

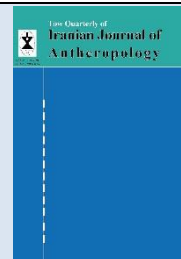


ISSN: 1375-2096

Iranian Journal of Anthropology

Volume 23, No. 42. Spring and Summer 2026: Pp. 33-54

<https://journal.asi.org.ir>



DOI: <https://doi.org/10.22034/jasi.2026.2088099.1623>

Journey into the World of K-Drama Enthusiasts: An Ethnographic Study of the Influence of Korean Language and Culture on the Everyday Lives of Generation Z Girls in the City of Yazd

Hamideh Shiri-Mohammadabad

Assistant Professor, Department of Demography & Anthropology, Faculty of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran

Email h.shiri@yazd.ac.ir

ARTICLE INFO

Type of Article: Research

Article history:

Received 5 May 2026

Revised 31 May 2026

Accepted 1 June 2026

Keywords:

Cultural penetration,
Generation Z,
K-Drama enthusiast,
Korean culture,
Yazdi girls.

ABSTRACT

Korean culture is among the most popular foreign cultures in Iran. This phenomenon, known as the Korean Wave, primarily attracts adolescents and young adults as its audience. What is particularly noteworthy is the extensive impact of Korean cultural products, particularly films and television series, which significantly influence viewers. The present study aims to explore how Korean language and culture permeate the daily lives of Generation Z girls. Using an ethnographic approach, the data were collected through direct observation, participant observation, and in-depth as well as informal conversations among girls born in the 2000s in the city of Yazd during the second half of the Persian year (2025–2026). Snowball sampling was employed, and data collection continued until theoretical saturation was achieved. Subsequently, overarching narratives of the process of cultural penetration into the everyday lives of K-drama enthusiasts were presented using thematic analysis. Based on the narratives emerging from living in the world of K-drama fans, codes such as fluid genre, restorative time, K-drama consumption, negotiation with objects, and tasting culture were extracted. These codes were then systematically organized according to their semantic relationships, leading to the generation of the overarching theme of cultural and linguistic penetration. It should be noted that this influence results from indirect cultural proximity between Iran and South Korea. A phenomenon that has gained considerable momentum with the expansion of the internet and video content platforms, significantly increasing the degree of cultural contact between the two societies.

Copyright © 2026 The Authors. Published by The Anthropological Society of Iran. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited.



Citations: Shiri-Mohammadabad, H., (2026). "Journey into the World of K-Drama Enthusiasts: An Ethnographic Study of the Influence of Korean Language and Culture on the Everyday Lives of Generation Z Girls in the City of Yazd". Iranian Journal of Anthropology, 23(42):33-54. <https://doi.org/10.22034/jasi.2026.2088099.1623>

Introduction

In recent decades, Korean culture has expanded well beyond Asia, attaining global prominence. This growth has coincided with the rise of the Internet and globalization, facilitating the widespread dissemination of Korean television series, a phenomenon referred to as the "Korean Wave" (Trúc et al., 2024: 112). K-dramas, or short Korean series, have been translated into numerous languages and are now available in approximately one hundred countries through platforms such as YouTube and Netflix (Ta Park et al., 2019: 2). Studies demonstrate that Korean series are popular among diverse cultural groups and have contributed to significant cultural changes; for instance, they have shaped Japanese perceptions of the identity and social status of Koreans in Japan (Chung, 2021: 31). Furthermore, Korean series differ from American productions by reducing sexual content and highlighting Confucian values such as responsibility and respect for others (Ambrosino, 2019). Consequently, these series have been enthusiastically received in many countries, including Iran.

The Korean Wave was introduced to Iranian audiences in 2007 with the broadcast of *Jewel in the Palace*, which achieved significant popularity (Mohammadi & Farajzadeh, 2022: 201). The digitization of media has further increased the visibility of Korean cultural products, particularly K-dramas, among Generation Z, influencing their consumption habits and lifestyle preferences (Vafadar et al., 2024). Adolescents and young adults, who often experience demanding academic schedules that can lead to demotivation and fatigue, frequently use films for relaxation during leisure time. For some, watching Korean series has become a routine activity (Yani & Afrianda, 2023: 1004). Moreover, the portrayal of idealized romantic relationships and main characters with impeccable fashion and physical appearance in Korean series may foster unrealistic expectations and shape the attitudes of adolescents and young adults (Touhami & Al-Haq, 2017).

Given the significant influence of Korean series, this study employs an ethnographic approach to examine the process of linguistic penetration of Korean culture into the lives of Generation Z girls in Yazd. As a city with a rich cultural identity, Yazd provides a context for exploring the absorption of South Korean cultural elements during indirect interactions between Iranian and South Korean cultures. Accordingly, this paper investigates Yazdi girls' narratives about their experiences with K-dramas and identifies common themes among these fans.

Discussion

This paper investigates the intersection between Generation Z girls and Korean culture as depicted in K-drama, focusing on five distinct narratives of linguistic and cultural influence: fluid

genre, restorative time, K-drama consumption, negotiation with objects, and tasting culture.

The first narrative indicated a widespread reception of Korean drama series (K-dramas) among Generation Z girl participants. Respondents emphasized the diversity of genres and the engaging, realistic storylines. Furthermore, the East Asian origin of these series and their cultural similarities with Iranian culture, such as the avoidance of erotic scenes and the emphasis on moral virtues, contributed to a greater sense of relational ease and resonance with the content. This finding aligns with previous empirical studies; for instance, Majidi and Houshmand (2010), Malekpayin (2022), and Mohammadi and Farajzadeh (2022) also identified genre diversity, avoidance of erotic scenes, use of cheerful and varied clothing, emphasis on moral virtues, appealing romances, and compensatory functions as factors contributing to the popularity of Korean series.

The second narrative reveals that the target community dedicates a significant portion of their leisure time, specifically time intended for physical and psychological restoration, to watching Korean series. Some individuals may even be classified as "film buffs" or binge-watchers. This narrative draws on the concept of media needs proposed by Katz, Gurevitch, and Haas, who developed a typology of media users' needs and suggested that audience motivation is directed toward informational, emotional, and recreational needs that media fulfil (Severin & Tankard, 2002: 426). McQuail further asserts that individuals use media for entertainment, to fill leisure time, to escape daily problems, and to attain emotional comfort (Asalati & Majidi Gharhousi, 2018: 15). Media can thus serve as an effective tool for coping with stress and the challenges of daily life, functioning as an emotion-focused strategy for some users (Johnshoy et al., 2020: 113012). Consequently, K-drama fans use Korean series for their genre diversity and engaging content to fulfil recreational and restorative needs.

The third and fourth narratives illustrate the tangible and lasting influence of Korean series on Generation Z. This influence, resulting from non-physical contact with Korean culture, is evident in the adoption of Korean terms in speech and accessories popularized by Korean actors. These narratives are informed by Cultivation Theory, which describes media as an agent of socialization that can shape users' thoughts and behaviors (Najafi Khajehbalagh et al., 2016: 87). Cultural similarities between Iran and South Korea may have supported the adoption of a "Korean" lifestyle among Gen Z girls, as reflected in their use of accessories and Korean terminology.

In the fifth narrative, the study explores K-drama fans' taste preferences through the sensory act of tasting. The sensory qualities of noodles—aroma, flavor, appearance, and texture—were particularly influential in shaping my preferences. This narrative investigates how culture is experienced through the senses, with eating serving as a means of integrating external cultural

elements into personal experience. Through this process, collective cultural elements are transformed into intimate, individual experiences. This approach, known as sensory understanding, emphasizes not only the comprehension of objects but also their absorption and integration with the individual's body. Tasting exemplifies the internalization of a society's cultural heritage, as embodied in food and drink (Izadi-Jeyran, 2013: 42). Consuming food from another culture signifies acceptance of that culture's values, and this ethnographic perspective provides deeper insight into the cultural significance of food and its transformation into a lifestyle.

Conclusion

K-drama, as a significant form of soft power, has captivated many members of Generation Z, particularly girls, in diverse regions, including Iran. This influence has occurred without reliance on direct political or economic mechanisms and has contributed to shifts in linguistic practices, consumption habits, and identity formation. Additionally, K-drama serves as a cultural bridge, linking Generation Z to global cultural trends. However, this interaction is not without tension, as it has facilitated the substitution of Korean cultural elements for Iranian ones. Therefore, longitudinal studies should be conducted among Iranian Generation Z girls to assess the lasting impacts of K-drama consumption. Furthermore, the domestic cultural industry should develop high-quality indigenous productions by analyzing the narrative structures, visual aesthetics, and character development of popular Korean series, thereby preserving Iranian identity while aligning with the cultural preferences of the younger generation.

Acknowledgments

The author appreciates everyone who generously cooperated and took part in this study.

Observation Contribution

Theoretical analysis, literature review, data collection, and interpretation for this study were conducted by the author.

Conflict of Interest

The author declares no conflict of interest.



ISSN: 1375-2096

نامه انسان‌شناسی

سال ۲۳، شماره ۴۲، بهار و تابستان ۱۴۰۵، صص: ۳۳-۵۴

<https://journal.asi.org.ir>

دانشگاه تهران
نامه انسان‌شناسی

DOI: <https://doi.org/10.22034/jasi.2026.2088099.1623>

سفر به دنیای کی‌درامرها: مطالعه مردم‌نگارانه نفوذ زبان و فرهنگ کره‌ای در زندگی روزمره دختران نسل زد شهر یزد

حمیده شیرینی محمدآباد

استادیار، گروه جمعیت‌شناسی و مردم‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران.

Email: h.shiri@yazd.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخچه مقاله:

دریافت ۱۴۰۵/۲/۱۵

بازنگری ۱۴۰۵/۳/۱۰

پذیرش ۱۴۰۵/۳/۱۱

کلیدواژگان:

دختران یزدی،

فرهنگ کره‌ای،

کی‌درامر،

نسل زد،

نفوذ فرهنگی.

فرهنگ کره‌ای یکی از پرطرفدارترین فرهنگ‌ها در ایران است. این پدیده به نام «موج کره‌ای» شناخته می‌شود که علاقه‌مندان به آن معمولاً نوجوانان و جوانان هستند. نکته حائز توجه اثر گسترده محصولات فرهنگی کره‌ای است که در قالب فیلم و سریال بینندگان را متأثر می‌سازد. از این‌رو مطالعه حاضر قصد دارد به واکاوی فرایند نفوذ فرهنگ کره‌ای در زندگی روزمره دختران نسل زد بپردازد. این پژوهش به روشی مردم‌نگارانه انجام گرفت و داده‌ها از طریق مشاهده مستقیم، مشاهده همراه با مشارکت و گفتگوی عمیق و غیررسمی در بین دختران دهه ۸۰ شهر یزد، در نیمه دوم سال ۱۴۰۴ گردآوری شد. در این مطالعه از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده گردید و جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به اشباع داده ادامه یافت. در ادامه، روایت‌های کلی از فرایند نفوذ فرهنگ کره‌ای در زیست روزمره کی‌درامرها با استفاده از روش تحلیل مضمون ارائه گردید. براساس روایت‌های برآمده از زیستن در دنیای کی‌درامرها، کدهایی نظیر ژانر سیال، زمان ترمیمی، مصرف کی‌دراما، مذاکره با اشیا و چشیدن فرهنگ استخراج شد. در ادامه براساس رابطه معنایی که کدها با یکدیگر دارند به شیوه نظام‌مند مرتب شدند و مضمونی چون نفوذ فرهنگی و زبانی خلق گردید. لازم به ذکر است که این نفوذ حاصل مجاورت غیرمستقیم فرهنگی میان ایران و کره جنوبی است. پدیده‌ای که با گسترش اینترنت و سکوهای تولید محتوای ویدیویی شتاب بیشتری یافته و میزان تماس فرهنگی میان دو جامعه را به‌طور چشمگیری افزایش داده است.



حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. ۱۴۰۵ ©. ناشر این مقاله، انجمن انسان‌شناسی ایران است. این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و هر نوع استفاده غیرتجاری از آن مشروط بر استناد صحیح به مقاله و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.
Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

ارجاع به مقاله: شیرینی محمدآباد، حمیده. (۱۴۰۵). «سفر به دنیای کی‌درامرها: مطالعه مردم‌نگارانه نفوذ زبان و فرهنگ کره‌ای در زندگی روزمره دختران نسل زد شهر یزد».

نامه انسان‌شناسی، ۲۳ (۴۲): ۳۳-۵۴.

<https://doi.org/10.22034/jasi.2026.2088099.1623>

مقدمه و طرح مسئله

طی دهه‌های اخیر فرهنگ کره‌ای نه تنها در آسیا بلکه در سراسر جهان نیز رشد یافته است. این رخداد هم‌زمان با ظهور اینترنت صورت گرفت و به لطف جهانی شدن منجر به توزیع گسترده سریال‌های کره‌ای در سراسر جهان شد، که به این فرایند «موج کره‌ای» نیز می‌گویند (Truc et al., 2024: 112). کی دراماها، سریال‌های کره‌ای کوتاه هستند و به زبان‌های متعدد ترجمه شدند و در حدود صد کشور به‌صورت آنلاین از طریق یوتیوب و نتفلیکس در دسترس هستند (Ta Park et al., 2019: 2). مطالعات مختلفی نشان‌دهنده این امر است که سریال‌های کره‌ای در بین بسیاری از گروه‌های فرهنگی محبوب هستند و توانستند تغییرات فرهنگی معنی‌داری ایجاد کنند؛ به‌عنوان نمونه بر نگرش ژاپنی‌ها درباره هویت و جایگاه اجتماعی کره‌ای‌ها در ژاپن اثر گذاشتند (Chung, 2021: 31). علاوه‌براین سریال‌های کره‌ای با سریال‌های آمریکایی از نظر فقدان محتوای جنسی و همچنین تمرکز بر ارزش‌های کنفوسیوسی مانند مسئولیت‌پذیری و احترام به سایرین متفاوت هستند (Ambrosino, 2019) و از این‌رو است که در کشورهای مختلف از جمله ایران با اقبال زیادی روبه‌رو شدند.

ایرانیان برای نخستین بار در سال ۱۳۸۶ با سریال «جواهری در قصر» با موج کره‌ای روبه‌رو شدند که در بین مردم از محبوبیت ویژه‌ای برخوردار بود (محمدی و فرج‌زاده، ۱۴۰۱: ۲۰۱). با دیجیتالی شدن رسانه‌ها نیز محصولات فرهنگی کره‌ای نظیر کی‌دراما در بین نسل زد مورد توجه واقع شد و بر الگوی مصرف و انتخاب سبک زندگی آن‌ها اثر گذاشت (وفادار و همکاران، ۱۴۰۳). درواقع نوجوانان و جوانان امروزی به‌واسطه زندگی پرمشغله خود از جمله کلاس‌های فراوان و انبوه تکالیف که می‌تواند موجب بی‌انگیزگی و احساس خستگی در آن‌ها شود، سعی می‌کنند در زمان اوقات فراغت، کسالت خویش را با تماشای فیلم تسکین دهند. برای برخی از آن‌ها نیز تماشای سریال‌های کره‌ای به یک عادت تبدیل شده است (Yani & Afrianda, 2023: 1004). همچنین سریال‌های کره‌ای روابط عاشقانه و ایده‌آلی را به تصور می‌کشند که ممکن است انتظارات غیرواقعی را در بین بینندگان ایجاد کند و حتی به‌واسطه اینکه شخصیت‌های اصلی سریال از نظر سبک پوشش و اندام، زیبایی بی‌نقصی دارند می‌توانند نگرش نوجوانان و جوانان را تغییر دهند (Touhami & Al-Haq, 2017).

براساس قدرت تأثیرگذاری بالایی که سریال‌های کره‌ای دارند، این پژوهش بر آن است تا با استفاده از روش مردم‌نگاری، فرآیند نفوذ زبان و فرهنگ کره‌ای را در زندگی روزمره دختران نسل زد شهر یزد مورد واکاوی قرار دهد. درواقع یزد به‌عنوان شهری با هویت فرهنگی غنی، در جریال تعامل غیرمستقیم بین فرهنگ ایران و کره جنوبی چگونه به جذب عناصر فرهنگی کره جنوبی پرداخته است. ازاین‌رو سوال اساسی این نوشته آن است که دختران یزدی چه داستان‌هایی را درباره تجربیات خود از جذابیت درام‌های کره‌ای روایت می‌کنند؟ و اینکه چه مضامین مشترکی در نتیجه داستان‌های دختران کی‌درامر پدیدار می‌شود؟

چارچوب مفهومی

برای فهم نفوذ فرهنگی سریال‌های کره‌ای از مفاهیم نظری امپریالیسم فرهنگی، پذیرش و سازگاری با مدهای روز در دنیای رسانه و قدرت کاشت محتواهای تلویزیونی بر نگرش بینندگان استفاده شده است. زیرا از زاویه نگاه این نظریات می‌توان ماهیت رفتار مصرفی کی‌درامرها را بازنمایی کرد.

نظریه امپریالیسم فرهنگی ادعا می‌کند که فرهنگ‌های غالب می‌توانند از طریق انتشار در رسانه‌های جمعی، منحصربه‌فرد بودن فرهنگ‌های محلی را تحت‌الشعاع قرار دهند. در این مورد کره جنوبی از طریق موج کره‌ای، محتوای فرهنگی مورد نظر خود را به دنیا صادر می‌کند و نتفلیکس این روند را تسریع می‌نماید (Waheed et al., 2025: 90). علاوه‌براین سریال‌های کره‌ای به‌واسطه نقش مهمی که در شکل‌دهی به ادراک مخاطب و بازنمایی مضامین محوری مانند روابط عاشقانه یا شرکای ایدئال زندگی در سناریوهای خود دارند، می‌توانند به‌مثابه قدرت نرم^۱ عمل کنند (Saleem et al., 2023: 56) و اذهان مخاطبان را تحت‌تأثیر قرار دهند.

بر اساس نظریه پذیرش روندها^۲ نیز افرادی که در معرض محتوای رسانه‌های جمعی قرار می‌گیرند صرفاً بیننده نیستند، بلکه محتوای رسانه‌های اجتماعی، رفتار واقعی آن‌ها را شکل می‌دهند. درواقع مصرف‌کنندگان محتوای رسانه‌های جمعی نه تنها به تقلید آنچه می‌بینند، می‌پردازند بلکه به خرید آن نیز ترغیب می‌شوند (Linh & Go, 2026: 31). بنابراین براساس نظریه پذیرش روندها، گرایش نسل زد به استفاده از زیورآلات و اصطلاحات کره‌ای، حاصل در معرض سریال‌های کره‌ای قرار گرفتن و الگوبرداری و تقلید از زیورآلات کره‌ای است که در سکانس‌های مختلف یک سریال محبوب تکرار می‌شوند.

در نظریه کاشت، گرینر استدلال می‌کند که این نظریه بر قدرت اثرگذاری محتواهای تلویزیونی بر نگرش افراد درباره جهان پیرامون‌شان تأکید دارد (Surahman, 2016). نظریه کاشت دو نوع بیننده تلویزیون را با ویژگی‌های متناقض دسته‌بندی می‌کند: (۱) بینندگانی که کم تلویزیون تماشا می‌کنند، یعنی بینندگان معمولی که کمتر از دو ساعت تلویزیون می‌بینند؛ (۲) بینندگانی که زیاد تلویزیون تماشا می‌کنند، یعنی بینندگانی که حداقل چهار ساعت در روز را صرف دیدن تلویزیون می‌کنند. براساس نظریه کاشت مصرف زیاد محتوای رسانه‌های جمعی منجر به کاشت نوعی سبک زندگی و نگرشی خاصی نسبت به مصرف‌کنندگان خواهد شد و بینندگان، جهان را به گونه‌ای می‌بینند که با ساخت رسانه‌ها از واقعیت منطبق باشد (رحمانی و همکاران، ۱۴۰۲: ۹۸).

در مجموع تلفیق این سه نظریه امکان فهم نفوذ زبانی و فرهنگی سریال‌های کره‌ای را در بین دختران نسل زد فراهم می‌کند. از منظر نظریه امپریالیسم فرهنگی، کشور کره در عرصه تولید فیلم و سریال با ژانرهای جذاب و متنوع نه تنها طرفداران زیادی در بین دختران نسل زد پیدا کرده بلکه تحت‌تأثیر محتوای سریال‌های کره‌ای نگرش و علایق دختران را دگرگون ساخته است. نظریه پذیرش روندها نیز نشانگر این امر است که دختران کی‌درامر هم به تقلید آنچه در سریال‌ها می‌بینند، می‌پردازند و هم به خرید و امتحان کردن کالاهای فرهنگی کره‌ای نظیر سبک غذایی و زیورآلات کره‌ای که در سکانس‌های مختلف یک سریال می‌بینند، تمایل پیدا می‌کنند. علاوه‌براین

1. Soft Power
2. Trend Adoption

مطابق با نظریه کاشت گربنر تماشای زیاد سریال‌های کره‌ای نه تنها منجر به کاشت نوعی سبک زندگی کره‌ای در نسل زد شده که اثر آن را می‌توان در استفاده از زیورآلات و اصطلاحات کره‌ای دید. بلکه به واسطه محتوای جذاب، به وابستگی نسل زد به تماشای سریال‌های کره‌ای در ژانرهای مختلف دامن زده است.

پیشینه پژوهش

براساس بررسی پیشینه موجود، توجه به سریال‌های کره‌ای و نقش آن‌ها در نفوذپذیری فرهنگی همواره مورد توجه پژوهشگران بوده است. پیشینه‌های مورد بررسی در پژوهش حاضر نیز به سه دسته دلایل گرایش جوانان به تماشای سریال‌های کره‌ای، آثار مثبت موج کره‌ای بر زیست روزمره مردم و آسیب‌های برآمده از تماشای سریال‌های کره‌ای تقسیم می‌شوند که به مرور آن‌ها پرداخته خواهد شد.

برخی از پژوهش‌ها به دلایل جوانان برای تماشای سریال‌های کره‌ای پرداخته‌اند. برای نمونه در چندین مطالعه متفاوت، ذکایی و عزیززی همدانی (۱۳۹۴)، مجیدی و هوشمند (۱۳۸۹) و محمدی و فرج‌زاده (۱۴۰۱) بیان داشتند که تنوع بالای ژانر، مشابهت‌های فرهنگی ایران و کره، دوری از صحنه‌های اروتیک، استفاده از لباس‌هایی با رنگ‌های شاد و متنوع، گوشزد نمودن فضیلت‌های اخلاقی، عاشقانه‌های جذاب، کارکردهای جبران‌کننده و نیز تکمیل‌کننده فراغتی از دلایل هواداری آن‌ها از سریال‌های کره‌ای است. در مطالعه‌ای دیگر نیز سلیم و همکاران (Saleem et al., 2023) تأکید داشتند که خطوط داستانی منحصربه‌فرد، بازیگران خوش‌سیم، مکان‌های فیلم‌برداری زیبا، علاقه به زبان کره‌ای و تنوع فرهنگی از دلایل گرایش آن‌ها به تماشای سریال‌های کره‌ای است.

براساس برخی مطالعات انجام‌شده نیز مواجهه مکرر با محتوای هالیو^۱، نه تنها علاقه عاطفی و شناختی زنان را بالا برده، بلکه این امر خود، میل به سفر کردن به کره را افزایش داده است (Kim et al., 2025). همچنین به واسطه آنکه زبان کره‌ای لحن جذابی دارد، شواهدی از تمایل زنان نسبت به استفاده از اصطلاحات و واژگان کره‌ای به هنگام ارتباط روزمره نیز گزارش شده است (Naz & Qureshi, 2025). اما این اثرگذاری محدود به ترغیب تماشاگران به سفر کردن به کشور کره و یا استفاده از اصطلاحات کره‌ای باقی نمانده است. برای نمونه آنگارا (Anggara, 2025) تأثیر سریال‌های کره‌ای با ژانر وگاباند^۲ را بر جوانان مورد بررسی قرار داد و بیان کرد که اینگونه دراماها توانستند با موفقیت نظر جوانان را به خود جلب کنند و با آموزش‌های خود سواد مدنی و سیاسی آن‌ها را نسبت به بی‌خانمان‌ها و دوره‌گردها در محیط‌های آموزشی رسمی و غیررسمی افزایش دهند. تا پارک و همکارانش (Ta Park et al., 2021) نیز به نقش کی‌دراما به‌عنوان ابزاری آموزشی برای افزایش دانش و تغییر نگرش افراد نسبت به آزمایش ژنتیک و سلامت روان در میان آمریکایی‌های آسیایی تبار پرداختند. براساس یافته‌های آن‌ها سریال‌های کره‌ای فرصت مناسبی برای افزایش آگاهی درباره موضوعات مرتبط به سلامت ارائه می‌دهند.

در ارتباط با آسیب‌های ناشی از تماشای بیش از حد سریال‌های کره‌ای نیز می‌توان به مطالعه بونی‌نواخ و همکارانش (Bonny-Noach et al., 2024) اشاره کرد. در این مطالعه آن‌ها به این

۱. موج فرهنگی موسوم به کره‌ای را هالیو گویند.

۲. اکشن و جاسوسی

نتیجه رسیدند که هنجارها و مناسکی که در ارتباط با مصرف الکل در کره رایج است در سریال‌های کره‌ای بازتاب داشته و مخاطبان را نیز به آن جلب نموده است. برای نمونه ۳۶ درصد از پاسخگویان پژوهش آن‌ها بیان کردند که تا به حال سوجو^۱ نوشیده‌اند، ۴۱ درصد در طی سه ماه گذشته مصرف الکل داشتند و ۲۴ درصد از پاسخگویان طی دوازده ماه گذشته از نوشیدنی مست‌کننده استفاده کرده‌اند. علاوه‌براین پاسخگویان اندونزیایی و اسرائیلی که در مطالعه مورد نظر شرکت داشتند، در الگوهای مربوط به تماشای سریال‌های کره‌ای و مصرف الکل تفاوت معناداری با هم داشته و درصد بیشتری از اسرائیلی‌ها نسبت به اندونزیایی‌ها مصرف الکل را گزارش کردند.

در مقام جمع‌بندی لازم است عنوان گردد که در این پژوهش‌ها یا روش کمی غالب بود و یا کمتر بر انجام یک مطالعه کیفی عمیق تأکید شده بود. همچنین توجه به نفوذ فرهنگی سریال‌های کره‌ای در عرصهٔ زبانی، ذائقهٔ غذایی و تفریحی جوانان توجهی نشده بود. از این‌رو انجام یک مطالعهٔ مردم‌نگارانه با هدف واکاوی فرآیند نفوذ زبان و فرهنگ کره‌ای در زندگی روزمرهٔ دختران نسل زد ضرورت یافت.

روش‌شناسی

در مطالعه حاضر با توجه به اهداف و ماهیت خاص آن، از میان رویکردهای روش‌شناختی مختلف از رویکرد کیفی و روش مردم‌نگاری بهره برده‌ام. مردم‌نگاری یکی از شناخته‌شده‌ترین رویکردهای پژوهش کیفی است. در این روش، با تجزیه و تحلیل انتقادی گزارش‌های دست اول از افراد مطلع، تلاش می‌گردد تا تجربهٔ زیستهٔ آن‌ها از طریق مکالمات، گفتگوها و مشاهدات طولانی‌مدت کارهای روزمره درک شود (Qutoshi, 2024: 326). من نیز در این مقاله می‌خواهم کی‌درامرها را به شیوهٔ مردم‌نگارانه بررسی کنم. برای این کار، خود به یکی از فن‌های سریال کره‌ای تبدیل شدم و اولین کارم تماشای سریال‌های کره‌ای نظیر «مای نیم»، «کی ۲» و «مستر پلانکتون» بود. تماشای این سریال‌ها تأثیری عمیق بر من گذاشت و صحبت‌های دانشجویانم مبنی بر جذابیت و تنوع بالای سریال‌های کره‌ای و سناریوهای قوی همراه با درگیر کردن ذهن مخاطب، برایم تداعی شد.

بخشی از انگیزه نوشتن این مقاله به واسطهٔ گفتگوهایی که من با سه نفر از دانشجویانم که خود هوادار سریال‌های کره‌ای بودند، شکل گرفت. در شانزدهم آبان ۱۴۰۴ قراری با دانشجویان داشتم تا دربارهٔ موضوع پایان‌نامهٔ آن‌ها با هم گفت‌وگو کنیم. زینب و بلو از فضای حاکم بر سناریوهای سریال‌های کره‌ای و لحن بانمک آیدل‌ها^۲ به هنگام بازی در سکانس‌های مختلف صحبت می‌کردند. آن‌ها بیان می‌کردند که از اصلاحات جالب آیدل‌ها در زندگی روزمرهٔ خود استفاده می‌کنند. توصیف آن‌ها از سریال‌های کره‌ای مرا برانگیخت تا با سفر به دنیای کی‌درامرها به مطالعه فرایند نفوذ زبان و فرهنگ کره‌ای در زندگی روزمرهٔ دختران نسل زد بپردازم.

میدان تحقیق شامل گروه‌های کی‌درامری از نسل زد بود که در شهر یزد امکان دسترسی به آن‌ها فراهم بود. در این مطالعه از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده گردید و جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به اشباع داده ادامه یافت. علاوه بر این، ۱۵ مصاحبهٔ فردی و ۲ مصاحبهٔ گروهی (گروه دو

1. Soju

۲. خوانندگان، بازیگران و مدل‌های کره‌ای با نام idol به معنای بت و افراد قابل پرستش شناخته می‌شوند.

نفره) انجام شد و پژوهشگر از نیمه دوم سال ۱۴۰۴ به مدت شش ماه، با کی‌دراماها در ارتباط بود.

ابزارهای گردآوری داده در استراتژی پژوهشی مردم‌نگاری عبارت است از مشاهده مستقیم، مشاهده همراه با مشارکت، گفتگوی عمیق و غیررسمی که پژوهشگر تلاش می‌کند موضوع پژوهش خود را تا حد امکان از منظر خود افراد مورد مطالعه درک کند (Spradley, 1980). من نیز در کنار مشاهده مستقیم از گفت‌وگوی غیررسمی در جریان کار استفاده کردم.

در شروع گفت‌وگو از تکنیک پرسش توصیفی کلی بهره گرفته شد. برای نمونه، مدل زندگی کی‌دراماها چگونه است؟ یا یک روز معمولی یک کی‌درامر چگونه می‌گذرد؟ پس از آن با سوالاتی مثل: کدسوئیچینگ^۱ در موقعیت‌های واقعی مثل چت گروهی و جمع دوستانه چگونه انجام می‌شود؟ چه اصطلاحات کره‌ای وارد زندگی واقعی شما شده و طی تعاملات اجتماعی خود از آن‌ها استفاده می‌کنید؟ و چه اتفاقی افتاد که به طرفدار سریال‌های کره‌ای تبدیل شدید؟، گفتگو بر موضوع پژوهش تمرکز کرد. این سوالات کمک نمود تا کی‌دراماها بتوانند تجربیات خود را روایت کنند. پس از آن با ارتباط مستمر با چند کی‌درامر فرصت مناسب برای مشاهده دنیای آن‌ها برای من فراهم شد. در این پژوهش سعی کردم با تماشای سریال‌های کره‌ای و بودن در کنار چهار کی‌درامر مشاهده همراه با مشارکت داشته باشم. درواقع تلاش کردم با حضور، دیدن، لمس کردن، شنیدن و زندگی در بین افراد مورد مطالعه به این درک برسم که نفوذپذیری فرهنگی از قاب کی‌دراما چگونه رخ می‌دهد. منظور از نفوذپذیری فرهنگی عبارت از فهم و مشاهده آثاری است که هواداری از سریال‌های کره‌ای بر زیست روزمره نسل زد دارد.

علاوه‌براین برای شناخت فرایند نفوذ فرهنگی، از جمع‌آوری صداهای ضبط‌شده با اجازه افراد، عکاسی مجاز از اکسسوری‌ها و چت‌های کی‌دراماها استفاده گردید. نکات کلیدی مصاحبه نیز در دفترچه یادداشت نوشته می‌شد تا در مرحله پیاده‌سازی متن مورد توجه قرار گیرد. با توجه به آنکه در مردم‌نگاری تحلیل داده‌ها از جمع‌آوری داده‌ها جدا نیست (Hammersley & Atkinson, 2007: 158) بعد از انجام هر مصاحبه، متن مصاحبه‌های ضبط‌شده پیاده شد و یادداشت‌های موجود در دفترچه یادداشت تبدیل به متن گردید تا روایت‌برشی از زندگی مشارکت‌کنندگان نگاشته شود.

ابزار تحلیل داده‌ها نیز ساختن روایتی کلی از زیست روزمره کی‌دراماها بود که از روش تحلیل مضمون براون و کلارک (Braun & Clarke, 2006) برای خلق مضمون استفاده شد. به این منظور در ابتدا مشاهدات و یادداشت‌های میدانی برای نوشتن توصیفی از موقعیت‌ها، رویدادها و عمل‌های اطلاع‌رسان‌ها به صورت پاراگراف ارائه گردید و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته تبدیل به متن شد. در این مرحله با بازخوانی مکرر توصیفات ارائه‌شده از صحنه‌های مشارکتی و تعاملی، استخراج کدهای اولیه آغاز گردید و بارها و بارها یادداشت‌های میدانی و توصیفات ملموس و فربه مورد بررسی قرار گرفت تا کدهای اولیه خلق شدند. در مرحله بعد براساس رابطه معنایی که کدها با یکدیگر داشتند، مضمون اصلی شناسایی شد و در نهایت گزارش پایانی در قالب روایت و تفسیر مختصر ارائه گردید.

علاوه‌براین در انجام پژوهش، اصول اخلاقی انسان‌شناختی رعایت شده است که طی آن تمامی مصاحبه‌ها با میل و رضایت اطلاع‌رسان‌ها انجام گرفت. همچنین مشارکت‌کنندگان از موضوع و اهداف تحقیق آگاه شدند و سوالات مصاحبه به آنان نشان داده شد تا بدون دغدغه و با آرامش

۱. زمانی که گوینده بین دو زبان برای نمونه فارسی و کره‌ای جابه‌جا می‌شود و کلمات فارسی و کره‌ای را در گفتار با هم به کار می‌برد.

بتوانند پاسخ بدهند. از طرف دیگر به اطلاع‌رسان‌ها اطمینان داده شد که صدا و اطلاعات‌شان به‌هیچ عنوان در اختیار شخص سومی قرار نخواهد گرفت.

با توجه به اینکه اعتباریابی و ارزشیابی یافته‌ها همواره از اصلی‌ترین دغدغه‌های پژوهشگران کیفی و مردم‌نگاران است، سعی گردید تا از مهم‌ترین معیارهای اعتباریابی در پژوهش مردم‌نگاری نظیر مشاهده طولانی‌مدت و تکراری در میدان، جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه و مشاهده و طراحی سوالات مصاحبه و استخراج کدها در جریان پیشرفت کار، استفاده شود (کرسول، ۱۳۹۱).

یافته‌ها

در این پژوهش زیست روزمره هواداران سریال‌های کره‌ای به‌عنوان شکلی از نفوذ فرهنگی و زبانی بازنمایی می‌شود. تحلیل یافته‌های میدانی پژوهش نشان می‌دهد که نفوذ فرهنگی و زبانی کی‌درامرها نتیجه ارتباط میان تجربه هواداری با مضامینی نظیر ژانر سیال، زمان ترمیمی، مصرف کی‌دراما، مذاکره با اشیا و چشیدن فرهنگ است.

ژانر سیال

در کلاس درس زیست‌شناسی فرهنگی درباره روش‌های کمک باروری مشغول گفت‌وگو با دانشجویان بودم که مبینا پرسید: «مادر جایگزین همون رحم اجاره‌ایه؟». در جواب پاسخ دادم: بله. مبینا که خود را به سمت جلو کشیده بود و دستش را به تکیه‌گاه صندلی جلویی قلاب کرده بود، ادامه داد: «توی یه سریال کره‌ای هم یکی بود که اینطوری باردار شد». همان جا بود که کنجکاو شدم بدانم چرا اینقدر مشتاقانه از سریال‌های کره‌ای صحبت می‌کنند. زیرا برخی مواقع پیش می‌آمد که مطلبی را تدریس می‌کردم و دانشجویان مثال‌ها و مصادیق آن را از سریال‌های کره‌ای که دیده بودند، می‌آوردند. از این رو سوال کردم: «چیه سریال‌های کره‌ای اینقدر برای شما جذابه؟». اولین نفری که دستش را بلند کرد، مهدیه بود: «سریال‌هاشون انگار واقع‌گرایانه ست، جذاب، ژانرهاش مختلف و شخصیت‌های بانمکی داره. مثل سریال خنده در وایکیکی». بعد هم همه به خنده افتادند. دلیل خنده‌شان را جویا شدم: «آخه زبان بدن بازیگر سریال خنده در وایکیکی خیلی بانمکه». بعد هم الهه با لحن کره‌ای گفت: «تو سریالش می‌گه کچانا، کچانا»^۱ (در حالی که دستش را شبیه به بازیگر سریال کره‌ای در هوا تکان می‌داد).

کی‌درامرها نیز اشاره به تنوع بالای ژانرهای سریال‌های کره‌ای داشتند. برای نمونه، یکی از اطلاع‌رسان‌های من به نام بُلُو گفت: «تنوع فیلم‌هاشون خیلی زیاده و برای هر ژانری فیلم دارن، مثلاً درباره مسائل اجتماعی مثل تعرض، نابرابری، دزدی، عشق و مسائل رمانتیک فیلم می‌سازن. کلاً هم ابایی ندارن که چالش‌های جامعه‌شون رو از طریق فیلم نشون بدن. اما فیلم‌های ایرانی چالش‌های اجتماعی را رها کردن و رفتن سراغ محتواهای زرد».

ملیکا نیز دانشجوی رشته بازیگری است و به اقتضای رشته تحصیلی که داشته، همیشه او را مشغول تماشای فیلم و سریال‌های کشورهای مختلف می‌دیدم. به یاد دارم تماشای فیلم و سریال‌های کره‌ای به جزء جدایی‌ناپذیر زندگی ملیکا تبدیل شده بود. ملیکا می‌گفت: «وقتی یه

۱. اشکالی ندارد

سریال آمریکایی یا هالیوودی می‌بینم باید برم بینش یه کی‌دراما ببینم که اون سریالو بشوره ببره و بتونم یه چیز دیگه رو شروع کنم». در ادامه هم دلیل اصلی علاقه خویش به کی‌دراما را اینچنین بیان می‌کند:

کلاً کی‌دراما خیلی حس و حالش، کارگردانش، فیلمنامه‌نویسیش، تدوینش و حتی لوکیشنش متفاوت با سریال‌هایی که ما داخل هالیوود می‌بینیم... یعنی بخوام یه چیزی را خیلی واضح بگم اینه که، ما داخل سریال‌های هالیوودی شاید توی همون سکانس اول با یک صحنه جنسی روبه‌رو بشیم و یه خورده عجیب باشه که چرا این سریال اینجوری داره شروع میشه یا حتی ممکنه ادامه این سریال پر از صحنه‌های جنسی باشه. ولی داخل کی‌دراما همچین خبری نیست و وقتی دو نفر عاشق همدیگه میشن فقط نزدیک ۱۰ قسمت این دوتا نسبت به هم کراش دارن و حس‌شونو به همدیگه نمیگن. ولی یه سری کارایی برای همدیگه می‌کنن که مشخصه عاشق همن. اصلاً می‌دونی چیه؟ کی‌دراما به خاطر اینکه برخواسته از شرق آسیاست به فرهنگ ایرانی نزدیک‌تره و مخاطب ایرانی به راحتی باهاش ارتباط می‌گیره.

آوا نیز اظهار می‌داشت که:

کی‌دراما هم شاید آروم، لطیف، کیوت و نیاز داره هم شاید دارک داره. مثلاً فیلم‌های دارکی مثل شیطان وجود داره. یعنی واقعاً برای کسانی که زیر سن قانونی هستن، پیشنهاد می‌کنم که این فیلما رو نبینن. این فیلم سطح خشونت بسیار بالایی داره. یا مثلاً خاطرات یک آدم‌کش جز شاید دارک سریال‌های کره‌ایه اما من شاید دارک‌شونم خیلی دوست دارم. چون واقعیت زندگی رو می‌زنه تو صورت و خیلی رئال ساخته میشه.

زمان ترمیمی

دختران کی‌درامر در روایت‌های مردم‌نگارانه خود، الگوهای اوقات فراغت خود در خانه را به‌طور برجسته توصیف کرده و بر نقش سریال‌های کره‌ای در پر کردن زمان‌های استراحت تأکید داشتند. برای این دختران تماشای سریال‌های کره‌ای بیش از یک فعالیت تفریحی ساده بود. زیرا آن‌ها این تجربه را به‌مثابه یک کنش ترمیمی تلقی می‌کنند که به بازسازی انرژی روحی و جسمانی آن‌ها بعد از یک روز سخت کمک می‌کند. برای نمونه دلارام می‌گوید:

ساعت ۳ بعد از ظهر تازه از مدرسه رسیده بودم خونه. خستگی و فرسودگی استرس کنکور و حجم بالای درس‌ها تمرکزمو گرفته بود و هیچی تو سرم نمی‌رفت. تصمیم گرفتم برای یه هفته همه چیز رو بذارم کنار و فکرم رو آزاد کنم. برای همین همه کتابا را گوشه اتاق تلمبار کردم تا فعلاً چشمم به‌شون نیفته. برای یه هفته از صبح تا شب فقط سریال کره‌ای می‌دیدم. خیلی خوب بود. فکرم آزاد شد. بعد از یه هفته که برگشتم سراغ درس، انرژی بیشتری داشتم و چسبیدم به درس خوندن. انگار به این فراغت یه هفته‌ای نیاز داشتم. کلاً هر موقع از کار و درس خسته می‌شم دیدن سریال کره‌ای حالمو خوب می‌کنه.

این روایت ناظر بر مفهوم نیاز کاتر، گوروپچ و هاس نیز است. به باور آن‌ها، افراد از رسانه برای رفع نیازهایی نظیر نیازهای گریز از تنش (فراغت و آسایش) و نیازهای عاطفی (لذت‌بخش و زیبایی‌شناسانه) استفاده می‌کنند (به نقل از سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۲۶).

همچنین ۵ ماهی بود که مطالعه میدانی خود را در بین کی‌درامرها آغاز کرده بودم که با بُلو آشنا شدم. بُلو یک فیلم‌باز^۱ واقعی بود و به گفته خودش زمانی که فرصت کافی داشته باشد یک سریال کوتاه^۲ را در عرض یک روز تمام می‌کند. پنجشنبه ۲۸ اسفند روز تعطیل بُلو به شمار می‌آمد. قصد داشت سریال کوتاهی به نام «بازیچه» را که هشت قسمی بود، تماشا کند. مرا به خانه‌شان دعوت کرد تا با هم به تماشای سریال بپردازیم و من بهتر بتوانم اعمال و رفتار او را به هنگام تماشای سریال ثبت کنم. پنجشنبه نه دانشگاه داشت و نه باید سر کار می‌رفت. اتفاقاً اون روز اصلاً

1. Movie buff

2. Miniseries

حال خوبی نداشت (با دوستش حرفش شده بود) و حوصله هیچ کاری را نداشت. ساعت یک ظهر که شد، گوشی‌اش را به دست گرفت و بعد از چند دقیقه لمس کردن صفحه گوشی‌اش بالاخره سریال بازیچه را پیدا کرد و شروع کرد به تماشا کردن. انقدر هیجان فیلم و همین‌طور بازی جذاب بازیگر مورد علاقه‌اش او را مجذوب خودش کرده بود که یک لحظه از صفحه گوشی چشم برداشت و حتی نتوانست یک قسمت را به فردا موکول کند. کل سریال هشت قسمی را تو ی یک روز دید. حدوداً از ساعت یک ظهر شروع کرد و تا نه شب، یک‌سره فیلم دید. به یاد دارم از برخی از لحظات فیلم اسکرین شات می‌گرفت. دلیل این کار را از بلو جویا شدم:

من یکی از عاداتم اینه که اگه یه فیلم پایان خوب و تاثیرگذاری داشته باشه و به شدت حس خوبی بهم بده و جذبش بشم، یه اسکرین شات از اون لحظه‌ای که این احساس رو بهم داد، می‌گیرم تا تو ی ذهنم همیشه ثبت بشه.



شکل ۱. اسکرین‌شات برخی از سکانس‌های مورد علاقه کی‌درام‌های پژوهش. منبع: نویسنده، زمستان ۱۴۰۴.

Figure 1. Selected sequence screenshots favoured by the study's K-drama participants. Source: Author, Winter 2026.

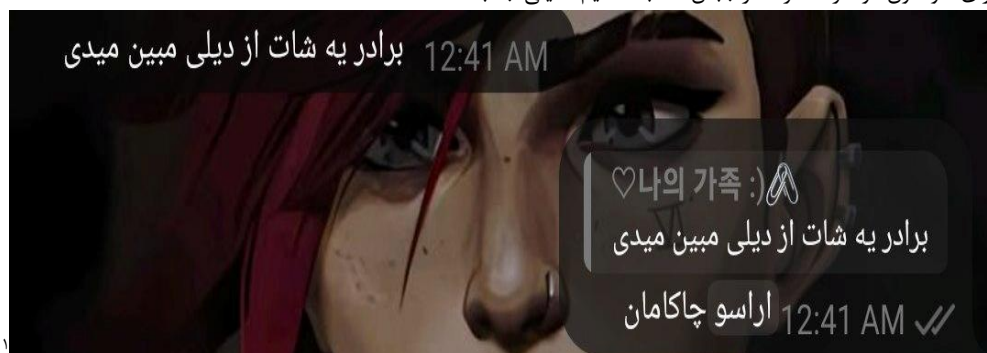
مصرف کی‌دراما

فاکس و میلر-ادریسی (Fox and Miller-Idriss, 2008) اشاره داشتند که «ذائقه مصرفی ملل» نه تنها به‌واسطه کنش‌های مصرفی روزمره افراد از محصولات ملی، بلکه همچنین از طریق مصرف

سریال‌های کره‌ای در رسانه‌های جمعی و مشاهده رفتاری که آیدل‌های کره‌ای انجام می‌دهند، تسهیل می‌شود (Fortunata and Utami, 2021: 878-881).

علاوه‌براین می‌توان گرایش زیاد نسل زد به استفاده از واژه‌های کره‌ای را با توجه به نظریه پذیرش روندها تبیین کرد. نظریه پذیرش روند به معنای درونی کردن الگوهای مُد شده‌ای است که در اثر مواجهه افراد با رسانه‌های جمعی رفته رفته درونی می‌شوند و مخاطبان آنرا به یکی از عادت‌های روزمره خود تبدیل می‌کنند (Linh & Go, 2026: 31). واژگان کره‌ای نیز چنین مسیری را طی کردند. این کلمات از طریق تکرار در سکانس‌های مختلف یک سریال جذاب و حتی شخصیت‌های محبوب سریال‌های کره‌ای وارد فضای زبانی دختران می‌شوند و به تدریج به ابزاری برای ایجاد حس تعلق بدل می‌گردند. برای نمونه زمانی که با زینب مشغول گفت‌وگو بودم، می‌گفت:

یه سری کلمات هست که خیلی وایرال شده. مثلاً آراس سو، کنچانا، هیپ بُدا (خیلی خوشگلی) و تُ کا را سو (چطوری فهمیدی). دلیل وایرال شدنشون اینه که ما با این کلمات، برای خودمون مفهوم خلق کردیم. مثلاً یه فیلم هست به نام خنده در وایکیکی که یکی از شخصیت‌هاش ناراحتیه. تو این شرایط دوستش میره کنارش میشینه. می‌زنه پشتش یا بغلش می‌کنه و میگه کنچانا کنچانا. نسل من با این کلمه خیلی ارتباط گرفت به خاطر همین وقتی من یا رفیقم حال‌مون بده. به هم میگیم کنچانا. تو این شرایط با این کار ارتباط بین‌مون عمیق‌تر میشه. همین که ما یه مفهوم مشترکی داریم که وقتی توی جمع هستیم می‌تونیم با اون کلماتی که برای خودمون دو نفر مشترکه، راجبش صحبت کنیم، خیلی جذابه.



شکل ۲. سخن گفتن از طریق کلمات کره‌ای در یک چت دو نفره. منبع: نویسنده، زمستان ۱۴۰۴.

Figure 2. Use of Korean words in one-on-one chat communication. Source: Author, Winter 2026.

مذاکره با اشیا

آمیزش انسان با اشیا تاریخ دور و درازی داشته و همواره بین آن‌ها معاوضه و داد و ستدی در جریان بوده است. درواقع اشیا به‌مثابه عامل‌هایی غیرانسانی با انسان‌ها در شبکه‌ای از روابط قرار گرفته و دارای معنا و انرژی خاصی می‌شوند. در بین کی‌درامرها نیز استفاده از اشیای کره‌ای بازنمایی‌کننده یک معنای خاص است. برای نمونه در فرآیند مطالعات میدانی دیده شد که استفاده از زیورآلاتی نظیر دستبند جیهوپ، دستبند یونگی، گردنبند ویوا لاییدا و دستبند صلیب در بین کی‌درامرها پررنگ است و طرفداران این سبک هنری از طریق آنلاین‌شاپ‌ها آن‌ها را خریداری می‌کنند. در این زمینه نل می‌گوید:

بعضی از شخصیت‌های سریال‌های کره‌ای به‌خاطر بازی قشنگ‌شون خیلی محبوب‌تر هستن و فتوکارت‌هاشون بیشتر فروش میره (مثل ووکی و شین هه سانو). من خودم از اونا داشتم و به‌عنوان بوک‌مارک ازشون استفاده می‌کردم. یا حتی یک سری از زیورآلات گروه بی‌تی‌اس موجود شد (مثل

دستبند جیهوپ و دستبند یونگی). اما خب از اونجایی که با این سریال‌ها زندگی می‌کنم، با اون کاراکترهای داخل فیلم و سریال‌ها حس نزدیکی دارم و دوست دارم اون زیورآلات رو داشته باشیم. اگر هم این زیورآلات را گردن کسی ببینم می‌فهمم کی درامره و سعی می‌کنم باهاش دوست بشم. کلاً حس خوبیه که به یه گروه خاص تعلق داری.

اما زینب برخلاف نل، احساس خاصی به هنگام استفاده از این زیورآلات ندارد و به بیان خودش: «حس کول بودن ندارم. بیشتر اکسسوریایی هم که استفاده می‌کنم رو هدیه بهم دادن. فقط یه گردنبند دارم که از یه آنالین شاپ کره‌ای گرفتم که دو سال هم طول کشید به دستم برسه».

لازم است عنوان گردد که این روایت ناظر بر ایده بدن‌مندی مرلوپونتی نیز هست که بر بُعد اجتماعی بدن و نقشی که زمینه‌های فرهنگی-اجتماعی در شکل‌گیری بدن دارند، تأکید داشته است (انواری، ۱۳۹۵: ۱۲۹). درواقع اگر از زاویه نگاه مرلوپونتی به زیورآلات کره‌ای نگاه کنیم، موج کره‌ای نه فقط اذهان بینندگان را مقهور خود ساخته، بلکه در سایه مدگرایی و وایرال‌سازی، در ساخت بدن‌های آن‌ها نیز مشارکت دارد.



شکل ۳. زیورآلات محبوب در بین کی‌درامره‌ای پژوهش. منبع: نویسنده، بهار ۱۴۰۵.

Figure 3. Popular jewellery among the study's K-drama participants. Source: Author, Spring 2026.

چشیدن فرهنگ

ادراک حسی نظیر چشیدن همان‌طور که یک عمل فیزیکی است یک عمل فرهنگی نیز هست و از نظر ساتن تمرکز بر غذا و حس‌ها به ما اجازه می‌دهد تا برخی از بنیادی‌ترین مرزهای عمومی و خصوصی را در حیات روزمره بررسی کنیم (ایزدی‌جیران، ۱۳۹۲: ۲۸-۲۷). درواقع فرهنگ کره‌ای از طریق یکی شدن با خوردنی‌هایی نظیر نودل، درون بدن کی‌درامرها نفوذ پیدا می‌کند و شاید خوردنی‌ها جزو معدود مواردی باشند که قدرت دارند تا یک فرهنگ را درون بدن این اجتماع زیست دهند. زیرا افراد با خوردن یک خوراکی هم غذای متعلق به یک فرهنگ را می‌خورند و هم واجد تجربه چشایی خواهند بود که مخصوص کره‌ای‌ها است. برای نمونه زمانی که با شب‌نم مشغول گفت‌وگو بودم. می‌گفت:

من از وقتی حدوداً کلاس ششم بودم دیدن کی‌دراما رو شروع کردم و خب توی کی‌دراما یه جوری نودل خوردن رو نشون میدن که انگار خوشمزه‌ترین غذای جهانیه و خیلییییییی هوس‌برانگیز نودل می‌خورن. یادمه اولین سریالی که دیدم یه پسری بازیگرش بود و خب این پسر خیلی پولدار بود. نودل یه غذای خیابونی برای کره‌ای‌ها محسوب میشه و غذای ارزونیه و این پسر دفعه اولش بود که نودل می‌خورد. انقدر از نودل خوشش اومده بود که حدوداً ده تا کاسه نودل خورد و انقدر با اشتها این نودل‌ها رو می‌خورد که فکر می‌کنم هر کسی اون فیلم رو می‌دید هوس نودل می‌کرد. خب منم از اینجا علاقه‌ام به نودل شروع شد. البته اون موقع هنوز نودل وارد باز ایران نشده بود و توی دنیای بچگی خودم با ماکارونی فاز نودل می‌گرفتم.

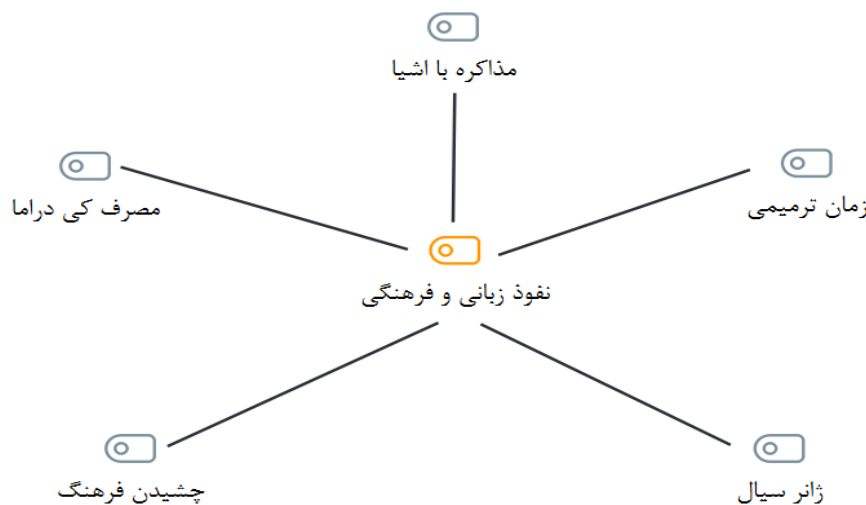
همین اشتها و علاقهٔ کره‌ای‌ها به نودل برام خیلی جذابه و البته سوپر مارکت‌های کره‌ای برای درست کردن نودل توی مغازه‌هاشون خیلی امکانات جالبی دارن. همیشه آب جوش، ماکروویو، میز و صندلی برای نشستن هست و اونا می‌تونن همونجا توی مغازه نودل‌شون رو درست کنن و بخورن. در کل توی همهٔ سریالا حتماً یه سکansı از خوردن نودل با اشتهای زیاد هست.

حتی به یاد دارم در ماه سوم ورود خویش به میدان مورد مطالعه‌ام، با یکی از دوستان کی‌درامرم قرار گذاشتیم با یکدیگر سریال کره‌ای ببینیم و نودل بخوریم. آرزو نودل مکعب شکل را که از نظر من بافت سفت و پیچ در پیچی داشت به درون آب جوش انداخت و چند دقیقه صبر کرد تا رشته‌های نودل از هم باز شوند. در این مرحله ادویهٔ نودل که درون بستهٔ نقره‌ای رنگی بود را اضافه کرد. آرزو می‌گفت: «من چون نودل را در آخر آبکش می‌کنم، یه کمم خودم بهش ادویه می‌زنم و شروع به ریختن فلفل، پودر سیر و مقداری ادویه کاری کرد». نودل آماده خوردن بود. آرزو به سبک سریال‌های کره‌ای نودل را با چاپ استیک می‌خورد و حتی مقداری سس تند و پنیر پیتزا روی نودل خود ریخت. برای اینکه من هم آن حس را تجربه کنم شروع به خوردن نودل به همراه سس تند و پنیر پیتزا کردم. چشیدن نودل به من کمک کرد تا به تجربهٔ فیزیکی عمیقی نسبت به سبک غذایی کی‌درامرها دست پیدا کنم. نودل برای من بسیار تند بود و بعد از خوردن آن احساس سنگینی زیادی داشتم. به نظرم نودل با ذائقهٔ من جور در نمی‌آمد. زمانی که دلیل تندی زیاد آن را جویا شدم، آرزو گفت:

کره‌ای‌ها نودل رو تند می‌خورن و منم کم‌کم به نودل تند علاقه‌مند شدم. هر زمان هم که دوست دارم سریع یه غذایی درست کنم، نودل رو ترجیح میدم. حتی هر موقع هم که می‌خوام فیلم کره‌ای ببینم، دوست دارم در کنارش نودل بخورم.

نتیجه‌گیری

این مقاله بر آن بود تا بخشی از شکاف موجود در مطالعات مرتبط با موج کره‌ای را پر کند؛ آنجایی که گرایش نسل زد نسبت به سریال‌های کره‌ای بین فرهنگ کره‌ای و فرهنگ ایرانی برخوردی به وجود آورده بود. این برخورد، خود را در تجربهٔ زیستهٔ کی‌درامرها وارد می‌کند. در طول این مقاله با تجربه‌هایی از برخورد میان دختران نسل زد با فرهنگ کره‌ای از قاب کی‌درامری مواجه شدیم که می‌توان آن‌ها را در روایت‌های پنج‌گانهٔ نفوذ زبانی و فرهنگی تفسیر کرد.



شکل ۴. مدل مفهومی از سفر به دنیای کی‌درامرها

Figure 4. Conceptual model of the journey into the world of K-dramas.

در روایت اول، استقبال گسترده دختران نسل زد از سریال‌های کره‌ای را شاهد بودم. دختران کی‌درامر تأکید بر تنوع ژانر، سناریوهای جذاب و واقع‌گرایانه داشتند. همچنین به واسطه اینکه سریال‌های مورد نظر برخاسته از شرق آسیا هستند و به فرهنگ ایرانی نزدیکی بیشتری دارند، مشارکت‌کنندگان راحت‌تر با آن ارتباط می‌گرفتند. این یافته با پژوهش‌های پیشین نیز همسو است و محققانی نظیر مجیدی و هوشمند (۱۳۸۹)، ملک‌پایین (۱۴۰۱) و محمدی و فرج‌زاده (۱۴۰۱) در پژوهش خود تنوع ژانر سریال‌های کره‌ای را برجسته کردند و نشان داده‌اند که تنوع داستانی و نوع ژانر فیلم سبب گرایش بالای مخاطبان به تماشای چنین سریال‌هایی شده است.

در روایت دوم، جامعه هدف مورد نظر بخش قابل توجهی از الگوی گذران اوقات فراغت و زمانی که برای بازسازی جسمانی و روانی آن‌ها اختصاص دارد را معطوف به تماشای سریال‌های کره‌ای می‌کنند. شدت این امر در برخی زمان‌ها به گونه‌ای است که می‌توان آن‌ها را فیلم‌باز تلقی کرد. این روایت ناظر بر مفهوم نیاز رسانه‌ای است که از سوی کاتز، گوروپچ و هاس مطرح شده است، آن‌ها به طرح یک نوع‌شناسی از نیازهای استفاده‌کنندگان رسانه‌ها پرداختند و بیان داشتند که بخشی از انگیزه مخاطبان، معطوف به نیازهای اطلاعاتی، عاطفی و فراغتی است که از سوی رسانه مرتفع می‌گردد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۲۶).

براساس نظر مک‌کویل مردم از رسانه‌ها برای سرگرم شدن، پر کردن اوقات فراغت، گریز از مشکلات زندگی روزمره و به دست آوردن آسایش عاطفی استفاده می‌کنند (اصالتی و مجیدی قهرودی، ۱۳۹۷: ۱۵). درواقع رسانه قادر است به ابزار موثری برای مقابله با استرس‌ها و فرسایش‌های ناشی از زندگی تبدیل شده و به عنوان یک استراتژی هیجان‌محور بر روی برخی از کاربران به عنوان یک کاهنده استرس عمل کند (Johnshoy et al., 2020: 113012). از این‌رو دختران کی‌درامر نیز از سریال‌های کره‌ای به دلیل تنوع ژانر و جذابیت محتوا، برای رفع نیازهای فراغتی و ترمیمی خود استفاده می‌کنند.

در روایت سوم و چهارم شاهد تأثیرپذیری محسوس و پایدار نسل زد از سریال‌های کره‌ای هستیم. این تأثیرپذیری که حاصل تماس غیرفیزیکی این نسل با فرهنگ کره است، خود را از طریق سخن گفتن به وسیله اصطلاحات کره‌ای و استفاده از زیورآلاتی که از سوی بازیگران محبوب کره‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد، نشان می‌دهد. این روایات ناظر بر نظریه کاشت گرینر است. این رویکرد به رسانه به عنوان عامل اجتماعی شدن می‌نگرد؛ زیرا محتوای رسانه قادر به اثرگذاری بر افکار و رفتار استفاده‌کنندگان خود است (نجفی خواجه‌بلاغ و همکاران، ۱۳۹۵: ۸۷). درواقع براساس رویکرد کاشت، سریال‌های کره‌ای به دلیل مشابهت‌های فرهنگی ایران و کره جنوبی امکان کاشت نوعی سبک زندگی کره‌ای را در بین دختران نسل زد فراهم آورده که نمود آن را می‌توان در استفاده از زیورآلات و اصطلاحات کره‌ای دید.

در روایت پنجم سعی کردم از خلال تجربه حسی چشایی نسبت به ذائقه غذایی کی‌درامرها بینشی به دست آوردم. زیرا که ابعاد حسی نودل یعنی بو، مزه، ظاهر و بافت آن جزو قدرتمندترین عناصری بودند که من را در ارتباطی نزدیک با ذائقه غذایی کی‌درامرها قرار دادند. این روایت به حس کردن فرهنگ می‌پردازد. زیرا عمل خوردن نوعی قورت دادن جهان بیرونی به جهان درون شخص است و به مثابه واسطی عمل می‌کند که می‌شود امر جمعی را به امری کاملاً شخصی تبدیل

کرد. این نوع فهم از جهان، را فهم حسی گویند که طی آن می‌شود به فهم چیزها و حتی جذب خود شیء و یکی شدن آن با بدن چشاینده تأکید کرد. چشیدن، فرایند درونی کردن را نشان می‌دهد؛ یعنی درونی کردن میراث فرهنگی یک جامعه که تبدیل به نوشیدنی و غذاها شدند (ایزدی جیران، ۱۳۹۲: ۴۲). درواقع خوردن غذای خاص از یک فرهنگ دیگر، پذیرش ارزش‌های پخته‌شده آن فرهنگ است و این تلاش مردم‌نگارانه می‌تواند فهم عمیق‌تری از معنای فرهنگی غذا و فرایند تبدیل آن به سبک زندگی ارائه دهد.

در مقام جمع‌بندی لازم است عنوان گردد که کی‌دراما به‌مثابه یکی از اثرگذارترین جریان‌های قدرت نرم توانسته است بدون اتکا بر قدرت سیاسی یا اقتصادی مستقیم، ذهن بسیاری از دختران نسل زد را در نقاط مختلف دنیا نظیر ایران تسخیر کند و الگوهای زبانی، مصرفی و هویتی آن‌ها را بازآرایی نماید. همچنین کی‌دراما به‌عنوان پلی فرهنگی عمل کرده که نسل زد را به جریان‌های جهانی متصل می‌نماید. البته این مواجهه خالی از تنش نیست و در جایگزین شدن عناصر فرهنگی کره‌ای به جای عناصر فرهنگی ایرانی نقش داشته است. ازاین‌رو پیشنهاد می‌گردد با انجام مطالعات طولی در بین دختران نسل زد در ایران تأثیرات مثبت و منفی مصرف کی‌دراما مورد واکاوی قرار گیرد. علاوه براین صنعت فرهنگی داخلی لازم است با بررسی دقیق سناریوها، زیبایی‌های بصری و شخصیت‌پردازی‌های سریال‌های کره‌ای پر پریننده و موفق از نظر دختران نسل زد، آثار بومی باکیفیتی را خلق کند که هم هویت ایرانی حفظ گردد و هم با ذائقه فرهنگی نسل جدید هم‌خوانی داشته باشد.

منابع

- اصلاتی، محمدعلی؛ مجیدی قهرودی، نسیم (۱۳۹۷). وابستگی و خشنودی، رویکردی جدید بر نظریه‌های تأثیر رسانه. *روزنامه‌نگاری الکترونیک*. ۳(۱۰). ۳۲-۷. <https://ensani.ir/file/download/article/1580113855-10132-10-1.pdf>
- انواری، زهره (۱۳۹۵). انسان‌شناسی زیستی در قرن بیست و یکم. *پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران*. ۶(۱). ۱۵۳-۱۳۵. [Doi:10.22059/ijar.2016.60819](https://doi.org/10.22059/ijar.2016.60819)
- ایزدی جیران، اصغر (۱۳۹۲). چشیدن مناسک: مردم‌نگاری حسی غذای نذری در تهران. *پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران*. ۳(۲). ۴۵-۲۵. [Doi:10.22059/ijar.2014.50843](https://doi.org/10.22059/ijar.2014.50843)
- ذکایی، محمدسعید؛ عزیزی همدانی، متین (۱۳۹۴). موج کره‌ای در ایران: انگیزه‌ها و آثار اقبال به فرهنگ عامه‌پسند کره‌ای در ایران. *مطالعات رسانه‌های نوین*. ۱۱(۳). ۷۷-۱۲۴. [Doi:10.22054/cs.2015.4594](https://doi.org/10.22054/cs.2015.4594)
- رحمانی، الهه؛ نقیب‌السادات، سیدرضا؛ تقی، آبادی، مسعود (۱۴۰۲). نقش رسانه‌های نوین در سبک زندگی سلامت‌محور (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی). *مطالعات رسانه‌های نوین*. ۹(۳۳). ۸۱-۱۲۱. [Doi:10.22054/nms.2023.65810.1346](https://doi.org/10.22054/nms.2023.65810.1346)
- سورین، ورنر؛ تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). *نظریه‌های ارتباطات*. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- کرسول، جان (۱۳۹۱). *پویای کیفی و طرح پژوهش؛ انتخاب از میان پنج رویکرد (روایت‌پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده‌بنیاد، قوم‌نگاری، مطالعه موردی)*. ترجمه حسن دانایی‌فرد و حسین کاظمی. تهران: صفار.
- مجیدی، نسیم؛ هوشمند، زهره (۱۳۸۹). بررسی دلایل پرمخاطب بودن سریال‌های کره‌ای در بین جوانان. *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*. ۱۱(۱). ۱۶۷-۱۹۵.
- محمدی، فاطمه؛ فرج‌زاده، طیبه (۱۴۰۱). تجارب زنان جوان از تماشای سریال‌های کره جنوبی. *فصلنامه علوم اجتماعی*. ۲۹(۹۸). ۲۳۳-۱۹۷. [Doi:10.22054/qjss.2023.75228.2682](https://doi.org/10.22054/qjss.2023.75228.2682)

- ملک‌پایین، فاطمه (۱۴۰۱). عوامل مرتبط دلایل و انگیزه‌های مخاطبان ایرانی در تماشای فیلم‌ها و سریال‌های خارجی؛ با تمرکز بر مسئله هویت فرهنگی (مطالعه موردی: پلتفرم‌های فیلم و نماو). پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مطالعات فرهنگی و رسانه. دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی.
- نجفی خواجه‌بلاغ، عسگر؛ عبدی، رمضانعلی؛ رجبی، امین؛ الیاسی، امیر (۱۳۹۵). تأثیر تماشای فیلم و سریال پلیسی بر افزایش آگاهی و احساس امنیت شهروندان. *مطالعات/امنیت/اجتماعی*. ۷(۴۵). ۷۵-۹۸. <https://sid.ir/paper/512437/fa>
- وفادار، مژگان؛ رستگار خالد، امیر؛ بقایی سرابی، علی (۱۴۰۳). نقش مصرف محصولات فرهنگی رسانه‌های آسیای شرقی (انیمه، کی‌دراما و کی‌پاپ) در هویت دختران نوجوان ۱۲-۱۸ سال در تهران. *پژوهش‌های ارتباطی*. ۳۱(۲). ۱۱۱-۱۴۵. [Doi:10.22082/CR.2024.2024614.2669](https://doi.org/10.22082/CR.2024.2024614.2669)

References

- Ambrosino, B. (2014). Here's why millions of Americans are binge-watching Korean dramas. *Diakses*. 16(08) 2018. Available online: <https://www.vox.com/2014/9/24/6832951/heres-why-millions-of-americans-are-binge-watchingkorean-dramas>
- Anggara, O. (2025). Vagabond: an alternative media of political education for youth through Korean drama. *International Journal of Comparative Education and Development*. 27(3-4). 200-215. <https://doi.org/10.1108/IJCED-10-2024-0099>
- Anvari, Z. (2016). Biological anthropology in the twenty-first century. *Iranian Journal of Anthropological Research*. 6(1). 135-153. <https://doi.org/10.22059/ijar.2016.60819>
- Asalati, M. A., & Majidi Ghahroudi, N. (2018). Dependency and gratification, a new approach to media effect theories. *Electronic Journalism*. 3(10). 7-32. <https://ensani.ir/file/download/article/1580113855-10132-10-1.pdf>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*. 3(2). 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Bonny-Noach, H., Sinambela, Y., Hanafi, E., Shina, C., & Siste, K. (2024). Problematic series watching and alcohol consumption among global audiences of Korean Drama in Israel and Indonesia. *Scientific reports*. 14(1). 17624. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-68700-4>
- Chung, A. Y. (2011). *Performative Labor: An Ethnography on South Korea's Magazine Industry*. Doctoral dissertation. Harvard University Graduate School of Arts and Sciences.
- Creswell, J. W. (2012). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (Narrative research, phenomenology, grounded theory, ethnography, case study)*. H. Danaeifard & H. Kazemi, Trans. Tehran: Saffar Publications.
- Fortunata, F., & Utami, L. S. S. (2021, August). *The effect of addiction of watching korean drama series on imitation behavior of adolescents*. In International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021) (pp. 876-883). Atlantis Press. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.
- Fox, J. E., & Miller-Idriss, C. (2008). Everyday nationhood. *Ethnicities*. 8(4). 536-563.
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (2019). *Ethnography: Principles in practice*. New York: Routledge.
- Izadi Jeyran, A. (2013). Tasting rituals: A sensory ethnography of Votive Food (Nazri) in Tehran. *Iranian Journal of Anthropological Research*. 3(2). 25-45. <https://doi.org/10.22059/ijar.2014.50843>
- Johnshoy, Q., Moroze, E., Kaser, I., Tanabe, A., Adkisson, C., Hutzley, S., Cole, C., Garces, S., Stewart, K., Campisi, J. (2020). Social media use following exposure to an acute stressor facilitates recovery from the stress response. *Physiology & behavior*. 223.113012. [Doi: 10.1016/j.physbeh.2020.113012](https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2020.113012).

- Kim, S., Choi, J., & Lee, H. (2026). Travel decision-making process through Hallyu (Korean Wave) consumption via new media: religious constraints as a moderator. *Journal of Islamic Marketing*. 17(3). 852-874. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2024-0616>
- Linh, Q. D., & Go, S. (2026). The Impact of Korean Makeup Trends on Social Media on Vietnamese Consumers' Brand Awareness and Cosmetics Purchase Intention-A New Perspective on the Theory of Planned Behavior. *경영학연구*. 55(1). 25-55. <http://dx.doi.org/10.17287/kmr.2026.55.1.25>
- Majidi, N., & Houshmand, Z. (2010). Investigating the reasons for the popularity of Korean series among youth. *Cultural-Communication Studies*. 11(11). 167-195.
- Malekpayin, F. (2022). *Factors related to the reasons and motivations of Iranian audiences in watching foreign movies and series; Focusing on the issue of cultural identity (Case study: Filimo and Namava platforms)*. Master's thesis. Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.
- Mohammadi, F., & Farajzadeh, T. (2022). Young women's experiences of watching South Korean TV series. *Journal of Social Sciences*. 29(98). 197-233. <https://doi.org/10.22054/qjss.2023.75228.2682>
- Najafi Khajehbalagh, A., Abdi, R., Rajabi, A., & Elyasi, A. (2016). The impact of watching detective movies and TV series on increasing citizens' awareness and sense of security. *Social Security Studies*. 7(45). 75-98. <https://sid.ir/paper/512437/fa>
- Naz, A., & Qureshi, H. (2025). Linguistic Impact: Exploring the Influence of Korean Dramas on Everyday Language of Pakistani Women. *Linguistics and Literature Review*. 11(1). 84-106.
- Pilot Study. *International journal of environmental research and public health*. 16(12). 2151.
- Qutoshi, S. B. (2024). Ethnography: A Method of Research and Genera of Writing for Informing, Reforming and Transforming Lives. *Journal of education and educational development*. 11(2). 323-331.
- Saleem, h., Hatim, J., & Jaweria, B. (2023). Youth Perspectives on Korean Dramas: Effects and Responses. *Global Multimedia Review*. VI(I). 53-61. [https://doi.org/10.31703/gmr.2023\(VI-I\).05](https://doi.org/10.31703/gmr.2023(VI-I).05)
- Rahmani, E., Naghibolsadat, S. R., & Taghiabadi, M. (2023). The role of new media in health-oriented lifestyle (Case study: Students of Allameh Tabataba'i University). *Journal of New Media Studies*. 9(33). 81-121. <https://doi.org/10.22054/nms.2023.65810.1346>
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2002). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media*. A. Dehghan, Trans. Tehran: University of Tehran Press.
- Spradely, P. J. (1980). *Participant Observation*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Surahman, S. (2016). The phenomenon of violent news in television media (cultivation theory perspective), *Lontar Journal of Communication Science*. 4(2). 31-42. <https://ejurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/330/374>.
- Touhami, B., & Al-Haq, F. A. (2017). The influence of the Korean wave on the language of international fans: A case study of Algerian fans. *Sino-US English Teaching*. 14(10). 598-626. <https://doi.org/10.17265/1539-8072/2017.10.004>
- Ta Park, V. M., Park, C. J., Kim, C., Nguyen, N. C. Y., Tran, A. T., Chiang, A., Rho, S. J., Olaisen, R. H., Vuong, Q., Rosas, L. G., & Cho, M. K. (2021). Use of Korean dramas to facilitate precision mental health understanding and discussion for Asian Americans. *Health promotion international*. 36(5). 1425–1438. <https://doi.org/10.1093/heapro/daab012>
- Trưc, X., Việ, T., Qua, N., & Quốc, B. P. H. (2024). A sociolinguistic study on the online interactions in a Korean dramas blog of overseas Vietnamese fans. *Journal of Science and Technology*. 60(10). 112-118. <https://doi.org/10.57001/huih5804.2024.332>
- Vafadar, M., Rastegar Khaled, A., & Baghaei Sarabi, A. (2024). The role of consuming East

- Asian cultural media products (Anime, K-Drama, and K-Pop) on the identity of female adolescents aged 12-18 in Tehran. *Communication Research*. 31(2). 111-145. <https://doi.org/10.22082/CR.2024.2024614.2669>
- Waheed, S., Ahmad, M., & Bhatti, Z. I. (2025). Influence of K-Pop Dramas on Pakistani Youth: A Case Study on Netflix's Role in Cultural Transformation. *FWU Journal of Social Sciences*. 19(2). 89-110. <https://doi.org/10.51709/19951272/summer2025/7>
 - Wang, L., & Lee, J. H. (2021). The impact of K-beauty social media influencers, sponsorship, and product exposure on consumer acceptance of new products. *Fashion and Textiles*. 8(1). 15. <https://doi.org/10.1186/s40691-020-00239-0>
 - Yani, S. A., & Afrianda, S. M. (2023). The Impact of Korean Dramas on Teenagers. *Warta Dharmawangsa*. 17(3). 1003-1026.
 - Zokaei, M. S., & Azizi Hamadani, M. (2015). Korean Wave in Iran: Motives and consequences of popularity of Korean popular culture in Iran. *Journal of New Media Studies*. 1(3). 77-124. <https://doi.org/10.22054/cs.2015.4594>