klubhelyiség volt, ahol rendőrségi nyomozással kiderült, hogy több nő szexuális visszaélés áldozata lett egy híres K-pop idol által, aki ennek a pub-nak a vezetői közé tartozott. A hely még drog terjesztésének is teret adott. (Kim, 2019) Amelyik ügynökségnél nem történnek ilyen kellemetlenségek, ott a pszichés nyomás és a fizikai túlterheltség okozza a legtöbb problémát, mind a gyakornokok, mind a sztárok számára. Gondot okozhat még az alváshiány, hisz olyan szoros a napi menetrendük, hogy nincs sok idejük a pihenésre. Mégis azt láthatjuk, hogy sokakat csábít a hírnév okozta csillogás és gazdagság, sokan kitartanak, mert szerelmesek a szenvedélyükbe, mely hatalmas akaraterőt generál számukra. (Park, 2010)

4.3. Oktatás Dél-Koreában

Felvetődik a kérdés, hogy vajon a haszonelvűség, a gazdasági előnyök valóban annyira kizárólagosak, hogy a pszichológiai és szociális hatásokat is figyelmen kívül hagyják, vagy valami más áll a háttérben. Ehhez megnéztem, mi jellemzi a koreai oktatási rendszert, melyet a következőkben szeretnék ismertetni.

Dél-Korea nagy jelentőséget tulajdonít az oktatásnak. Azt mondják, hogy az oktatás az önmegvalósítás, és a társadalmi fejlődés eszköze. Egysávos 6-3-3-4-es lépcsős oktatási rendszert alkalmaznak, melyben 6 év az általános iskola, 3 év az alsó középiskola, 3 év a felső középiskola és 4 év a főiskola vagy az egyetem. A hatéves általános iskolai képzés ingyenes és mindenkinek kötelező, 99.7%-os beiratkozási arány jellemzi. A középiskolai képzés már nem

kötelező és tandíjköteles. Három fajtája van, általános-, speciális- és szakközépiskola. A felsőoktatás célja a személyiségfejlesztés, és olyan elméletek oktatása és kutatása, mely az emberi társadalom fejlődésére és a művészetekre hatott. (KECU, 2020)

Dél-Korea elkötelezettsége az oktatás iránt már 1945-től komolyan észrevehető. A családok mindig is azért szerettek volna részt venni az oktatásban, mert úgy gondolták, hogy ez fog majd státuszt hozni nekik, egy magasabb társadalmi szintre fognak ezáltal lépni. Úgy gondolták ehhez nem elég technikusként lenni, ehhez tudóssá kell válni. Az úgynevezett „vizsgapokol”, vizsgáztatási mánia az, ami leginkább tükrözi Dél-Korea megszállottságát. A középiskolai és egyetemi felvételi vizsgák pontszáma dönti el azt 1945 óta, hogy egy diák bekerülhet-e egy rangos felsőoktatási intézménybe. Ahhoz, hogy magas pontszámokat tudjanak elérni az ébren töltött idejüket mind tanulásra kell szánniuk. A felkészülés általában esti órákra, hétvégekre marad, vagy magánoktatásban vesznek részt. Ez plusz költséget okoz a szülőknek. A rendszere a vizsgáknak nagyon jól prezentálja, hogy mennyire fontos a koreai kultúrában az iskolai végzettség, mint társadalmi státusz. Egyetemesen hisznek és vágyat éreznek a felfelé törekvésért. A vizsgarendszert a társadalmi nyomások, hagyományok erősen alakították. (Seth, 2002)

1987-ben ötven középiskolai diák vetett véget életének, csak azért, mert nem sikerült teljesíteniük a felvételi vizsgán. 1990-ben a diákok 20%-a gondolt arra, hogy véget vet az életének, 5% meg is próbálta. 1998-ban oktatási reformokat szerettek volna előterjeszteni. Egy javaslat szerint az oktatás 2000 után úgy nézett volna ki, hogy egy diák 5 főiskola közül választhatott volna, hogy melyikben szeretne továbbtanulni. Az eddigi feleletválasztós vizsgákat megszüntették volna, helyette az egyetemre való bejutás feltétele a jó középiskolai jegyek és az igazgatói ajánlások lettek volna, mely utóbbi magába foglalja a tanuló jellemét, polgári beállítottságát, tanórákon kívüli tevékenységekben való részvételét. Ez volt a legradikálisabb javaslat. Gyakorlatban ez úgy nézett volna ki, hogy a diákok nem a vizsgák miatt stresszeltek volna, hanem a középiskolai jegyeik miatt, lényegében nem szűnt volna meg a „vizsgapokol” csak átalakult volna. Mielőtt ezt a tervet kinyilvánították volna a Szöuli Oktatási Tanács kihirdette, hogy megszüntetnék a feleletválasztós vizsgákat. Helyette olyan feladatokat kapnának a diákok, mely a problémamegoldásukra, érvelésükre, és képzelőerejükre kíváncsi. A sok változtatási javaslat ellenére 1999-ben ugyanúgy zajlott le az iskolai vizsgáztatás, mint előtte. (Seth, 2002)

Ma a vizsgáztatás úgy néz ki, hogy összegyűlnek az ország minden tájáról professzorok és középiskolai tanárok egy olyan területén Dél-Koreának, mely nem sűrűn lakott, általában ez hegyvidék. Itt a tanárok 1 hónapig mobiltelefon nélkül a külvilágtól elzártan élnek. Ekkor

születnek meg az ő kezeik által a vizsgafeladatok, mely matematikát, történelmet, természettudományt, koreai nyelvet és angolt tartalmaz. A vizsgázó diákok összesen nyolc órát töltenek a feladatokkal. Ezen a napon a tőzsdék, állami intézmények, egyes boltok mind egy órával később fogadhatnak ügyfelet, nyithatnak ki. Ennek az a célja, hogy ebben az időpontban közlekednek a diákok és ezzel a módszerrel lelassítják a forgalmat, hogy ne készen el a vizsgázó. Ha esetleg valaki mégis késésben lenne, akkor ingyenes rendőri kíséretet biztosítanak neki. Ilyenkor még a hadsereg is leállítja a repülési gyakorlatokat, illetve a repülőtereken az angol nyelvi vizsga közben nincs légiforgalom, ezzel is segítve a diákokat, hogy jobban tudjanak koncentrálni. (AS, 2018)

Mai adatokat tekintve a Korea Times beszámolója alapján 2023-ban 214 diák lett öngyilkos, melyből 35 eset a tanulmányok vagy a karrier okozta nyomás miatt történt meg. Azt is elmondja, hogy 2015 óta növekvő tendenciát mutat a mentális nehézségekkel összefüggő öngyilkosságok száma. Azt mondja, hogy az iskolák nincsenek megfelelően felszerelve arra, hogy tanácsadói szolgáltatást nyújtsanak. Tavaly 8863 iskolában volt országszerte tanácsadói iroda (iskolák háromnegyedében), de 2015-höz képest 40%-kal nőtt az igény ezekre a szolgáltatásokra. A mentálhigiénés tanácsadások száma is jelentősen nőtt 18,1%-ról (127348 eset) 28,3%-ra (146333) nőtt. (KTimes, 2024)

Ebből a kutatásomból azt a következtetést vontam le, hogy itt mélyen gyökerező kulturális különbségek uralkodnak.

4.4.Etikai kérdés

A K-pop ipar egy nagyon komoly etikai kérdést vet fel: kihasználható-e az ember, egy nagyobb cél elérése érdekében, különösen akkor, ha önként ajánlkozik fel erre a feladatra (saját céljai elérése érdekében), tudva azt, hogy mi vár rá. A kérdést etikai szempontból két oldalról lehet megközelíteni.

A kantiánus gondolkodás szerint az ember sosem lehet eszköz, csakis cél. Az erkölcsök metafizikájának alapvetése című művében megfogalmazza a moralitás egyetemes elvét, mely szerint az emberiség cél és nem eszköz. Mindig úgy kell cselekednünk, hogy sohasem eszközként, hanem magunkban is és másokban is célként kezeljük az emberiséget. Az ember önértékkel bír és nem használható fel mások céljaira. Kantnál az emberi méltóság és az autonómia mindenk felett áll. Az ember nem használható fel semmilyen magasabb cél elérésére, hiszen önértékénél fogva nincsen nála nagyobb cél. (Kant, 1991) Ez a gondolkodás mélyen áthatja a nyugati világ gondolkodását, az ENSZ által elfogadott 1948-as Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozatában ez remekül megfigyelhető, amely az alapvető emberi jogokat

(élethez való jog, méltósághoz való jog stb.). A nyilatkozatban alapvető emberi jogoknak nyilvánított jogok az embertől elidegeníthetetlenek. Nem köthet olyan szerződést, amelyben más egyén, csoport vagy állam számára lemond jogairól, hiszen azok sértenék emberi mivoltát. (ENSZ, 1948) A nyilatkozat persze inkább egy eszmei állásfoglalásként értelmezendő, mint egy jogerős törvénycsomag, de jól látható belőle, mi az ENSZ álláspontja az emberi jogokat illetően. Kant kategorikus imperatívuszának értelmében tehát egyértelműen kijelenthetjük, hogy a K-pop ipar etikátlanul működik, az idolké testi-lelki kizsákmányolása elfogadhatatlan, a hírnévre vágyó emberekkel hiába iratnak alá lemondó nyilatkozatokat, ez nem legitimálhatja emberi mivoltukról való lemondásukat.

Mégis, ahogy az etikai kérdésekben általában, a kantianus nézőpont nem kizárólagos. Az utilitarista gondolkodásmód értelmében az ügynökségek működése teljesen elfogadhatónak található. Jeremy Bentham fontos utilitarista filozófiája szerint a közösség java (vagy pontosabban a többség java), azaz a bonum commune legitimálja az egyes emberek kihasználását. (Bentham, 1977) Továbbá, amint már említettem, a K-pop ipar résztvevői önszántukból választják ezt az életet, melynek végén ők is elérhetik céljaikat, tehát nem is lehet egyértelműen kimondani, hogy ki lettek használva, csak megfizették vágyaik árát. A K-pop javítja Korea nemzetközi megítélését, gazdasági pozícióját, növeli az állam jólétét, emellett örömet ad világszerte rajongóinak. Ha a gyakornokok és az ügynökségek közti kapcsolatot benthami cserekapcsolatként, egyfajta adás-vételként fogjuk fel, akkor azt kell mondanunk, semmi etikátlan nem történik a koreai pop iparban, mindenki csak profitál belőle, aki pedig elbukik, vagy sérül ebben a folyamatban, annak a fájdalma annyira elenyésző a többség boldogságához képest, hogy igazából említésre sem méltó.

5. Pszichológiai megközelítés

5.1. A tinédzserek személyiségfejlődése

Felnőtként, szülőként, tanárként felelősséggel tartozunk a gyermekek egészséges személyiségfejlődéséért. A serdülőkor az egyik, ha nem a legmeghatározóbb életciklus. Ezt a fejlődési szakaszt leginkább az identitáskeresés és az ebből fakadó identitásválság jellemzi. Az identitásválság fogalmát Erikson hosszasan tárgyalja, hiszen több tényező is kérdés, hogy mi is az pontosan. Összességében az önmagunkkal való azonosság érzete és ennek az érzésnek az állandó kontinuitása, amely a világról alkotott közös képbe vetett hittel egészül ki. Az identitásválság a létezésnek és a kialakulásnak egy állapota. Ez lehet tudatos, de maradhat tudattalan. Ez sokszor egymásnak ellentmondó lelkiállapotokhoz vezethet: a sérülékenység az egyéni elvárások magas igényével párosulhat. (Erikson, 1991)

A serdülők keresik a helyüket a világban. Azzal vannak a legjobban elfoglalva, hogy megtalálják egy közösségben a helyüket. Sokszor tűnhet számukra úgy, hogy egy csoportban megtalálták a helyüket, ebben az identitásukat, de ez nem végleges. Rengeteget foglalkoznak azzal, hogy mások mit gondolnak róluk, már-már annyira sokat, hogy már szembe mennek azzal az érzéssel és képpel, amilyennek ők magukat érzik vagy látják. Fontos a minta, amelyet előző életciklusaikból hoznak. Ha egy tinédzser identitásválságában közrejátsszik a bizalom hiánya, akkor olyan embereket vagy eszméket fog keresni, melyben ezt megtalálhatja. A fejlődésben a játéknak hatalmas szerepe van, mely képzelőerőt biztosít. Ez az oka annak, hogy a tinédzser elképzelheti, hogy mivé válhatna. Ezért van, hogy a serdülő olyan kortársaiban vagy idősebb emberben (aki akár félre is vezetheti) fog megbízni, akik képzeletbeli, illuzórikus képeket mutatnak törekvéseiknek. (Erikson, 1991) Szerepet játszik a serdülők személyiségfejlődésében az úgynevezett Én-ideál kiüresedésének problémája. Az Én-ideál azt a képet, személyiséget jelenti, ami az ember számára fejlődésének célját jelöli. Gyakran előfordul az, hogy gyermekek Én-ideálját egy popsztár vagy szuperhős alkotja. Ez többször változik annak függvényében, hogy mi az aktuális divat vagy éppen milyen belső feszültség van a gyermekben. (Lust, 2009)

5.2. Tinédzserek befolyásolása

A fogyasztói kultúra legfőbb célpontja a serdülők teste. A fiatalok az identitáskeresés problémájával vannak elfoglalva, mely válságot a divat- és szórakoztatóipar könnyen kihasznál. A krízis maga az, hogy a régi szerepeik már nem vállalhatók és új, felnőtt szerepeket kellene gyakorolniuk. Amikor a fiatal olyan testi, viselkedési jegyek és divatcikk együttesét használja fel ahhoz, hogy a megoldatlan fejlődési feladatait (pl.: leválási folyamat) átugorja, azt identitás-protézisnek nevezhetjük. „Az identitás-protézisek főbb jellemzői: az identitás-protézis magatartásmintákból, sajátos mozdulatokból és testtartásokból, a test felszínének sajátos felhasználásaiból, különböző divat- és fogyasztási cikkekből, használati szokásokból, ideológiák és politikai nézetek által befolyásolt attitűdökből, átmeneti, gyorsan cserélődő azonosításokból és a felsoroltakat támogató kapcsolatokból formálódik.” (Lust, 2009: 357) Ha egy serdülő az identitás-protézis alkalmazásához fordul, az arra enged következtetni, hogy valamilyen belső feszültség uralkodik benne, melyet a fejlődési feladat indukál. A protézis lehetőséget ad arra a fiatalnak, hogy egy látszólag normális életet éljen, könnyebben tud beintegrálódni közösségekbe vagy kultúrákba. Ezt fenntartja egészen addig, míg nem jön egy jobb megoldás. Ugyanakkor fennáll a veszélye, hogy könnyen akadályozhatja a személyiségfejlődést, hiszen az identitás-protézis enyhíti a fájdalmakat, elviselhetővé teszi

azokat, így nehéz ezt felismernie a gyermeknek és elszakadni tőle. Pontosan ezt használja ki a fogyasztói kultúra, és olyan termékeket gyártanak, melyeket a serdülők könnyen tudnak identitás-protézisként alkalmazni. Egész felnőttkorban megmaradhat, hiszen a fogyasztókat gyermekként kezelik, így hiába vannak meg azok a kognitív és technikai képességek a felnőtt léthez, az emberi kapcsolatok és a kötődés problémái nem oldódnak meg. Ezáltal könnyebb az identitás-protézist tovább fenntartani. (Lust, 2009)

5.3. A csoportok és a csoportnyomás

A csoportnyomás létezik, melyet Solomon Asch kísérlete (1969) is bizonyít. A kísérletben sikerült beigazolni, hogy a többség befolyást gyakorol az egyén válaszára. Több oka lehet annak, hogy egy emberre befolyással tud lenni több másik ember, ez vagy személyes, vagy nyilvános konformitás. A személyes azt jelenti, hogy önként elfogadja a többi ember véleményét például alacsony önbizalom miatt, nem hiszi el, hogy ő jobban tudná, mint társai, vagy akár valósan rosszul észlel a torzulás miatt. A nyilvános konformitás esetében az ember behódol, nem érzi komfortosnak a tömeggel való ellentétes véleménye megosztását, nem szeretné nevetség vagy rosszallás tárgyává tenni magát. A kísérletet nem csak felnőtteken, hanem gyermekeken is elvégezték már, mely azt az eredményt mutatta, hogy az óvodáskorúaknál nem jelentős a konformitás mértéke, míg a kisiskolásoknál már nagy, a kamaszkorúaknál láttak újra egy visszaesést, melynek oka az lehetett, hogy idegenekkel voltak egy csoportban, míg a baráti csoportok befolyása nő az életkor előrehaladtával. (N. Kollár 1, 2017) A csoporthoz való tartozás az emberek életében jelentős szereppel bír. A csoportoknak sajátos jellemzőik vannak és 4 szempontból lehet különbséget tenni közöttük. Egyrészt az elsődleges és másodlagos csoport alapján, melyet az határoz meg, hogy az ember milyen jelentőséget tulajdonít a csoportjainak. Elsődlegesnek az számít mikor az emberek ismerik egymást, többször interakciókba lépnek egymással, az érzelmek jelen vannak, míg a másodlagos csoportnál nem jelenik meg érzelmek és van valami külső tényező, amely összetartja a csoportot. Másrészt létezik a formális és az informális csoport, melynek a csoportszervezés típusa az alapja. A formális csoport, melyet direkt, nem véletlenszerűen alakítanak ki valamilyen célból (pl.: munkahely). Az informális csoportot önkéntesen szervezik érzelmektől vezérelve. Harmadrészt létezik a szerzett és a veleszületett csoporttagság. A negyedik a kiscsoport, nagycsoport és a tömeg, melyeket a csoportok mérete alapján különböztetünk meg. Kiscsoportról háromtól húsz főig, ötven főig nagycsoportról és e fölött már tömegről beszélünk. A kiscsoportokban a tagok ismerik egymást, tartják a kapcsolatot, megjelenik a bizalom, az együttműködés és a támogatás. A nagycsoport tagjai szintén ismerik egymást, de nem

mindenkivel van kapcsolatban egy nagycsoport tagja a többi résztvevők közül, alcsoportok szoktak kialakulni, melyben vannak olyan emberek, akik összekötik a többi alcsoportot. A tömeg tagjai nem ismerik egymást és nem lépnek egymással kapcsolatba. (N. Kollár 2, 2017)

Amikor az ember egy csoport tagjaként határozza meg önmagát, azt önkategorizációnak nevezik, mely szoros kapcsolatban áll a társas identitással. Az önkategorizációnak vannak hatásai: az ember viselkedésére hatással van a társas identitás, szeretné felvenni az összes csoportra jellemző magatartást, viselkedést, hogy minél jobban érezze az oda való tartozását; csoportpercepciók torzítások következhetnek be, mely azt jelenti, hogy a személy a saját csoportját sokkal különlegesebbnek találja, mint a másikat; más érzelmeket táplál a csoporton kívüli emberek iránt, mint a saját csoporttársaival szemben, az előbbiekkal ellenségesebb, hátrányosan megkülönböztető, az utóbbiakkal barátságos és segítőkész, ezt az előítéletek kognitív gyökerének tekintik. (Szabó, 2017)

5.4. A zene kultúrája

A fiatalok életében nagy és fontos szerepe van a zenének, hiszen a zene által közösségekbe tudnak szerveződni, kultúrákhoz tudnak tartozni. Nekünk, mint kívülállóknak fontos tudnunk, hogy milyen a zene világa, mi az, ami megjelenik a zenében is és a fiatal belső világában, továbbá azt, hogy a zenét milyen kultúra övezi, üzenete mit fejez ki a társadalmunkról. A fiatalok, a zenében a személyiségüket, az együttesekért való rajongásukkal a közösséghez, kultúrához való tartozást keresik, emellett ezzel az eszközzel próbálják meg kifejezni a felnőttekkel, azok világával és gondolkodásával, a technika és a társadalmi működések, berendezkedéssel szembeni ellenpozíciójukat igyekeznek felvenni. Ezt a rajongást a pop- és a szabadidőipar kihasználja azzal, hogy olyan együtteseket, olyan embereket állítanak elő, mellyel a fiatal könnyen tud azonosulni, és igyekeznek bennük magukra ismerni. Valójában az identitásválság kezelésének vágyát, a fejlődési fázis okozta ambivalens érzéseket és a példakép iránti vágyat használják ki profitorientált szemlélettel, kereskedelmi céljaik elérése érdekében, a fiatalok kiváló eszközök erre a popipari cégek számára. Ezek a tárgyak, melyet mesterégesen létrehoznak, azt szolgálják, hogy a belső hiányt kitöltsék. Egy olyan reális képet alkot azzal, hogy alkalmazzák, fogyasztják, hogy a belső világban lévő érzelmek eltűnnek és egy új világ kap helyet. (Lust, 2009)

5.5. *A rajongás*

A szenvedély egy pozitív érzés, melyet az ember akkor érezhet, amikor valami olyasmivel foglalkozik, legyen az ember, tárgy, tevékenység, amely örömmel tölti el, és identitásába is beleépíti. A szenvedélynek két arca van: kényszeres és harmonikus szenvedélyt különböztethetünk meg. A kényszeres szenvedély az, amikor az ember késztetést érez foglalkozni kedvelt dolgaival, és ez gyakran más tevékenység rovására megy. Lehet, hogy az adott dologban, ami éppen kényszeresen foglalkoztatja sikeres lesz, de ez kárt okozhat emberi kapcsolataiban és egyéb negatív viselkedési zavarokhoz vezethet. A harmonikus szenvedély ennek ellentéte. Ugyan a kedvelt tevékenység/tárgy/ember fontos rész az életében, de nem túlnyomó része az az identitásának. Nem érez késztetést, hogy szenvedélyével foglalkozzon, ha fontosabb dolga támad, képes félretenni érdeklődését. Több kutatás kimutatta már, hogy a kényszeres szenvedélynek számos negatív hatása van, pl.: függőség, kiégés, rossz testi-lelki egészség stb. Emellett a harmonikus szenvedély csökkenti a stresszt, a kiégés faktorát, jó emberi kapcsolatokkal jár. Egy tanulmány bebizonyította, hogy a hírességimádat egy szélsőséges kényszeres szenvedély. Sikerült egy átfogó képet kapniuk, hogy milyen is egy hírességimádó ember. Nekik az a szükségletük, az dominálja az életük, hogy folyamatosan kövessék a kedvenceiket, mintha az életük részévé akarnának válni. Minden más eltűnik az életükből. Identitásuk kifejeződhet „szuperrajongóként” is. (Aruguete et al., 2024)

5.6. *Paraszociális kapcsolatok*

E bekezdésem egy tanulmány ihlette, melyből a tárgyi információkat is gyűjtöttem. A paraszociális kapcsolat azt jelenti, mikor az ember azt hiszi, hogy egy kölcsönös viszonyban áll a kedvenc hírességével. Azt gondolja, hogy a híresség ugyanúgy ismeri őt, mint ahogyan ő kedvencét. Ennek terét ma már a közösségi média is megnagyobbította, így sokkal könnyebb ebbe a kapcsolatba belekerülni. Horton és Wohl 1956-ban az elsők voltak, akik ezt a szókapcsolatot alkalmazták. Ők a televízió nézői és a tévémondó kapcsolatát vizsgálták, hiszen a tévében szereplő ember a nézőhöz beszél, aki otthon reagál, természetesen úgy, hogy nem látják egymás reakcióit. (Horton-Wohl, 1956) Munk szerint a paraszociális kapcsolatok olyan viszonyok, amelyekkel kielégíthetjük magunkban a közösség iránti vágyat, és azt érezhetjük, valahová tartozunk, egy csoport tagjai lehetünk, melyben szerepet vállalunk, és közel érezhetjük magunkat másokhoz, mintha csak az életük részei lennénk. Mindeközben életünk igazi, tényleges emberi viszonyait paraszociális kapcsolatokra cseréljük fel. (Munk, 2009) Kassing és Sanderson 2015-ben a paraszociális interakciókról is beszél, mely azt jelenti, hogy az ember egy interperszonális kapcsolatban képzeletileg magát a hírességgel, de ez látszat,

hiszen csak egyoldalú ez a viszony. (Kassing-Sanderson, 2015) A paraszociális kapcsolathoz három tényező szükséges. A befogadó, a közvetített karakter és a közvetítő közeg. A befogadó az a személy, akiben megvan a hajlam, hogy ilyen kapcsolatot építsen ki, vagy olyan szociális-demográfiai jellemzői vannak, mint például: problémás gyermekkor, serdülőkor, kevés tényleges baráti kapcsolat, szülőktől való elfordulás, indíttatáskeresés. Náluk fokozottabb a hajlam. A közvetített karakter a híresség, a kedvenc. A közvetítő közeg a média. Ez az, ami lehetővé teszi, hogy a befogadó kapcsolatot alakítson ki a közvetített személlyel, megismerje, információkat gyűjtsön róla. Minél több ingert kap a néző, annál többet kíván, még több interakciót, kapcsolatot kedvencével, így fokozatosan egyre mélyebb és szorosabb kapcsolatot tud kialakítani, mintha egy barátság lenne köztük. Legalábbis a befogadó így érez, hiszen ez egy egyoldalú kapcsolat. A médián, közösségi platformokon keresztül működik a kommunikáció, ahol a hírességek üzeneteket tehetnek közzé. Így már látszólag kétoldalú a kommunikáció. A tanulmány több pozitív hozadékat is említ, pl: a serdülőkori identitáskeresést segítik a paraszociális kapcsolatok; pozitív lehet annak, aki nem elégedett a való életben lévő szociális kapcsolataival, itt Jankovicsra hivatkozik, hogy sikeresebb kapcsolatokat tudnak kialakítani az emberek, jobban megértik egymást; akik paraszociális kapcsolatban állnak egy hírességgel, képesek asszimilálódni kedvenceikkel, tökéletességük láttán magukat is többre tartják, mint azok, akik nem állnak ilyen kapcsolatban egy hírességgel (őket inkább a saját maguk tökéletlenségének érzete tölti el). (Jankovics, 2008) 2009-ben Gayle azt állítja, hogy az unalom leküzdése és a magányosság elkerülése ezeknek a kapcsolatoknak a célja. A marketing a paraszociális kapcsolatokat megfelelően kihasználja és direkt módon ilyen termékeket gyárt a fogyasztók számára. A fő célpont a gyermekek. (Pál-Törőcsik, 2017)

5.7. A rossz testkép

A testképzavar tárgyi ismereteit az Orvosi Hetilap egy tanulmányából ismertetem. A testkép kialakulásában fontos szerepet játszanak szociális, érzelmi, viselkedési folyamatok. A testkép negatív megítélése, a testképzavar már a gyermekkorból fakadnak. A szülők, pedagógusok mellett befolyással van a testkép kialakulására a szociális összehasonlítás és versengés, kortársakkal való diskurzus a testsúlyról, alakról, elhízásról. A mi témánknak talán a legfontosabb befolyásoló tényezője a média, mely az egészségtudatosságot és a soványságkultuszt hirdeti. Ezek nagyon erős hatással vannak a gyermekekre, serdülőkre. A gyermekek számára a felnőtt test a minta, a vágyott cél. Már gyermekkorban kialakul az elégedetlenségük a saját testükkel kapcsolatban, hiszen a kicsik már nagyok szeretnének lenni, felnőttek. A női test gyakrabban kerül a figyelem középpontjává, mint a férfiaké, melyet a

nyugati karcsúságideál eredményez. A női test tárgyiasított, beszédtemává válik, megítélés alá kerül, mely negatívan hat a kamasz lányokra. A lányok több visszajelzést kapnak a testükről, mint a fiúk. Ezek összessége adja, hogy a kamasz lányok külső szemlélőként tekintenek testükre, mely zavarokat idéz elő, alacsony önértékelést, szorongást. Negatív testkép kialakulását ösztönzik a kortársakkal való beszélgetések, hiszen a lányok többet beszélnek a testről, testükről ebben a korban. Létezik az úgynevezett hájcsevej (fat-talk), ami szintén ezt eredményezi. Ezen kívül ott vannak még a témák között a divat és a fogyókúra trendek. A fiúk a kamaszkor közepén testileg annyit fejlődnek, hogy már közelebb állnak a társadalom által elvárt ideális férfi testképhez, ami szorongást, evészavart, rossz testképet alakíthat ki bennük. A diszfunkcionális gondolkodás is jelentős szerepet vállal ebben a problémában, hiszen azt gondolják a serdülő lányok, hogy ha vékonyabbak lennének, akkor boldogabbak, egészségesebbek és vonzóbbak is. Így már a korai pubertáskorban megjelennek a diéták a tinédzserek életében, de a helytelen használat által az evészavar kockázata is megnő. A testképzavarra tekinthetünk egy összetett identitászavar részeként, melybe egyaránt beletartoznak fizikális és szociális tényezők is. (Ábrahám et al., 2017) Az önmegvalósítás útjának tekintik, ha küzdenek a szép testért. (Kósa, 2017)

A fórumokon történő kutatásom során nem egy történetet láttam elmesélni, hogy mióta az illetők igazi K-pop rajongók lettek, azóta a testképzavar is kialakult bennük. Egy rajongó a következőket írta le: 2015 óta volt K-pop rajongó. Leginkább lánybandák zenéit hallgatta. Három év után felhagyott rajongásával, mert úgy érezte nincs megelégedve a testével, rossz a testképe. Annyira rosszul érezte magát, hogy már napi öt órát edzett. Nagyon nehezebbé esett, hogy tetsszen magának, a fizikális és mentális egészségét is érezte megromlani. Így úgy döntött, hogy mindennel, ami kizökkentené a lelki nyugalmából, azzal felhagy, ami leginkább a K-popot érintette. Azóta elégedett a testével és jobban, egészségesebbnek érzi magát. Egy kommentben olvasható egy olyan történet is, hogy egy videós, aki K-pop témákkal foglalkozott, azért hagyott fel rajongásával, mert evészavarok alakultak ki nála a szépség szabványok miatt.³ Egy másik történet arról szól, hogy nem tudja az illető, hogy tudatosan vagy nem, de folyamatosan K-pop idolokhoz hasonlította magát és ezt elég mélyen tette. Figyelt az arccsontjára, a vádlija méretére, trapézizmára. Sokkal többet foglalkozott a megjelenéssel, magán kívül másokat is megfigyelt. Annak ellenére, hogy tudta, milyen egészségtelenül élnek a bálványok, akkor is hozzájuk szeretett volna hasonlítani. Azt szerette volna, hogy a testtömeg-indexe olyan legyen, mint az idoloké, pedig tudta, hogy ez alultápláltságot mutat. Azt is elmesélte, hogy egy barátja

³ https://www.reddit.com/r/kpophelp/comments/l6n926/kpop_and_body_image/

egy nap nem volt hajlandó többet enni, csak azért, hogy olyan karcsú legyen, mint a koreai bálványok.⁴

5.8. Pszichológiai megállapítások konklúziója

Induljunk ki az identitásválságból, mely akkor alakul ki, mikor a serdülő fejlődési problémákkal küzd és keresi az identitását, hogy valójában ki is ő, hova tartozik. A közösséghez való tartozás elemi része ennek a korszaknak, így csoportokat keres, melyben jól érezheti magát, és megélheti azt a megnyugtató létállapotot, hogy tartozik valahová, egy közösség része. A fiatalok számára a zene biztosítja az egyik legegyszerűbb megoldást ehhez, hiszen az kultúrát és közösséget teremt. Itt a fiatal számára kecsegtető lehetőség lehet, hogy egy K-pop közösség részévé váljon. A K-pop marketingje egy identitás-csomagot kínál a válságban lévő serdülő hallgató számára, így az nagyon könnyen válhat identitás-protézissé a tinédzserben. Ez kezdetben megkönnyíti a dolgát, mert ezzel sokkal könnyebben integrálódik bele a közösségbe, ugyanakkor fejlődésgátló hatása van, ha benne ragad ebben a fázisban. A fogyasztói kultúra pedig mindent meg fog tenni, hogy ez így is legyen. Egy album vásárlása során, úgynevezett fotókártyát kap a vásárló egy tagjáról a bandának, melyet csak albumvásárlással tud gyűjteni, emellett a BTS albumokat például 4 verzióban dobják piacra. Egy albumhoz tartozik egy fotókönyv, a fotókártyán kívül, melyben az együttes összes tagja szerepel, de minden verzióban más-más koncepciójú képek találhatók a fotóalbumban. Ha egy rajongónak a 4-ből már ha csak 2 tetszik, akkor mind a kettőt meg fogja vásárolni, ha teheti. A rajongás, lévén, hogy örömet és identitást hoz a serdülő életébe, nagyon könnyen kényszeressé válhat. A hírességimádat, mely nagyon gyakori az idolkok felé, egy igazán szélsőséges formája ennek. Így órákat töltenek el azzal, hogy kedvenceiket kövessék, mely könnyen tud alváshiányt generálni az időeltolódás miatt. Például a weverse (régen VLive)⁵ nevű platformon, ahol az idolkok élő adásban beszélhetnek rajongóikkal, rengeteg rajongó követi kedvencét, nem szeretnék lemaradni bejelentkezéseikről sem. Minél több időt tölt el ezeken a platformokon, minél inkább belemerül ebbe a szubkultúrába, annál nagyobb a kockázata, hogy paraszociális kapcsolatba kerül kedvencével. A K-pop ipar direkt elő is segíti ezeknek a kapcsolatoknak a kialakulását, hiszen az idolkoknak is olyan szabályokat kell követniük, hogy nem lehet párkapcsolatuk, nehogy a rajongók elveszítsék azt az érzést, hogy kedvencük csak hozzá tartozik. Ebbe a kapcsolatba való belépés még számos veszélyt idéz elő. Mikor a hallgató serdülők ezeknek a tökéletesen megkreált emberek követésére nagy hangsúlyt fektetnek, könnyen formálódhat ki bennük egy

⁴ https://www.reddit.com/r/kpoprants/comments/jtyrvh/am_i_the_only_who_feels_like_kpop_has_ruined/

⁵ <https://weverse.io/>

rossz ideálkép. Ha csak arra gondolunk, hogy motivációt adnak nekik az idolk, hogy sok-sok küzdéssel hatalmas sikereket értek el és a gyermekek ezt a képet kapják, akkor könnyen érhetik őket csalódások. Megbízunk bennük, Én-ideáljuk kiüresedik, a kedvenceik fogják azt alkotni. Fontos, hogy az ember reálisan gondolkodjon, mely egy identitáskereső kamasz esetében nem mindig elmondható. Így könnyen megeshet, hogy olyan álmokat fognak kergetni, melyeket nem lesz lehetőségük valóra váltani. Ha mégis sikerülne és olyan szellemben kergetnék álmaikat, mint a gyakornokok, akkor megbánhatják, hogy fiatal éveiket nem megfelelően használták ki, hiszen ahogyan a gyakornokok is, úgy ők is egész életüket feláldozták egy álomért. Ezek a kapcsolatok nem nyújtanak megoldást azoknak az embereknek, főleg nem kamaszoknak, gyermekeknek, akik nincsenek megelégedve a valós emberi kapcsolataikkal.

Kutatás

A kutatásom célja az volt, hogy a felmerülő veszélyek valóság alapját gyakorlati relevanciával támasszam alá. Kérdéseimmel kitértem az életkorra, hogy ez alapján akár csoportokra bontva is tudjam elemezni az adatokat, ezen kívül még a rajongás mértékére, a közösséghez való tartozás hatásaira, vásárlási mértékre, illetve az önképre. Hipotézisem a következő volt: a K-pop túlzott fogyasztása káros a diákokra nézve. Kényelmi mintavételt alkalmaztam, több közösségi média platformon működő K-pop tematikájú csoportokban osztottam meg a kérdőívet, így a közösségen belül bárki kitölthette. Összesen 107 embertől érkezett válasz (n=107), a legtöbb kitöltő nő volt (n=102). Több mint a fele a 19-25 éves korosztályba tartozott (n=54), a 25 éven felüli korosztályból érkezett még több válasz (n=37), őket követte a 16-18 éves korosztály (n=10), a legkevesebb válasz a 12-14 évesektől érkezett (n=5), illetve egy ember nem kívánt válaszolni (n=1). A kényelmi mintavételből kiindulva az eredmények nem általánosíthatók, de így is jelentős adatokat lehet felfedezni benne. A kitöltők több mint a háromnegyede jelenleg is K-pop rajongó (86,9% n=93), a kisebbik része csak volt rajongó (n=14). A kérdőív résztvevői több mint a fele barátokon keresztül ismerkedett meg a K-poppal (50,5% n=54), de népszerű válasz volt még a zenelejátszó/videómegosztó platformon keresztüli megismerés is (39,3% n=42), illetve a közösségi médián keresztüli megismerés is (33,6%, n=36). A válaszadók majdnem a fele több mint öt éve rajongó (47,7% n=51), de ezekben a válaszokban részt vesznek azok is, akik már nem aktív rajongók, de több mint öt évig azok voltak. A kitöltők szinte háromnegyede jelenleg is tartozik valamelyik K-pop közösséghez (74,8% n=80). A többség úgy gondolja, hogy alakított már ki barátságokat a K-popnak köszönhetően (68,2% n=73) és a résztvevők legkisebb része érzi azt, hogy ezek a kapcsolatok nem szorosak (15,7% n=13). Majdnem a fele a válaszadóknak tapasztalt már negatív érzéseket

a közösségen belül (47,7% n=51). A kitöltőknek lehetőségük volt az egyéni tapasztalatokat megosztani, melyek közül párat szeretnék ismertetni: „Többnyire a fanwarokról⁶ volt negatív tapasztalatom, pedig ezekből én kivontam magam. Vannak nagyon extrém fanok sajnos. Illetve sokan már kifejezetten túlzásba viszik a rajongást, ezzel én sosem tudtam azonosulni. Itt gondolok például a fenyegetésekre vagy a kedvenc idolok stalkolására⁷.”; „Fanok kb sajátjuknak látják az idoloikat és mindenbe is beleszólnak nekik”; „Nem vagyok oda az elvakult szóló stanekért⁸ és a buta akcióikért, pl. amikor gyászkoszorút vagy tiltakozó autókat szerveznek az ügynökség elé.”; „Volt már nézeteltérésem nem egy fannal az online térben és leginkább ott tapasztalom, hogy egyes rajongók tényleg mennyire megszállottak tudnak lenni, ami sajnos nagyban alátámasztja a negatív sztereotípiákat a kpoppal kapcsolatban.”; „A fanok egy része szinte már mániákusan szereti az egyes tagokat és úgy gondolják, hogy ők valamelyik idolnak az élettársa és számomra ez nagyon zavaró”; „A bias⁹ téma, ki a jobb és miért, túlértékelt, alulértékelt ellenséges személyeskedő hozzáállás”; „Sok fan nem szereti azokat akik nem kizárólag egy előadónak a rajongói. Akik túlzásba viszik a rajongást, gyakran elmennek egy olyan őrült irányba akiknek a viselkedése az általam normálisnak gondolt társadalmi normába nem fér bele. Gyakran nem lehet velük szót érteni, ez legtöbbször a fiatalabb generációra jellemző.”. A negatív tapasztalatoktól eltekintve mégis egyértelműen pozitív érzéssel tölti el a kitöltők többségét a közösséghez való tartozás (74,8% n=80). Majdnem a fele a résztvevőknek tekinti a kedvencét példaképének (43% n=46), 41 ember nem érez kapcsolatot kettejük között (38,3% n=41), 11 ember barátjának tekinti (10,3% n=11), 7 ember szerelmének érzi a kedvencét (6,5% n=7), 6 ember ismerőseként tekint rá (5,6% n=6). Az egyéni válaszok alapján még többféle kapcsolatot fedezhetünk fel. Szeretnék pár példát idézni is: „Nagyon kedvelem mint személyt, vagy legalábbis amit a médiának mutat. Nem érzek különösebb kapcsolatot, mert nem ismerem személyesen így nem hiszem hogy egy egyoldalú “ismertség” releváns lenne. De úgy gondolom, az én kedvenceim nem játsszák meg magukat túlzottan, mint amennyire az el van várva az ő társadalmukban.”; „személyek, akik felvidítanak ha rossz napom van/ rossz időszakom van és pozitív gondolatokkal látnak el a videóik által és zenéikkel.”; „Mint egy uncle¹⁰ aki megjelenik a családi összejöveteleken és mindig nagyon érdekes dolgokról mesél vagy mutat, mert a munkája is nagyon különleges”; „Mivel nem ismerem

⁶ Értsd: Rajongók „háborúja”: mikor két rajongói tábor összetűzésbe kerül például amiatt, hogy melyik K-pop banda a jobb.

⁷ Értsd: túlzott követés, figyelés, akár zaklatási szinten

⁸ Értsd: rajongó

⁹ Értsd: kedvenc előadó

¹⁰ Értsd: nagybácsi

személyen őket egyértelműen nem tudhatom milyen emberek viszont tehetség és az alapján amilyen személyiséget mutatnak az idolek az alapján kedvelem meg őket”; „Gyermekeim, vagy unokáim”; „Valaki a múltamból, akire jó szívvel emlékszem és remélem jó élete van.”. 44 ember naponta többször követi (41,1% n=44) és csak 14 ember havonta egyszer vagy még ritkábban (13,1% n=14). A kitöltők közül 99 ember már vásárolt K-poppal kapcsolatos terméket (92,5% n=99) és 80 ember vásárolt már K-pop albumot (80,8% n=80). A kérdőív során tettem állításokat. „A koreai szépségideál nagy hatást gyakorol a mindennapjaimra”: 23 ember gondolja igaznak azt az állítást magára tekintve, hogy a koreai szépségideál nagy hatást gyakorol a mindennapjaira (n=23), ebből 3 fő 12-15 (n=3), 1 fő 16-18 (n=1), 16 fő 19-25 (n=16), 2 fő 25 évnél idősebb korosztályból adott választ (n=2). A 23 főből 9 ember több mint 5 éve rajongó (n=9), illetve 18 ember hetente többször (n=18), ebből 15 ember naponta többször követi kedvenceit (n=15). „Jó érzéssel töltene el, ha a külsőm/ megjelenésem hasonló lenne, mint a koreai kedvenceimé”: 34 ember gondolja igaznak ezt az állítást magára tekintve (n=34), 3 fő 12-15 (n=3), 2 fő 16-18 (n=2), 17 fő 19-25 (n=17), 12 fő 25 évnél idősebb korosztályból adott választ (n=12). 16 ember több mint 5 éve rajongó (n=16) 31 ember hetente többször (n=31), ebből 25 ember naponta többször követi kedvenceit (n=25). A hipotézisem az előbbi adatok nem igazolták egyértelműen, de káros hatást valamennyi esetenél észrevehetünk. A jövőben érdemes lesz szűkebb csoportokban, akár iskolai keretek között, fiatalok körében vizsgálni, kutatni, hiszen sokkal reprezentatívabb eredményeket kapnánk.¹¹¹²

Interjú

Továbbá készítettem egy félig strukturált interjút egy 22 éves hölgygel, aki 4 éven keresztül volt rajongó, kamaszkora utóbbi felében. Célom az volt, hogy közelebbi, személyes tapasztalatokkal teli, a kérdőív kérdései alapján valamennyire irányított interjút készítsek, így közelebb hozva a kívülállót ehhez a világhoz. A hölgy 14 éves korában ismerkedett meg a K-poppal egy barátnőjén keresztül. Elmondása szerint már korábban is ismerte ezt a zenei műfajt, de nem érdekelte és nem is értette az emberek tetszését, szerinte a neveléséből kifolyólag. Hiszen nagyon femininnek látta az előadókat és ez az ő értékrendjébe nem fért bele. Barátnője unszolására, aki nagyon szerette a K-popot, közösen meghallgattak több dalt, miközben a barátnő mesélt neki az előadókról. Ennek eredményeként már otthon, egyedül is hallgatta ezeket a zenéket. Nagyon tetszett neki a K-popban, hogy az intenzív impulzusokat gyakorolt rá, hiszen a sok tartalom figyelése lekötötte, illetve a közösség aktivitása is

¹¹ A megjelölt idézetekben direkt megtartottam az adatközlők stílusát és írásmódját.

¹² A kutatás valamennyi diagramja megtalálható a 3. számú mellékletben.

szimpatikus volt számára. Elmondja, hogy követte az élő adásokat is, habár nem értett azokból egy szót se, mégis előszeretettel nézte. Ő nem maradt fent éjszakánként azért, hogy az élő videókat kövesse, de sokszor maradt fent azért, akár hajnali 3 óráig, hogy K-pop tematikájú videókat nézhessen. Szakaszosnak érezte a rajongását a 4 évben, volt mikor jobban követte, volt mikor kevésbé, de egyértelműen kijelenti, hogy számára a K-pop egy menedéket nyújtott a depressziója és a párkapcsolati problémái ellen. Személyesen nem volt negatív tapasztalata a közösséggel, de elmondja, hogy voltak számára bosszantó dolgok, melyeket rajongók követtek el, illetve szerinte a fiatal korosztály jelenléte a közösségben táptalajt ad az utálkozásnak. Számára kedvencei a példaképei voltak. Úgy gondolja, hogy azok a személyiségjegyek, melyeket az Idolok mutatnak, jó hatással voltak a személyiségfejlődésére, több jó tulajdonságot szerzett tőlük. Viszont azt vallja, hogy ez veszélyes is tud lenni azoknak a rajongóknak, akik nem az ideális rajongási formát választják, illetve nem tartja normálisnak az előadók iránti szerelem érzetét. Továbbá a számára ideális férfi képe is megváltozott, megkedvelte a dekoratív, feminin férfiakat. Bevallása szerint 80-100 ezer forintnyi összeget költött K-poppal kapcsolatos termékekre, költését tudatosan tette, de szerinte, ha jobb anyagi helyzetben lett volna a családja, akkor többet költött volna. Rá a koreai szépségideál nem gyakorolt hatást. Nem gondolja, hogy a jövőben valaha ugyanilyen szinten követni fogja a K-popot, mint abban a 4 évben.¹³

Zárszó

A K-pop több zenei műfaj fúziójából jött létre. A '90-es évektől kezdve folyamatosan és egyre nagyobb mértékben terjedt el a világban. A bandák és az előadók mögött álló, egyedi módon működő ügynökségek a századforduló óta óriáscégekké nőttek ki magukat. A K-pop gyakoronoki rendszere, melyen keresztül az emberek az iparág sztárjaivá válhatnak, működése etikai kérdéseket is felvet. Napjainkban már a koreai állam is érzékelte, hogy reformokat szükséges bevezetnie, hogy ezzel megakadályozza a résztvevők testi-lelki kizsákmányolását. Az, hogy a koreaiak számára mégsem egyértelműen visszas ezen iparág működése, az a mélyen gyökerező kulturális különbségeknek, különösen a tekintélyelvű és teljesítményorientált gondolkodásnak köszönhető, mely a koreai oktatási rendszerben, a „vizsgapokolban” is tökéletesen kikristályosodik. A rajongók világszerte egy nagy közösséget alkotnak, melynek aktivitása és ereje egyedülálló. Ugyanakkor a tinédzserek rajongása nagyon nagy kockázatot jelenthet személyiségfejlődésükre. A K-pop mögött álló, állami érdekeket szolgáló ipari

¹³ A teljes interjú a 4. számú mellékletben megtalálható.

gépezet tudatosan, szinte szalaggyártás módjára „termeli” a serdülők számára az identitás-protézis szerepét betöltő idOLOkat. A gyanútlan fiatalok életébe és gondolkodásába észrevétlenül kúsznak be a K-pop zenéjén és sztárjain keresztül a szenvedélyes rajongást kiváltó, testképzavarhoz vezető, és végső soron, a paraszociális kapcsolatok kialakulását elősegítő ingerek tömegei. A K-pop ipar célja, hogy az identitásválságukat megélő fiatalkorúakat állandó, könnyen befolyásolható és hűséges fogyasztóerővé neveljék. Ezen ismeretek tudatában pedagógusként szükséges felismernünk a jeleket, melyek túlmutatnak azon, hogy egy diák egyszerűen csak szereti ezt a szubkultúrát, vagy zenét, valójában pedig az említett negatív hatások miatt szenved.

Irodalomjegyzék

Ezúton nyilatkozom, hogy a dolgozathoz szükséges források felkutatásához, valamennyi fordításhoz, gondolatok értelmezéséhez használtam mesterséges intelligenciát, de a szövegalkotáshoz nem. OpenAI, ChatGPT

AB Blog [AB] (2024) 7 Korean Beauty Standards: The Global Phenomenon Explained. In: abplasticsurgerykorea.com. <https://abplasticsurgerykorea.com/ab-blog/7-korean-beauty-standards-the-global-phenomenon-explained> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 27. 11:22)

Ábrahám I., Jambrik M., Balázs, J., Németh A. R., Franczia N., Csenki L. (2017) A testképtől a testképzavarig. Orvosi Hetilap, 158(19), pp. 723-730. doi: <https://doi.org/10.1556/650.2017.30752>

Aruguete, M. S., Grieve, F., Zsila Á., Horváth R.; Demetrovics Zs., McCutcheon L. E. (2024) The absorption-addiction model of celebrity worship: in search of a broader theoretical foundation. In: [bmcp psychology.biomedcentral.com](https://bmcp psychology.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40359-024-01733-6) <https://bmcp psychology.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40359-024-01733-6> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 29. 11:19)

Asia Society [AS] (2018) South Korea's Life-Defining Exam. In: [asiasociety.org](https://asiasociety.org/korea/south-koreas-life-defining-exam). <https://asiasociety.org/korea/south-koreas-life-defining-exam> (Letöltés dátuma: 2024. 10. 03. 14:00)

Bentham, J. (1977) Bevezetés az erkölcsök és a törvényhozás alapelveibe. In: Márkus György szerk., Brit moralisták a XVIII. században. Budapest, Gondolat. pp. 677-774. ISBN: 963 280 354 X

Deen, C. (2011) More lessons from the K-Pop industry. In: [ph.omg.yahoo.com](https://web.archive.org/web/20121005054402/http://ph.omg.yahoo.com/blogs/okpop/more-lessons-k-pop-industry-061253792.html). <https://web.archive.org/web/20121005054402/http://ph.omg.yahoo.com/blogs/okpop/more-lessons-k-pop-industry-061253792.html> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 27. 11:53)

Diet Ideas (2024) K-pop Idol Extreme Diet. In: [dietideas.com](https://dietideas.com.my/k-pop-idol-extreme-diet/). <https://dietideas.com.my/k-pop-idol-extreme-diet/> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 27. 11:29)

Dividina, J. (2023) K-Pop Globalization: Unveiling the Pros and Cons. In: [medium.com](https://medium.com/@dividina.jessa/k-pop-globalization-unveiling-the-pros-and-cons-b060b25aecdd1). <https://medium.com/@dividina.jessa/k-pop-globalization-unveiling-the-pros-and-cons-b060b25aecdd1> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 27. 12:19)

ENSZ (1948) Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozata. In: [coe.int](https://www.coe.int/hu/web/compass/the-universal-declaration-of-human-rights-full-version-). <https://www.coe.int/hu/web/compass/the-universal-declaration-of-human-rights-full-version-> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 28. 11:35)

Erikson, E. H. (1991) A fiatal Luther és más írások. Budapest, Gondolat. ISBN: 963 282 3775

- Evans, C. (2022) From Trainee To Bias: The Big 16 K-Pop Slang Terms To Know. In: dictionary.com. <https://www.dictionary.com/e/k-pop-slang/> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 27. 11:17)
- FP Explainers (2024) What is Seoul's new law to protect upcoming K-pop stars?. In: firstpost.com. <https://www.firstpost.com/explainers/seoul-new-law-to-protect-k-pop-trainees-mental-health-13619332.html> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 27. 11:59)
- Gayle, S. S. (2009) Parasocial and Social Interaction with Celebrities: Classification of Media Fans. *Journal of Media Psychology*. 14(3).
- Horton, D. – Wohl, R. (1956) Mass Communication and Para-social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*
- Jankovics, Zs. (2008) A személyek jelentősége a politikában. In: mediakutato.hu http://www.mediakutato.hu/cikk/2008_01_tavasz/03_szemelyek_a_politikaban (Letöltés dátuma: 2024. 10. 03. 23:44)
- Kant, I. (1991) Az erkölcsök metafizikájának alapvetése. In: Láng Rózsa szerk., Az erkölcsök metafizikájának alapvetése/A gyakorlati ész kritikája/Az erkölcsök metafizikája. Budapest, Gondolat. pp. 13-100. ISBN: 963 282 4776
- Kassing, J. W. – Sanderson, J. (2015) Playing in the New Media Game or Riding the Virtual Bench: Confirming and Disconfirming Membership in the Community of Sport. *Journal of Sport and Social Issues*, 39(1), pp. 3-18.
- Kim J. (2019) Big Bang's Seungri booked on sex bribery charge. In: koreatimes.co.kr. https://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2019/03/251_265109.html (Letöltés dátuma: 2024. 09. 28. 11:15)
- Journal of Student Research: Kim, P. és Hutt, E. (2021) K-pop as a Social Movement: Case Study of BTS and Their Fandom ARMY. ISSN: 2167-1907 <https://www.jsr.org/hs/index.php/path/article/view/1772/848> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 13. 18:57)
- Kim Y. (2011) K-Pop: A New Force in Pop Music. Korean Republic, Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism.
- Kim, M. (2022) The Growth of South Korean Soft Power and Its Geopolitical Implications. In: airuniversity.af.edu. <https://www.airuniversity.af.edu/JIPA/Display/Article/3212634/the-growth-of-south-korean-soft-power-and-its-geopolitical-implications/#sdendnote47sym> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 27. 12:30)

Korean Education System UK [KECU] (2020) Education in Korea. In: koreaeducentreinuk.org. <http://koreaeducentreinuk.org/en/education-in-korea/> (Letöltés dátuma: 2024. 10. 03. 13:47)

Kósa É. (2017) A média szocializációs hatásai. In: N. Kollár K. és Szabó É. szerk., Pedagógusok pszichológiai kézikönyve, III. kötet. Budapest, Osiris. pp. 289-316. ISBN 978 963 276 284 5

K-Pop Life (2022) A Day in the Life of a K-Pop Idol. In: kpoplife.com. <https://kpoplife.com/day-in-life-kpop-idol/> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 27. 11:56)

KTimes (2024) Student suicides hit record high with 214 in 2023, doubling in just 8 years. In: koreatimes.co.kr. https://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2024/09/113_383242.html (Letöltés dátuma: 2024. 10. 03. 14:05)

Lee H. (2011) Global Star Agency, United Asia Management. In: hancinema.net. <https://web.archive.org/web/20110826032956/http://www.hancinema.net/global-star-agency-united-asia-management-29846.html> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 27. 11:40)

ResearchGate: Liu, C. (2023) The Research on the Influence of KPOP (Korean Popular Music) Culture on Fans. doi:10.54254/2753-7064/4/20220177.

Lust I. (2009) Vágy és hatalom. Válogatott írások, szerk: Barcy Magdolna. Budapest, Oriold és Társai. ISBN: 978 963 9771 24 6

McCurry, J. (2009) Storm in South Korea over Jang Ja-yeon's suicide. In: theguardian.com. <https://www.theguardian.com/world/2009/apr/01/south-korea-entertainment-jang-jayeon> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 27. 12:38)

Munk V. (2009) Sztárság, elméletben. In: mediakutato.hu. [Munk Veronika: Sztárság, elméletben \(Médiakutató\) \(mediakutato.hu\)](https://mediakutato.hu/munk-veronika-sztarsag-elméletben) (Letöltés dátuma: 2024. 10. 03. 23:29)

N. Kollár K. 1 (2017) Normaalakulás, engedelmesség és csoporthoz igazodás. In: N. Kollár K. és Szabó É. szerk., Pedagógusok pszichológiai kézikönyve, II. kötet. Budapest, Osiris. pp. 193-212. ISBN 978 963 276 281 4

N. Kollár K. 2 (2017) Barátság, személyközi vonzalom, csoport-folyamatok és az iskolai társas kapcsolatok fejlesztése. In: N. Kollár K. és Szabó É. szerk., Pedagógusok pszichológiai kézikönyve, II. kötet. Budapest, Osiris. pp. 141-192. ISBN 978 963 276 281 4

Pál E. és Törőcsik M. (2017) Paraszociális kapcsolatok marketingjelentősége. In: doksi.net. <https://doksi.net/hu/get.php?lid=36497> (Letöltés: 2024. 09. 28. 12:07)

Pardo, R. P. (2022) South Korea as a “global pivotal state”: the role of partners. In: brussels-school.be. [https://www.brussels-](https://www.brussels-school.be)

school.be/sites/default/files/CSDS%20Policy%20brief_2207_0.pdf (Letöltés dátuma: 2024.

09. 27. 12:27)

Park S. (2010) [新스타고백]지드래곤③연습생시절, 1년간 죽어라 청소만. In: kr.news.yahoo.com.

<https://web.archive.org/web/20100204091917/http://kr.news.yahoo.com/service/news/shellview.htm?articleid=20100129080000379f3&linkid=4&newssetid=1352> (Letöltés dátuma: 2024.

09. 27. 11:49)

Park S. (2010) An idol's life: sweat and sleepless nights. In: koreajoongangdaily.joinsmsn.com.

<https://archive.ph/20130111060515/http://koreajoongangdaily.joinsmsn.com/news/article/article.aspx> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 28. 11:19)

Seth, M. J. (2002) Education Fever: Society, Politics, and the Pursuit of Schooling in South Korea. USA, University of Hawai'i Press. ISBN 0-8248-2534-9

Song J. (2012) K-pop scores a knock out with lyrics you can't forget. In: koreajoongangdaily.joins.com.

<https://web.archive.org/web/20130302191124/http://entertainment.xin.msn.com/en/hallyu/article.aspx?cp-documentid=5966392> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 27. 11:13)

Szabó É. (2017) Személypercepció, attribúció, egyének és csoportok megítélése. In: N. Kollár K. és Szabó É. szerk., Pedagógusok pszichológiai kézikönyve, II. kötet. Budapest, Osiris. pp. 287-312. ISBN 978 963 276 281 4

Williamson, L. (2011) The dark side of South Korean pop music. In: bbc.com.

<https://www.bbc.com/news/world-asia-pacific-13760064> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 27. 11:44)

Yun J. (2011) The big 3 of Korean pop music and entertainment. In: donga.com.

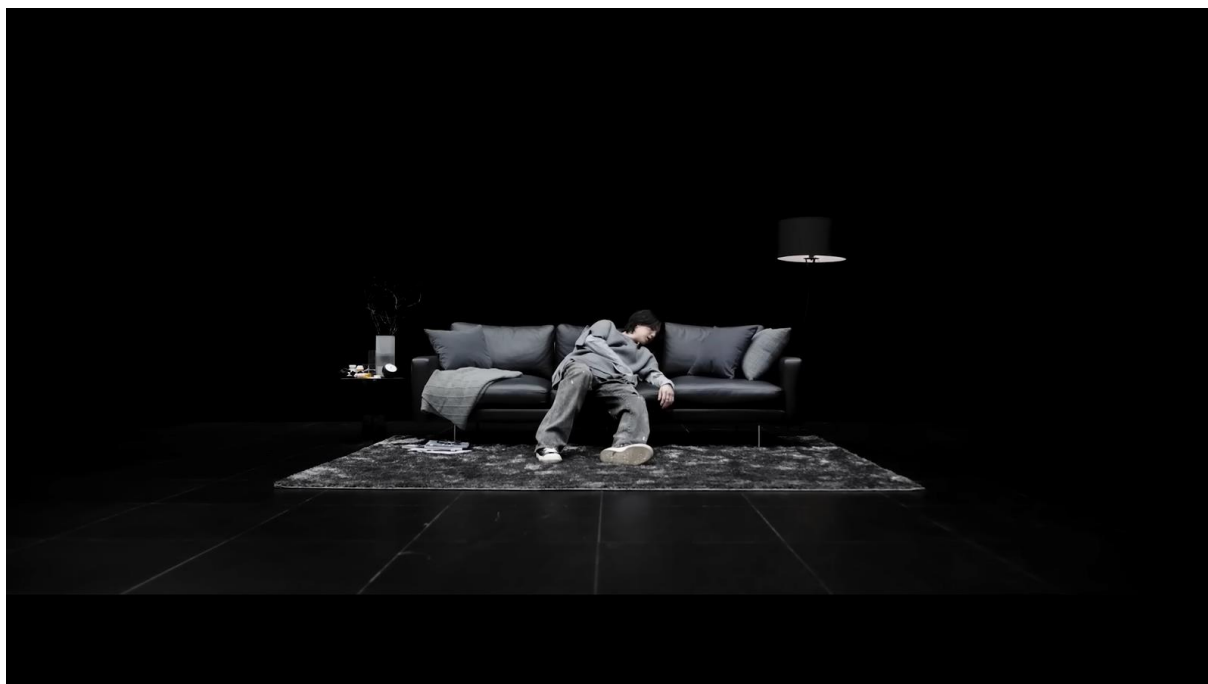
<https://www.donga.com/en/article/all/20110726/401789/1> (Letöltés dátuma: 2024. 09. 27. 11:34)

Melléklet

1. kép

Agust D: AMYGDALA videóklip részlet

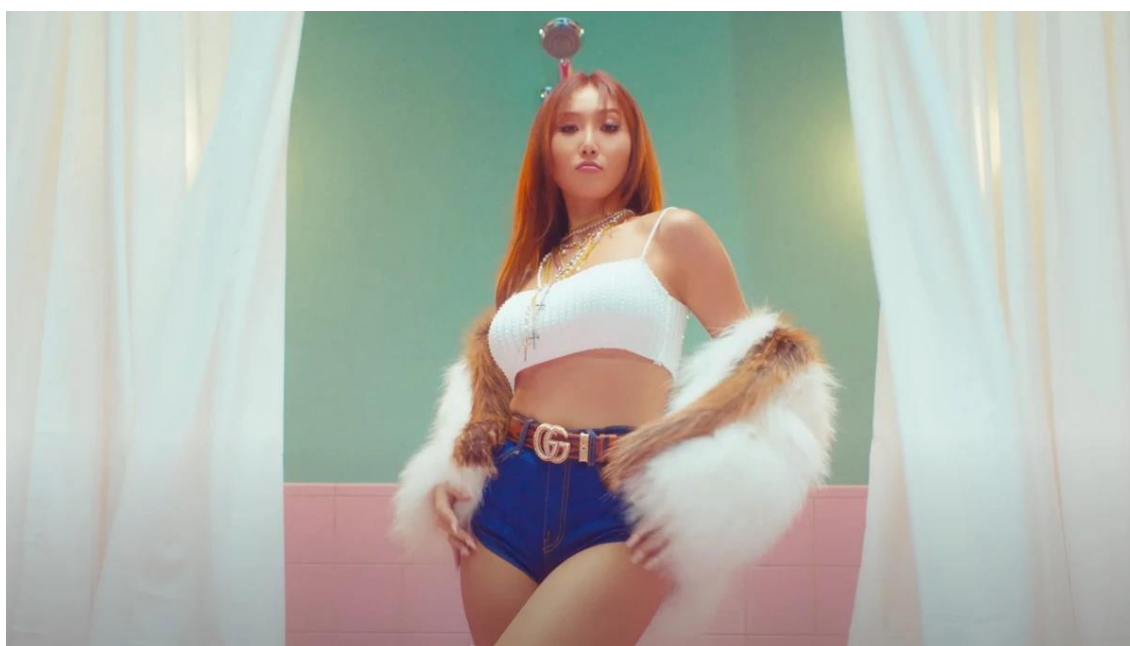
Forrás: <https://www.youtube.com/watch?v=sQ4JkC0Q7NE> (Letöltés dátuma: 2024.10.05. 12:05)



2. kép

Hwasa: I love my body videóklip részlete

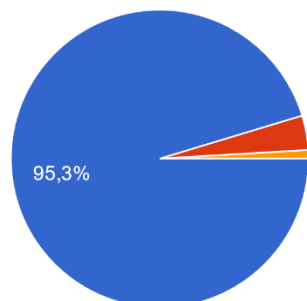
Forrás: https://www.youtube.com/watch?v=Crq_frV0O0E&t=1s (Letöltés dátuma: 2024.10.05. 11:41)



3. melléklet: Kutatás valamennyi diagrammja

1. Neme:

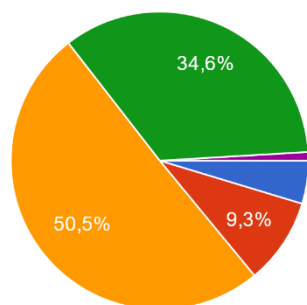
107 válasz



- Nő
- Férfi
- Nem bináris
- Nem kívánok válaszolni

2. Életkora:

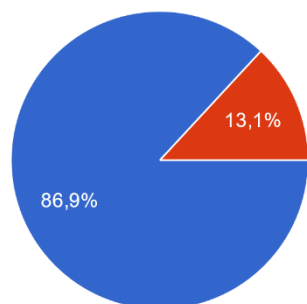
107 válasz



- 12-15
- 16-18
- 19-25
- 25+
- Nem kívánok válaszolni

3. Jelenleg K-pop rajongó?

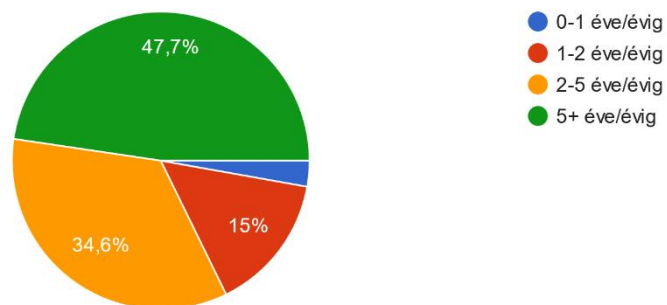
107 válasz



- Igen
- Jelenleg nem, de voltam
- Nem és nem is voltam (Ebben az esetben kérem ne töltsse ki a kérdőívet, mert nem releváns az Ön számára)

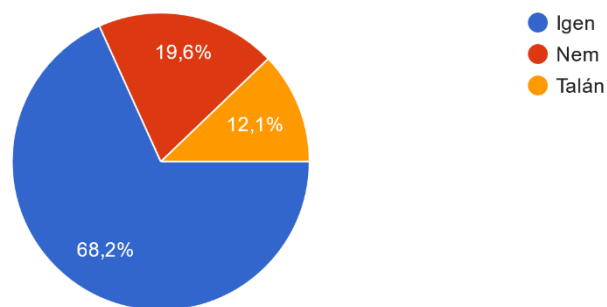
6. Mióta rajongó?/Hány évig volt rajongó?

107 válasz



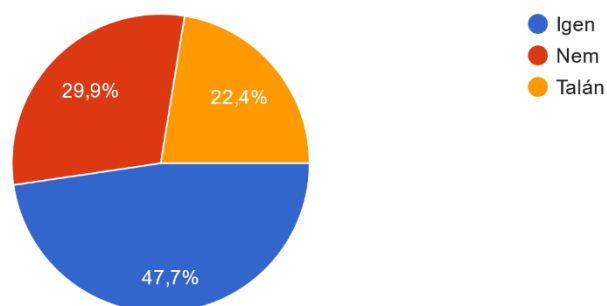
9. Alakított-e már ki barátságokat a K-popnak köszönhetően?

107 válasz



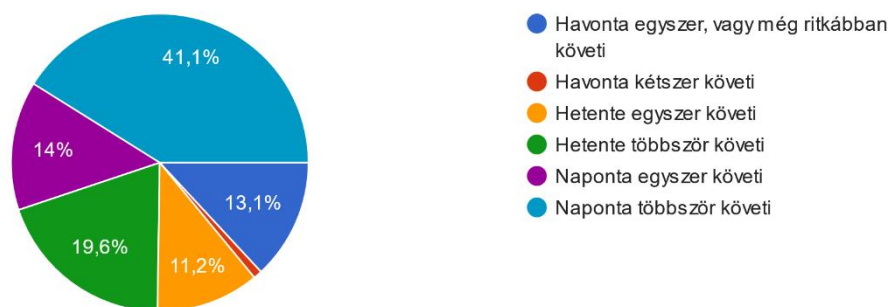
13. Tapasztalt már negatív érzéseket a közösségen belül?

107 válasz



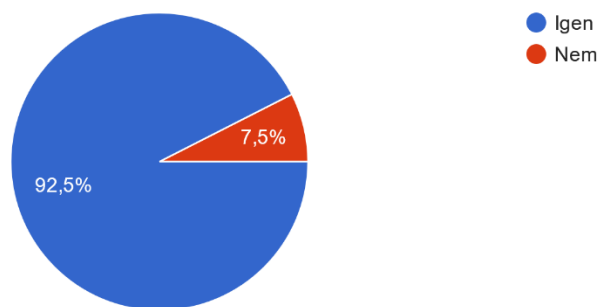
19. Milyen gyakran követi a K-pop világának eseményeit? (ide tartozik a kedvence követése is)

107 válasz



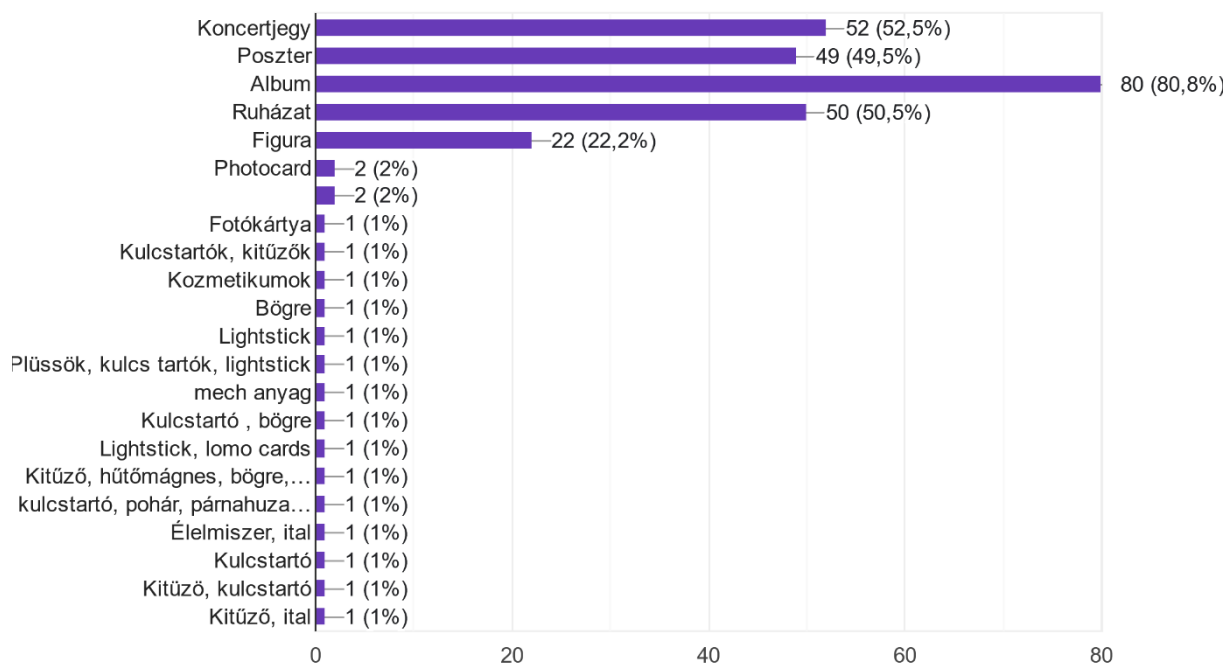
22. Vásárolt már K-poppal kapcsolatos termékeket?

107 válasz



23. Ha igen, mi/mik voltak ezek?

99 válasz



4. melléklet: Interjú

Kérlek mesélj, mikor ismerkedtél meg a K-poppal, milyen szerepet töltött be az életedben?

„14 éves koromban ismerkedtem meg a K-poppal az akkori barátnőmön keresztül. Már előtte ismertem ezt a műfajt, de akkoriban még nem voltam olyan elfogadó, sokáig el is ítélttem. Nem azokat, akik hallgatják, bár nem is értettem miért tetszik nekik ez a műfaj, hanem azokat ítélttem el, akik ebben az iparban tevékenykedtek. Beszűkült látóköröm volt, nem értettem miért kedvelnek az emberek ennyire feminin férfiakat. Ezek után jött a barátnőm, hogy csak egy zenét hallgassak meg. Miközben hallgattuk, sokat mesélt. A zene maga nem volt hallgathatatlan, egy sima popzenének tűnt. Majd jöttek a többi zeneszámok, egyre több információt tudtam meg az előadókról, már kezdtem felismerni őket. Végül már otthon is őket hallgattam és még több új dalt fedeztem fel, egyre jobban tetszett. Az tetszett a legjobban a műfajban, hogy nagyon intenzív, hiszen nagyon sok ingert tud küldeni egy rajongó számára. Például a közösség folyamatosan aktív a világ minden tájáról, barátnőmmel és neki egy másik barátnőjével is jóba lettem, az előadók folyamatosan küldték az ingereket, például egy élő bejelentkezés által, vagy új epizódok jelentek meg koreai szórakoztató műsorokban, ahol ezek az előadók szerepeltek. A sok inger hatására már teljesen elfogadó lettem, erre egy nagyon jó példa volt az, hogy régen

a más szexuális vagy nemi identitású embereket kerültem a neveltetésem miatt, de a K-pop után már teljesen be tudtam őket fogadni a környezetembe és barátságokat tudtam kötni ezekkel az emberekkel.”

Milyen platformokon követted a K-popot?

„Youtube, Twitter (mostani X), V-live (mostani Weverse), fontosnak tartom itt elmondani, hogy egy live során én és még sok más rajongó társam nem értettünk egy szót sem abból, amit a kedvenceink mondtak, mégis előszeretettel hallgattuk őket, illetve Facebook csoportok tagja voltam.”

Volt már olyan, hogy fent maradtál éjjel iskolaidőszakban, csak azért, hogy a kedvenceidet követhesd?

„Telefonomon a világórán be volt állítva, hogy lássam Dél-Koreában mennyi az idő, hogy ha tudtam, hogy valami esemény fog történni, ami érdekel, akkor ne maradjak le róla, vagy a lehető leghamarabb meg tudjam nézni a tartalmat. Nem igazán emlékszem olyan helyzetekre, mikor direkt egy esemény miatt fent maradtam volna éjjel, de arra emlékszem, hogy sokszor volt olyan, hogy reggelente az volt az első, hogy ellenőriztem, mi történhetett Dél-Koreában, amíg én aludtam. Olyan sokszor előfordult, hogy este elkezdtem egy K-popos videósorozatot nézni, és emiatt akár hajnali 3-ig is fent maradtam, mert annyira beszippantott.”

Jelenleg rajongó vagy? Ha nem, meddig voltál?

„Jelenleg nem vagyok már rajongó, 14-től 18 éves koromig voltam az. Ez az időszak is szakaszos volt, hiszen volt mikor jobban érdekelt, volt mikor nem. Gyerekkorom óta depressziós és szorongásos kevert zavarral küzdöttem, akkortájt volt egy komoly párkapcsolatom, mely elég bántalmazó volt, így nagyon rossz időszakon mentem keresztül. Mikor baj volt és azt szerettem volna, hogy valami elterelje a figyelmemet, akkor a K-pop tökéletes megoldást nyújtott erre.”

Akkor ki tudod jelenteni azt, hogy ebbe menekültél?

„Igen. Tényleg annyira le tudott kötni, hogy ki tudtam lépni a problémáimból és jól tudtam magam érezni addig, amíg ezzel foglalkoztam. Valamilyen szintű megnyugvást nyújtott a K-pop.”

Mi az, ami eszedbe jut a K-pop közösségeiről?

„Ambivalens érzéseim vannak ezzel kapcsolatban, mert vannak kifejezetten értelmesnek tűnő emberek ezekben a közösségekben, akiknek jó meglátásaik vannak, de tapasztalataim szerint nagyon sok fiatalkorú van ezekben a közösségekben. Ez nagy táptalajt tud szolgálni a közösségen belüli utálkozásnak, egymás bántásának és a túlzott rajongásnak.”

Neked volt személyes rossz tapasztalatod?

„Rossz tapasztalatom nem volt, de bosszantott, ha olyan jött velem szemben az interneten, amit az értékrendem szerint én soha nem tennék meg a mai napig sem. Például nem szerettem a fenyegető megnyilvánulását egyes rajongóknak az előadók irányába. „

Milyen kapcsolatban álltál a kedvenc előadóddal?

„Példaképeim voltak részben, főleg emberileg, szerettem azt, ahogy viselkednek a közönség előtt és ezt szívesen be is építettem a személyiségembe. Most már tudom, hogy ezek nem valósak, hanem generált tulajdonságok voltak számukra, de ettől függetlenül ezek jó tulajdonságok voltak, amik beleépültek a személyiségembe, például segítőkészség, empatikusság, figyelmesség. A párideál képemet eléggé befolyásolta, tetszettek a dekoratív és feminin férfiak. Véleményem az, hogy jó dolgokat közvetítenek, de ez ártalmas lehet azoknak az embereknek, akik rajongásukat nem tudják a normális keretek között folytatni, például a személyiségük egészét az teszi ki, hogy ők rajongók, vagy a rajongók szerelmesek ezekbe az előadókba, mely szerintem nem egészséges (hozzátenném ezek azok az emberek, akik a legtöbb pénzt költik a K-popra).”

Te mennyi pénzt költöttél K-popos termékekre?

„A négy év alatt mondanék 80-100 ezer forintnyi összeget. Ezek leginkább tárgyi dolgok, melyeket akár tovább lehetne értékesíteni, például egy album. Sok dolgot másodkézből vettem, valamennyi albumot, ruhákat. A költekezésemben volt józan ész, ha egy albumból kidobtak a piacra 4 verziót, akkor csak egyet rendeltem meg. De ha tehetősebb lett volna a családom, akkor lehet, hogy több pénzt költöttem volna ezekre a termékekre.”

A szépségideál gyakorolt hatást a mindennapjaidra?

„A koreai szépségideál nem, de az tény, hogy nem voltam megelégedve önmagammal, de ennek más okai voltak. „

Szerinted vissza fog térni valaha az életedbe a K-pop?

„Úgy gondolom, hogy olyan szinten soha, mint régen abban a 4 évben, mert már azt érzem kinőttem belőle, más dolgok érdekelnek. A zenét szívesen meghallgatom, kedvenceimről szívesen olvasnék, ha valami nagy hír röppenne fel róluk, de a régi szintet már sose érné el az életembe.”

Dolgozat lezárásának dátuma: 2025. 01. 07.