

«مطالعات جامعه‌شناسی»

سال پنجم، شماره نوزدهم، تابستان ۱۳۹۲

ص ص ۲۰-۷

نقش سرمایه فرهنگی و تمایز طبقاتی در شکل‌گیری و تکوین

جامعه‌شناسی موسیقی (با تاکید بر دیدگاه‌های آدرنو، پیترسون و پیربورديو)

دکتر امیرمسعود امیرمظاهری^۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۱/۲۵

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۴/۴/۲۳

چکیده

مطالعه جامعه‌شناسی موسیقی به دلایل مختلفی اهمیت بسیاری دارد. چرا که موسیقی دارای ابعاد زیبا شناختی و معرفت‌شناختی عمیقی است و از طرفی هر روز که پیش می‌رود چشم‌انداز و روندمصرف موسیقی تغییر پیدا می‌کند و با توجه به پیشرفت تکنولوژی نحوه دریافت و استفاده از آن متفاوت‌تر می‌شود و به نوعی اوقات فراغت و لحظات تنهایی انسان‌ها را پر می‌کند و گاهی حامل جهان ذهنی متعالی می‌باشد. همه این مفاهیم نشان می‌دهد که موسیقی تا حد زیادی با هویت وجودی انسان‌ها آمیخته شده‌است. در بین نظریات جامعه‌شناسی، هفت نسل پژوهش درباره جامعه‌شناسی موسیقی وجود دارد که هر کدام به نوعی آن را بررسی کرده‌اند. و در بین این نظریات، می‌توان گفت که نظریات پیر بورديو تاثیرگذارترین آن‌ها می‌باشد که با طرح مفاهیمی مثل سبک زندگی و سرمایه فرهنگی و بازتولید طبقاتی و مهم‌تر از همه تمایز جنبه جدیدی را در مطالعات مصرف فرهنگی گشوده است.

مقاله حاضر مبتنی بر بنیادهای نظری، نسل‌های متفاوت نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی موسیقی هم- چون پیر بورديو، تئودور آدرنو و ریچارد پیترسون می‌باشد. بر این اساس طبقه متوسط مصرف‌کنندگان دارای مصرف و سلیقه هنری به دور از اصول زیباشناختی و معرفت‌شناختی می‌باشند، بر خلاف پیش- بینی‌های بورديو که قائل به الگوی خاصی از مصرف در بین این قشر می‌باشد. برای کنکاش بیشتر در مفاهیم چهارچوب نظری عوام‌پسندی بورديو، نگاه مردم‌شناسانه به مصرف موسیقی، نشان می‌دهد وجود تنوع در الگوهای عوام‌پسندانه‌ی مصرف موسیقیایی در ارتباط با مصرف‌کنندگان طبقه مرفه بود. یعنی در واقع نوع و تنوع مصرف طبقه بالا و مرفه در موسیقی نیز مانند دیگر جنبه‌ها متنوع‌تر می‌باشد.

بعبارتی اقشار بالایی نظام اجتماعی، با علایق گوناگون و کاربرد متعدد فنون، که مصرف‌کننده را از حالت‌های منفعل در کاربرد موزیک رها می‌کند، در ارتباط است که این امر سطوح مختلف سرمایه

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران- ایران.

اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، قیود ساختاری موضوعات را پیکربندی می‌کنند و از این رو علایق آن‌ها در انواع جنبه‌های موسیقایی و رسانه‌های تکنولوژیکی به مصرف آن‌ها منجر می‌شود. برآیند، ترکیب این سه سرمایه به درک معنای مصرف عوامانه طبقه بالا می‌انجامد.

واژگان کلیدی: ذائقه، سبک زندگی، موسیقی، طبقه، سرمایه فرهنگی، طبقه متوسط.

پیشگفتار (ایده)

جامعه‌شناسی نخستین در مرحله پیدایش بیشتر اهتمام خود را به موضوعات کلاسیک و نظری صرف در این زمینه اختصاص داده بوده و به تدریج با گسترش آن به سراغ سایر حوزه‌ها و زندگی روزمره کشانده شد که جامعه‌شناسی موسیقی نیز یکی از این حوزه‌هاست. به همین جهت جامعه‌شناسانی ارزشمند هم-چون بوردیو و آدورنو و پیترسون هم با زوایای مختلف به این موضوع نگرینسته و نظریه‌پردازی کرده‌اند. لذا با این تفاسیر و رابطه آن با دیدگاه‌های مارکسیستی و رشته‌های دیگر جامعه‌شناسی مثل جامعه‌شناسی قشرها و جوانان، نگارنده بر خود لازم دید که با وجود دامنه بسیار گسترده و چندساحتی بودن این مبحث، به طرح مساله در این زمینه بپردازد و این که چرا جامعه‌شناسی موسیقی در مقایسه با دیگر حوزه‌های جامعه‌شناسی مثل انحرافات اجتماعی، صنعتی‌شدن، شهرنشینی، خانواده، دین و سیاست پیشرفت اندکی داشته و کمتر به آن پرداخته شده است. به عبارتی پیوند بین موسیقی با سایر عناصر زندگی اجتماعی مغفول مانده و به تعبیری در آن اندیشه نشده است.

مقدمه

موسیقی به عنوان انتزاعی‌ترین هنرها می‌تواند، تاثیر عمیقی بر شنوندگان آن داشته باشد، موسیقی می‌تواند باعث برانگیختن احساسات و تهییج مستمعان شده، نشاط و یأس مخاطبان را در پی داشته باشد. به همین جهت کارکردهای فراغتی و معنوی موسیقی در متن حیات اجتماعی بسیار مورد توجه سایر نهادهای اجتماعی هم‌چون دین، سیاست، ورزش و امثالهم قرار گرفته است.

مریام به عنوان کسی که در نظریه‌پردازی نظریات جامع‌تری از کارکرد موسیقی در جامعه ارائه داده است، بر این باور است که از هر فرهنگ و جامعه و با هر میزان از تحصیلات، با فعالیت‌های موسیقایی سروکار دارند و دلیل اهمیت موسیقی در مقایسه با سایر هنرها شاید به این خاطر باشد که موسیقی کارکردهای فراوانی در جوامع بشری در طول تاریخ داشته است.

از همین رو چندین رشته علمی به مطالعه و موسیقی می‌پردازند و از ابعاد مختلف موسیقی را مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهند. مثلا روان‌شناسان به نقش موسیقی در رشد احساسات، عواطف و توان شناختی افراد و همچنین ظرفیت‌های درمانی آن نظر خاصی دارند، در علوم تربیتی به تاثیراتی که موسیقی

در ایجاد زمینه‌های بهتر برای یادگیری دارد و همچنین نقش پرورشی آن نظر دارند (Gavin, 2006: 500). مردم‌شناسان به نقشی که موسیقی در تکوین فرهنگ داشته توجه دارند و همواره بررسی موسیقی اقوام، ساختار میراث فرهنگ‌های مختلف، بخشی از فعالیت ایشان را تشکیل می‌داده است.

در شکل‌گیری اولیه جامعه‌شناسی موسیقی اندیشمندانی همچون زیمل (۱۹۶۸)، ماکس وبر (۱۹۵۸)، تئودور آدورنو (۱۹۳۸)، آلفرد شوتز (۱۹۵۱) تاثیر بسزایی داشته‌اند اما علی‌رغم تاکید جامعه‌شناسان فوق در این زمینه، این پارادایم گسترش چندانی در بین صاحب‌نظران نداشته و به همین جهت تعداد معدودی کار در این زمینه صورت گرفته و به عبارتی جامعه‌شناسی موسیقی تا چند دهه اخیر پیشرفت چندانی نداشته است.

با وجود این که به گفته پیترسون شکل‌گیری جامعه‌شناسی موسیقی به خاطر مطالعات محدود و پراکنده به تاخیر افتاد، اما از دهه ۱۹۸۰ میلادی، تحقیقات تجربی و تئوری‌های مربوط به جامعه‌شناسی موسیقی جهش فوق‌العاده‌ای داشته است (Peterson, 2004: 195).

اوج رویکرد توافق جامعه‌شناسی و موسیقی را می‌توان در کارهای آدورنو جستجو کرد اما از اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی به خصوص با نشر کتاب تمایز پیر بورديو، تئوری پردازی‌ها و تحقیقات تجربی صورت تجربی صورت گرفته توسط جامعه‌شناسان، بیشتر به مخاطبان و علاقه‌مندان موسیقی به عبارت دیگر توجه جامعه‌شناسان از «تولید» به سوی «مصرف» جلب شده است که در آن محققان به بررسی ذائقه موسیقایی گروه‌ها و طبقات اجتماعی پرداخته‌اند (همان).

بیان مساله

دلایل متعددی برای پرداختن به موسیقی و فعالیت‌های موسیقایی وجود دارد. موسیقی بخشی از فعالیت هنری انسان است و شاید بیش از هر محصول هنری دیگری آدمیان، در زندگی روزمره خود در معرض شنیدن موسیقی هستند. به یک معنا بخش عمده‌ای از لحظات زندگی با شنیدن موسیقی در آمیخته است علاوه بر آن موسیقی بخشی از ذخیره تاریخی خلاقیت هنری انسان و سرمایه اجتماعی تمدن‌های انسانی است و بسیاری هستند که حفظ این ذخیره تاریخی را تکلیف خود می‌دانند.

همان‌طور که اشاره شد آنچه در سال‌های اخیر توجه برخی از محققان علوم اجتماعی را به خود جلب کرده است تنوع انواع موسیقی و ذائقه‌های مختلف در بین افراد و گروه‌های مختلف جامعه است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۱).

پیر بورديو در کتاب «تمایز» به تجزیه و تحلیل ذائقه‌های موسیقی در بین لایه‌ها و طبقات مختلف اجتماعی پرداخته است. خاطر نشان می‌شود نظریه پردازان سرمایه فرهنگی مثل بورديو و دی مگیو، معتقد هستند در جوامعی که سرمایه فرهنگی بیشتری دارند به هنر و فعالیت‌های هنری جدی‌تر و بیشتر علاقه‌مند هستند و آن‌هایی که سرمایه فرهنگی کمتری دارند به هنرهای عامیانه و قابل فهم برای عامه مردم

تاکید دارند. جامعه‌شناسان به موسیقی به عنوان یکی از انتزاعی‌ترین هنرها، در دوره‌های مختلف از تحول پژوهش جامعه‌شناختی نگاه‌های متفاوتی داشته‌اند. برای جامعه‌شناسان مطالعه کارکردهای موسیقی در راستای ایجاد هویت و تلاش برای داخل شدن در زندگی فرهنگی جامعه، موسیقی و سیاست مقاومت در برابر قدرت، مصرف موسیقی و بازتولید جایگاه‌های طبقاتی، الگوی توزیع اجتماعی مصرف موسیقی و مدیریت احساسات عمومی، ساز و کارهای اجتماعی تولید موسیقی و ... بسیار اهمیت داشته‌است (موسوی، ۱۳۸۷: ۱۳).

روش تحقیق

روش تحقیق مروری، اسنادی - کتابخانه‌ای است و در این پژوهش مطالعاتی که در زمینه جامعه‌شناسی موسیقی به ویژه رابطه موسیقی و طبقات و همچنین نوع موسیقی انتخابی انجام گرفته، مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

جامعه‌شناسی موسیقی

اصطلاح موسیقی از واژه یونانی گرفته شده است که نام رب‌النوع حافظ شعر و ادب و موسیقی یونان باستان می‌باشد. در تعابیر دیگر لفظ موسیقی در اصل به قاف مفتوح و الف مقصوره است که آن را مخفی از موسیقار برگرفته از واژه‌های عرب می‌دانند که در زبان عربی ترکیبی است از «موسی» به معنای نغمه و «قی» به معنای خوش و لذت انگیز ذکر شده است (نفری، ۱۳۸۳: ۱۱).

گونه‌بندی دیدگاه‌های مطروحه در جامعه‌شناسی موسیقی

گراتزیان از هفت نسل پژوهش‌های جامعه‌شناسی موسیقی یاد کرده است به این ترتیب: دوره اول، مردم‌نگاری مکتب شیکاگو را شامل می‌شود. در این مکتب پژوهش درباره موسیقی به معنای تلاش برای نشان دادن نقش موسیقی در تجربه کردن زندگی روزمره، پیوستن مهاجران به زندگی روزمره آمریکایی و ایجاد شبکه‌های دوستی و همسایگی است. به این معنا، شیکاگو در عرصه موسیقی، پیشگام مردم‌نگاری مصرف است (همان: ۶).

نسل دوم موسیقی، بر تولید موسیقی تأکید داشت. این نسل چگونگی تأثیرگذاری دنیای اطراف موسیقی - دانان و کار آن‌ها را مطالعه می‌کرد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۶).

نسل سوم پژوهش جامعه‌شناسی موسیقی، در شرایطی ظهور می‌کند که آدورنو نقد گزنده خود را متوجه موسیقی پاپ کرده است. لذا این نسل پژوهش درباره موسیقی بیش از همه به کارکردهای موسیقی از منظر نقد آدورنو توجه داشت (همان: ۷).

نسل چهارم از پژوهش‌های جامعه‌شناختی درباره موسیقی با کار دیوید رایزمن در آمریکا آغاز می‌شود. وی کوشید تا ساختار ذائقه موسیقایی را در بین جوانان آمریکایی کشف کند. رایزمن سعی کرد تا نشان دهد جوانان چگونه خرده فرهنگ‌های خود را در چارچوب موسیقی درک می‌کنند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۷). رایزمن یک گروه اقلیت از «شنوندگان فعال‌تر» را مشخص کرد که گرایش عصبان‌تر به موسیقی عامه‌پسند داشتند، گرایشیکه نوعی پافشاری بر استانداردهای سخت‌دوری در فرهنگی نسبی‌گرا شاخص آن بود (شوکر، ۱۳۸۱: ۲۷).

بی‌گمان باید پیر بوردیو را تاثیرگذارترین متفکر نسل پنجم دانست. بوردیو با طرح مفاهیمی هم‌چون سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، بازتولید طبقاتی و مهم‌تر از همه تمایز، دریچه جدیدی از پژوهش در حوزه مصرف فرهنگی را گشود (فاضلی، ۱۳۸۲: ۷).

اما نسل ششم شاهد ظهور نگرش‌هایی است که به سخن «تیا دنورا» موسیقی را بیشتر «تکنولوژی خود» می‌دانند. منظور از تکنولوژی خود، موسیقی به عنوان منبعی برای معانی زندگی روزمره و مدیریت خوداست. پژوهش‌های جامعه‌شناسی موسیقی که به موسیقی به مثابه کنش و به مثابه زمینه‌ای برای کنش طرح می‌شود. دنورا معتقد است که اکنون باید به این مسئله پرداخته شود «موسیقی چه تاثیری بر روی جامعه دارد» (دنورا، ۲۰۰۱: ۱۱۱).

نسل هفتم پژوهش درباره موسیقی از دهه ۹۰ میلادی بروز و ظهور یافته است. این نسل را می‌توان پیامد قوام یافتن نگرش‌های فمینیستی در علوم اجتماعی، تقویت مباحث جهانی‌شدن دانست. در این نسل از مطالعات، جنسیت و نقش زنان در موسیقی، رابطه فضای شهری و مصرف فرهنگی، تاثیر جهانی شدن بر موسیقی و خصوصاً موسیقی‌های محلی در کانون مباحث جامعه‌شناسی موسیقی قرار گرفت. این نسل، خصایص انتقادی فراوانی دارد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۹).

مبانی و چارچوب نظری

از آنجایی که بررسی هر پدیده اجتماعی می‌بایست بر پایه نظریات متقن علمی استوار باشد، به کارگیری وگزینش مناسب این نظریات می‌تواند در توصیف و تبیین تجلیات زندگی اجتماعی رهگشا باشد. به همین جهت در این بخش نگاهی به ادبیات نظری تحقیق می‌اندازیم:

نظریه ریچارد پترسون

از نظریه‌هایی که در سال‌های اخیر در مورد موسیقی و ذائقه موسیقایی مطرح شده‌است نظریه ذائقه متنوع و ذائقه بعدی ریچارد پترسون جامعه‌شناس معاصر آمریکایی است که نظریه این جامعه‌شناس در مقابل نظریه ذائقه بوردیو مطرح شده‌است. به عبارتی در نظریه پترسون بر عکس بوردیو ارتباط بین مصرف کالا‌های فرهنگی و اجتماعی را رد می‌کند. نظریه پترسون در واقع بیانگر این است که گروه‌های اجتماعی

که به پایگاه‌های فرادست تعلق دارند، دارای ذائقه متنوعی هستند و کالاهای فرهنگی مورد مصرف‌شان بسیار گوناگون می‌باشد.

ریچارد پترسون نظریه خود در باب ذائقه التقاطی را در واقع به چالش طلبیدن رویکرد انحصارطلبی روشنفکری می‌داند که سرگرمی‌ها و کالاهای مصرفی طبقه عامه را تحقیر می‌کند و آن را بی‌ارزش جلوه می‌دهد در واقع از نظریه پترسون کالاهای مصرفی فرهنگی مورد استفاده مردم دارای ارزش و منزلت بسیار بالایی هستند.

یافته‌های تجربی پترسون در جامعه آمریکا، بیانگر این است که گروه‌های اجتماعی که به پایگاه‌های برتر تعلق دارند، دارای ذائقه متعددی هستند و کالاهای فرهنگی مورد مصرف‌شان بسیار متنوع است. به عنوان مثال آن‌ها به انواع ژانرهای موسیقایی گوش می‌کنند و این در حالی است که افراد با پایگاه اجتماعی پایین‌تر کالاهای فرهنگی محدودتری را مصرف می‌کنند. به عبارتی، نوع ژانرها و تمایز دقیق میان محتوای ژانرها نیست که طبقات بالا و پایین را از هم جدا می‌کند، بلکه، تنوع و تعداد ژانرهاست که چنین تمایزی را ایجاد می‌کند. هم‌چنین پترسون نشان می‌دهد که افراد دارای مشاغل پرمنزلت در جامعه آمریکا نه تنها بیشتر احتمال دارد مصرف‌کننده موسیقی هنری باشند، بلکه احتمال مشارکت آن‌ها در طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های فراغت و گوش دادن به موسیقی عامه پسند نیز بیشتر است. بنابراین دیگر نمی‌توان تمایزی طبقاتی در نوع ژانرهای مصرفی قائل شد (فاضلی، ۱۳۸۶: ۳۳).

نظریه آدورنو

آدورنو بیش از هر نویسنده دیگری در نیمه اول قرن ۲۰ در باب موسیقی نظریه‌پردازی کرده است تا جایی که برخی وی را به عنوان بنیانگذار جامعه‌شناسی موسیقی معرفی می‌کنند. از طرفی آدورنو جز ابعاد جامعه‌شناختی به عنوان یک موسیقی‌دان به ابعاد زیباشناختی آن نیز مسلط بود. او معتقد است که «صنعت فرهنگ» موسیقی عامه را به صورت استاندارد در آورده است، بدین معنی که آن را ساده و قابل فهم برای عامه در آورده است، بدون این که به زیبایی‌های آن توجه داشته باشد و تولید انبوه را هدف خود قرار داده است و عامه مردم را نیز به این نوع موسیقی که آن‌ها را اضطراب و نگرانی‌های روزمره باز می‌دارد علاقه‌مند شده‌اند و به موسیقی‌های جدی که ارزش هنری بالایی دارد توجه نمی‌کنند. آدورنو یکی از طرفداران موسیقی آوانگارد و پیشگام تغییرات غیر تجاری به حساب می‌آمد، نمی‌خواست اوقات خود را به گوش دادن به موسیقی تولید شده از سوی شرکت‌های انحصاری که توده‌های مصرف‌کنندگان و مخاطب خود به شمار می‌آورد به هدر دهد (استریناتی، ۱۳۷۹: ۹۸).

برای آدرنو مطالعه در مورد موسیقی سوالات وسیعی را در این حوزه از جمله فلسفه و جامعه‌شناسی، تاریخ فرهنگی آگاهی، تاریخ همبستگی‌های اجتماعی، سلطه‌پذیری و از این قبیل را مطرح می‌کند (دنورا، ۲۰۰۳: ۱۲۴).

از طرفی آدرنو نویسنده‌ای است، دشوار نویس، پیچیدگی آثارش تا حدودی به ناروشنی لحن وی باز می‌گردد و در بسیاری از موارد جدیت لحن او را نمی‌توان درک کرد؛ لحن طنزآمیزش، یادآور نثر نیچه است، گاه به شدت تلخ و ناامید است و گاه بی‌خیال. این شیوه نگارش، استراتژی خواننده را در حدس معنای نوشته‌هایش دچار لغزش می‌کند.

آدرنو و هنر مدرن

آدرنو آثار متعددی در زمینه موسیقی دارد؛ از جمله کتابی به نام فلسفه موسیقی مدرن و کتاب‌هایی درباره گوستاو مالر، واگنر، آلبان برگ و ... وی خود پیانیست و شاگرد آرنولد شوئنبرگ بود و قطعاتی به شیوه ۱۲ نت یا دودکافونیک شوئنبرگ، برای سازهای مجلسی نوشته بود.

وی تمایل ذاتی عمیقی برای توسعه ادبیات هنری- ادبی داشت و به همین جهت در نوشتن رمان به دکتر فاستوس، در زمینه موسیقی، به توماس مان یاری داد. وی از جمله نظریه‌پردازان و منتقدین و موسیقی- شناسان معروف مدرن است. در کتاب فلسفه موسیقی مدرن، آدرنو میان کار دو موسیقی‌دان مشهور دوران‌ش تمایز قائل می‌شود. از موسیقی شوئنبرگ دفاع کرد و به موسیقی ایگور استراوینسکی تاخت.

به نظر او شوئنبرگ با موسیقی Atonal و بعد با موسیقی ۱۲ نت خود، تضادهای درونی و ساختاری را حل ناشدنی می‌نمایاند و به واقعیت موسیقایی، همان روحیه هراس‌آوری را می‌بخشید که نمود و بازتاب واقعیت‌های اجتماعی بود؛ از این رو موسیقی شوئنبرگ بیانگر حالت الیناسیون انسانی شد. در موسیقی شوئنبرگ، واقعیتی ناب، مثل زبان ناب وجود ندارد. موسیقی او از مخاطب می‌خواهد تا فقط نشنود بلکه به پراکسیس و آفریدن پردازد.

اما در موسیقی استراوینسکی، با موسیقی objective، به معنای غیرشخصی، روبرو هستیم. آدرنو، ابژکتیویسم این موسیقی را نئوکلاسیک و محافظه‌کار می‌خواند. این موسیقی در ذات خود، نافی تضادها و از خودبیگانگی زندگی مدرن و ستایشگر موقعیت ابتدایی و تجربه ابتدایی است.

آدرنو در مقاله‌ای به نام درباره جاز، به موسیقی جاز یورش می‌برد. جاز فقط پندار آزادی را می‌آفریند، اما به رهایی راستین انسانی و اجتماعی کاری ندارد. تمام بداهه نوازی در موسیقی جاز، به تکرار شکل‌های از پیش تعیین شده بر می‌گردند و سرانجام تصور دروغینی از بازگشت به طبیعت می‌آفریند. در حالی که خود این موسیقی، زاده شگردها و کنش‌های اجتماعی است.

به نظر آدرنو، جاز موسیقی پایان یافته‌ای است که نه ظرفیت تکامل دارد و نه آینده‌ای ... جاز تکرار اسطوره‌ای را جایگزین تکامل زمان‌مند اثر کرده؛ تکاملی که مشخصه فردیت مدرن است.

در مباحث آدورنو درباره موسیقی، به واکنش یا دریافت یا پذیرش مخاطب اثر، توجه و اعتبار زیادی شده است. در واقع او به زیبایی‌شناختی دریافت، راه یافته است. آدورنو موسیقی جاز و تمام آثار هنری‌ای را که برای بازار ساخته می‌شوند، هنر توده‌ای می‌خواند و آن‌ها را در مقابل هنر مدرن قرار می‌دهد. وی در مقاله‌ای به نام درباره «منش بتواره در موسیقی و ویرانی شنیدار»، چنین نوشت که هنر توده‌ای و محصولات صنعت فرهنگ، کارکرد ذهن مخاطب را تنبل می‌کنند. آن‌ها ذهن را در اختیار خود می‌گیرند و عنصر رهایی‌بخش هنر، یعنی خیال‌پردازی را به شدت محدود می‌نمایند.

بدین‌سان معنای ضمنی محدود می‌گردند و همه چیز قابل پیش‌بینی می‌شود. مخاطب فقط مصرف‌کننده فکر می‌شود و امکان تفکر مستقل را از دست می‌دهد و البته در این‌جا نوع زیبایی‌شناسی دریافت و احترامی که وی برای مخاطب اثر هنری قائل است، یادآور تئاتر روایی برشت است که برخلاف نظریه «تئاتر ارسطو» که تماشاگر را به واسطه استحاله در اثر و درگیری با آن، به کاتارسیس می‌رساند و خواستار تئاتر صرف بود، با تئاتر حماسی روایی، فقط روایت می‌کرد و با تکنیک فاصله‌گذاری، فرصت اندیشیدن و تعقل را به مخاطب ارمغان می‌دهد.

ویژگی تاثیرگذاری و تاثیرپذیری موسیقی نیز در عرصه اجتماع به دلیل نقشی است که در فرهنگ ایفا می‌کند و البته هم از این روست که دارای پیچیدگی‌هایی به اندازه عمر نامشخصش در تاریخ است. وجود این پیچیدگی ایجاب می‌کند که برای رویارویی با این پدیده، هوشمندانه و دقیق رفتار شود. با وجود حساسیتی که برای این پدیده برشمرده شد، اما توجه مورد انتظار تا قرن ۲۰ به آن صورت نگرفت. اگر چه فیلسوفی هم‌چون فارابی با تعمق به آن نگرسته و در تقسیم‌بندی علم ریاضیات آن را در سپهر چهارم ریاضیات جای داده است، اما آن‌چه مورد نظر است توجه به این پدیده به عنوان یکی از اجزای فرهنگ جامعه انسانی است با پیچیدگی‌های خاص یک عنصر فرهنگی.

بی‌شک تئودور آدورنو را باید به عنوان پیشقراول رویکرد موردنظر به موسیقی دانست. او که به همراه هورکهایمر پایه‌ریز مکتب انتقادی فرانکفورت در فلسفه و جامعه‌شناسی می‌باشد، در سال ۱۹۴۱ در مقاله-ای 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 تاثیر دو فرآیند استاندارد شدن و فردیت مجازی عنوان کرد. طبق نظر آدورنو فرآیند استاندارد شدن موسیقی موجب استاندارد شدن مخاطب طبق الگوی کمپانی‌های سازنده می‌شود. در واقع در این فرآیند عمل گوش دادن نیز توسط تولیدکننده صورت می‌گیرد و گیرندگان، موجوداتی منفعل هستند که مسحور فضای کلیشه‌ای و 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 شده‌است. این تحلیل آدورنو را بر آن داشت تا موسیقی را در جامعه سرمایه‌داری "سیمان اجتماعی" بنامد، که سعی دارد توده‌ها را در موقعیت اجتماعی‌شان تثبیت کند، و نوعی تخلیه احساسات و هیجانات را در آن‌ها سامان دهد. این نگرش آدورنو بی‌پاسخ نماند و نقدهای فراوانی را در پی داشت که به طور عمده او را متهم کردند که نقش انسانی مخاطبان را لوث کرده و آنان را بیش از اندازه بی‌اراده تصور کرده است. 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".

آنان تأکید داشتند، مصرف‌کنندگان این موسیقی کاملاً به عملی که انجام می‌دهند آگاهی دارند و آن را به اختیار و اراده خود گزینش می‌کنند. میان این نظر و آنچه تئودور آدورنو ارائه کرده بود مباحث زیادی پیرامون موسیقی در گرفته است که می‌توان هر کدام را در پیوستاری در این دو قطب قرار داد. تحلیل آدورنو اگر به جهت ضعف‌هایی هم چون نخبه‌گرا بودنش اکنون از جایگاه قدرت‌مندی برخوردار نیست، اما با توجه به این که به قول سایمن فریت (۱۹۸۲) "تحقیقاتش در برگیرنده نظام‌مندترین تحلیل و نیز گزنده‌ترین انتقادها درباره فرهنگ توده‌ای است"، برای جوامعی که لایه‌هایی 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، به دلیل داشتن وضعیت یک جامعه شبه توده‌ای، می‌توان از رهیافت آدورنو بهره جست.

محور کلیدی در بحث آدورنو، تعبیر "سیمان اجتماعی" است که درباره موسیقی عامه به کار برده است (امیرمظاهری و دیگری، ۱۳۹۲: ۵۷). یعنی به انفعال کشاندن توده‌ها و خرسند نگه داشتن 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 امر 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 فرایندی 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 وابسته در ایران.

موسیقی ایران را می‌توان در یک تقسیم‌بندی کلی به ۳ گروه کلی موسیقی سنتی (کلاسیک)، موسیقی مقامی (که در برگیرنده مقام‌های موسیقی محلی است) و در نهایت موسیقی مدرن (که به طور عمده برگرفته از انواع سبک‌های موسیقی قرن بیستمی غرب است، همان‌ها که از نظر جامعه‌شناسان انتقادی، موسیقی عامه پسند نامیده شده است). اگر بخواهیم تحلیل آدورنو را از تفاوت میان موسیقی مدرن و کلاسیک در ایران اعمال کنیم باید گفت، موسیقی مدرن به دلیل الگوی تقلیدوارانه‌ای که از نسخه‌های اصلی‌اش در غرب گرفته است دارای ۲ عنصر استاندارد شدگی و فردیت مجازی است، با این تفاوت که

در آن‌جا این عناصر در خدمت بنگاه‌های اقتصادی و شبکه درهم تنیده نظام سرمایه‌داری است، اما در ایران به دلیل تفاوت چشمگیری که در نوع سیستم حاکم بر جامعه وجود دارد، در نهایت عناصر یاد شده، هویت جمعی کاذبی را به افراد القا می‌کند که از آن می‌توان با عنوان "هویت مشروعیت بخش" یاد کرد که از رهگذر آن منافع نظام سلطه اقتدارگرا، تامین می‌شود. هر چند این نوع موسیقی در ظاهر با موضع-گیری ایدئولوژیک نظام حاکم در تعارض است، اما به جهت خاصیتی که برای آن عنوان شد، در تحلیل نهایی حاصلش انفعال و بی‌تفاوتی در برابر سرکوب یا خواست نظام سیاسی حاکم خواهد بود (اسدی، سایت آفتاب، ۱۳۸۶).

نظریه پیر بوردیو

مفهوم سرمایه فرهنگی به عنوان تمایلات زیبایی‌شناختی به استعداد و توانایی درک و رمزگشایی و نیز توانایی ارزش‌گذاری آثار هنری اشاره دارد و درک آثار هنری نیز بستگی به این دارد که فرد در یک دوره طولانی سرمایه فرهنگی مناسبی را کسب نماید. بوردیو بر این باور است که پیام اثر هر چه باشد خواه تبلیغ یک مذهب خواه یک سخنرانی سیاسی و تصاویر هر پیام دیگری، دریافت آن به لایه‌های ذهنی، اندیشه و علم مخاطبان بستگی دارد. بوردیو معتقد است که آثار هنری به «کدهایی» مجهز هستند و هر چه این کدها پیچیده باشند درک آثار هنری نیز سخت‌تر خواهد بود. در واقع از دید بوردیو آثار هنری که متعلق به طبقات برتر است، دارای کدهای پیچیده و آثار هنری که به فرهنگ عامه اختصاص دارند، فاقد کدهای پیچیده‌ای هستند؛ بنابراین به همین خاطر است که هر کسی نمی‌تواند هنر یا موسیقی جدی‌تر مثل موسیقی کلاسیک را درک کند و برای درک آن باید بتواند از آن رمزگشایی کند و قدرت رمزگشایی را نیز، سرمایه فرهنگی به فرد می‌دهد. در واقع سرمایه فرهنگی ذائقه را شکل می‌دهد؛ پس کسانی که این نوع سرمایه را به میزان زیادی در اختیار دارند بهتر می‌توانند پیام اثر را درک کنند و در نتیجه بیشتر به طرف آن گرایش پیدا می‌کنند (موسوی، ۱۳۸۷: ۴۳).

سرمایه فرهنگی

بوردیو به همراه پاسرون اولین بار در سال ۱۹۷۷ در کتاب «باز تولید در آموزش، جامعه و فرهنگ»، مفهوم سرمایه فرهنگی را در نوشته‌های خود به کار بردند تا به کمک این مفهوم، بازتولید فرهنگی و اجتماعی نظام آموزشی فرانسه را نمایان سازند. بوردیو به همراه پاسرون که به دنبال تبیین شکست تحصیلی طبقات پایین جامعه بودند، در نهایت به این نتیجه رسیدند که موفقیت فرزندان طبقات برتر و شکست تحصیلی فرزندان طبقات پایین جامعه ناشی از استعداد این دو گروه نیست بلکه موفقیت فرزندان

طبقات برتر در آموزش عالی به خاطر آن است که آن‌ها در محیطی قرار گرفته‌اند که همه نوع امکانات به راحتی در اختیار آن‌ها قرار گرفته است که فرزندان طبقات پایین از آن محروم هستند. بورديو سرمایه فرهنگی را به سه نوع تقسیم می‌کند: ۱. سرمایه فرهنگی تجسم یافته ۲. سرمایه فرهنگی عینیت یافته ۳. سرمایه فرهنگی نهادی شده و نکته قابل توجه در مورد انواع سرمایه از دیدگاه بورديو این می‌باشد که آن‌ها قابل تقسیم به یکدیگر هست(همان).

وجه زیبایی‌شناسی و رابطه آن با سرمایه فرهنگی از دیدگاه پیر بورديو

بورديو بر این باور بود که همان طور که گروه‌های اجتماعی در سرمایه مادی خود با یکدیگر تمایز دارند در سلیقه‌های خاص خود در مسائلی مثل هنر و موارد ریز آن نیز باهم، مهارت‌ها و مجموعه‌های اطلاعاتی و امثال این‌ها با هم متفاوت هستند. او معتقد است که میزان تفاوت سرمایه فرهنگی افراد و گروه‌های اجتماعی که در فعالیت‌های مربوط به زمانی که مشغول به کار درآمدزا نیستند یا همان اوقات فراغت ظهور می‌کند، سبب می‌شود تا افرادی که دارای سرمایه فرهنگی چنین هستند، نسبت به کسانی که غنی نیستند، دارای الگوها و سبک و شیوه‌های متفاوت باشند. ضمن آن که این مفهوم پر محتوای سرمایه فرهنگی به عنوان یکی از تمایلات زیبایی‌شناختی به استعداد و توانایی درک و رمزگشایی و نیز توانایی ارزش‌گذاری بر آثار هنری که موسیقی نیز از جمله آن‌ها می‌باشد، اشاره دارد و درک آثار هنری نیز بستگی به این دارد که یک انسان در یک دوره و زمان طولانی سرمایه فرهنگی متناسب و شیوایی را داشته باشد.

از نظر بورديو آثار هنری و از جمله آن موسیقی که متعلق به افراد طبقات برتر است، دارای یک سری کدهای سخت و پیچیده‌ای هستند و شاید به همین دلیل است که هر شخصی نمی‌تواند هر نوع موسیقی و سبک‌های به کار برده شده، در آن را درک کند و برای درک آن کدها و پیچیدگی‌ها باید بتواند از آن رمزگشایی کند و این قدرت رمزگشایی را نیز سرمایه فرهنگی به یک انسان می‌بخشد. به روشنی می‌توان درک کرد که سرمایه فرهنگی با تاثیر غیرقابل وصف خود انواع ذائقه‌ها را سامان می‌دهد و کسانی که این نوع سرمایه را بیشتر داشته باشند به راحتی می‌توانند پیام و اثر آن را درک کنند و بیشتر به طرف آن تمایل پیدا می‌کنند(همان: ۵۵).

رویکرد مقایسه‌ای صاحب‌نظران در حوزه جامعه‌شناسی موسیقی

از آن‌جایی که موضوع مقاله تبیین جامعه‌شناسی موسیقی از منظر سرآمدان جامعه‌شناسی، است؛ لذا نخست در مباحث نظری نیز مروری در این زمینه صورت گرفت و اکنون به مهم‌ترین محورهای مقایسه دیدگاه صاحب‌نظران می‌پردازیم:

با توجه به این نخست می‌بایست نظرات جامعه‌شناسان برجسته را در باب موسیقی و جامعه‌شناسی موسیقی تبیین و بررسی کنیم و از این طریق به یک ایده منسجم و نو دست یابیم به همین لحاظ در این قسمت نیز نمی‌توانیم یکی از نظریه‌ها را بدون در نظر گرفتن دیگری بررسی کنیم. در مجموع با بررسی نظریات می‌توان چنین نتیجه گرفت که از نظر پترسون رابطه مستقیمی بین طبقه افراد و تنوع ذائقه وجود دارد. یعنی هر چه طبقه فرد بالا باشد تنوع در انتخاب موسیقی نیز بیشتر خواهد بود. در طرف دیگر آدورنو هیچ توجهی به زیبایی‌های هنر و موسیقی نمی‌کند و به موسیقی به عنوان کاهنده استرس‌های روانی افراد می‌نگرد و کارکرد موسیقی را در همین می‌داند. ولی در سوی دیگر پیر بوردیو بین سرمایه فرهنگی و ذهنیت اشخاص با نوع موسیقی انتخابی اشخاص رابطه مستقیمی می‌بیند، این سرمایه فرهنگی می‌تواند دارایی اقتصادی، تحصیلات، منزلت اجتماعی و هر چیزی که یک فرد دارد باشد و به قول وی به همه چیز می‌توان به دیده سرمایه فرهنگی نگریست.

پس بر این اساس می‌توان چنین نتیجه گرفت که هم اشتراک و هم اختلاف نظر در بین جامعه‌شناسان در این زمینه وجود دارد و نظریه بوردیو به عبارتی جامع‌تر و در برگیرنده دو نظریه پرداز دیگر است، که هر چه سرمایه فرهنگی و طبقه افراد بالاتر باشد انتخاب نوع موسیقی آنان نیز متفاوت خواهد بود.

مقایسه بینشی اندیشمندان

از زمانی که تئوری بوردیو پی‌ریزی شد با این که این نظریه در مکان‌ها و زمان‌های مختلفی توقیف شده است اما کارهای متعددی در رابطه با آن صورت گرفته است. در ابتدا شخصی با نام دایماجیو این مدارک را ارائه می‌دهد که افراد طبقه متوسط در وقایع و رویدادهای فرهنگی با سطوح سلیقه پایین به میزان زیادی در مقایسه با طبقه مصرف کننده کارگر (رویدادهای فرهنگی با سطح سلیقه پایین به طور منفی به سلسله مراتب اجتماعی مربوط می‌شوند) حضور داشته‌اند.

چند سال بعد پیترسون یافته‌های جدیدی را به این فرایند اضافه کرد. این یافته‌های جدید از طریق رتبه‌بندی سلاویق موسیقایی و حرفه‌ها به طور همزمان به دست آمد. آن‌ها به علاوه پی بردند که شغل‌های عالی‌رتبه یک الگوی عوام پسندی از سلیقه موسیقایی دارند، در حالی که شغل‌های رده پایین سلیقه موسیقی تک پسندی دارند. پس از آن پیترسون سیر تکاملی سلاویق عوام پسند را در طی سال‌های ۱۹۹۲-۱۹۸۲ در آمریکا مطالعه کرد.

ما هم چنین بر حسب قشربندی فرهنگی با ادراک و فهم پیترسون و بوردیو در مورد علایق گروه برتر و عالی‌رتبه همراه می‌شویم در حالی که نظریه خرده فرهنگ ما را به تاکید بر علایق متفاوت‌تری و کشف رابطه این سلاویق موسیقایی و فعالیت گروه همسالان سوق می‌دهد. ضمن گفته‌های این متخصصان به این نتیجه می‌رسیم که هویت قومی، فرهنگی، تجارب و سرمایه فرهنگی منبع مهم دگرگونی در سلاویق

موسیقیایی می‌باشد که با گونه‌شناسی شباهت دارد. پیترسون و بوردیو و آدورنو، هم‌چنین آن‌چه را که استنباط شده را تأکید کرده‌اند. این امر را که علایق موسیقیایی و اعمال فرهنگی گروه همسالان پیوند نزدیکی با یکدیگر دارند، ضمن این‌که تئوری بوردیو یک الگوی تک‌پسند و متمایزی را برای طبقه اجتماعی بالا پیش‌بینی می‌کند که بر سلايق فرهنگی مورد نظر طبقه عالی‌رتبه منطبق است. به منظور این‌که یک تمایز بین این طبقه بالا و دیگران برقرار شود. در کتاب تبعیض بوردیو که اهمیت بسیاری دارد و در توسعه فرهنگ تاثیر فراوانی داشته، وی شواهد گسترده‌ای از این پیش‌بینی در متن جامعه فرانسه در سال ۱۹۷۰ فراهم کرده است.

سخن آخر

بررسی‌های اسنادی انجام شده در این زمینه نشان می‌دهد جامعه‌شناسی موسیقی مورد توجه جامعه‌شناسانی هم‌چون ماکس وبر بوده است و شاید بتوان پیشرفت جامعه‌شناسی موسیقی را یکی از علائم رشد عقلانیت به خصوص در کشورهای پیشرفته دانست.

هم‌چنین یافته‌های فوق نشان می‌دهد که جامعه‌شناسی موسیقی به نسبت سایر گرایش‌ها و رشته‌های جامعه‌شناسی کمتر مورد توجه بوده است و به سخن دیگر حلقه مفقوده جامعه‌شناسی بوده است تا این‌که صاحب‌نظر برجسته‌ای به نام تئودور آدورنو از سردمداران مکتب انتقادی سر بر می‌آورد. او که در زمینه موسیقی آموزش‌های متنوعی دیده بود تمایزهای بین موسیقی جدی و عامیانه و کلاسیک و نو را بیان می‌دارد و تا حدودی این حوزه را پیش می‌برد و حتی بین شنوندگان نیز تمایز قائل می‌شود و آن‌ها را نیز به ماهر، احساسی و کسانی که موسیقی صرفاً برای‌شان جنبه سرگرمی و تفننی دارد، تقسیم می‌کند. ولی در بوردیو و کارهایش در این زمینه، موسیقی و جامعه‌شناسی موسیقی بعد دیگری به خود می‌گیرد و با چاپ کتاب تمایز بوردیو جامعه‌شناسی موسیقی، دید همگان و به خصوص جامعه‌شناسان را به خود جلب می‌کند و از آن پس حوزه مطالعاتی گسترده‌ای را در جامعه‌شناسی به خود اختصاص می‌دهد. وی به نتایج ذیل در این زمینه دست می‌یابد:

۱. مصرف‌کنندگان طبقات بالا وسعت نظر بیشتری در مورد سلايق موسیقیایی و اعمال فرهنگی در مقایسه با پایگاه اجتماعی پایین‌تر نشان می‌دهند.

۲. طبقه متوسط مصرف‌کننده که در سلايق فرهنگی برجسته‌اند، از طریق گروه جوان‌تر طبقه مصرف‌کننده بالا که عام‌پسند در سلايق فرهنگی می‌باشد در حال جایگزین شدن هستند.

۳. وسعت نظر بیشتر در سلیقه مصرف‌کنندگان عالی‌رتبه، در مشارکت فرهنگی و سلايق موسیقیایی باز نمود شده است.

۴. مصرف‌کنندگان طبقه بالا، سلايق موسیقیایی را برای محکم کردن مرزهای نمادی بین خودشان و افراد طبقه پایین‌تر به کار می‌برند.

از سویی دیگر با گذشت زمان در عصر حاضر شاهدیم که داوری ذائقه‌ها نیز به شدت تغییر کرده است. به عبارتی دیگر فقط انواع کلاسیک و سنتی موسیقی دارای رتبه منزلتی بالاتری نیستند. به سخنی، در دنیای جدیدگوش دادن به موسیقی، می‌تواند بیشتر نمودی از عاملیت و نه بازتاب شرایط ساختاری باشد. نظریه پیترسون و بوردیو هر دو، وجهی ساختاری دارند؛ هر دو تعیین طبقاتی را البته با نتیجه‌ای متفاوت مهم جلوه می‌دهند. حال آن که، موسیقی می‌تواند به مثابه ابزاری برای گریز از این شرایط یا مقابله با آن استفاده شود. از طرفی شکل‌ها و صورت‌های موسیقی بیش از آن که در خدمت مرزبندی اجتماعی باشند، به مرزشکنی می‌پردازند. در ضمن، موسیقی از ابزاری برای مبارزه در میدان فرهنگ به تعبیر بوردیو به ابزاری برای مدیریت عرصه خصوصی نیز تبدیل شده است. بنابراین، بسیاری از موارد مصرف موسیقی می‌تواند فارغ از معنایی طبقاتی تفسیر و درک شود. به این ترتیب، سهم متغیرهای دیگر در تبیین ذائقه‌ها افزایش یافته است.

به طور خلاصه، هنوز متغیرهای سرمایه فرهنگی و تمایزهای طبقاتی در مصرف موسیقی نقش ایفا می‌کنند اما شرایط جامعه جدید به سایر متغیرها نیز اجازه داده است تا بر ذائقه‌ها و ترجیحات کنشگران تأثیر بگذارند. بخشی از شرایط جوامع جدید نیز تولید و توزیع موسیقی در قالب‌های متنوع به صورت گسترده است. شرایطی که بیش از گذشته گوش دادن به موسیقی را به تجربه‌ای فردی و فراطبقاتی تبدیل کرده است. این فرضیه ممکن است در خصوص هر محصول فرهنگی دیگری نیز قابل طرح باشد. بالاخره این که شرایط تولید، توزیع و مصرف محصولات فرهنگی احتمال دارد توانایی مرزهای سنتی طبقات را برای تبیین ذائقه‌ها و مصرف فرهنگی به طرز آشکارا تضعیف کرده باشد.

منابع

- استرینانی، د. (۱۳۷۹). *مقدمه‌ای بر نظریه فرهنگ عامه*. ترجمه: ث، پاک‌نظر. تهران: انتشارات گام نو.
- اسدی، م. (۱۳۸۶). *آدورنو و موسیقی*. سایت آفتاب.
- امیرمظاهری، م؛ و دیگری. (۱۳۹۲). خاستگاه و چیستی موسیقی زیرزمینی از منظر جامعه‌شناختی. *کتاب ماه علوم اجتماعی*. شماره ۷۲.
- بوردیو، پ. (۱۳۷۷). ذوق هنری و سرمایه فرهنگی. ترجمه: ل، مصطفوی. *فصلنامه نامه فرهنگ*. شماره ۳۰.
- دنورا، ت. (۱۳۸۴). جامعه‌شناسی مصرف موسیقی. *مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات*.
- شوکر، ر. (۱۳۸۱). «نسل من» مخاطبان، شیفتگان، خرده فرهنگ‌ها. ترجمه: م، فرهادپور؛ و دیگری. *مجله ارغنون*. شماره ۲۰.
- فاضلی، م. (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- فاضلی، م. (۱۳۸۶). بررسی تجربی فعالیت موسیقایی و مصرف موسیقی در شهر تهران. *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*.
- موسوی، م. (۱۳۸۳). *بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و ذائقه موسیقایی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
- نفری، ب. (۱۳۸۳). *اطلاعات جامع موسیقی*. تهران: انتشارات مارلیک.
- Peterson, R. (2004). *Making music sociology: an introduction*. Poetics: 32. P.p: 195-196.