



سال یازدهم / زمستان ۱۴۰۱

## مصرفِ موسیقی و نسبتِ آن با سرمایه فرهنگی:

### یک مطالعه کیفی در شهر تهران

• موسی‌الرضا غربی<sup>۱</sup>؛ امین کوشکی<sup>۲</sup>؛ حسین عسکری چاورچی<sup>۳</sup>

DOR: 20.1001.1.38552322.1401.11.45.7.7

#### چکیده

پژوهش حاضر از منظر روش‌شناسی کیفی به بررسی تفاوت‌های موجود در نوع موسیقی مصرفی جوانان شهر تهران و تفسیر ایشان از آن می‌پردازد. جهت فهم جامعه‌شناسانه تفاوت‌های مصرف موسیقی جوانان این موضوع از رهگذر سرمایه فرهنگی - که عاملان اجتماعی با توجه به جایگاه اجتماعی‌شان آن را کسب کرده‌اند - مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به داده‌های متنی پژوهش، پژوهشگران از میان روش‌های کیفی روش تحلیل محتوای کیفی را انتخاب کرده‌اند. داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته با مشارکت‌کنندگان پژوهش گردآوری شده است. با توجه به اهداف پژوهش جریان انتخاب مشارکت‌کنندگان بر مبنای نمونه‌گیری هدفمند صورت یافته است. پژوهش حاضر تفاوت‌هایی که میان کنشگران جوان با سرمایه فرهنگی متفاوت در حوزه مصرف موسیقی و تفسیر آن وجود دارد را در قالب مفاهیم و مقولاتی نشان داده است. این مفاهیم و مقولات عبارتند از: ۱. ذائقه تربیت شده و ذائقه حسی ۲. هارمونی و شوریدگی ۳. رهنمون‌های مذهبی: مواجهه تقدامیز و مواجهه طردامیز ۴. شنیدن ناشنیدنی‌ها و دیدن نادیدنی‌ها و ۵- بخشی از ما. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد، مادامی که کنشگران اجتماعی در سطح بالایی از سرمایه فرهنگی قرار دارند، در زمینه مصرف موسیقی به سمت نوعی فرهنگ‌گرایی رغبت و گرایش دارند. اما در نقطه مقابل کسانی که سرمایه فرهنگی به میزان اندکی در اختیار دارند به طبیعت نزدیک‌تر هستند. به عبارتی، ایشان قادر نیستند خود را وارد کدهایی کنند که با آن بتوانند موسیقی‌هایی نظیر سنتی، کلاسیک غربی یا موسیقی باروک را بازشناسی کنند؛ بنابراین از دو مفهوم محوری فرهنگ‌گرایی و طبیعت‌گرایی جهت صورت‌بندی کردند، تفاوت‌های موجود در مصرف و تفسیر موسیقی در نزد جوانان می‌توان استفاده کرد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه فرهنگی، مصرف موسیقی، جوانان، فرهنگ‌گرایی، طبیعت‌گرایی.

۱ استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه حکیم سبزواری (نویسنده مسئول) mosarezagharbi@gmail.com

۲ استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه حکیم سبزواری aminkoushki89@gmail.com

۳ کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه تهران hosayn.askari@gmail.com

## مقدمه

موسیقی را عنصری جدانشدنی از فرآیندهای اجتماعی انسان دانسته‌اند. عنصری که همزمان از زمان، فضا، تجارب شخصی، هویت اجتماعی، روابط تولید و پایگاه‌های اجتماعی تأثیر می‌پذیرد و بر آن تأثیر می‌گذارد (Seeger, 2005:686) با وجود آنکه موسیقی در تمام جوامع وجود دارد به نظر می‌رسد، موسیقی در جوامع پیشا مدرن عموماً همراه با دلالت‌های آیینی بوده است (کوثری، ۱۳۹۱: ۲۰۸). این در حالی است که در جهان مدرن موسیقی به عنوان بخشی از مصرف فرهنگی افراد دلالت‌های اجتماعی و فرهنگی جدیدی به خود می‌گیرد. چنانکه می‌توان به جایگاه و نقش ویژه مصرف موسیقی<sup>۱</sup> در بیان روابط مدرن از جمله رابطه مصرف و هویت فردی اشاره کرد (Hesmondhalgh, 2008:329). لذا می‌توان گفت موسیقی در جوامع جدید طیف متنوعی از کارکردها و دلالت‌ها را به همراه دارد. موسیقی می‌تواند مجرای برای گریز از نارسایی‌های روانی مانند تنهایی، تنش‌ها، روزمرگی و افزایش شور و نشاط زندگی فردی و جمعی باشد. همچنین می‌تواند به نگرش سیاسی و هویت اجتماعی افراد شکل و جهت دهد (Roberts&Christenson,1990, Tarrant et al. 2002). در این میان موسیقی نقش مهمی در زندگی جوانان ایفا می‌کند، به‌گونه‌ای که در بسیاری از جوامع جدید موسیقی را یکی از مهم‌ترین اجزای زندگی جوانان ارزیابی کرده‌اند. چنانکه میزان ساعاتی که جوانان و نوجوانان صرف گوش کردن موسیقی می‌کنند، تقریباً بیشتر از ساعاتی است آنها در مدرسه صرف می‌کنند (Leung & Kierg, 2008:445). در جامعه ایرانی نیز استقبال جوانان از موسیقی بسیار زیاد است. چنانکه نتایج یک پیمایش نشان می‌دهد، حدود هشتاد درصد نوجوانان و جوانان ایرانی به موسیقی علاقه دارند و می‌توان گوش دادن به موسیقی را جزئی از برنامه ثابت روزانه آنان به حساب آورد (بیچرانلو، ۱۳۹۳: ۱۰۲).

بنابر آنچه گذشت بررسی مصرف موسیقی جوانان مجرای مناسبی را جهت فهم اجتماعی و فرهنگی بخشی از پویایی‌های جامعه ایرانی فراهم می‌کند. در این رهگذر آنچه در پژوهش حاضر محل نظر است، تفاوت‌های مصرف و معنابخشی جوانان به موسیقی با توجه موقعیت اجتماعی و فرهنگی آنان است. در توضیح بیشتر این موضوع می‌توان گفت معمولاً واکنش و قضاوت افراد مختلف به یک قطعه مشخص موسیقایی یکسان نبوده و بسته به موقعیت اجتماعی و فرهنگی آنان متفاوت است. این موضوع خود مؤید این امر است که ذائقه موسیقی

---

1 Musical consumption

در آدمی طی روندها و فرایندهای طولانی اجتماعی در مسیرهایی که او در طول زندگی طی می‌کند، شکل می‌یابد. در واقع جامعه‌پذیری فرد در واکنشی که او به نوع خاصی از موسیقی نشان می‌دهد، مؤثر و تعیین‌کننده است؛ بنابراین آنچه که در تحلیل مصرف و استفاده از موسیقی لازم است به آن توجه شود، شرایط اجتماعی فرد مصرف‌کننده موسیقی است. به عبارتی دیگر، باید توجه داشت، مصرف‌کننده موسیقی تحت چه شرایطی و با توجه به چه جایگاهی در اجتماع دست به مصرف موسیقی می‌زند. تحت تأثیر چنین رویکردی، مقاله حاضر دل‌مشغول بررسی نقش روندها و موقعیت‌های اجتماعی جوانان به عنوان اصلی‌ترین مصرف‌کنندگان جامعه به طور عام و مصرف‌کنندگان موسیقی به طور خاص در انتخاب‌های موسیقایی آن‌ها است. در این راستا ملهم از مفهوم سرمایه فرهنگی پیر بورديو (۱۹۳۰-۲۰۰۲) جامعه‌شناس شهیر فرانسوی به تنوع سلیق جوانان در حوزه موسیقی توجه شده است. به عبارتی دیگر پرسش اصلی پژوهش حاضر را می‌توان این‌گونه صورت‌بندی کرد «میان جوانانی که از سرمایه فرهنگی بالایی برخوردارند و جوانانی که این سرمایه را به مقدار کمتری در دسترس دارند، در مصرف موسیقی چه تفاوتی یا تفاوت‌هایی را می‌توان مشاهده کرد؟» لازم به ذکر است، بورديو با طرح مفهوم «فضای اجتماعی» و در نظر گرفتن دو بُعد آن\_ سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی\_ تصویری چندبُعدی از جامعه می‌سازد تا از این رهگذر شرایط وجودی و اجتماعی عاملان اجتماعی را در مواضع و موقعیت اجتماعی در نظر گیرد. از همین خلال، سرمایه فرهنگی خود یکی از شرایط وجودی است که خود عموماً حاصل سرمایه اقتصادی است. این بدان معنا است که سرمایه اقتصادی به کنشگر اجتماعی فرصت و بستر لازم را جهت اندوختن فرهنگ اعطا می‌کند. بدین ترتیب تفاوت‌ها در مصرف فرهنگی از این موضوع نشأت می‌گیرد (فوتن و شویره، ۱۳۸۵: ۹۶). بنابراین می‌توان گفت، پرداختن پژوهش حاضر به مفهوم سرمایه فرهنگی ضمن دربرداشتن و مستتر دانستن سرمایه اقتصادی در سرمایه فرهنگی می‌کوشد تا از این رهگذر، شرایط اجتماعی عاملان را تحلیل نماید

دامنه سنی موردتوجه در این پژوهش جوانان بین ۲۰ تا ۲۹ ساله است. مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر از حیث میزان و سطح دسترسی به سرمایه فرهنگی در موقعیت متفاوتی قرار دارند. منطق چنین تفاوتی فراهم شدن امکان مقایسه میان کنشگران با سرمایه فرهنگی بالا و پایین است. مؤلفه‌های تشخیص سطوح برخورداری افراد از سرمایه فرهنگی در خود تعریف مفهوم سرمایه فرهنگی نهفته است. در این راستا می‌توان در درجه اول به وضعیت تحصیلات

افراد توجه داشت. افرادی که این سرمایه را به مقدار کافی در تملک دارند، دارای تحصیلات عالی هستند. در درجه دوم می‌توان موفقیت‌های مادی (کالای فرهنگی) افراد اشاره کرد. مراد از موفقیت‌های مادی، مهارت‌های هنری و فرهنگی مانند نواختن ساز است که برخی از افراد از آن برخوردار هستند لذا کسانی که این دو مؤلفه را ندارند یا به مقدار کافی به آن دسترسی ندارند، به تبع سرمایه فرهنگی اندکی خواهند داشت.

### سرمایه فرهنگی

چنانکه پیش‌ازین نیز گذشت، مفهوم سرمایه فرهنگی، از کلیدواژه‌های جامعه‌شناسی پیر بوردیو است. پژوهش حاضر با نگاهی که پیر بوردیو به کنش عامل اجتماعی دارد، دنبال و از این خلال به تبیین مصرف موسیقی جوانان در شهر تهران می‌پردازد. در نگاه اول آنچه از مفهوم سرمایه به ذهن متبادر می‌شود، وجه اقتصادی آن است اما پیر بوردیو این مفهوم را بسط داده و وجه نمادین به آن افزوده است (گرنفل، ۱۳۸۸: ۷۲). مفهوم چندوجهی که بوردیو بسط می‌دهد بازنمایی مناسب‌تری از ساختار، نظام روابط و وابستگی‌ها را در فضای اجتماعی ترسیم می‌کند. در نگاه بوردیو، فضای اجتماعی از میدان‌هایی شکل یافته که میزان دسترسی افراد به انواع سرمایه مناسبات اجتماعی را شکل می‌دهد. مفهوم سرمایه شرایط را برای فاصله گرفتن از نگاهی که جامعه را به شکل هرمی می‌بیند، فراهم می‌کند. رویکرد جایگزینی که این مفهوم برای فهم و تحلیل جامعه فرا روی ما می‌گشاید، در نظر گرفتن جامعه به مثابه فضایی چندبعدی به عنوان فضای تفاوت‌ها است (فوتن و شویره، ۱۳۸۵: ۹۶). دسترسی افراد به سرمایه، نظام ترجیحات و نظام موضع‌گیری افراد را جهت می‌دهد (بوردیو، ۱۳۸۱: ۶۴). فضای اجتماعی بر اساس حجم و ترکیب سرمایه است که گروه‌ها را توزیع نموده و تفاوت‌ها را شکل می‌بخشد، سپس از خلال عادت‌واره این حجم و ترکیب سرمایه متبلور می‌شود و به شکل سبک‌های زندگی درمی‌آید (بوردیو، ۱۳۸۶: ۲۴). از دیدگاه بوردیو حجم و ترکیب سرمایه و نیز خط سیری که سرمایه در فضای اجتماعی طی می‌کند، ابعاد فضای اجتماعی و اقتصاد و فرهنگ دو محور آن هستند. لذا سرمایه فرهنگی که در این پژوهش نقش مهمی دارد در دستگاه نظری و تبیینی بوردیو نیز جایگاه مهمی دارد.

سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از ثروت‌های نمادین می‌باشد که سه بُعد دارد: بُعد اول، به شکل معلومات کسب شده که جزئی از رغبت و حالت درونی فرد، بخشی از عادت‌واره او شده است. به عبارتی دیگر، این بُعد از سرمایه فرهنگی به دانسته‌های افراد و آنچه به شکل توانایی‌های

فردی در ایشان درونی شده است، ارجاع دارد. توانایی‌های که بر اساس آن می‌تواند جهان اجتماعی را رمزگشایی نماید. بُعد دوم، به شکل موفقیت مادی، حالت عینیت یافته سرمایه فرد مثلاً کتاب، تابلو و کلاً میراث فرهنگی است. بُعد سوم سرمایه فرهنگی هنگامی مطرح است که سرمایه فرهنگی حالت نهادینه شده دارد. در این معنا، جامعه و در بیشتر مواقع دولت برای آن پایگاه و جایگاه تعیین می‌کند. برای مثال فرد با اشغال مشاغلی مانند معلم، قاضی، استاد دانشگاه، پزشک و غیره که از سوی جامعه مشاغل مهم و دارای وجهی مهم ارزیابی می‌شود، احساس غرور و رضایت از خود را دارد. مدارک و عناوین تحصیلی را به عنوان مثال‌های دیگر این بُعد از سرمایه می‌توان مطرح ساخت (فونتن و شویره، ۱۳۸۵: ۹۶).

فضای اجتماعی را می‌توان فضایی که در آن مواضع سلسله مراتبی با توجه به چندبعدی بودن، میدان‌ها و سرمایه‌های آن تعریف کرد. بر این اساس مواضع در ساختار توزیع سرمایه‌های متفاوت می‌شود. در هر موضع مجموعه‌ای از مالکیت‌ها یا همان سرمایه‌ها و ظرفیت‌های عملیاتی وجود دارد که با موضع خود طبق قانون انطباق دارد. هر موضع با توجه به میدان‌های نزدیک خود تعریف می‌شود، هر موضع برای خود موضع‌گیری دارد (فونتن و شویره ۱۳۸۵: ۹۹). لذا نظام نمادین و معنا بخشی عاملان اجتماعی بنا به موضعی که اشغال کرده‌اند و رابطه‌ای که میان آن موضع با سایر مواضع دارند تعیین می‌گردد. مواردی مانند نظام زیبایی یا عواطف انسانی و یا سایر امور نمادین از این جمله‌اند. بر این مبنا در پژوهش حاضر، مصرف موسیقی به عنوان بخشی از مصرف فرهنگی افراد در نظام شناختی و عادت‌واره آنها در نظر گرفته می‌شود. به عبارتی دیگر، اینکه عامل اجتماعی چه واکنشی به موسیقی دارد یا چگونه آن را تفسیر می‌کند، وابسته به موضع وی در فضای اجتماعی «جامعه» است. جهت نیل به فهم محتوای کیفی این ذائقه موسیقایی بنا بر ادعای جامعه‌شناسی لازم است به شرایط وجودی «مانند سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی» رجوع و توجه شود. از این رو در پژوهش حاضر، ملهم از نظریه پردازی بوردیو، به بررسی کیفی نسبت دسترسی به سرمایه فرهنگی و مصرف موسیقی در میان جوانان شهر تهران می‌پردازد.

### مطالعات پیشین

مطالعات و پژوهش‌های متنوع و متعددی در ارتباط با موسیقی و جوانان در ایران و جهان توسط پژوهشگران انجام شده است. گروه قابل توجهی از این پژوهش‌ها با رویکردی اجتماعی و فرهنگی به بررسی مصرف موسیقی و دلالت‌های آن در میان جوانان و نوجوانان پرداخته‌اند. در

اینجا در قالب بیان پیشینه پژوهش برخی از این تحقیقات مورد اشاره قرار می‌گیرد. جهت بیان این موضوع یک دسته‌بندی کلی و اولیه از برخی ادبیات مطالعات اجتماعی و فرهنگی موسیقی جوانان ارائه شده است. به‌طور کلی ادبیات مورد نظر را در یک دسته‌بندی کلی می‌توان چهار دسته مطالعات عامل محور، مطالعات هویت محور، مطالعات مقاومت محور، مطالعات مفهوم محور در نظر گرفت. مطالعات عامل محور عمدتاً با استفاده از روش کمی به دنبال سنجش میزان مصرف موسیقی در میان جوانان و عوامل مؤثر بر آن هستند (حسین‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲؛ حیدرپناه و همکاران، ۱۳۹۱؛ خلیفه و همکاران، ۱۳۹۴؛ شاه‌جهانی و همکاران، ۱۳۹۰؛ علیخواه و خانی ملکوه، ۱۳۸۵؛ فاضلی، ۱۳۸۶؛ ودادهیر و همکاران، ۱۳۹۰). برای مثال حیدرپناه و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی عوامل مرتبط با مصرف موسیقی جوانان شهر تهران» با استفاده از روش پیمایش به بررسی مصرف موسیقی میان جوانان شهر تهران می‌پردازد. جامعه آماری پژوهش مذکور، کلیه جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله ساکن مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران است که از میان آنها ۴۴۰ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شده‌اند. یافته‌های پژوهش حیدرپناه و همکاران نشان می‌دهد که ۸۶ درصد جوانان در حد زیاد به موسیقی علاقه دارند. برای ۱۳ درصد از جوانان علاقه‌مندی کمی به موسیقی گزارش شده است و تنها ۱ درصد جوانان ابراز داشته‌اند که به موسیقی اصلاً علاقه‌ای ندارند. بیشترین علاقه‌مندی به سمت موسیقی پاپ نسل دوم و سپس موسیقی رپ است. بر اساس نتایج این پژوهش، بین پایگاه اجتماعی و اقتصادی، سرمایه فرهنگی فرد و سن با مصرف موسیقی رابطه مثبتی وجود دارد، ولی بین جنسیت با مصرف موسیقی رابطه‌ای گزارش نشده است.

در مطالعات هویت محور مصرف موسیقی را مجرای برای بیان نمادین هویت جوانان در نظر می‌گیرند (Denora, 1999; Tarrant et al. 2002؛ حیدری و همکاران، ۱۳۹۶؛ Larsen et al. 2009؛ Nutall et al. 2011؛ محمدپور و همکاران، ۱۳۹۲). برای مثال محمدپور و همکاران در پژوهشی تحت عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی شیوه برساخت هویت از رهگذر مصرف موسیقی عامه‌پسند در میان جوانان» به بررسی شیوه برساخت هویت از طریق موسیقی خاصه موسیقی عامه‌پسند می‌پردازند. داده‌ها در این تحقیق بر اساس نمونه‌گیری نظری و از طریق مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته با گروهی از دانشجویان حاصل شده است. نتایج پژوهش محمدپور و همکاران

حاکمی از این است موسیقی ابزاری است که جوانان از طریق آن زندگی خود را معنادار و هویت خویش را غنی می‌کنند. جوانان با استفاده موسیقی به نوعی محلی‌گرایی خود را نشان می‌دهند. در مطالعات مقاومت محور عمدتاً بر استفاده از موسیقی توسط جوانان به مثابه زبانی انتقادی و اعتراضی برای چالش کشیدن وضع موجود تأکید می‌شود (Asma 1997, Birgit & Kruger 1998, Eyerman and Jamison 1998, Leung & Kierg, 2008, Street 2000, Mise, 2020). شریفی و محمدی، ۱۴۰۰؛ کوثری، ۱۳۸۸). میز (۲۰۲۰) در مطالعه خود تحت عنوان «موسیقی رپ به مثابه مقاومت و محدودیت‌هایش؛ دو پرونده متفاوت: رپ سولوکوله و باجیلار» به بررسی چگونگی استفاده از موسیقی جهت بیان مقاومت در مقابل نابرابری اجتماعی و اقتصادی، تبعیض و طرد در شهر استانبول ترکیه می‌پردازد. لیونگ و کایر (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای دیگر تحت عنوان «ترجیحات موسیقایی و فعالیت مدنی جوانان» به بررسی رابطه بین ترجیح موسیقایی و فعالیت مدنی میان ۱۸۲ مشارکت‌کننده در سنین بین ۱۴-۲۴ می‌پردازند. بخشی از نتایج ایشان حاکی از آن است که کسانی که نوع خاصی از موسیقی را گوش می‌دهند نسبت به سایرین به صورت معناداری با فعالیت‌های مدنی همراه هستند (Leung & Kierg 2008:445). گروه دیگر از مطالعات موجود در ارتباط با مصرف موسیقی جوانان را می‌توان در تحت عنوان مطالعات مفهوم محور دسته‌بندی کرد. در این مطالعات موضوع مصرف موسیقی جوانان با توجه مفهومی مشخص مورد واکاوی قرار می‌گیرد (اکبری و مردای، ۱۳۹۸؛ رونقی، ناظری، ۱۳۹۴؛ قاسمی و صمیم، ۱۳۸۶؛ قاسمی و همکاران، ۱۳۹۹؛ قدرتی، ۱۳۹۵؛ نبوی و همکاران، ۱۳۹۸؛ هاشمی و غلامزاده نطنزی، ۱۳۹۱). برای مثال هاشمی و غلامزاده نطنزی در مطالعه‌ای با عنوان «نیاز و سبک مصرف موسیقی (مطالعه موردی دانش‌آموزان شهر تهران)» با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای تعداد ۲۶۴ نفر از دانش‌آموزان پایه سوم متوسطه را در دبیرستان‌های دخترانه و پسرانه مناطق ۳، ۸ و ۱۸ شهر تهران به عنوان نمونه مورد تحقیق انتخاب کرده و به مدد پرسشنامه تلاش کردند تصویری از انواع متفاوت موسیقی مورد مصرف جوانان شهر تهران را بر اساس نیازهای آنها ارائه کنند. نتیجه این تحقیق نشان می‌دهد که در منطقه سه شهر تهران نیاز شناختی و عاطفی، در منطقه هشت نیاز انسجام‌بخش شخصی، نیاز عاطفی، نیاز گریز از تنش و نیاز شناختی و در نهایت در منطقه هیجده تنها نیاز عاطفی به ترتیب بیشترین تأثیر را بر نوع موسیقی مورد مصرف جوانان دارند. با توجه به اهداف پژوهش حاضر می‌توان آن را در دسته اخیر جای داد. پژوهش ما بر خلاف بسیاری از پژوهش‌های این

دسته که بر مبنای جنبش روش‌شناختی کمی (حبیبی، ۱۳۹۳) با تمرکز به سرمایه فرهنگی به تفاوت‌های موجود در مصرف و تفسیر موسیقی میان گروه‌های از جوانان شهر تهران می‌پردازد.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از منظر روش‌شناسی کیفی به بررسی موضوع مورد نظر می‌پردازد. در پژوهش‌های کیفی معمولاً از چهار منبع عمده داده شامل صحبت<sup>۱</sup>، مشاهدات، منابع دیداری (طرح‌ها، عکس‌ها و فیلم‌ها) و اسناد، سخن به میان می‌آید. (leech&Onwuegbuzie,2008:588) داده‌های پژوهش حاضر از منبع اول یعنی صحبت کردن با مشارکت‌کنندگان پژوهش حاصل شده است؛ بنابراین پژوهش با داده‌های متنی مواجه است. صاحب نظران روش‌شناسی کیفی روش‌ها و شیوه‌های متعددی را برای تحلیل داده‌های کیفی پیشنهاد داده‌اند. کافی<sup>۲</sup> و اتکیسون (۱۹۹۶: ۲) ضمن تأکید بر عدم وجود شیوه‌ای یگانه در تحلیل داده‌های کیفی بر لزوم یافتن یک شیوه مشخص که در جریان پژوهش راهگشا باشد، تأکید می‌کنند. باین‌وجود باید توجه داشت در تنوع روشی موجود، پژوهشگر می‌تواند یک شیوه را به صورت جداگانه یا به صورت همزمان و مکمل به کار برد (محمدپور، ۱۳۸۸: ۱۳۴). در پژوهش حاضر با توجه به ماهیت متنی داده‌ها، از میان روش‌های کیفی روش تحلیل محتوای کیفی انتخاب شده است. تحلیل محتوا قدیمی‌ترین شیوه تحلیل متن در میان روش‌های تجربی تحقیق اجتماعی است (عادل مهربان، ۱۳۹۴: ۶). در ادبیات روشی چندین نوع از تحلیل محتوا شامل تحلیل محتوای کمی و کیفی مطرح است که ویژگی مرکزی مشترک همه آنها مقوله‌بندی نظامند داده‌های متنی جهت معنا بخشی به داده‌ها است. (Forman& Damschroder,2008:39) در این روش که برخی آن را از روش‌های تحلیل روایتی می‌دانند، هدف بررسی محتوای درون متن است. اگر بخواهیم یک تعریف از این روش ارائه دهیم می‌توانیم بگوییم که یک روش تحقیق برای تفسیر ذهنی محتوای داده‌های متنی از طریق فرایند طبقه‌بندی منظم کدها و شناسایی تم‌ها (الگوها) است (محمدپور، ۱۳۹۰: ۱۰۰). در پژوهش حاضر، با توجه به توضیحات اخیر و چنانکه پیش‌ازین نیز تأکید شد، ماهیت متنی داده‌های پژوهش جهت معنابخشی به داده‌ها و کشف الگوها از آن روش تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. داده‌های متنی پژوهش ما حاصل گفت‌وگو و مصاحبه با دوازده جوان زن و مرد بین ۲۵ تا ۲۹ سال است که در پاییز

1 Talk

2 Coffey



۱۳۹۵ در پژوهش حاضر مشارکت کرده‌اند. با توجه به مسئله پژوهش، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. بر این اساس تلاش شد، مشارکت‌کنندگان به‌گونه‌ای انتخاب شوند که نیمی از ایشان از سرمایه فرهنگی بالایی برخوردار باشند و نیم دیگر از آنها سرمایه پایین‌تری در اختیار داشته باشند. یکی دیگر از مواردی که به‌عنوان یک تعهد اخلاقی در کار لحاظ شده است، تلاش برای حفظ گمنامی<sup>۱</sup> و رازداری<sup>۲</sup> (کرسول، ۲۰۰۶) مشارکت‌کنندگان است. بر این اساس، بازنمایی مشارکت‌کنندگان در گزارش پژوهش با نام مستعار صورت گرفته است. با این حال در انتخاب نام مستعار برای مشارکت‌کنندگان تلاش شده از اسمای که به‌نوعی هم‌ارز نام واقعی ایشان است، استفاده شود. برای مثال کسانی که نام ایرانی داشتند، نام مستعارشان نیز ایرانی انتخاب شد و کسانی که اسمایشان در سنت اسلامی می‌گنجید اسمای نزدیک به نام اصلی‌شان از سنت اسلامی انتخاب گردید. در جدول زیر تلاش شده است بخشی از اطلاعات مربوط به مشارکت‌کنندگان پژوهش ارائه شود.

جدول ۱- اطلاعات مشارکت‌کنندگان

ردیف	نام	سن	تحصیلات	شغل	سایر توضیحات (کالای فرهنگی)
۱.	فرهاد	۲۷ ساله	کارشناسی ارشد	بیکار	نوازنده گیتار
۲.	رضا	۲۵ ساله	دیپلم	بیکار	-
۳.	احمد	۲۹ ساله	کارشناسی ارشد	کارمند	نوازنده پیانو
۴.	لاله	۲۵ ساله	دیپلم	بیکار	-
۵.	سمیه	۲۵ ساله	کارشناسی	کارمند	نوازنده سنتور
۶.	پروانه	۲۵ ساله	دیپلم	بیکار	-
۷.	زهره	۲۶ ساله	کارشناسی ارشد	کارمند	نوازنده نی
۸.	محمد	۲۵ ساله	دیپلم	مغازه‌دار	-
۹.	صدیقه	۲۹ ساله	ابتدایی	بیکار	-
۱۰.	حمزه	۱۸ ساله	دیپلم	بیکار	-
۱۱.	هادی	۲۵ ساله	کارشناسی	بیکار	شاعر
۱۲.	زهره	۲۲ ساله	کارشناسی	بیکار	نوازنده پیانو، زبان آموز زبان آلمانی

جهت تحلیل و پردازش داده‌ها تمامی مصاحبه‌ها پیاده و تایپ شدند؛ بنابراین، سخن یا گفتار مبدل به نوشتار یا متن گردید. وجود همین داده‌های متنی روش تحلیل محتوا کیفی را

1 Anonymity

2 Confidentiality

برای پژوهش حاضر کارآمد ساخت. جهت تحلیل داده‌ها از کدگذاری باز (آزاد) و محوری که از فنون رایج فروکاست داده‌ها (بلیکی، ۱۳۸۷) در تحقیقات اجتماعی است، استفاده شده است. لازم به ذکر است که کدگذاری باز و کدگذاری محوری برخلاف آنچه که متداول شده است، رویه‌های تحلیلی مختص گرند تئوری نیستند بلکه می‌توان آن را در سایر روش‌های تحقیق کیفی از جمله روش تحلیل محتوای کیفی استفاده کرد (محمدی، ۱۳۹۳: ۱۰۳). زیرا ماهیت تحقیقات کیفی بر مبنای انعطاف‌پذیری استوار شده و لذا مانعی برای استفاده کردن از آن وجود ندارد. بر این اساس، در پژوهش پیش رو، تمامی داده‌ها با توجه به پرسش‌های مصاحبه به هشت بخش خرد شد. سپس در هریک از بخش‌ها، مجدداً عمل خرد کردن با توجه به وجه اشتراک و تفاوت ادامه یافت و برای هر خرده داده، نامی انتخاب شد. در مرحله بعد، تمامی داده‌های خرد شده تحت چند محور مفهوم‌سازی گردید. درنهایت تلاش شد، میان داده‌های استخراج یافته و چارچوب مفهومی پژوهش ارتباط لازم برقرار شود.

### تفاوت‌های مصرف موسیقی در میان جوانان

پیش از پرداختن به یافته‌های مقاله، لازم است به این نکته اشاره گردد که مفهوم جوانان مفهومی انتزاعی و محصول یک نظم طبقه‌بندی شده بر اساس سن است (بورديو، ۱۳۹۹). حال آنکه لازمه یک نگاه جامعه‌شناختی توجه به شرایط و مؤلفه‌های وجودی و اجتماعی است. چنین نگاهی موجب دوری جستن از نظم‌های ساختگی و انتزاعی شده، امکان دستیابی به نظم‌های اجتماعی را فراهم می‌آورد (همان). از این رو به نظر می‌رسد، مادامی می‌توان به مفهوم جوانان پرداخت که آن را در یک بستر اجتماعی مورد مذاقه قرار داد. با چنین رویکردی توجه به مؤلفه‌های اجتماعی در خصوص مفهوم جوان دارای اهمیت زیادی در مقاله حاضر است. در این راستا، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها برای خروج از نظم‌های ساختگی و انتزاعی مؤلفه سرمایه فرهنگی است.

توجه به مؤلفه سرمایه فرهنگی زمینه را برای بررسی مفهوم جوان از دریچه جامعه‌شناسی فراهم می‌کند. به عبارتی دیگر، توسل به سرمایه فرهنگی در بررسی حیات فرهنگی جوانی موجب اجتناب از کلی‌نگری و یکدست نگاشتن امر جوانی در تمامی طبقات اجتماعی می‌شود. بر این اساس، پژوهش کیفی حاضر از سویی به سراغ آن دسته از جوانانی که سرمایه فرهنگی بالایی در اختیار دارند، رفته است و از سوی دیگر، به گروه‌هایی از جوانان که همین سرمایه را به میزان اندکی در تملک داشتند، مراجعه کرده است.

مؤلفه‌های تشخیص‌دهنده سرمایه فرهنگی همان‌گونه که در بخش‌های پیش‌ازین نیز به آن اشاره شد، شامل مدارک نهادینه و تصدیق شده از سوی دولت و کالاهای فرهنگی یا عینیت یافته مانند داشتن ابزار و آلات موسیقی و معلومات مکتسبه مانند نوازندگی است. بر این اساس، در این پژوهش، جوانان به دو گروه تحصیلات زیر دیپلم و تحصیلات عالی تقسیم شدند. این دو گروه میزان دسترسی افراد به سرمایه فرهنگی را نشان می‌دهد. گروه‌هایی که دارای کالای فرهنگی و معلومات مکتسبه و مدارک نهادینه شده در دسته تحصیلات عالی‌ه گروه با دسترسی بالا به سرمایه فرهنگی قرار دارند. اما برای متمایز ساختن سرمایه فرهنگی صرفاً نمی‌توان به تحصیلات بسنده کرد؛ بنابراین در بررسی موضوع علاوه بر تحصیلات، امر عینیت یافته و تجسد یافته نیز در دستور کار پژوهش حاضر قرار گرفت. در این راستا مشارکت‌کنندگانی در پژوهش حاضر حضور یافتند که عمدتاً یا تحصیلات موسیقایی داشتند و یا خویش نوازنده یکی از آلات موسیقی به شمار می‌رفتند. در سوی دیگر، آن دسته از جوانانی در پژوهش حاضر مشارکت داشتند که تحصیلات دیپلم یا زیر دیپلم داشتند و مؤلفه‌هایی چون معلومات مکتسبه و مدارک نهادینه شده و کالای فرهنگی (مالکیت آلات موسیقی و نوازندگی) اختیار نداشتند. افراد این دسته به صورت یک کاسه شده در نظر گرفته شده، به عنوان گروه با دسترسی پایین به سرمایه فرهنگی لحاظ شدند. البته لازم به یادآوری است که معمولاً میان تحصیلات عالی‌ه و داشتن معلومات مکتسبه و مدارک نهادینه شده و کالای فرهنگی ارتباط وجود دارد.

### ذائقه تربیت شده و ذائقه حسی

آنچه که در این پژوهش مورد توجه است، مصرف موسیقی در میان جوانان است. آنچه در این میان برای پژوهش حاضر، حائز اهمیت است، این موضوع است که جوانان به چه موسیقی‌هایی گوش فرا می‌دهند و نیز برای این موضوع چه معیارهایی مدنظر دارند و در روند و فرایند جامعه‌پذیری ایشان در مسیر مصرف موسیقی چه رخ داده است. اولین و مهم‌ترین تفاوتی که می‌توان در میان جوانان با سرمایه فرهنگی بالا و جوانانی که این سرمایه را به میزان اندکی در اختیار دارند، در ارتباط با موضوع مورد نظر بیان داشت، تفاوت در نوع ذائقه و سلیقه موسیقایی آن‌ها است. به‌عبارتی‌دیگر، سلیقه این دو دسته از افراد در انتخاب موسیقی مورد علاقه با یکدیگر متفاوت بوده درعین‌حال این تفاوت معنادار است. می‌توان گفت که تحصیلات عالی‌ه و داشتن مدارک نهادینه شده و معلومات مکتسبه و مالکیت کالای فرهنگی در طول زمان خود منجر می‌شود که سلیقه عامل اجتماعی طبق قاعده و با یک سری اصول خاصی همراه

گردد (رونقی و ناظری، ۱۳۹۴). در این راستا می‌توان از شکل‌گیری نوعی قابلیت و توانایی خوانش رمزگان پیچیده به واسطه موقعیت اجتماعی سخن به میان آورد. به بیانی ساده‌تر، ذائقه این عاملان اجتماعی به واسطه تملک سرمایه فرهنگی تربیت و هدایت می‌شود. حاصل این تربیت و هدایت، علاقه‌مندی به هر نوع موسیقی نیست. ذائقه تربیت‌شده منجر می‌گردد که شخص، انتظارش را نسبت به آنچه که می‌شنود تغییر دهد و نسبت به هر موسیقی واکنش خرسندی از خود بروز ندهد. کنشگر اجتماعی با سرمایه فرهنگی بالا، اصوات موسیقایی را با توجه به آنچه که در طول جامعه‌پذیری خویش آموخته و با آن زیسته است، رمزگشایی می‌کند. در نتیجه چنین فرآیندی این اشخاص به سمت موسیقی عامه‌پسند علاقه و گرایشی ندارند بلکه آنچه در این موضوع مشهود است، تفاوت قابل ملاحظه ایشان با دیگری است. معیارهای قضاوت موسیقایی این‌گونه افراد با توجه به همین مسأله شکل و قوام می‌گیرد و از این بستر است که قابل توجه و ملاحظه است. در این ارتباط دو تن از مشارکت‌کنندگان در پژوهش ما چنین نظر خود را بیان داشتند:

«دوره باروک، چون به روحیاتم نزدیک‌تره و از پیچیدگیش خوشم می‌یاد.» (فرهاد؛ ۲۷ ساله)  
 «تقریباً همیشه گفت که همه چیز گوش می‌دم ولی اون چیزی که ازش لذت می‌برم موسیقی سنتیه، چون احساس می‌کنم که یه درون‌گرایی خاصی داره، قشنگه و حس درونی خوبی بهم می‌ده مثلاً موسیقی پاپ اینا هم گوش میدم اما کلاسیک گوش میدم مثلاً پیانو گیتار اینا هم گوش می‌دم قشنگه، ولی مثلاً موسیقی سنتی چیزای عارفانه داره بیشتر احساس می‌کنم که با شخصیتم، با حس درونیم منطبق هست.» (سمیه؛ ۲۵ ساله)  
 «از ده یازده سالگی، دوره سولفژ و نت‌خوانی رو شروع کردم، همچنان که پیانو رو هم فرامی‌گرفتم و با موسیقی کلاسیک ایرانی آشنا شدم و من از همون موقع علاقه‌مند شدم. قبلش موزیک روز گوش می‌کردم به اصطلاح موزیکای اون موقع، شش و هشت گوش می‌کردم.» (فاطمه؛ ۲۲ ساله)

چنانکه نقل قول‌های اخیر نشان می‌دهد، این افراد قادر به گوش دادن به موسیقی دوره باروک و نیز موسیقی سنتی «کلاسیک ایرانی» و لذت بردن از آن هستند. رمزگشایی از موسیقی‌های مذکور و برقراری ارتباط با آن حاکی از تربیت سلیقه ایشان و فرایند و روند جامعه‌پذیری خاص ایشان است. این موضوع باعث می‌شود، افرادی که خارج از رویه و فرآیندهای مربوط به جامعه‌پذیری ایشان اجتماعی شده‌اند، قادر به رمزگشایی از این نوع موسیقی و ارتباط برقرار کردن با آن نشوند. به نظر می‌رسد، در ارتباط با مصرف موسیقی این

گروه از جوانان می‌توان به دو نکته اشاره داشت. نکته اول، اینکه سبک موسیقی مورد پسند این گروه از افراد با دیگران بسیار متفاوت است. عامری و قاسمی جوجیلی (۱۴۰۰) بر تأثیر این موضوع بر گرایش و علاقه‌مندی جوانان ایرانی به موسیقی سنتی ایرانی تأکید می‌کنند. نکته دوم، آنکه دلیلی این عاملان اجتماعی برای گوش دادن به موسیقی مورد نظر خود ذکر می‌کنند، بیانگر تأثیر بی‌چون و چرای سرمایه فرهنگی است که ایشان آن را کسب نموده‌اند. در مقابل، سلیقه کنشگران اجتماعی که سرمایه فرهنگی اندکی در دسترس دارند، را می‌توان تحت عنوان «حسی-عاطفی» صورت‌بندی کرد. خلق این ترکیب مفهومی از آن رو که در مقابل ترکیب مفهومی «ذائقه تربیت شده» قرار می‌گیرد، حائز اهمیت است. مفهوم ذائقه حسی-عاطفی بیانگر این موضوع است که این گروه از جوانان بیشتر نگاه کارکردی به موسیقی دارند. بر این اساس بیشتر به حسی که از موسیقی دریافت می‌کنند، توجه دارند تا معناگشایی از آن. به عبارتی دیگر، ذائقه ایشان به گونه‌ای تربیت نشده که بتواند و بخواهند که موسیقی‌های خاص و پیچیده‌ای را رمزگشایی کنند و بیشتر با آنچه که در دم دست است، ارتباط برقرار می‌سازند؛ بنابراین، موسیقی که ایشان انتخاب می‌کنند، موسیقی پاپ است. چراکه این نوع از موسیقی است که نیاز آن‌ها را به موسیقی تأمین می‌کند. در ادامه به نظرات چند تن از مشارکت‌کنندگان پژوهش که موضوع اخیر را نشان می‌دهد، اشاره می‌شود.

«بیشتر موسیقی پاپ گوش می‌دم، چون بهم حس خوبی میده و باهش خیلی ارتباط می‌گیرم و یه جورایی زمانی که از یک مسئله‌ای ناراحتم موسیقی پاپ بیشتر بهم انرژی میده یا بیشتر موسیقی پاپ رو می‌فهمم. راستش حالمو خوب می‌کنه» (رضا؛ ۲۵ ساله)

«سبکیش واسم فرقی نمی‌کنه ولی باید ببینم چی هست که به دلم می‌شینه یا نه» (پروانه؛ ۲۵ ساله)

«من بیشتر موسیقی پاپ رو دوس دارم مخصوصاً خواننده‌های قدیمی صداشونو بیشتر دوس دارم. قدیمی کلاً بیشتر دوس دارم تا جدید. مثل قمیشی، ابی، داریوش، گوگوش.» (لاله؛ ۲۵ ساله)

این جوانان در بیان معیارهایشان برای ترجیح و انتخاب موسیقی مورد علاقه‌شان از ویژگی‌های مانند «حس خوب»، «دل‌نشین» اشاره می‌کنند. این موضوع خود بیانگر برداشت مبهم و نادقیق ایشان از موسیقی مورد مصرفشان است. به دیگر سخن، این گروه از مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر عموماً تصویر مشخصی از موسیقی مصرفی خود ندارند. از این‌رو، آن را به شکل حسی و با واژگانی همچون حس خوب و دل‌نشین توصیف می‌کنند. لذا

می‌توان نتیجه گرفت که طبیعتاً بیشتر به سمت موسیقی پاپ علاقه و گرایش خواهند داشت. زیرا ورود به موسیقی‌های خاص پسند سرمایه خاص خودش را می‌طلبد.

### هارمونی و شوریدگی

دومین تفاوتی که میان جوانان با سرمایه فرهنگی بالا و جوانان با سرمایه فرهنگی اندک در پژوهش حاضر مشاهده گردید، در تعریفی که این دو دسته از جوانان از موسیقی مطلوب و ایده‌آل ارائه می‌کنند، نهفته است. به عبارتی دیگر، آنچه که ایشان به عنوان موسیقی خوب و ایده‌آل تعریف می‌کنند و ویژگی‌هایی که برای آن برمی‌شمارند، این تفاوت را بیان می‌کند. جوانان با سرمایه فرهنگی بالا برای موسیقی خصلتی علمی و فنی قائل هستند. این گروه از جوانان در تعریف از موسیقی ایده‌آل خود بر مفاهیم مانند شعر فاخر، ملاحظات فنی، هارمونی اجزای موسیقی و مواردی از این دست تأکید دارند. در این نگاه و تعریف از موسیقی، هر ملودی‌ای شایسته وارد شدن به دایره شمول موسیقی ارزیابی نمی‌شود. در این نوع نگاه آن نغمه و ملودی را می‌توان تحت عنوان موسیقی در نظر گرفت که خصلتی حرفه‌ای داشته، به صورت فنی و علمی ساخته و پرداخته شده باشد. این در حالی است که جوانان با سرمایه فرهنگی اندک عموماً به معیارهای مانند شوریدگی و سرزندگی در تعریف موسیقی خوب تأکید دارند. در ادامه در ارتباط با موضوع اخیر، بخشی از نظرات دو تن از مشارکت‌کنندگان با سرمایه اجتماعی بالای پژوهش حاضر نقل می‌شود.

«به نظر من، بد و خوب نسبین. اما به نظر من راجع به موسیقی از نظر علمی همیشه گفت شعر قوی یا شعر ضعیف ولی نمی‌تونی بگی شعر خوب شعر بد، موسیقی هم می‌تونی بگی موسیقی قویه هست چرا؟ همه نوع آهنگ‌سازی توش رعایت شده، تمامی فنون آهنگ‌سازی، فنون فیزیک صوت، نتا زیبا کنار هم گذاشته شده چون انسان واقعاً زیبا طلبه دیگه، این بهش می‌گیم موسیقی خوب و قوی، یه موسیقی من دوس ندارم متأسفانه یا خوشبختانه اکثر کسانی که موسیقی کار کردن اینا رو تأیید نمیکنن موسیقی‌هایی مثلاً سایی مانکن و این رو اصلاً موسیقی نمیدونن خیلیا اینکه بشینی پشت کامپیوتر و دو تا ریتم پخش کنی شاید از نظر حرفه‌ای‌ترها به موسیقی به عنوان یک علم نگاه کنن آره شاید موسیقی بد باشه، ولی از نظر خیلیا شاید موسیقی خوبی باشه ولی موسیقی خوب و بد نداریم. یا سلیقه‌ای موسیقی‌ای رو بد میدونه یا از نظر علمی.» (احمد؛ ۲۹ ساله)

«موسیقی که هارمونیش خوب نباشه یعنی قواعد هارمونیش رعایت نشده باشه، گوش میکنیدش گوشت اذیت میشه، این موسیقی بد هستش. موسیقی بد دیگه موسیقی بد اسمش نیست خداییش اینایی که توی ماشین گوش میدن موسیقی بده دیگه مثلاً امیر تتلو موسیقی نیست. موسیقی بد و خوب سؤال سختیه، اگه به من بگید می‌گم موسیقی بد داریم مثل لباس بد، لباس بد رنگه، لباس بد بافته.» (فرهاد؛ ۲۷ ساله)

«یه موسیقی خوب ملودی باید اصولی ساخته بشه، شعر باید معنی و مفهوم داشته باشه، تنظیم آهنگ باید درست باشه، در این صورت تلفیق این سه تا اصولی که گفتم همیشه یک موزیک خوب» (فاطمه؛ ۲۲ ساله)

«گرچه خوب و بد نسبی هست ولی دلیل نمیشه که موسیقی خوب بگیم وجود نداره، موسیقی خوب موسیقی هست که فالش نباشه و در درجه اول نت صحیحی داشته باشه و اینکه هرکسی که احساس کرد میتونه موسیقی کار کنه وارد این عرصه نشه چون لازم هست که خیلی وقت بذاره و به متخصص از آب در بیاد.» (هادی؛ ۲۵ ساله)

همان‌گونه که نقل قول از نظرات مشارکت‌کنندگان با سرمایه فرهنگی بالا نشان می‌دهد، موسیقی خوب و شایسته، آن نوع از موسیقی است که بر اساس اصول علمی و رعایت هارمونی ساخته و پرداخته شده باشد. آنچه در اینجا محل تأکید است، این موضوع است که دسترسی به میزان قابل توجهی از سرمایه فرهنگی افراد را قادر می‌سازد به توانشی بالفعل جهت ورود به مسائل پیچیده در حوزه مصرف فرهنگی به طور عام و مصرف موسیقی به طور خاص دست یابند. به تعبیر بورديو (۱۳۷۷) اثر هنری برای کسانی امری نمادین تلقی می‌شود که قدرت رمزگذاری و کشف و خوانش کدهای آن را دارند. اما بی‌بضاعتی در عرصه سرمایه فرهنگی این مجال را از افراد می‌گیرد. این افراد به تصویری دیگر از مصرف فرهنگی نائل می‌آیند. تصویر و تعریفی که متضمن احساس، شور و حرارت است. در این تعریفی، مادامی موسیقی مناسب و مطلوب شکل خواهد گرفت که بیش از همه احساس، شور و حال شنونده را تحریک کند. این تعریف در همین سطح باقی می‌ماند و اجازه رفتن به اعماق و پیچیده شدن را نمی‌یابد. در ادامه به نظرات چند تن از مشارکت‌کنندگان پژوهش که از نظر دسترسی به سرمایه فرهنگی در شرایط اخیر قرار دارند، اشاره می‌شود.

«موسیقی بد و خوب داریم، موسیقی خوب به نظر من آهنگ‌سازی موزیک خیلی مهمه که مثلاً زنده باشه یا با دستگاه حالا با کامپیوتر باشه که آهنگ‌سازی میکنن، خب موسیقی که زنده زده بشه بیشتر آدم رو جذب میکنه» (محمد؛ ۲۵ ساله)

«کسی که مثلاً آهنگ رو از روی حس نخونه مسلماً بده، کسی که حس داشته باشه و با آرامش آهنگ رو بزنه بیشتر اون آهنگ به دل می‌چسبه تا اون کسی که حسی نداشته باشه و آرامش نداشته باشه» (لاله؛ ۲۵ ساله)

«موسیقی خوب و بد داریم، مثلاً بعضی از خواننده‌ها خوب نمیخونن بعضیهاشون هم بد میخونن» (سکینه؛ ۲۹ ساله)

### رهنمون‌های مذهبی: مواجهه نقدآمیز و مواجهه طردآمیز

پژوهش‌های علمی و پیمایش‌های سنجش دین‌داری ایرانیان، جامعه ایران را به عنوان جامعه‌ای مذهبی مطرح می‌کند. هرچند این دین‌داری دستخوش تحولات گسترده‌ای بوده است (شریعتی و بندرچی، ۱۳۹۶). با توجه به اقبال گسترده‌ای که در دهه‌های اخیر قشر جوان جامعه به موسیقی داشته است، نهاد دین هر چه بیشتر تلاش در جهت تأثیرگذاری به این حوزه را در دستور کار خویش قرار داده است؛ بنابراین یکی از عوامل مهمی که بر مصرف و کیفیت موسیقی در جامعه ایرانی اثر قابل‌ملاحظه داشته است، نهاد دین است. در این مسیر دین به طور عام و دین اسلام به طور خاص تلاش کرده است، مختصات موسیقی صحیح و مطلوب را ترسیم کند. موسیقی که شخص متشرع با شنیدن آن گناهی مرتکب نشود. در چنین بستری، اسلام می‌تواند مصرف موسیقی را جهت دهد. با این حال، یافته‌ها و داده‌های حاصل از پژوهش حاضر که با ابزار مصاحبه نیم ساخت یافته با هر دو گروه از جوان به دست آمد، حاکی از عدم تأثیرگذاری مؤثر و جدی رهنمون‌های دینی در مصرف موسیقی است. این عدم تأثیرگذاری ریشه در مواجهه انتقادی با رهنمون‌های دینی از سوی جوانان در باب مصرف موسیقی است. با این حال آنچه در اینجا برای مقاله حاضر حائز اهمیت است، کیفیت این مواجهه انتقادی از سوی دو گروه جوانان مورد نظر است. به نظر می‌رسد، مواجهه جوانان با سرمایه فرهنگی بالا، با رهنمون‌های مذهبی در باب مصرف موسیقی را می‌توان نوعی «مواجهه نقدآمیز» در نظر گرفت. در این مواجهه نوعی رویکرد استدلالی و نسبی‌گرایی حاکم است. به عبارتی دیگر، حتی اگر این گروه از جوانان رهنمون‌های مذهبی نپذیرند، این عدم پذیرش با رویکردی نسبی‌گرایانه و استدلالی دنبال می‌شود. به بیانی روشن‌تر، اینان معتقدند که حکم اسلام در خصوص موسیقی جنبه عمومی ندارد و بسته به شخص گوش‌کننده در نوسان است. با این استدلال، آن‌ها این موضوع را در کنش‌ورزی خود در حوزه موسیقی بی‌تأثیر ارزیابی می‌کنند. به نظر می‌رسد، این استدلال‌گری و ارزیابی ناشی از دسترسی به حد قابل توجهی از سرمایه فرهنگی است. سرمایه‌ای



که به ایشان این جسارت و جرأت را می‌بخشد که احکام شرعی را حتی در صورت پذیرفتن به‌گونه‌ای خاص برای خویش تفسیر و تعبیر کنند. در این ارتباط در زیر نظرات دو تن از مشارکت‌کنندگان ارائه می‌شود.

«شخصاً به کم سست و بی‌دین و ایمون شدم ولی نمی‌تونیم بگیم که مراجع اشتباه می‌گن، آآن مثلاً صدای هاید هاید چیه؟ من رو از خود بیخود میکنه آآن؟ اون دنیا مشخص می‌شه دیگه! نمی‌دونم من درست می‌گم شایدم گفتن که صدای زن حرومه تو رو از اون حالت خارج کنه. آآن هاید هاید داره می‌خونه، واقعاً این قدر مریضی که با صدای هاید از خود بیخود می‌شی! این توجیه‌ها رو می‌کنم میگم ولش کن بذار گوش کنم. می‌گم خدا انسان رو آفرید و انسان توجیه رو. جالبه می‌گن نظر امام خمینی، موسیقی غنایی هم نسبییه ها! یه آهنگ پخش می‌شه تو از خودت بیخود میشه اون آهنگ واسه تو حرومه این موسیقی ممکنه واسه یکی دیگه حروم نباشه» ( احمد؛ ۲۹ ساله)

«من هر موزیکی رو برای خودم مجاز می‌دونم، اما این موزیک مجاز رو برا همه مجاز نمی‌دونم. یعنی من یه دوستی دارم که صلاح می‌دونم هر موسیقی رو گوش نده، فکر می‌کنم اینا عمومیت نداره، یعنی یه موسیقی که همه رو از خود بیخود کنه نیست بستگی به اون فرد داره، به نظر من چون این احکام واسه همه صدق نمی‌کنه خیلی محکم نیست دیگه، از اون جایی که دریافت موسیقی بین افراد متفاوته این حکم مراجع عمومیت نداره.» (فرهاد؛ ۲۷ ساله)

از سوی دیگر، به نظر می‌رسد، مواجهه جوانانی که سرمایه فرهنگی اندکی در اختیار دارند، با رهنمون‌های مذهبی در باب مصرف موسیقی را می‌توان تحت عنوان «مواجهه طردآمیز» صورت‌بندی کرد. مواجهه‌ای که فارغ از هرگونه استدلال و تأملی با قاطعیت تمام رهنمون‌های مذکور را رد و طرد می‌کند. توجه به نقل‌قول‌های زیر از چند تن از مشارکت‌کنندگان با سرمایه پایین راهگشا است.

«برام که مهم نیست من خودم که توی گوشیم نگاه کنید اکثر خواننده‌ها مرده، اسلام گفته آهنگ شاد که آدم رو از حالتش خارج کنه حرامه اگه این طوری باشه خب آهنگ غمناکم آدم رو به حالت دیگه‌ای می‌بره آهنگ ریتم این جوریه اگه این طوری باشه پس کلاً موسیقی حرامه هر موسیقی‌ای به نوبه خودش.» (محمد؛ ۲۵ ساله)

«من همه جور آهنگی گوش میدم، یعنی واسم مهم نیست. آدم بستگی به حال خودش داره تو چه حالی باشه، چه آهنگی بهش بچسبه، یه وقت خیلی شادی نیاز به آهنگ شاد داری،

یه وقتی توی یه حالتی هستی که نیاز به آهنگ ملایم و آرومی داری که بتونه آرومت کنه.  
برام فرقی نمیکنه.» (پروانه؛ ۲۵ ساله)

«نه راستش این نوع سختگیری‌ها رو ندارم و هدفم بیشتر لذت بردن هست.»

(عبدالله؛ ۱۸ ساله)

### شنیدن ناشنیدنی‌ها و دیدن نادیدنی‌ها

یکی از تفاوت‌های بارز و روشن میان جوانان دارای سرمایه فرهنگی بالا و اندک، تمایل به موسیقی بی‌کلام است. بیشترین موسیقی که در میان عموم رایج و متداول است، موسیقی باکلام است. استقبال از گوش کردن موسیقی بی‌کلام خود نشانه‌ای دال بر توانش فهم این نوع از موسیقی است. توانشی که خود حاصل فرایندی در طول زمان است. لذا آنانی که سرمایه فرهنگی بالاتری در اختیار دارند، به موسیقی بی‌کلام تمایلی قابل‌ملاحظه نشان می‌دهند. این موضوع تا آنجا برای گروهی از این افراد برجسته می‌شود که حتی برخی از ایشان اساساً موسیقی معتبر و مطلوب را موسیقی بی‌کلام در نظر می‌گیرند. این موضوع در نقل‌قول‌های که از چند تن از مشارکت‌کننده پژوهش ما ارائه شده است، خود را بهتر نشان می‌دهد.

«احساس می‌کنم یه مقدار با موسیقی بی‌کلام تمایل پیدا کردم. چون موسیقی بی‌کلام این اجازه رو بهت میده که خودت تصویرسازی کنی، اصلاً خودت شاید حرفایی توی ذهنت باشه. موسیقی فیلم‌ها حتی اگه بی‌کلام باشه گوشش نمی‌دم اگه خواننده‌ای داشته باشه اون رو دیگه اصلاً گوش نمی‌دم. اگه یه روزی بخوام توی ماشینم موسیقی گوش بدم مطمئناً اون موسیقی هست که فیلمش رو ندیده باشم. چون موسیقی که دارم گوش می‌دم من رو ناخودآگاه به یاد اون فیلمه خواهد انداخت و احساس می‌کنم اون موسیقی خاص اون فیلم ساخته شده این جلو اون تصویرسازی رو می‌گیره» (احمد؛ ۲۹ ساله)

«موسیقی بی‌کلام این اجازه رو به من میده که خودم فکر کنم، خیالم رو خودم پرواز بدم، اما موسیقی با کلام این طوری نیست دیگه، نشخوار کردنه دیگه، خورده تموم شده ما میریم نشخوار می‌کنیم.» (فرهاد؛ ۲۷ ساله)

«ببین موسیقی گوش کردن من قبل و بعد از موسیقی خوندن من فرق کرده، یعنی قبلاً اصلاً موسیقی رو نمی‌شنیدم، خواننده رو می‌شنیدم، موسیقی که خواننده نداشت خیلی سخت گوش می‌کردم، یعنی حتماً باید «خواننده می‌داشت، اما بعد از موسیقی خوندنم داستان دیگه کلاً فرق کرد، بعد اون وقت موسیقی رو شناختم و یه چیزایی توش می‌شنوم

که قبلاً نمی‌شنیدم. قبل از تحصیل موسیقایی همه چیز گوش می‌کردم اما پس از آن سلیقه‌ام به سمت باروک رفت.» ( زهره؛ ۲۶ ساله)

«من راستش موسیقی بی‌کلام رو به هر موسیقی ترجیح می‌دم، چون به من اجازه میده که خودم بتونم خیال کنم و خیال رو بپرورونم و مثل رمانی میمونه که اگه کارگردانی بیاد ازش فیلم بسازه گویا خیال و خلاقیت خودش رو هم وارد میکنه و من اصلاً نمی‌پسندم که خیالم دستکاری بشه.» (هادی؛ ۲۵ ساله)

نقل قول‌های فوق ظرفیت و قدرت نوع خاصی از موسیقی را در افزایش خلاقیت و لذت هنری برای گروه خاصی از افراد با جایگاه‌های اجتماعی و فرهنگی خاص نشان می‌دهد. خلاقیتی که امکان تفسیر کردن متفاوت اشکال هنری و فرهنگی را برای ایشان فراهم می‌کند. این موضوع می‌تواند بیانگر نوعی فردگرایی در میان این گروه از افراد باشد. این در حالی است که کنشگران با سرمایه فرهنگی اندک عموماً از این نوع موسیقی که رمزگشایی خاص خود را دارد، استقبال چندانی نمی‌کنند؛ بنابراین اینکه افراد چه نوع موسیقی را انتخاب و گوش کنند، بر خواسته از جایگاه‌های اجتماعی و فرهنگی آنان است. به عبارتی دیگر ترجیح موسیقایی افراد بیانگر و نتیجه تربیت فرهنگی ایشان است.

### بخشی از ما

با توجه به تحلیل داده‌های پژوهش حاضر، آخرین تفاوتی که می‌توان میان جوانان با سرمایه فرهنگی بالا و جوانان با سرمایه فرهنگی پایین در نگاه و معنابخشی به موسیقی مطرح ساخت، نظرگاه این دو گروه در خصوص گوش دادن به موسیقی سنتی و بیان نظرشان در این خصوص است. نکته قابل تأمل آنکه کنشگران با سرمایه فرهنگی بالا موسیقی سنتی به مثابه منبع و امری هویتی تحلیل می‌کنند در این راستا ایشان این نوع از موسیقی را مؤلفه‌ای جدایی‌ناپذیر از «مای ایرانی» ارزیابی کرده و برخی از ایشان نیز آن را به کهن‌الگوی فرهنگی ایرانی مربوط می‌دانند. به توجه به این موضوع و برخی مطالعات دیگر می‌توان به ظرفیت انسجام‌بخش و وحدت‌بخش موسیقی در بستر جامعه ایرانی اشاره کرد (علیزاده و علی نژاد، ۱۳۹۵). با این وجود کنشگران با سرمایه فرهنگی اندک چندان همراهی و علاقمندی به موسیقی سنتی از خود ظهور و بروز نمی‌دهند. در ادامه اظهارات گروهی از مشارکت‌کنندگان با سرمایه فرهنگی بالا در ارتباط موضوع اخیر ارائه شده است.

«سنتی و پاپم گوش می دم ولی نظر کلیم اینه که نمی‌تونم بگم که سنتی بیشتر ترجیح می‌دم یا پاپ رو، همه رو گوش می‌دم ولی موسیقی سنتی به حسمون بیشتر نزدیکه دیگه، چون ایرانی به هر حال تمایلش به اون نوع نتای شرقی معطوف میشه، ولی یه آهنگ بتهون من مطمئناً ما ایرانیا نمی‌تونیم باهش ارتباط برقرار کنیم.» (احمد؛ ۲۹ ساله)

«به نظرم موسیقی سنتی باید باشه چون موسیقی ماست، اگه موسیقی سنتی از بین بره بخشی از ما از بین میره، اما باید یه سری چیزا رو توش رعایت کنیم که یه ذره جهانی‌تر بشه، موسیقی پاپ باید باشه چون فرق سنتی و پاپ رو متوجه بشیم.» (فرهاد؛ ۲۷ ساله)

«موسیقی سنتی انگار با هویتمون گره خورده و ضمن اینکه همیشه به عنوان یه موسیقی بهش نگاه کرد اما اینکه این موسیقی شناسنامه من هم هست رو همیشه نادیده گرفت.» (هادی؛ ۲۵ ساله)

### نتیجه‌گیری: به سوی یک جامعه‌شناسی مصرف‌موسیقی

همان‌گونه که در بخش پیشین نشان داده شد، میان جوانانی که سرمایه فرهنگی زیادی دارند با جوانانی که همین سرمایه را به میزان اندکی تحت تملک خویش دارند، تفاوت‌هایی در مصرف موسیقی و ارزیابی ایشان از آن قابل‌مشاهده است. بر مبنای پرسش اصلی پژوهش حاضر، تفاوت‌های مذکور با توجه به تحقیق میدانی یک‌به‌یک موردبررسی و ارزیابی قرار گرفت. پرسشی که هدف و چراغ این نوشته از ابتدا قرار گرفته است، کشف تفاوت‌های موجود در مصرف موسیقی جوانان است. جهت فهم جامعه‌شناسانه این موضوع تفاوت‌های مصرف موسیقی جوانان از رهگذر سرمایه فرهنگی که عاملان اجتماعی با توجه به جایگاه اجتماعی که در جامعه کسب کرده یا به ایشان اعطا شده است، آن را به دست آورده‌اند و بخشی از شرایط اجتماعی و وجودی ایشان موردبررسی قرار گرفت؛ بنابراین نمی‌توان مؤلفه سن جوان را عامل گرایش به موسیقی خاصی تلقی کرد بلکه باید به نقش مؤلفه‌های اجتماعی و فرهنگی در شکل‌گیری و قوام سلیقه موسیقایی او توجه داشت.

سرمایه فرهنگی خود یکی از شرایط وجودی است که خود عموماً حاصل سرمایه اقتصادی است. این بدان معنا است که سرمایه اقتصادی به کنشگر اجتماعی فرصت و بستر لازم را جهت اندوختن فرهنگ اعطا می‌کند. بدین ترتیب تفاوت‌ها در مصرف فرهنگی از این موضوع نشأت می‌گیرد (فوتن و شویره، ۱۳۸۵: ۹۶). بر این اساس می‌توان گفت، میزان دسترسی افراد به سرمایه فرهنگی مصرف موسیقی ایشان را شکل و فرم خاصی می‌بخشد. جوانی که سرمایه

فرهنگی بالایی در اختیار دارد، نسبت به رمزگشایی و تفسیر موسیقی که می‌شنود، بسیار متفاوت عمل خواهد کرد. در واقع در نتیجه چنین تملک و انباشتی از سرمایه مورد نظر است که سلیقه و ذائقه‌ای خاص در وی شکل می‌گیرد. سلیقه‌ای که در جوان تربیت شده و تحت هدایت خاصی قرار گرفته است. سلیقه وی او را نسبت به موسیقی حساس می‌کند و منجر می‌شود که وی موسیقی را بازشناسی کند. خود آن موسیقی به فهم خاصی نیاز دارد و به طور قطع، در وهله نخست قابل فهم نخواهد بود. وجود چنین سلیقه‌ای مانند یک صافی یا فیلتر عمل می‌کند و اجازه نمی‌دهد که هر موسیقی در نزد عامل اجتماعی ارزش یکسانی یابد بلکه خود این سلیقه ارزش‌گذار است. آنچه نباید در اینجا فراموش کرد آنکه این سلیقه شخصی و فردی نیست بلکه این سلیقه به شدت تربیت یافته است. ولو اینکه از اجتماعی شدن و در بند گرفتار آمدن می‌گریزد که این خاصیت گام نهادن در سطوح بالای فرهنگ است. چیزی به نام توهم و پنداره‌هایی که بسیار در یک کنشگرانی که مجوز ورود به سطوح بالای فرهنگ را می‌یابد به کرات وجود دارد؛ اما نبود سرمایه فرهنگی مکفی مانع از تربیت یافتن ذائقه در مسیر افراد با سرمایه فرهنگی بالا می‌شود. به تبع ذائقه و سلیقه این افراد شکل و بوی متفاوت به خود می‌گیرد. ذائقه و سلیقه موسیقایی این گروه از افراد عموماً در سطح هیجانانگیز و احساسات‌گرا باقی می‌ماند. این چنین ذائقه‌ای قادر به درک تفسیر و رمزگشایی موسیقی‌های بسیار پیچیده نیست. ذائقه‌ها و سلیقه‌های موسیقایی مورد بحث، کمتر دل‌مشغول حرکت در عمق موسیقی می‌شوند و تنها مبنای ارزش‌گذار برای ایشان حس است؛ بنابراین به راحتی به دام افتادن در چنگ‌های امر اجتماعی تن داده و به راحتی از موسیقی‌های پیچیده عبور می‌کنند. اگر از آنان خواسته شود، تصویری که از موسیقی شنیده شده در ذهن دارند را ترسیم کنند، عموماً تمایل دارند که در خصوص امور روزمره صحبت کنند. این موضوع حاکی از این است که موسیقی برای ایشان یادآور خاطرات است تا اینکه یادآور مفاهیم انتزاعی و پیچیده باشد. این گروه از افراد همچنین فاقد توانایی لازم جهت تطبیق با نوآوری‌هایی عرصه موسیقی هستند زیرا تغییر کدهایی که بتوان موسیقی فاخر جدید یا نو را بازشناخت، در ایشان وجود ندارد. از سوی دیگر، فهمی که کنشگران دارای سرمایه فرهنگی بالا از خود موسیقی دارند، یک فهم و درک متفاوت است. موسیقی برای ایشان امری سرگرم‌کننده نیست بلکه امری تخصصی است و به تبع دارای فنون و ضوابطی است؛ بنابراین برای موسیقی ارزشی والایی قائل هستند اما فقدان سرمایه فرهنگی جایگاه موسیقی را در حد سروکار داشتن موسیقی با احساس توصیف می‌کند. در

چنین شرایطی موسیقی‌ای خوب و شایسته تلقی می‌شود که متضمن شوریدگی و غلیان احساسات است. آنانی که در سرمایه فرهنگی بالا غوطه‌ور هستند، برخلاف کسانی که این سرمایه را اندک در اختیار دارند، به موسیقی بی‌کلام بیشتر اهمیت می‌دهند. گویی موسیقی بی‌کلام اصل موسیقی است و کلام بر روی موسیقی امری اضافی و قابل حذف است. علاقه‌مندی به موسیقی بی‌کلام خود فرصتی برای فرورفتن در اصوات موسیقی، معنا و به‌طور کلی شنیدن آن چیزی است که دیگران قادر به شنیدن آن نیستند و دیدن آن چیزهایی که همان دیگران باز قادر به دیدن آن نیستند. موسیقی بی‌کلام خود عرصه‌ای است که همچون دشتی حاصلخیز که توانش کنشگر است که بر روی آن می‌تواند بوته خیال و گیاه اندیشه بکارد. در اینجا است که کنشگر جوان ما خستگی‌ناپذیر و با علاقه بدان گوش فرا می‌دهد زیرا دنیایی را قادر به شنیدن و دیدن است که دیگران (جوانانی که سرمایه فرهنگی اندکی دارند) محروم از آن هستند. در نهایت طرز تلقی این دو گروه نسبت به موسیقی سنتی و کلاسیک ایرانی متفاوت است. کنشگران جوان با سرمایه فرهنگی بالا موسیقی سنتی را بخشی از منابع فرهنگی و هویتی جامعه ایرانی تلقی می‌کنند. لذا وجودش را لازم و ضروری می‌انگارند و آن را بخشی از میراث فرهنگی ما در انبان ذهن انسان ایرانی می‌دانند اما کنشگران جوان با سرمایه فرهنگی اندک معمولاً این‌گونه موسیقی سنتی را تفسیر نمی‌کنند و بیشتر موسیقی پاپ را قابل فهم و درک می‌دانند. خلاصه آنکه تفاوت‌هایی که میان این دو گروه حاکم است بر خواسته از شرایط وجودی و اجتماعی ایشان است که خود را در قالب مصرف موسیقی نشان می‌دهد. به عبارتی، مصرف موسیقی بخش کوچکی از بازنمایی سرمایه فرهنگی در کنشگران اجتماعی است. هنگامی که بتوان جایگاه کنشگر اجتماعی را در نقطه‌ای از جامعه ترسیم نمود و از آن طریق می‌توان این نکته را فهم نمود که سبک زندگی وی در کنش و واکنش با جایگاه وی و تحولات اجتماعی در حال شکل‌گیری و رخ نمودن است.

اگر بخواهیم پا را فراتر از گفته‌های فوق بگذاریم می‌توان گفت که سرمایه فرهنگی به میزان زیاد منجر به فرهنگ‌گرایی می‌شود. فرهنگ‌گرایی یعنی کنشگران اجتماعی به مدد اندوخته‌های کسب شده در عرصه اجتماعی و طی روند و فرایند جامعه‌پذیری بیشتر به سوی مفهومی شدن اندیشه و احساس پیش می‌روند. در واقع، واقعیت را آنی نمی‌انگارند که در پیش روی آنها است بلکه ایشان از خلال مفاهیم کسب شده به واقعیت توجه نشان می‌دهند؛ بنابراین موسیقی برای ایشان مبدل به امری خاص و پیچیده می‌شود. آنان موسیقی‌ای را درخور توجه می‌یابند

که بتواند برای ایشان مفاهیم و معانی خاص تولید کند. مفاهیم و معانی که برخاسته از عادت-واره و شرایط زیست اجتماعی و فرهنگی ایشان است. اما در نقطه مقابل کسانی که سرمایه فرهنگی به میزان اندکی در اختیار دارند به طبیعت نزدیک تر هستند. به عبارتی، ایشان قادر نیستند خود را وارد کدهایی کنند که با آن بتوانند موسیقی‌هایی نظیر سنتی، کلاسیک غربی یا موسیقی باروک را بازشناسی کنند. آنچه که در ایشان بسیار حساس است همانا احساس و حرارتی است که از شنیدن موسیقی خاصی در آنها ایجاد می‌شود. به نظر می‌رسد، این تنها کدی است که قادر به رمزگشایی در خصوص کلیت موسیقی هستند. به عبارتی دیگر، نظام شناختی ایشان از این سطح فراتر نرفته است؛ بنابراین در صورت بندی ذائقه و تفسیر این گروه از جوانان می‌توان از مفهوم طبیعت‌گرایی<sup>۱</sup> مدد جست.

---

۱ لازم به ذکر است، استفاده مقاله حاضر از مفاهیمی مانند «فرهنگ‌گرایی» و «طبیعت‌گرایی» همراه با بار نظری و مفهومی ویژه‌ای نبوده و بهره‌گیری از این موارد صرفاً جهت خلق مفاهیم انتزاعی از داده‌های تجربی و توضیح آن صورت گرفته است.

## منابع

- اکبری، نوروز، مرادی، علی (۱۳۹۸). شناخت رابطه بین درک طبقاتی افراد و تمایل آنها به مصرف موسیقی: مطالعه موردی شهر کرمانشاه، *علوم اجتماعی*، دوره ۱۶، شماره ۲: ۲۴۵-۲۱۳.
- بلیکی، نورمن (۱۳۸۷). *طراحی پژوهش‌های اجتماعی*. ترجمه حسن چاوشیان، نی: تهران.
- بوردیو، پیر (۱۳۹۰). *تمایز، نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات ثالث.
- بوردیو، پیر (۱۳۷۷). *ذوق هنری و سرمایه فرهنگی*، نامه فرهنگ، ترجمه لیلی مصطفوی، شماره ۳۰: ۱۱۳-۱۰۶.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۱). *نظریه کنش، دلایل علمی و انتخاب عقلانی*، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۶). *علم علم و تأمل پذیری*، ترجمه یحیی امامی، تهران: انتشارات مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور.
- بوردیو، پیر (۱۳۹۹). «جوانی» واژه‌ای بیش نیست (۱) (گفتگو)، ترجمه ناصر فکوهی، منتشر شده در وبگاه ناصر فکوهی، دسترسی در تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۲۵، پیوند دسترسی به مطلب: <https://b2n.ir/t76530>
- بیچرانلو، عبدالله (۱۳۹۳). *رسانه موسیقی و جوانان ایرانی؛ با تمرکز بر موسیقی در تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان*، فصلنامه وسایل ارتباط جمعی و رسانه، دوره ۲۵، شماره ۲: ۱۰۱-۱۱۹.
- رونقی، مهرناز و ناظری، سیما، (۱۳۹۴). بررسی نقش ذائقه موسیقایی بر سرمایه فرهنگی، دومین کنفرانس بین‌المللی علوم رفتاری و مطالعات اجتماعی، استانبول: موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت ویرا.
- حبیبی، غلامحسین (۱۳۹۳). *بینش روش‌شناختی (تحقیق در علوم اجتماعی پارادایم‌ها روش‌ها و تکنیک‌ها)*، تهران: کتاب همه.
- حیدرپناه، حمید، بهیان، شاپور، وحید، فریدون (۱۳۹۶). بررسی عوامل مرتبط با مصرف موسیقی جوانان شهر تهران، *مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، شماره ۳۶: ۱۵۸-۱۳۹.
- حیدری، آرمان، مختاری، مریم، خان محمدی، احسان (۱۳۹۶). بررسی رابطه گونه‌های هویت جمعی با مصرف گونه‌های موسیقایی نمونه مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج، *جامعه‌شناسی کاربردی*، دوره ۲۸، شماره پیاپی ۶۵، شماره ۱: ۱۸۴-۱۵۹.



- حسین‌زاده، علی حسین، نواح عبدالرضا، قاسمی، داریوش (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر میزان و نوع مصرف موسیقی دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز، **توسعه اجتماعی**، دوره هشتم، شماره ۲: ۷۴-۵۵.
- خلیفه، افسون، قلی‌پور، ماجده، میرمحمدرضایی، ندرلو، سیده زهرا (۱۳۹۴). بررسی میزان گرایش به مصرف انواع موسیقی در بین جوانان شهر زنجان، **مطالعات جامعه‌شناختی جوانان**، سال ۵، شماره ۱۹: ۸۱-۹۸.
- شاه‌جهانی، طوبی، قدرتی، حسین، عابدینی، صمد (۱۳۹۰). بررسی عوامل اجتماعی-اقتصادی مؤثر بر گرایش به موسیقی در بین دانشجویان دانشگاه تربیت معلم سبزوار، **مطالعات علوم اجتماعی ایران**، دوره ۸، شماره ۳۲: ۱۵۲-۱۳۳.
- شریعتی، سارا و حمیده بندرچی (۱۳۹۶). بررسی رابطه اسلام و موسیقی و بازتاب های اجتماعی آن (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره) قزوین)، **چهارمین همایش ملی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران**، قم: مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی.
- شریفی، امیرحسین؛ محمدی، جمال (۱۴۰۰). مصرف موسیقی رپ به مثابه خرده‌فرهنگ معارض (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دبیرستان‌های شهر همدان)، **جامعه‌شناسی هنر و ادبیات**، دوره ۱۳، شماره ۲: ۱۷۷-۱۵۵.
- شکوری، علی، غلامزاده نطنزی، امیر حسین (۱۳۸۹). منش و سبک زندگی: مطالعه موردی جوانان شهر تهران، دوره ۵، شماره ۲: نامشخص.
- عادل مهربان، مرضیه (۱۳۹۴). **مروری بر تحلیل محتوای کیفی و کاربرد آن در پژوهش**، اصفهان: دانشگاه علوم پزشکی اصفهان.
- عامری، مهدی و قاسمی جوجیلی، فاطمه (۱۴۰۰). بررسی مقایسه‌ای میزان علاقه جوانان اصفهان به موسیقی‌های (سنتی و مدرن)، هفتمین همایش ملی پژوهش در علوم اجتماعی و روانشناسی ایران، تهران: اندیشکده مطالعات علوم و فناوری اشراق.
- علیخواه، فردین، خانی ملکوه (۱۳۸۵). جوانان و مصرف موسیقی، **پژوهش و سنجش**، شماره ۱۳: ۲-۱۹.
- علیزاده، محمدمبین، علی‌نژاد، کریم (۱۳۹۵). تحلیل کیفی پیوند بین موسیقی و انسجام اجتماعی در جامعه ایران، کنفرانس جهانی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم انسانی در آغاز هزاره سوم، شیراز: پژوهش شرکت ایده بازار صنعت سبز.

- فاضلی، محمد (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی مصرف موسیقی*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- قاسمی، وحید، صمیم، رضا (۱۳۸۶). مطالعه‌ای پیرامون رابطه قشربندی اجتماعی و مصرف فرهنگی با استفاده از داده‌هایی در زمینه مصرف موسیقی در شهر تهران، *جامعه‌شناسی ایران*، دوره ۹، شماره ۱: ۸۰-۱۰۱.
- قاسمی، یارمحمد، سپیدنامه، بهروز، هاشمی، علی (۱۳۹۹). ذائقه مصرف موسیقیایی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه ایلام، *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، دوره ۲۱، شماره پیاپی ۸۲، شماره ۵۰: ۲۱۸-۱۹۵.
- قدرتی، شفیقه (۱۳۹۵). بررسی رابطه دینداری و گرایش به موسیقی؛ مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه حکیم سبزواری، *جامعه، فرهنگ و رسانه*، شماره ۱۹: ۸۹-۱۱۲.
- فوتن، اولیویه و کریستین شویره (۱۳۸۵). *واژگان بوردیو*، ترجمه مرتضی کتبی، تهران: انتشارات نی.
- کوثری، مسعود (۱۳۸۸). موسیقی زیرزمینی در ایران، *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، شماره ۱: ۱۲۷-۱۵۸.
- کوثری، مسعود (۱۳۹۱). *موسیقی و رادیو*، تهران: دفتر پژوهشهای رادیو.
- گرنفل، مایکل (۱۳۸۸). *مفاهیم کلیدی پیر بوردیو*، ترجمه محمد مهدی لیبی، تهران: انتشارات افکار.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۰). *روش تحقیق کیفی، ضد روش ۱*، تهران: انتشارات جامعه شناسان.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۰). *روش تحقیق کیفی، ضد روش ۲*، تهران: انتشارات جامعه شناسان.
- محمدپور، احمد (۱۳۸۸). تحلیل داده‌های کیفی: رویه‌ها و مدل‌ها، *مجله انسان‌شناسی*، شماره ۱۰: ۱۲۷-۱۶۰.
- محمدپور، احمد، شریعت‌پناه، ابوبکر، غلامی، احمد (۱۳۹۲). تحلیل جامعه‌شناختی شیوه برساخت هویت از رهگذر مصرف موسیقی عامه‌پسند در میان جوانان، *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، شماره ۴: ۱۳۷-۱۵۹.
- ودادهیر، ابوعلی، امینیان، احسان، طباطبایی، آسیه السادات، سلمانی، محمدجواد (۱۳۹۰). جوانان و موسیقی پاپ: بررسی جامعه‌شناختی عوامل اجتماعی-فرهنگی مرتبط با گرایش دانشجویان دانشگاه تربیت معلم به موسیقی پاپ، *مسائل اجتماعی ایران*، دوره ۲، شماره ۱: ۱۶۷-۱۹۳.

- نبوی، سید حسین، گلچین، مسعود، کرمی تراب، مجید (۱۳۹۸). سبک زندگی و مصرف موسیقی (مطالعه موردی: جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال در شهر تهران)، *علوم اجتماعی*، دوره ۱۶، شماره ۱: ۲۲۷-۲۵۸.
- هاشمی، سید ضیا، غلامزاده نطنزی، امیر حسین (۱۳۹۱). نیاز و سبک مصرف موسیقی (مطالعه موردی دانش‌آموزان شهر تهران)، *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، دوره ۴، شماره ۱: ۱۴۲-۱۲۳.
- AdelMehraban, M (2014). A Review of Qualitative Content Analysis and Its Application in Research, Isfahan: Isfahan University of Medical Sciences(In Persian)
- Akbari, N., & Moradi, A. (2020). Recognizing the Relation between Individuals' Class-based Perception and their Tendencies toward Music Consumption (Case Study: Kermanshah City). *Journal of Social Sciences Ferdowsi University of Mashhad*, 16(2), 245-213 (In Persian)
- Alikhah, F, Khani Malkoh, M (۲۰۰۶). Youth and music consumption, *Communication Research*, Volume 13, Number 45-46(In Persian)
- Alizadeh, M A, Nejad, Karim A, (2015). Qualitative analysis of the link between music and social cohesion in Iranian society, World Conference on Management, Economics, Accounting and Human Sciences at the beginning of the third millennium, Shiraz: Research of Idea Bazaar Sanat Sabz Company(In Persian)
- Ameri, Mehdi and Ghasemi Jojili, Fatemeh (۲۰۲۲). A comparative study of Isfahan's young people's interest in music (traditional and modern), 7th National Conference on Research in Social Sciences and Psychology of Iran, Tehran: Eshraq Science and Technology Studies Institute(In Persian)
- Bicharanloo, A(2014). Music and Iranian Youth: Focus on Music at Persian Language Satellite TV Channels. *Rasaneh*, 25(2), 101-119 (In Persian)
- Blaikie, N (2008). Social research design. Translated by Hasan Chavoshian, Ni: Tehran (In Persian)
- Bourdieu, P (1998). Artistic taste and cultural capital, *Culture Letter*, translated by Lili Mostafavi, No. 106-113:30(In Persian)
- Bourdieu, P (2011). Theory of Action, Scientific Reasons and Rational Choice, translated by Morteza Mardiha, Tehran: Naqsh and Negar Publications (In Persian)
- Bourdieu, P (2013). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* translated by Hassan Chavoshian, Tehran (In Persian)
- Bourdieu, P (2016). The science of science and reflection, translated by Yahya Emami, Tehran: Publications of the Center for Scientific Policy Research of the country (In Persian)
- Bourdieu, P (2019). "Youth" is no more than a word (1) (conversation), translated by Nasser Fakuhi, published on Nasser Fakuhi's website, accessed on 16 - 3 - 2022, link to access the article: <https://b2n.ir/t76530>(In Persian)
- Chauvire,C ,Fontaine, O (2015). *Vocabulary of Bourdieu*, translated by Morteza Katabi, Tehran: Nei Publications (In Persian)
- Coffey, A., & Atkinson, P. (1996). *Making sense of qualitative data: Complementary research strategies*. Sage.

- Creswell, J W. (2006). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*, Sage.
- Denora, T (1999). *Music as a technology of the self*, Poetics, 1: 31-56.
- Fazli, Mohammad (2007). *Sociology of music consumption*, Tehran: Research Center of Culture, Art and Communication (In Persian)
- Forman, J & Damschroder, L (2008). *Qualitative Content Analysis*, in *Empirical Methods for Bioethics: A Primer Advances in Bioethics*, Volume 11, 39-62.
- Ghasemi, V., & Samim, R. (2008). *A Study on the Relationship between Social Stratification and Cultural Consumption According to the Data on the Musical Consumption in Tehran*. *Iranian Journal of Sociology*, 9(1,2), 80-101 (In Persian)
- Ghasemi, Y., Sepidnameh, B., & Hashemi, A. (2020). *Studying the Taste of Music Consumption among the M.A Students of the Ilam University*. *Journal of Culture-Communication Studies*, 21(50), 195-218 (In Persian)
- Ghodrati, S. (2016). *A Study of the Relationship between Religiosity and Tendency toward Music Case Study: Students of Hakim Sabzevari University*. *Society Culture Media*, 5(19), 89-112 (In Persian)
- Grenfell, M (2008). *Pierre Bourdieu's Key Concepts*, translated by Mohammad Mahdi Labibi, Tehran: Afkar Publication (In Persian)
- Habibi, G (2013). *Methodological insight (research in social sciences, paradigms, methods and techniques)*, Tehran: Ketab Hamme (In Persian)
- Hashemi, S. Z., & Gholamzade Natanzi, A. (2012). *Consumption of Music in Tehran: The case of students living in Tehran*. *Sociology of Art and Literature*, 4(1), 123-142 (In Persian)
- Hesmondhalgh, DJ (2008). *Towards a Critical Understanding of Music, Emotion and Self-Identity. Consumption, markets and culture*, 11 (4): 329 – 343.
- Heydar Panah, H., Behyan, S., Vahida, F. (2017). *A Study on Factors Associated with Youth Music Consumption in Tehran*. *Strategic Studies on Youth and Sports*, 16(36), 139-158 (In Persian)
- Heydari, A., Mokhtari, M., & Khanmohammadi, E. (2017). *An Investigation of the relationship between collective identities and Kinds of musical consumption: a case study of Lor students of Yasouj University*. *Journal of Applied Sociology*, 28(1), 159-184 (In Persian)
- Hosseinzadeh, A, Nawah A, Ghasemi, D (2012). *Investigating the factors affecting the amount and type of music consumption of students of Shahid Chamran University of Ahvaz*, *Social social development*, 8th period, No. 2: 55-74 (In Persian)
- Khalifeh, A., Gholipour, M., Mirmohammadrezaei, S. Z., & Noderloo, S. (2017). *The Study of Tendency toward Various Types of Music among Young People in Zanjan*. *Sociological Studies of Youth*, 6(19), 81-98 (In Persian)
- Kousari, M. (2012). *Music and Radio*, Tehran: Radio Research Office (In Persian)
- Kousari, M. (2009). *Underground music in Iran*. *Sociology of Art and Literature*, 1(1), 127-158 (In Persian)
- Larsen, G., Lawson, R., Todd, S. (2009). *The Consumption of Music as Self-Representation in Social Interaction*, *Australian Marketing Journal*, 17:16-26.

- Leech ,N., & Onwuegbuzie, A. (2008).Qualitative Data Analysis: A Compendium of Techniques and a Framework for Selection for School Psychology Research and Beyond ,School Psychology Quarterly, Vol. 23,. 4:587–604
- Leung, A., & Kier, C. (2008). Music preferences and civic activism of young people. Journal of Youth Studies, 11(4): 445-460.
- Mise U(2020). Rap music as resistance and its limits tow diverging cases: sulukule and Bagcilar rap, Anthropology of East Europe Review ,37 (1):27-51.
- Mohammadpour, A (2008). Qualitative data analysis: procedures and models, Journal of Anthropology, No. 10: 127-160(In Persian)
- Mohammadpour, A (2018). Qualitative research method, anti-method 1, Tehran: Sociologists Publications(In Persian)
- Mohammadpour, A (2018). Qualitative research method, anti-method 2, Tehran: Sociologists Publications(In Persian)
- Mohammadpour, A, Shariat Panah, A, Gholami, A (2012). Sociological analysis of the way of constructing identity through the consumption of popular music among young people, Iranian Journal of Social Studies, No. 4: 159-137(In Persian)
- Nabavi, S. H., Gholchin, M., & Karami Torab, M. (2019). Lifestyle and Music Consumption (Case Study: Young People Aged 15 to 29 Years in Tehran). *Journal of Social Sciences Ferdowsi University of Mashhad*, 16(1), 227-258 (In Persian)
- Nuttall, P., Arnold, S., Carless, L., Finnamore, F., Richard, H. (2011). Understanding Music Consumption through a Tribal Lens, Journal of Retailing and Consumer Services, 18:152-159.
- Raunghi, M and Nazeri, S, (2014). Investigating the role of musical taste on cultural capital, 2nd International Conference on Behavioral Sciences and Social Studies, Istanbul: Institute of Idea Managers in the Capital of Vira (In Persian)
- Roberts, D.F. and Christenson, P.G., (2001). Popular music in childhood and adolescence. In: D.G.Singer and J.L. Singer, eds. Handbook of children and the media. Thousand Oaks, CA: Sage, 395\_413.
- Seeger, A. (2005). Music and Dance, in Tim Ingold(ed) , Companion Encyclopedia of Anthropology, London: Routledge.
- Shahjhani, T, Ghordati, H, Abedini, S(2011). Investigating the socio-economic factors affecting the tendency towards music among the students of Tarbiat Moalem Sabzevar University , Iranian Social Science Studies, Volume 8, Number 32:152-133 (In Persian)
- Shakoori, A., & Gholamzadeh-e Natanzi, A. (2010). Habitus and Style of Music Consumption: A Case Study of the Youth in the City of Tehran. *Global Media Journal-Persian Edition*, 5(2), - (In Persian)
- Shariati, S, and Bandarchi, H (2016). Investigating the relationship between Islam and music and its social reflections (case study: students of Imam Khomeini International University), the fourth national conference of modern researches in the field of humanities and social studies of Iran, Qom: Soroush Hikmat Mortazavi Islamic Studies and Research Center (In Persian)
- Sharifi, A. H. Mohammadi, j (2022). The Consumption of Rap Music as a Counterculture (Case Study: High School Students in Hamedan City). *Sociology of Art and Literature*, 13(2), 155-177 (In Persian)

- Tarrant, M., North, A.C., & Hargreaves, D. J. (2002). Youth identity and music, n R. A. R. MacDo-nald, D. J. Hargreaves & D. Miell (Eds.), Musical Identities (pp. 134-150).Oxford:Oxford University Press.
- Vedadhir, A, Aminian, E, Tabatabai, A, Salmani, Mohammad J (2013). Youth and pop music: a sociological study of socio-cultural factors related to the tendency of Tarbiat Moalem University students to pop music, Iranian Social Issues, Volume 2, Number 1: 167-193(In Persian)