

بررسی خرده فرهنگ جوانان ایران در محتوی اشعار موسیقی پاپ

^۱ حسین میرزایی
^۲ انسیبه ساداتی
^۳ راحله کاردوانی
^۴ مهدی اکبریان
^۵ لیلافتحی

چکیده:

هدف از پژوهش حاضر بررسی خرده فرهنگ جوانان ایران در محتوی اشعار موسیقی پاپ می‌باشد. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش روش تحلیل محتوی کمی بود. این تحقیق به منظور توصیف محتوی مفاهیم اشعار مطرح شده در موسیقی پاپ مجاز بر اساس فهرست آثار صوتی منتشر شده دفتر نشر موسیقی در سال ۱۳۸۸ انجام شد. از میان ۳۰۰ آلبوم از آثار صوتی منتشر شده دفتر موسیقی در سال ۱۳۸۸ تعداد ۱۰ نفر از خوانندگان پاپ به شیوه تصادفی انتخاب گردیدند و محتوی اشعار تعداد ۷۰ آهنگ بررسی گردید. در فرآیند تحلیل داده‌ها در مرحله اول (کدگذاری باز) تعداد ۵۰۴ کد به دست آمد. کدگذاری باز فرآیند شکستن و مفهوم‌سازی داده‌ها است، کدهای سطح یک نسبتاً ساده‌اند و به مرور تغییر می‌یابند. در مرحله دو با خلاصه‌کردن کدها در گروه‌های مشابه تعداد ۷۶ مقوله به دست آمد و در مرحله سوم یعنی کدگذاری محوری مقولات انفعال جوان و جنسیت در محتوی اشعار پاپ به عنوان مقوله‌های مرکزی انتخاب گردیدند. یافته‌ها: در این تحقیق محتوی ۷۰ شعر در آلبوم‌های ۱۰ خواننده مورد بررسی قرار گرفت که ۴۵/۸۳ درصد مفاهیم (۲۳۱ مورد) مربوط به جنسیت و ۵۴/۱۶ درصد (۲۷۳ مورد) مربوط به انفعال جوانان بود. از بین مفاهیم مطرح شده در محتوی اشعار موسیقی پاپ بیشترین درصد مربوط به وصف‌پار و دیدار عاشقانه ۱۷/۵۸ درصد (۴۸ مورد) بود. آنچه از یافته‌های این پژوهش مشهود است ۵۴/۱۶ درصد (۲۷۳ مورد) از مفاهیم مطرح شده در محتوی اشعار به مفاهیمی اختصاص دارد که نشان از انفعال، بی‌ارادگی و وادادگی جوان دارد. خرده فرهنگ جوانان برگرفته از موسیقی پاپ نشان از انفعال، بی‌ارادگی و وادادگی جوانان دارد. پیشنهاد می‌گردد مسؤولین و برنامه‌ریزان فرهنگ و نظارت بر موسیقی به ویژه پاپ به این مهم توجه داشته باشند و با نظارت بیشتری بر اشعار و محتوی موسیقی در راستای غنی‌تر کردن آن همگام با آموزه‌های دینی اقدام نمایند.

کلیدواژه: خرده فرهنگ، جوانان، موسیقی پاپ، موسیقی

^۱ - استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه تهران

^۲ - کارشناس ارشد مطالعات زنان - حقوق زن در اسلام - دانشگاه تربیت مدرس

^۳ - کارشناس ارشد مطالعات زنان - حقوق زن در اسلام - دانشگاه تربیت مدرس

^۴ - کارشناس ارشد رفاه اجتماعی، نویسنده مسؤول و عهده دار مکاتبات

^۵ - کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دستیار علمی دانشگاه پیام نور واحد نظرآباد

۱- مقدمه

از آنجا که موسیقی عنصری اساسی از نظام فرهنگ به شمار می‌رود تا حد زیادی می‌تواند تعیین کننده برخی جهت‌گیری کلی فرهنگ و تغییرات فرهنگی رخ داده، باشد. گرایش به یک رفتار خاص، نظیر شنیدن موسیقی در شناخت فرهنگ عمومی یک جامعه و همچنین خرده فرهنگ‌های موجود در آن کمک شایانی می‌نماید. جوانان به عنوان عمده‌ترین مصرف کنندگان موسیقی بر حسب علائق‌شان می‌توانند اعضای خرده فرهنگ یا خرده فرهنگ‌هایی تلقی گردند که به مصرف موسیقی تمایل دارند و بدان پایبند هستند. شفرز (۱۳۸۳) گزارش کرد که پژوهش‌های انجام شده درباره جوانان در سال‌های اخیر بر اهمیت نقش موسیقی در زندگی جوانان بیش از پیش خبر می‌دهد. موسیقی علاوه بر اهمیت وافر در زندگی جوانان یکی از سرگرمی‌های عمده آنها نیز هست. ویل استرا نشان می‌دهد که چگونه موسیقی می‌تواند یکی از محورهای تعیین کننده خرده فرهنگ‌ها باشد. از نظر ویل استرا ویژگی‌هایی نظیر سن، قوم، نژاد یا طبقه از مهمترین عوامل تعیین مخاطبان انواع موسیقی است. (استرا، ۱۳۷۸، ۴۰۲) بین خرده فرهنگ جوان و موسیقی، خاصه موسیقی پاپ نه تنها رابطه نزدیکی وجود دارد بلکه می‌توان آن دو را متقابلاً پیوسته و در هم تنیده به شمار آورد. بنت می‌گوید موسیقی و سبک در فرهنگ جوان محور، ابعاد هم خانواده زندگی روزمره در عرصه‌ای از زمینه‌های اجتماعی و گستره‌ای جهانی، اشاعه می‌یابند. (بنت، ۲۰۰۰، ۱) این پژوهش بر آن است تا با پرداختن به این موضوع، خرده فرهنگ جوانان ایران را در محتوی اشعار موسیقی پاپ بررسی نماید.

۲- بیان مسأله

فرهنگ جوانان به عنوان بخشی از فرهنگ عمومی جامعه به همان میزان توسعه یافته و مستقل می‌شود که گروه جوانان به عنوان گروه سنی و اجتماعی مستقل در جامعه پذیرش می‌یابد. بهره‌گرفتن از مفهوم فرهنگ جوانان با اشاره به فرهنگ عمومی جامعه به این معناست که شکل و محتوای خاصی از فرهنگ مادی و به‌ویژه معنوی در نظر است. (شفرز، ۱۳۸۷، ۱۹۰)

فرهنگ جوانان تجلی استقلال، نوعی از احساس زندگی و نوع خاصی از ارزش‌های ویژه است. با توجه به همین موضوع، تنبروک (Tenbruck, 1965) فرهنگ جوانان را به عنوان «فرهنگ جزئی» تعریف می‌کند. فرهنگ جوانان درباره تمام امورات اجتماعی دارای استقلال رأی است به نظر تنبروک، فرهنگ جوانان نه تنها دارای ویژگی‌های آشکار در رفتار و ورزش و تفریح است، بلکه مدها، اخلاق، ادبیات، موسیقی و زبان مخصوص به خود دارد. (شفرز، ۱۳۸۷، ۱۹۰)

فرهنگ جوانان یا خرده فرهنگ جوانان به معنای مذکور، همواره به صورت پوشیده «ضد فرهنگ» یا

«فرهنگ جایگزین» است این بدان معناست که فرهنگ جوانان آگاهانه و خود خواسته لزوماً بخشی از فرهنگ عمومی، رسمی و مسلط نیست. (شفرز، ۱۳۸۷، ۱۹۱) یکی از نخستین کسانی که تعریفی از «خرده فرهنگ» ارائه داد، رابرت ریل بود. او خرده فرهنگ را به صورت زیر تعریف کرد: «از فرهنگ جزئی، نظام فرهنگی نسبتاً منسجمی را می توان فهمید که در بستر نظام کلی فرهنگ ملی، دارای دنیای ویژه خود است. چنین خرده فرهنگی ساختار و کارکرد ویژه خود را داراست. اعضای چنین خرده فرهنگی از سایر افراد جامعه تا اندازه ای متمایز هستند.» (Bell, 1961, 65)

پژوهش های کولمن در جامعه نوبالغها درباره ویژگی های اختصاصی فرهنگ جوانان، دریچه جدیدی را در این بحث گشود. کولمن براساس پژوهش های تجربی که در سال ۱۹۸۵ انجام گرفته بود، به این نتیجه رسید که «جامعه نوبالغها» در واقع نمایانگر کل جامعه در مقیاس کوچک است. به نظر کولمن عناصر عمده فرهنگ جوانان یا خرده فرهنگ جوانان به شرح زیر هستند:

- گرایش مشابه و احساس تعلق و پیوند به عناصر نمادین این فرهنگ: موسیقی راک، مدها و غیره. ارتباط و کنش متقابل جوانان تنها حول این عناصر صورت می گرفت.
 - این سبب پیرایش نوعی احساس پیوند روانی شدید به یکدیگر می شد.
 - عنصر اساسی، تمایل شدید به استقلال بود که این خود سبب تقویت پیوند روانی بین آنها می شد.
- (شفرز، ۱۳۸۷، ۱۹۴)

جوانان به عنوان عمده ترین مصرف کنندگان موسیقی برحسب علائق شان می توانند اعضای خرده فرهنگ یا خرده فرهنگ هایی تلقی گردند که به مصرف موسیقی تمایل دارند و بدان پایند هستند. بنابراین، مطالعه مصرف کنندگان جوان موسیقی پاپ از این جهت حائز اهمیت است که می تواند انعکاسی از وضعیت حوزه عمومی و واکنش جوانان به آن باشد. همانگونه که شفرز می نویسد: رفتار جوانان، رقص های عجیب و غریب آنها، رویاها به ایده آل طلبی، نوعی احساس خاص از زندگی که ویژه این سنین است و تلاش برای نشان دادن تمایز فرهنگ خود از فرهنگ بزرگسالان، عناصری هستند که جلوه آنها را می توان در موسیقی جوانان آشکارا دید. (شفرز، ۱۳۸۷، ۲۰۱)

از اوایل دهه ۵۰ میلادی موسیقی مدرن و غیر سنتی، مستقل از موسیقی بزرگسالان به تدریج شکل گرفت و سهمی در هرچه بارور کردن موسیقی به طور کلی داشت. از دهه ۶۰ و همزمان با جنبش های اعتراضی جوانان، موسیقی در زندگی جوانان اهمیت ویژه ای یافت. تمام پژوهش های انجام گرفته درباره جوانان در سال های اخیر دلالت بر اهمیت یافتن هرچه بیشتر موسیقی در زندگی جوانان دارند.

✓ شنیدن موسیقی یکی از سرگرمی های عمده جوانان در وقت آزاد شده است.

- ✓ جوانان مهمترین خریداران نوارهای موسیقی، سی‌دی‌ها و دیگر وسایل موسیقی هستند.
 - ✓ جوانان عمده‌ترین گروهی هستند که به نواختن موسیقی می‌پردازند.
 - ✓ علاقه به موسیقی در بین جوانان ارتباطی به سن، جنسیت و تعلقات طبقاتی آنها ندارد. (شفرز، ۱۳۸۷، ۲۰۳)
- در مورد پیدایش پدیده جوانی در ایران نیز می‌توان به ظهور نوعی فرهنگ متمایز جوانان در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ اشاره نمود که به دنبال افزایش استقلال جوانان با توجه به برخورداری برخی از خانواده‌ها به ویژه در اوایل دهه ۱۳۵۰ از رفاه نسبی و نیز افزایش سال‌های تحصیل از یک سو و ارتباط جوانان ایرانی با غرب، توزیع جهانی تولیدات موسیقی غربی و رواج تکنولوژی رسانه‌ای از سوی دیگر و همچنین روند صعودی افزایش جمعیت جوان کشور در شکل‌گیری خرده فرهنگ جوانان ایرانی مؤثر بوده‌اند. (قاسمی، ۱۳۸۵، ۲۸)
- با توجه به این که از یک سو بخش‌بزرگی از موسیقی مورد علاقه جوانان موسیقی سرگرم کننده است که به عنوان پاپ معروف است. و از سوی دیگر به دلایل فرهنگی در جامعه ما طیفی از جوانان طرفدار موسیقی پاپ مجاز (ضبط شده در داخل و دارای مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) می‌باشد. در این مجموعه سعی داریم با تحلیل اشعار مطرح شده در موسیقی پاپ مجاز، به بررسی خرده فرهنگ جوانان در محتوی اشعار موسیقی پاپ مجاز بپردازیم.

۳- پیشینه موضوع

بازار موسیقی جوانان پس از جنگ، پیامد مستقیم مجموعه‌ای از تحولات اجتماعی - اقتصادی بود که پس از جنگ جهانی دوم به وقوع پیوست. طی دوره پس از جنگ، غرب تحولی اقتصادی را از سر گذراند که به رشد مصرف‌گرایی انجامید. پیش از جنگ جهانی دوم، مصرف‌گرایی اساساً یک کنش طبقه متوسط به شمار می‌آمد. پس از جنگ جهانی دوم و فور فزاینده کالاها و پیشرفت‌های تکنولوژیک در عرصه تولید انبوه، بدان جا انجامید که مصرف به بخش مقبول و موجهی از زندگی طبقه کارگر نیز بدل گشت. تقاضاهای جدیدی برای کالاهای مصرفی با توسعه سریع گونه‌های مختلف کالاهای در دسترس، مواجه گشت. تمامی کالاها، از ماشین گرفته تا لوازم خانگی برقی همچون ماشین لباسشویی، میکسرهای غذا، اتوهای برقی، تلویزیون و ضبط صوت در قیاس با پیش از جنگ جهانی دوم قابل دسترس‌تر شدند. ظهور فنون جدید تولید انبوه کالا هم به معنای آن بود که چنین کالاهایی به نسبت قبل از جنگ با قیمت ارزان‌تری قابل دسترس بودند. دوره پس از جنگ، بدین ترتیب شاهد این امر بود. مصرف‌گرایی، به شیوه زندگی بسیاری از بخش‌های جامعه از جمله جوانان بدل گشت. توان مصرفی فزاینده جوانان به آنان

سطوح جدیدی از «استقلال از خانواده» را می‌بخشید. چنین استقلالی به طور چشمگیری توسط بازار نوظهور جوانان تقویت شد. صنایع کالاهای مصرفی سریعاً دریافتند که جوانان بازار پرسود و باثباتی را رقم زده‌اند و نتیجتاً دامنه وسیعی از کالاها که به‌طور مشخص برای آنان طراحی شده بودند، شکل گرفتند. بنابراین نسل جوان پس از جنگ علاوه بر استقلال مالی، نظارت و کنترل بیشتری بر اوقات فراغت خود داشتند تا جوانان نسل‌های قبل. کالاها و اشکال فراغتی که اختصاصاً به عنوان سبک زندگی جوانان طراحی شده بودند اشاره بر این نکته داشتند که جوانان این نسل، کمتر به خانواده و سلیقه‌های والدینشان در گذران اوقات فراغت وابسته بودند. همزمان با تحول فرهنگ جوان، ابزارهای تحلیلی و چشم اندازهای تئوریک که جامعه‌شناسان در تفسیر مفهوم اجتماعی فرهنگ جوان بکار برده‌اند نیز در طی زمان تغییر نموده است در دهه‌های گذشته، مطالعات جوانان بر موضوعاتی چون جرم و بزهکاری جوانان و در واقع بر «جوانی» به عنوان «مسئله‌ای اجتماعی» تأکید می‌نمودند. در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم ازدیاد سبک‌های مبتنی بر فرهنگ‌های جوان، منجر به تبیین‌های نوینی از فرهنگ جوان شد. (bennett,2001) بر همین اساس بنت معتقد است «ریشه‌ی نسخه‌های کنونی فرهنگ‌جوان به توسعه‌ی اقتصادی اجتماعی و تکنولوژیکی رخ داده در سال‌های بعد از دهه ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰ و باز می‌گردد.» (همان) در دوره‌ی پس از جنگ جهانی دوم با بالا رفتن سطح زندگی در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ توجه به نسل جوان را افزایش داد. در تصویری که از این نسل ارائه می‌شد جوانان مصرف کنندگان و لخرچی بودند که می‌توانستند با قدرت مصرف تازه یافته‌ی خویش، بازارهای مد، موسیقی پاپ و نشریات رنگارنگ را داغ کنند و به صنایع وابسته به این بازارها تحرک بخشند. (والاس، ۱۹۸۹ به نقل از آبوت و والاس، ۱۳۸۱، ۱۰۲) در رابطه با شکل‌گیری خرده فرهنگ جوانان و اعمال فرهنگی آنها نقطه‌نظرهای مختلفی عنوان شده‌است. بین خرده فرهنگ جوان و موسیقی، خاصه موسیقی پاپ نه تنها رابطه‌ی نزدیکی وجود دارد بلکه می‌توان آن دو را متقابلاً پیوسته و در هم تنیده به شمار آورد. آن گونه که بنت می‌گوید: «موسیقی و سبک در فرهنگ‌های جوان محور، [به عنوان] ابعاد هم خانواده‌ی زندگی روزمره در عرصه‌ای از زمینه‌های اجتماعی و گستره‌ای جهانی، اشاعه می‌یابند.» (bennett,2000)

شفرز نیز عنوان می‌کند که تمام پژوهش‌های انجام گرفته درباره‌ی جوانان در سال‌های اخیر، دلالت بر اهمیت یافتن هرچه بیشتر موسیقی در زندگی جوانان دارد، این بدان معناست که موسیقی ضمن اهمیت داشتن برای جوانان یکی از سرگرمی‌های عمده‌ی آنها نیز محسوب می‌شود. ضمناً جوانان به عنوان مصرف کنندگان و تولیدکنندگان موسیقی نیز مطرح هستند. (شفرز، ۱۳۸۷، ۲۰۲)

در ارتباط با افزایش گرایش جوانان به مصرف موسیقی عده‌ای از نویسندگان مدعی شده‌اند که منافع

بازرگانی که می‌خواسته‌اند از توسعه‌ی بازار جوانان سود ببرند در این امر دخیل بوده و در پدیده‌ی جوانی «دستکاری» کرده‌اند. همچنین دوره‌ی دبیرستان نیز برای اکثر جوانان تا سن ۱۵ و سپس ۱۶ سالگی افزایش پیدا کرد و بدین‌سان جوانان بیشتر در کنار یکدیگر و «جدا» از بالغان قرار گرفتند. (مور، ۱۳۷۶، ۱۲۵) دوایت مک دونالد (۱۹۵۷) با ارائه نظر مشابهی معتقد است فرهنگ توده و مصرف کالاهای فرهنگی نظیر موسیقی ساخته و پرداخته‌ی فن سالارانی است که در خدمت بازرگانان هستند. (به نقل از بیلینگتون و همکاران، ۱۹۹۱، ۴۷)

برخی دیگر از صاحب‌نظران به رابطه‌ی کارکردی موسیقی و خرده‌فرهنگ و برخی متغیرهای دیگر می‌پردازند. در همین رابطه ویل استرا، نشان می‌دهد که چگونه موسیقی می‌تواند یکی از محورهای تعیین‌کننده‌ی خرده فرهنگ‌ها باشد. از نظر وی ویژگی‌هایی نظیر سن، قوم، نژاد یا طبقه از مهمترین عوامل تعیین مخاطبان انواع موسیقی است. (استرا، ۱۳۷۸، ۴۰۲) به نظر فریث تحقیقات فینگان و کوهن نشان می‌دهند که موسیقی مردم پسند (پاپ) و راک نقش مهمی در بیان فرهنگی گروه‌های جوان دارد. از دیگر سو، این موسیقی یک نوع بیان قومی نیز هست. زیرا برای گروه‌های قومی مهاجر در غرب، ساختن موسیقی نوعی بیان و جشن گرفتن فرهنگی نیز تلقی می‌شود. (کوثری، ۱۳۸۲، ۱۵)

برخی صاحب‌نظران نیز با اشاره به کارکردی بودن موسیقی پاپ به اهمیت آن در خدمت به منافع گروه حاکم اشاره نموده‌اند، چنانچه شفرز می‌گوید، در دوران رایش سوم موسیقی جوانان در خدمت اهداف عوام‌فریبانه و سیاسی قرار گرفت. (شفرز، ۱۳۸۷، ۲۰۲)

هبدایچ در مطالعه‌ای درباره موسیقی و سبک خرده فرهنگ‌های جوانان ابراز می‌دارد که این گروه‌ها به عمد، سبکی از لباس، موسیقی و رفتار را پرورش می‌دهند که محرمانه است و تنها در درون گروه از آن استفاده می‌شود و در مخالفت و یا در جهت ویران کردن فرهنگ اصلی جاری می‌باشد. (بیلینگتون، ۱۳۸۰، ۸۳)

آدورنو در سال ۱۹۴۱ در مقاله‌ای در مورد موسیقی عامه دست به نقد هوشمندانه و ساختارمند موسیقی عامه‌پسند در جامعه غرب زد. او در این مقاله با برتری دادن موسیقی کلاسیک به موسیقی عامه‌پسند، این نوع موسیقی را تولید شده از سوی صنعت فرهنگ تحت تأثیر دو فرآیند استاندارد شدن و فردیت مجازی عنوان کرد. (استریناتی، ۱۳۸۴، ۹۸) از نظر آدورنو انسانی که دارای اوقات فراغت است باید هرآنچه را که صنعتگران فرهنگی به او عرضه می‌کنند بپذیرد. (Adorno, 1972, 122)

جولیا کوانگ، نیز در تشریح تعارض ارزش‌ها و ایدئولوژی رسمی در جامعه چین توجه جوانان به پیشرفت و دنبال کردن آرزوهای فردی جهت یافته به سوی رضامندی‌های آنی را مورد اشاره قرار داده و

معتقد است که جوانان چینی با رد ارزش‌های خشن نامربوط، که به عنوان «فرهنگ ایده‌آل» رسماً تجویز می‌شوند، به انتخاب آنچه خود مناسب و مطلوب تشخیص می‌دهند دست می‌زنند. (ذکایی، ۱۳۸۱، ۱۰)

با مرور ادبیات موسیقی و فرهنگ جوان می‌توان گفت در تحلیل موسیقی پاپ برخی از تحقیقات به کارکردهای موسیقی در خدمت به منافع گروه حاکم اشاره دارند و برخی نیز به پاسخ‌های نمادین جوانان در برابر تجویزات فرهنگی رسمی اشاره مستقیم نموده‌اند، برخی مخاطب را منفعل می‌پندارند و معتقدند که موسیقی پاپ برخلاف موسیقی کلاسیک ساختار تفکر برانگیز ندارد و گروهی دیگر معتقدند که مخاطب به صورت منفعل مصرف کننده نشانه‌ها نیست بلکه آنها را براساس خواسته‌های خود تفسیر می‌کند.

۴- تعریف مفاهیم و متغیرها

۴-۱- موسیقی پاپ

موسیقی پاپ معمولاً به عنوان موسیقی تعریف می‌شود که به شکل تجاری تهیه می‌شود یا هدف تولید آن سود مالی است. بنا به تعریف منتقد موسیقی و جامعه‌شناس متخصص موسیقی مردم پسند سایمون فریث^۱، موسیقی پاپ به عنوان یک صنعت شناخته می‌شود نه هنر. البته این موسیقی را می‌توان در حیطه بازار، ایدئولوژی، تولید و زیبایی‌شناسی هم معنا کرد. درواقع، «پاپ» طوری طراحی شده که برای همه جالب باشد و از هیچ جای خاصی نیامده و قرار هم نیست سلیقه خاصی را اعمال کند.

این موسیقی در اثر هیچ آرزوی پرمعنا به وجود نیامده و تنها جاه طلبی سازندگان آن سود و پاداش مادی است و با تعاریف موسیقایی، بسیار محافظه‌کارانه هم هست. موسیقی پاپ چیزی است که از بالا (کمپانی‌های ضبط صفحه، تهیه کنندگان رادیویی و تبلیغات‌چی‌ها) تدارک دیده شده و از میان مردم برنخواسته است. پاپ موسیقی است که به طور حرفه‌ای تهیه و بسته‌بندی شده است و چیزی نیست که بتوان آنرا به سلیقه خود تغییر داد و یا فرم آنرا تغییر داد.

به عبارت دیگر، موسیقی پاپ، نوعی موسیقی است که در دهه ۵۰ آغاز شد و آنچه در این مجموعه قرار می‌گیرد معمولاً برای گروه بزرگی از افراد جذاب است. با به وجود آمدن صفحه‌های پلاستیکی یا وینیل در دهه ۳۰ تا ظهور کامپکت دیسک یا CD در دهه ۸۰، موسیقی ضبط شده، نسبت به موسیقی زنده، بیش از پیش در دسترس قرار گرفت. ترانه‌های پاپ معمولاً در ۳ دقیقه اجرا می‌شوند و در آنها از ملودی-هایی استفاده می‌شود که معمولاً بسیار شنیدنی بوده و توجه عده بسیاری را به خود جلب می‌کنند.

مشخصه موسیقی پاپ یک عنصر ریتمیک سنگین در زیر است که معمولاً توسط دستگاه‌های تقویت

^۱ - Simon Frith

کننده الکترونیک^۱ اجرا می‌شود و ملودی اصلی بر این ریتم غالب است. ترانه پاپ همچنین به ترانه‌های محبوبی که مردم به زمزمه و خواندن آن علاقه دارند نیز اطلاق می‌شوند. موسیقی پاپ از نظر تجاری موفق است و سبک مورد علاقه ایستگاه‌های رادیویی است زیرا قابل دسترس بوده، راحت در یاد می‌ماند و مخاطبین زیادی را به خود جلب می‌کند.

۴-۱-۱- موسیقی پاپ از منظر جامعه‌شناسی

بخش بزرگی از موسیقی مورد علاقه جوانان، موسیقی سرگرم‌کننده است که به عنوان موسیقی پاپ معروف است. موسیقی پاپ، ترکیبی از موسیقی ضربی و راک است. از «راک» نیز به طور عمده موسیقی «راک اند رول» دهه ۵۰ آمریکا و موسیقی ضربی انگلیس معروف به «بیت» دهه ۶۰ و اوایل دهه ۷۰ فهمیده می‌شود.

توسعه و تنوع و حرکت در فرهنگ موسیقی جوانان موجب شده که بزرگسالان برخورد بهتری با فرهنگ موسیقی جوانان داشته باشند و حتی در عرصه موسیقی جدی نیز از بخش‌هایی از موسیقی جوانان استفاده می‌شود. پدیده دیگر بزرگسال شدن تعدادی از جوانان است. بدون این که عقیده خود را درباره موسیقی مورد علاقه خود، به صورت رادیکال تغییر داده باشند فرآیند سازگاری موسیقی جوانان و بزرگسالان همچنان در جریان است. (شفرز، ۱۳۸۷)

۴-۱-۲- موسیقی پاپ از منظر روانشناسی

امروزه موسیقی پاپ یکی از همه‌گیرترین کالاهای فرهنگ عامه است که به بارزترین شکل ممکن در زندگی مردم حضور دارد. علاوه بر این، موسیقی پاپ ملازم سایر شکل‌های تجربه فرهنگی و محرک مصرف کالا است. موسیقی پاپ به منزله‌ی پدیده‌ی فرهنگی‌ای فوق‌العاده هوس‌انگیز و انطباق‌پذیر، نشانه‌ای است از بسیاری تنش‌ها و تعارض‌هایی که امروزه مفاهیم هویت و یگانگی اجتماعی و جنسیت و نیز ملازمات ناخودآگاهانه‌ی این مفاهیم در الگوهای نیاز و خیال‌پروری را تحت سیطره‌ی خود دارند.

موسیقی پاپ همچنین به سامان‌دهی رشد روانی جوانان به‌عنوان مصرف‌کنندگان کالا کمک می‌کند، زیرا این پدیده هم به صورت محصولی فرهنگی و هم به صورت حاشیه صوتی در آگهی‌های تجاری و مراکز خریدی در همه حوزه‌های مصرف استفاده می‌شود. در همین حوزه‌هاست که اشخاص به دنبال هویتی برای خود می‌گردند و بر هویت‌شان صحه گذاشته می‌شود. (ریچاردز، ۱۳۸۲، ۱۸۵-۱۸۲)

¹ - Amplifier

۲-۴- تعریف جوانی

جوانی به عنوان یک گروه جمعیتی و یک دوره سنی اساساً محصول مدرنیسم، صنعتی شدن، شهرنشینی، تفکیک اجتماعی فزاینده و رشد نهادهای آموزشی و حقوقی در جامعه جدید است. نگاه کلاسیک به جوانی مبتنی بر مدلی ذات‌گرایانه است که در آن عوامل زیستی و روان‌شناختی اهمیتی بیش از عوامل اجتماعی و فرهنگی می‌یابند. در این نگرش، جوانی به عنوان یک «مرحله زندگی» تلقی می‌شود که به طوریکسان جوانان را در معرض تأثیراتی که با رشد جسمانی و بلوغ همراه است قرار می‌دهد در این تلقی جوانی دوره‌ای از زندگی است که میان کودکی و بزرگسالی قرار می‌گیرد. تلقی جوانی به عنوان یک «مقوله اجتماعی» علاوه بر شاخص‌های زیست‌شناختی به تعاملات اجتماعی جوان با جامعه نیز توجه دارد. جامعه‌شناسان کارکردگرا گروه‌های سنی را محصول تعامل عوامل زیستی و اجتماعی می‌دانند. مفهوم‌سازی‌هایی نظیر «نسل تاریخی» و «خرده فرهنگ» و تأثیر آن در تعاملات نسل‌ها گواهی بر تعامل عوامل زیستی و اجتماعی است. (ذکایی، ۱۳۸۷، ۴۳)

۳-۴- خرده فرهنگ جوانان

توسل به خرده فرهنگ شاید تنها پاسخ و یا آسان‌ترین استراتژی برای کسب هویت و ابزار آن از جانب جوانانی باشد که احساس ذهنی یا واقعی کنار گذاشته شدن و در حاشیه ماندن دارند. خرده

فرهنگ امکان تسخیر بخشی از فضای نمادین و واقعی فرهنگ (مثلاً در حوزه عمومی) و در نتیجه تغییر جهان فرهنگی خویش را به این گروه می‌بخشد. بدین ترتیب، کارکرد اصلی خرده فرهنگ‌ها ایجاد هویتی خاص برای سازندگان و نیز گروندگان به آنها و مقاومت در برابر پذیرش منفعلانه‌ی حیات فرهنگی است که در آن زیست می‌کنند. (ذکایی، ۱۳۸۷، ۵۷)

به قول کوهن شکل‌گیری خرده فرهنگ‌ها تلاش ایدئولوژیکی برای حل جادویی مشکلاتی است که جوانان در دنیای واقعی با آن روبه‌رو هستند و افراد دیگر قادر به رفع آن نیستند. (کوهن، ۱۹۷۳، ۲۳) خرده فرهنگ‌ها انعکاسی از آنچه در جامعه در حال وقوع است می‌باشند و به جوانان فرصت‌ها و استراتژی‌هایی برای مانور در نظام اجتماعی، تطبیق با آن، و تفسیر آن بر حسب تمایلات و نیازهای خویش می‌بخشد. خرده فرهنگ‌ها این فرصت را در اختیار جوانان می‌گذارند تا تفاوت خویش را از بقیه‌ی جامعه نشان دهند، در همان حال با آن هم زیستی داشته باشند. مهمتر این که خرده فرهنگ‌ها همزمان با فراهم ساختن امکان هویت‌یابی فردی و دادن تشخیص فردی و به جوانان، امکان برخورداری حمایت جمعی را نیز برای آنها فراهم می‌سازند. (ذکایی، ۱۳۸۷، ۵۸)

۵- مبانی نظری

در میان نظریات مربوط به موسیقی پاپ می‌توان به تئوری تحلیل مخاطب، تئوری مربوط به تولید و نظریات هویت‌یابی اشاره نمود. در یک نگاه کلی می‌توان گفت دیدگاه تحلیل مخاطب شامل نظریات جامعه‌شناسی نظیر ماکس وبر، آدورنو، استوارت هال و هبداچ می‌باشد. ماکس وبر به چگونگی نفوذ عقلانیت در ساختار موسیقی کلاسیک پرداخته است و استوارت هال و هبداچ مخالف نظر انفعال مخاطب آدورنو بوده و معتقدند که مخاطب منفعل نیست و نشانه‌ها را بر اساس خواسته‌های خود تفسیر می‌کند. بر اساس نظریات هویت‌یابی نیز موسیقی پاپ نقش مهمی در هویت‌یابی جوانان داشته است و همچنین نقش مهمی در احراز هویت گروه‌های قومی، خرده فرهنگ‌ها و حتی ملت‌ها داشته است. از بین این نظریات در این پژوهش به شرح مبسوط نظریه آدورنو خواهیم پرداخت.

تئودور آدورنو در سال ۱۹۴۱ در مقاله‌ای در مورد موسیقی عامه دست به نقد هوشمندانه و ساختارمند موسیقی عامه پسند در جامعه غرب زد. او در این مقاله با برتری دادن موسیقی کلاسیک به موسیقی عامه-پسند، این نوع موسیقی را تولید شده از سوی صنعت فرهنگ تحت تأثیر دو فرآیند استاندارد شدن و فردیت مجازی عنوان کرد. (استریناتی، ۱۳۸۴، ۲۹۰)

طبق نظر آدورنو فرآیند استاندارد شدن موسیقی موجب استاندارد شدن مخاطب طبق الگوی کمپانی-های سازنده می‌شود. در واقع در این فرآیند عمل گوش دادن نیز توسط تولید کننده صورت می‌گیرد و گیرندگان، موجوداتی منفعل هستند که مسحور فضای یکنواخت آن می‌شوند. اما این یکنواختی تا حدی می‌تواند، فرد را تحت کنترل داشته باشد، در مرحله‌ای که فرد به مرز دلزدگی می‌رسد فرآیند فردیت مجازی وارد عمل می‌شود و آن عبارتست از تغییرات جزئی در موسیقی و کلام، تا به فرد اطمینان دهد فردیتش مورد احترام واقع شده است. این تحلیل آدورنو را بر آن داشت تا موسیقی را در جامعه سرمایه-داری «سیمان اجتماعی» بنامد که سعی دارد توده‌ها را در موقعیت اجتماعی‌شان نگه دارد و نوعی تخلیه احساسات در آنها صورت دهد. این نگرش آدورنو بی‌پاسخ نماند و نقدهای فراوانی را در پی داشت که به-طور عمده او را متهم کردند مخاطبان را بیش از اندازه بی‌اختیار تلقی کرده‌است. از جمله «استوارت هال» و «پدی وائل» در مقاله‌ای که می‌توان آن را اولین تحلیل اجتماعی موسیقی پاپ به شمار آورد، در ۱۹۶۴ متذکر شدند: «این تصور که جوانان اشخاصی ساده لوح و تحت استثمار صنعت موسیقی پاپ هستند بیش از اندازه ساده‌انگارانه است.» (استوری، ۱۳۸۶، ۲۲۳)

تحلیل آدورنو اگر به جهت ضعف‌هایی همچون نخبه‌گرا بودنش اکنون از جایگاه قدرتمندی برخوردار نیست، اما با توجه به اینکه به قول سایمن فریت (۱۹۸۲) «تحقیقاتش در بر گیرنده نظام مندترین تحلیل و نیز گزنده ترین انتقادها درباره فرهنگ توده ای است.» (استوری، ۱۳۸۶، ۲۲۲)، برای جوامعی که

رگه‌هایی از یک جامعه توده‌ای را دارند، مدل ارزنده‌ای در تحلیل موقعیت و وضعیت موسیقی و سایر محصولات فرهنگی ارائه می‌کند. بنابراین در تحلیل موسیقی در جامعه ایران نیز، می‌توان از رهیافت آدورنو بهره جست.

نکته کلیدی در بحث آدورنو، همانطور که گفته شد، در تعبیر «سیمان اجتماعی» است که درباره موسیقی عامه به کار برده‌است. یعنی به انفعال کشاندن توده‌ها و راضی نگه‌داشتن آنها به موقعیتی که دارند. به عبارتی موسیقی برای آنها حکم یک ماده تخدیری را دارد که وادارشان می‌کند به وضع موجود رضایت دهند. این کار هم از طریق بسته‌بندی کردن و استاندارد کردن سلیقه‌ها صورت می‌گیرد. شاید بتوان تعبیر «سیمان اجتماعی» را در تحلیل موسیقی ایران به کار برد اما نه با فرآیندی که آدورنو برای موسیقی عامه در نظام سرمایه‌داری معرفی می‌کند. به دلایلی همچون؛ مخاطب متفاوت از نظر فرهنگی، نبودن یک نظام سرمایه‌داری مستقل و تعیین‌کننده و سلطه اقتدارگرانه حکومت و تا حدی سرمایه‌داری کمپرادور در ایران.

۶- روش تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش روش تحلیل محتوی کمی می‌باشد. این تحقیق به منظور توصیف محتوای مفاهیم اشعار مطرح شده در موسیقی پاپ مجاز براساس فهرست آثار صوتی منتشر شده دفتر نشر موسیقی در سال ۱۳۸۸ انجام شده است. تحلیل محتوی آزمون نظام‌مند و تکرارپذیر نمادهای ارتباطی است که طی آن ارزش‌های عددی براساس قوانین معتبر اندازه‌گیری و به متن نسبت داده می‌شوند. (رایف، ۱۳۸۱، ۸۶)

از میان ۳۰۰ آلبوم از آثار صوتی منتشر شده دفتر موسیقی در سال ۱۳۸۸ تعداد ۱۰ نفر از خوانندگان پاپ به شیوه تصادفی انتخاب گردیدند و محتوی اشعار تعداد ۷۰ آهنگ بررسی گردید. در فرآیند تحلیل داده‌ها در مرحله اول (کدگذاری باز) تعداد ۵۰۴ کد به دست آمد. کدگذاری باز فرآیند شکستن و مفهوم-سازی داده‌هاست، کدهای سطح یک نسبتاً ساده‌اند و به مرور تغییر می‌یابند. (Holloway, 1385:126) در مرحله دو با خلاصه‌کردن کدها در گروه‌های مشابه (Holloway, 1385:127) تعداد ۷۶ مقوله به دست آمد و در مرحله سوم یعنی کدگذاری محوری مقولات انفعال جوان و جنسیت در محتوی اشعار پاپ به عنوان مقوله‌های مرکزی انتخاب گردیدند. مقوله مرکزی مقوله عمده‌ای است که بقیه مقوله‌ها را به هم ربط می‌دهد. خط سیر مطالعه را نشان می‌دهد. (Holloway, 1385:128) برای بررسی هریک از مقولات از جداول توزیع فراوانی و نمودار استفاده گردیده است.

۷- یافته‌های تحقیق

در این تحقیق محتوی ۷۰ شعر در آلبوم‌های ۱۰ خواننده مورد بررسی قرار گرفت که ۴۵/۸۳ درصد مفاهیم (۲۳۱ مورد) مربوط به جنسیت و ۵۴/۱۶ درصد (۲۷۳ مورد) مربوط به انفعال جوانان بود (جدول شماره ۱).

جدول شماره ۱- توزیع محتوی اشعار پاپ بر حسب مقولات محوری (جنسیت و جوانی)

مفاهیم	تعداد	درصد
مرد	۹۶	۱۹/۰۴
زن	۱۳۵	۲۶/۷۸
جوان	۲۷۳	۵۴/۱۶
کل	۵۰۴	۱۰۰

۸- مؤلفه‌های مربوط به جنسیت در اشعار پاپ

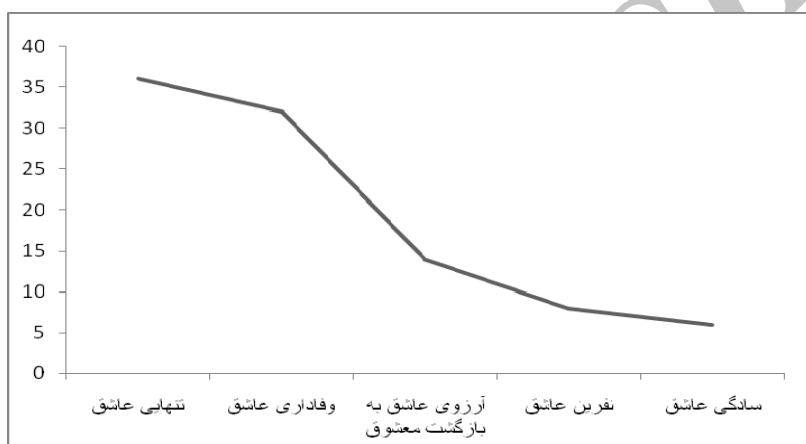
۸-۱- صفات و ویژگی‌های عاشق و معشوق

از میان صفات نسبت داده شده به عاشق در اشعار پاپ ۳۷/۵ درصد (۳۶ مورد) مربوط به تنهایی عاشق، ۳۳/۳ درصد (۳۲ مورد) مربوط به وفاداری عاشق، ۱۴/۵۸ درصد (۱۴ مورد) آرزوی بازگشت معشوق، ۸/۳۳ درصد (۸ مورد) نفرین عاشق و ۶/۲۵ درصد (۶ مورد) مربوط به سادگی عاشق بوده است. همچنین در مقابل ۲۵/۹۲ درصد (۳۵ مورد) مربوط به خیانت عاشق، ۳۳/۳ درصد (۳۲ مورد) مربوط به بی‌وفایی معشوق، ۲۳/۷ درصد (۳۲ مورد) مربوط به رفتن معشوق و ۳۶/۲۹ درصد (۴۹ مورد) مربوط به جفا، نامهربانی و دروغگویی معشوق است. صفات و ویژگی‌های مردان در جدول شماره دو و نمودار شماره یک و صفات و ویژگی‌های زنان در جدول شماره سه و نمودار شماره دو مشهود است.

جدول شماره ۲ - صفات و ویژگیهای مردان

صفات و ویژگیها	تعداد	درصد
تنهایی عاشق	۳۶	۳۷/۵
وفاداری عاشق	۳۲	۳۳/۳
آرزوی بازگشت معشوق	۱۴	۱۴/۵۸
نفرین عاشق	۸	۸/۳۳
سادگی عاشق	۶	۶/۲۵
کل	۹۶	۱۰۰

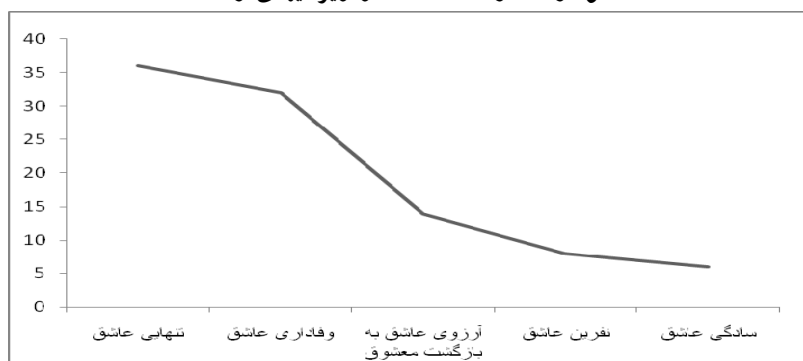
نمودار شماره ۱- صفات و ویژگیهای مردان



جدول شماره ۳- صفات و ویژگیهای زنان

صفات و ویژگیها	تعداد	درصد
خیانت	۳۵	۲۵/۹۲
بی وفایی	۱۹	۱۴/۰۷
رفتن معشوق	۳۲	۲۳/۷
نامهربانی، دروغگویی و جفای معشوق	۴۹	۳۶/۲۹

نمودار شماره ۲- صفات و ویژگیهای زنان



بر اساس تحلیل محتوی کمی توزیع مفاهیم مطرح شده در اشعار پاپ بر حسب توصیف مفاهیم مربوط به جوان در جدول شماره چهار قابل مشاهده است.

جدول شماره ۴- توزیع مفاهیم مطرح شده در اشعار پاپ بر حسب توصیف مفاهیم مربوط به

جوان

مفاهیم	تعداد	درصد
مردن و نابودی	۲۴	۸/۷۹
یاس و ناامیدی	۱۹	۶/۹۵
دلتنگی	۱۲	۴/۳۹
شکست در عشق	۲۹	۱۰/۶۲
اشک و بغض و آه و گریه	۳۲	۱۱/۷۲
تقدیر و قسمت	۱۳	۴/۷۶
گله و شکایت به خداوند	۷	۲/۵۶
فریاد زدن	۳	۱/۰۹
اعتماد کردن	۱۵	۵/۴۹
حسرت و پشیمانی	۲۷	۹/۸۹
دل‌کنندن و جدایی	۱۹	۶/۹۵
وصف یار و دیدار عاشقانه	۴۸	۱۷/۵۸
دوست داشتن و عاشق شدن	۲۰	۷/۳۲
فراموشی خاطرات	۲	۰/۷۳
نفرت	۳	۱/۰۹
کل	۲۷۳	۱۰۰

همانطور که در جدول شماره چهار ملاحظه می‌شود از بین مفاهیم مطرح شده در محتوی اشعار موسیقی پاپ بیشترین درصد مربوط به وصف یار و دیدار عاشقانه ۱۷/۵۸ درصد (۴۸ مورد) بود. همچنین اشک و بغض و آه و گریه ۱۱/۷۲ درصد (۳۲ مورد)، شکست در عشق ۱۰/۶۲ درصد (۲۹ مورد)، مردن و نابودی ۸/۷۹ درصد (۲۴ مورد)، حسرت و پشیمانی ۹/۸۹ درصد (۲۷ مورد) یاس و ناامیدی و همچنین دل‌کندن و جدایی ۶/۹۵ درصد (۱۹ مورد)، دوست داشتن و عاشق شدن ۷/۳۲ درصد (۲۰ مورد)، دل‌تنگی ۴/۳۹ درصد (۱۲ مورد)، تقدیر و قسمت ۴/۷۶ درصد (۱۳ مورد) و اعتماد کردن ۵/۴۹ درصد (۱۵ مورد) بود. در این بین مفاهیمی که کمترین درصد را به خود اختصاص داده بودند فراموشی خاطرات ۰/۷۳ درصد (۲ مورد)، نفرت و فریاد زدن با ۱/۰۹ درصد (۳ مورد) بود. آنچه از یافته‌های این پژوهش مشهود است ۵۴/۱۶ درصد (۲۷۳ مورد) از مفاهیم مطرح شده در محتوی اشعار به مفاهیمی اختصاص دارد که نشان از انفعال، بی‌ارادگی و وادادگی جوان دارد.

۹- بحث و نتیجه‌گیری

سبک موسیقی پاپ سبکی است که اکثر مردم آن را می‌پسندند و یک سبک عوام‌پسند است. وقتی به متن و بطن این ترانه‌ها توجه می‌شود ملاحظه می‌شود که این نوع سبک کمتر از ترانه‌هایی قوی برخوردار بوده‌اند و کمتر ذهن شخص را به سمت و سویی خاص می‌برد. در حقیقت موضوع و متن تمامی این ترانه‌ها حرف‌های روزانه‌ای است که به وزن و قافیه درآمده‌اند تا خواننده بتواند آنها را اجرا کند. چند سال قبل که ارائه آهنگ‌های پاپ به صورت امروزی مجاز نبود این کمبود توسط محصولات خارج از کشور با خوانندگان مهاجر جبران می‌شد. در چند سال اخیر با رشد موسیقی پاپ و برداشته شدن موانع و رفع شدن برخی از محدودیت‌ها عده‌ای از خوانندگان در داخل کشور تولید اینگونه موسیقی را آغاز کردند که اغلب این تولیدات به صورت تقلید از ساخته‌های خوانندگان مهاجر بود. کم‌کم با گسترش موسیقی پاپ و افزایش علاقمندان به این موسیقی چهره‌هایی متفاوت از خوانندگان روی کار آمدند که همگی دارای شیوه‌ای بدیع و نو بودند و بین مردم شهرت و محبوبیت خاصی پیدا کردند. حتی به دلیل تقلید خوانندگان مهاجر از ملودی‌ها و آهنگ‌های عربی و ترکی بسیاری از جوانان ایرانی مهاجر نیز به طیف طرفداران موسیقی پاپ در کشور گرویدند.

موسیقی‌های پاپی که در داخل کشور رواج پیدا کرده اکثراً دارای یک سری موضوعات خاص می-

باشند:

✓ عاشقی که از معشوق خود دلخور است و شکایت می‌کند.

- ✓ دعوت به مهربانی و دوست داشتن یکدیگر.
- ✓ عاشق، معشوق بی‌وفا را نفرین می‌کند و تمامی متن ترانه‌هایشان ناله و نفرین از دست معشوق است.
- ✓ حکایتی از دلدادگی و جفای معشوق است.

گرچه عشق رمانتیک در موسیقی پاپ غالباً مورد ستایش قرار می‌گیرد اما توجه این نوع موسیقی عمدتاً به عشق ناکام معطوف است، آن هم در حال و هوایی خصلتاً حزن زده. (ریچاردز، ۱۳۸۲، ۱۸۵-۱۸۲)

مطابق نظر آدورنو نیز موسیقی پاپ نوعی کودک پروری است و به جای خواندن شنوندگان به تفکر آنان را مانند کودکان خسته خواب می‌کند تا بتوانند فردا روز به کار خود برگردند، براساس یافته‌های پژوهش حاضر نیز ۵۴/۱۶ درصد از مفاهیم مطرح شده در اشعار پاپ حاکی از انفعال، بی‌تفاوتی و بی‌ارادگی جوان می‌باشد.

بنابر آنچه گفته شد خرده فرهنگ جوانان ایرانی از نوع تطابق‌گراست که این خرده فرهنگ با محتوی اشعار پاپ و همچنین دیدگاه شنونده منفعل آدورنو هماهنگی دارد. علاوه بر نتایج مذکور، در مورد داده‌های به دست آمده در مورد جنسیت در اشعار پاپ و صفات و ویژگی‌های نسبت داده شده به زنان و مردان مشاهده می‌شود که صفاتی چون وفاداری و دعوت به مهربانی به عاشق (مردان) و در مقابل صفاتی نظیر خیانت و بی‌وفایی و نیرنگ و دروغ‌گویی به زنان (معشوق) نسبت داده شده است، همانگونه که فمینیستها بیان می‌کنند رسانه‌ها وضعیت واقعی زنان در جامعه را نشان نمی‌دهند، بلکه تصاویری تحریف شده و نادرست از آنها را ارائه می‌دهند.

به بیان تاکمن نیز «فنا‌ی نمادین زنان» به عدم توجه تولید فرهنگی و باز تولید رسانه‌ای به زنان و در نتیجه در حاشیه قرار گرفتن و ناچیز شمردن زنان و منافع آنها اشاره می‌کند. (استریناتی، ۱۳۸۰، ۲۴۴) خرده فرهنگ جوانان بر گرفته از موسیقی پاپ نشان از انفعال، بی‌ارادگی و وادادگی جوانان دارد. پیشنهاد می‌گردد مسئولین و برنامه‌ریزان فرهنگ و نظارت بر موسیقی به ویژه پاپ به این مهم توجه داشته باشند و با نظارت بیشتری بر اشعار و محتوی موسیقی در راستای غنی‌تر کردن آن همگام با آموزه‌های دینی اقدام نمایند.

فهرست منابع:

۱. آبوت، پاملا، وکلر والاس، (۱۳۸۳)، جامعه‌شناسی زنان، مترجم: منیژه نجم عراقی، تهران: نشر نی.

۲. استرا، ویل، (۱۳۷۸)، نگاهی به ویژگی‌های هوی مثال به‌عنوان یکی از گونه‌های موسیقی راک، در مطالعات فرهنگی، ویراسته سایمون دورینگ، صص ۳۹۵ تا ۴۱۲، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: موسسه فرهنگی آینده پویان.
۳. استرنیاتی، درینیک، (۱۳۸۰)، مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه، مترجم: ثریا پاک نظر، گام نو، تهران.
۴. استوری، جان، (۱۳۸۶)، مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه، مترجم: حسین پاینده، نشر آگاه، تهران.
۵. بلینگتون، روزاموند و همکاران، (۱۳۸۰)، فرهنگ جامعه، مترجم: زیبا عزبدفتری، تهران: قطره.
۶. کاستلز، مانوئل، (۱۳۸۵)، عصر اطلاعات: اقتصاد جامعه و فرهنگ، جلد ۲، مترجم: احد علیقلیان و دیگران، طرح نو، تهران.
۷. شفرز، برنهارد، (۱۳۸۷)، مبانی جامعه‌شناسی جوانان، ترجمه: کرامت اله راسخ، نشر نی، تهران.
۸. ذکابی، محمد سعید، (۱۳۸۷)، جامعه‌شناسی جوانان ایران، آگاه، تهران.
۹. رایف، دانیل و دیگران، (۱۳۸۱)، تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و کاربرد تحلیل محتوی کمی در تحقیق، ترجمه: مهرداد بروجردی علوی، تهران: سروش.
۱۰. ریچاردز، بری، (۱۳۸۲)، روان‌کاوی فرهنگ عامه، مترجم: حسین پاینده، تهران: طرح نو.
۱۱. قاسمی، وحید، (۱۳۸۵)، جوانان و هنجارهای رسمی و غیررسمی موسیقی پاپ، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۸، پائیز.
۱۲. کوثری، مسعود، (۱۳۸۲)، نشانه‌های موسیقی پاپ (مردم‌پسند)، نامه پژوهش فرهنگی، سال هفتم، شماره ۵، بهار.
۱۳. مور، استفن، (۱۳۷۶)، دیباچه‌ای بر جامعه‌شناسی، مترجم: مرتضی ثاقب فر، ققنوس، تهران.
۱۴. هالووی، ایمی، (۱۳۸۵)، روش‌های تحقیق کیفی در پرستاری، مترجم: حیدرعلی عابدی و دیگران، بشری، تهران.
15. Bell, R.R., (1965), Die Teilkultur der jugenlichen, in: L. V. Friedeburg.
16. Bennett, A. (2001) Cultures of Popular Music, Buckingham, Open University Press.
17. Bennett, A. (2000) Popular Music and Youth Culture: Music, identity and place, London, Macmillan.
18. Cohen, S. (1972) Folk devils and moral panic. London: Macgibbon & Kengan paul.
19. Hhnt, S. (2005), The Life Course: A Sociological introduction. Hampshire: Palgrave.

20. Lindner, R., (1979), Editorial, in J. Clarke, 1979, (1981).
21. M. Horkheimer. W. Adorno. (1972). Dialectic of enlightenment, the seabury press (New York), p. p. 120 – 167.
22. Tenbruck, F. H., (1962), Jugend und Gesellschaft. Soziologische Perspektiven, Freiburg (1965).

Archive of SID