

تاریخ دریافت مقاله: ۹۳/۰۵/۱۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۳/۰۸/۰۳

رضا صمیم^۱

تبیین جامعه‌شناختی گرایش جوانان تهرانی به مصرف موسیقی مردم‌پسند بر اساس سن و جنس

چکیده

در این پژوهش که به شیوه‌ی پیمایش به انجام رسیده است، تعداد ۳۵۵ نفر از جوانان تهرانی که به شیوه‌ی نمونه‌گیری سهمیه‌ای از میان جامعه‌ی آماری انتخاب شده‌اند، به وسیله‌ی پرسشنامه‌ای محقق ساخته مورد پرسش قرار گرفته‌اند. این پرسشنامه گرایش به گونه‌های موسیقی مردم‌پسندی را سنجیده است که در این مقاله طبقه‌بندی شده‌اند. هدف سنجش گرایش جوانان به این گونه‌های موسیقی مردم‌پسند با توجه به دو متغیر سن و جنس بوده است. بر اساس نتایج به دست آمده، گرایش گروه‌های سنی جوانان به گونه‌های موسیقی مردم‌پسند مورد بررسی، هیچ تفاوت معناداری مشاهده نشد. این در حالی است که تفاوت میان میانگین گرایش جوانان زن و مرد به گونه‌های موسیقی مردم‌پسند متأثر از جریان اصلی، متأثر از موسیقی لس آنجلسی و متأثر از موسیقی کوچه بازاری معنادار بود. زنان به شکل معناداری به گونه‌های موسیقایی متأثر از جریان اصلی و موسیقی لس آنجلسی گرایش بیشتری داشتند. از دلایل این تفاوت معنادار، علاقه‌ی زنان به مصرف موسیقی از طریق شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای است.

کلیدواژه‌ها: مصرف موسیقایی، موسیقی مردم‌پسند، جوانان، تهران.

^۱ استادیار جامعه‌شناسی، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، تهران، ایران.

۱- مقدمه

تمرکز پژوهشی بر مصرف فرهنگی در جامعه‌شناسی، بیشتر به دهه‌های ۵۰ و ۶۰ میلادی بازمی‌گردد. زمانی که اثرات جنگ جهانی دوم محو شده و سرمایه‌داری در اروپا و آمریکای شمالی رونقی دوباره گرفته بود. رفاه ناشی از پیشرفت‌های پس از بازسازی جوامع تخریب شده در جنگ جهانی دوم پدیده‌ای را در اروپا و آمریکا به ظهور رسانید که بعدها در جامعه‌شناسی به «جامعه‌ی مصرفی» مشهور شد و دیدگاه‌ها و نظریات بسیاری پیرامون آن بوجود آمد. گئورگ زیمل^۱ به عنوان یکی از جامعه‌شناسان کلاسیک، که نقشی اساسی در تبیین مفهوم مصرف فرهنگی در پایان قرن نوزدهم میلادی دارد، این مفهوم را در ارتباطی تنگاتنگ با سبک زندگی مدرن قرار می‌دهد. از نظر او، سبک زندگی مدرن، چیزی است که تنها در تمایز میان شهر به معنای متجدد آن و اجتماعات کوچکتر فهمیدنی است.^۲ از نظر زیمل سبک زندگی مدرن در کلان‌شهر^۳ است که شکلی متمایز می‌یابد. در این نگاه مصرف در شهر به مفهومی اساسی برای تحلیل تبدیل می‌شود. این‌گونه است که ظهور مفهوم «مصرف فرهنگی» با نقد جامعه و فرهنگ مدرن همراه شده و بیشتر در جهت تحلیل سبک زندگی انسان نوین مورد استفاده قرار گرفته است. اگرچه ریشه‌ی تمام بحث‌های نظری پیرامون مصرف متأثر از مسائل اقتصادی است، لیکن امروزه به مدد این‌گونه نظریه‌پردازی‌های کلاسیک در جامعه‌شناسی، مصرف به اصطلاحی جامعه‌شناختی تبدیل شده است.

مدت‌هاست این اصطلاح جامعه‌شناختی به خصوص در زمینه‌های شهری مدرن در ایران مستمسک انجام پژوهش‌های بسیار در جهت توصیف هویت شهروندان قرار گرفته است. تهران به عنوان کلان‌شهری با ساختار فرهنگی پیچیده و آمیخته، بستر مصرف بسیاری از انواع کالاهای فرهنگی است. کالاهایی که گاه، چگونگی و میزان مصرف آن‌ها در بین قشرهای گوناگون شهروندان به مسئله‌ای در خور تأمل بخصوص برای سیاستگذاران فرهنگی تبدیل می‌شود. موسیقی مردم‌پسند^۴ از جمله‌ی این کالاهاست که با توجه به انواع و گونه‌های تولیدی غیررسمی که دارد مصرفش همواره به دغدغه‌ای برای هنجارگذاران رسمی فرهنگ در ایران تبدیل شده است. در فضای فرهنگی پس از انقلاب اسلامی در ایران، در ابتدا موسیقی مورد حمایت رسمی قرار نداشت. پس از مدتی نیز که حیات برخی گونه‌ها در فضای رسمی پذیرفته شد، انواع موسیقی متعلق به خرده‌فرهنگ‌های غربی بیشتر در فضای غیررسمی حیات داشتند. اگرچه سیاست‌های فرهنگی نظام جمهوری اسلامی رویکردهای متفاوتی به گونه‌های موسیقی داشته اما گونه‌های موسیقی متعلق به خرده‌فرهنگ‌های غربی، بویژه آن گونه‌هایی که به موسیقی مردم‌پسند مشهورند، در فضای مصرف فرهنگی رسمی هیچ‌گاه مورد پذیرش واقع نشده است. هم تولیدکنندگان و هم مصرف‌کنندگان گونه‌های موسیقی مردم‌پسند، در مقایسه با دیگر اشکال و عناصر نظام فرهنگی، به شیوه‌ای بارزتر در چارچوب‌های خرده‌فرهنگی قرار می‌گیرند و روابطشان به طریقی عیان‌تر، بر مبنای ستیز گفتمانی و انحصارطلبی فرهنگی ناشی از فضای مسئله‌مند مصرف، صورتبندی می‌شود. مقاومت‌های ایدئولوژیک، رفتارهای ضدفرهنگی، شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌های جوانان و ... در موسیقی مردم‌پسند، بویژه در جامعه‌ی ایران پس از انقلاب و در شهر تهران به عنوان نمونه‌ی آرمانی کلان‌شهری ایرانی، نمودهای بیشتری داشته است.

مسئله‌ی پژوهش حاضر همین فضای پرچالش مصرف موسیقی مردم‌پسند در تهران به عنوان کلان‌شهری با ساختار فرهنگی پیچیده است. برای پژوهش پیرامون این مسئله به نظر می‌رسد پیش از هرچیز، نشان دادن گرایش شهروندان جوان تهرانی (به عنوان مخاطبان اصلی موسیقی مردم‌پسند) به مصرف موسیقی مردم‌پسند و مقایسه‌ی آن‌ها بر اساس متغیرهایی که بنیان نوع

خاصی از قشربندی اجتماعی‌اند، ضروری باشد. فرضیه‌های این پژوهش که مبتنی بر برخی پژوهش‌های جامعه‌شناسانه‌ی داخلی درباره‌ی مصرف موسیقی^۵ و با هدف نشان دادن گرایش شهروندان تهرانی به مصرف موسیقی مردم‌پسند طراحی شده‌اند به قرار زیرند:

الف) میزان گرایش گروه‌های سنی گوناگون به مصرف گونه‌های موسیقی مردم‌پسند تفاوت معنادار دارد.

ب) میزان گرایش مردان و زنان به مصرف گونه‌های موسیقی مردم‌پسند تفاوت معنادار دارد.

این فرضیه‌ها به کمک داده‌های مستخرج از پژوهشی پیمایشی که درباره‌ی مصرف موسیقی جوانان تهرانی در سال ۱۳۹۱ انجام شده به شیوه‌ای استنباطی مورد آزمون قرار گرفته است و نتایج آن در بخش‌های بعدی این مقاله گزارش می‌شود.

۲- چارچوب مفهومی و مبانی نظری

الف) موسیقی مردم‌پسند و گونه‌های آن در ایران

موسیقی مردم‌پسند، گونه‌ای از انواع موسیقی است که بیشتر بر اساس تعداد بسیار هوادارانش از انواع دیگر متمایز می‌شود (Collins English Dictionary, 2003). معمولاً موسیقی مردم‌پسند با اتکا به صنعت موسیقی^۶ در میان طیف وسیعی از مخاطبان توزیع^۷ می‌شود (Arnold, 1983: 111). از دیگر ویژگی‌های بارز موسیقی مردم‌پسند، تمایز آن از هر گونه موسیقی هنری^۸ و موسیقی سنتی^۹ است (Collins English Dictionary, 2003: 1467). این گونه‌های اخیر بیشتر از بعد دانشگاهی مورد توجه قرار می‌گیرند و مخاطبانشان بیشتر قشری خاص قلمداد می‌شوند. موسیقی‌شناس و متخصص موسیقی مردم‌پسند، «فلیپ تگ»^{۱۰}، این مفهوم را با توجه به ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی‌اش، اینگونه تعریف می‌نماید:

موسیقی مردم‌پسند، متمایز از موسیقی هنری، نخست، برای توزیع توده‌ای میان طیف وسیعی از مخاطبان با ویژگی‌های اجتماعی-فرهنگی یکسان تولید می‌شود، دوم، بیشتر بر ادبیات عامیانه و شکل‌های غیرنوشتاری متکی است، سوم، عموماً در جوامعی که دارای اقتصاد صنعتی‌اند رواج دارد و چهارم، در جوامع سرمایه‌داری یعنی جوامعی که مناسبات اقتصادی بر مبنای تعامل بنگاه‌های آزاد طرح‌ریزی می‌شوند، می‌تواند به حیات خود ادامه دهد. (Tagg, 1982: 41)

چند تعریف بالا بیشتر تبیین‌کننده‌ی معنای مفهوم موسیقی مردم‌پسند در غرب است، باید اذعان نمود که تلاش برای توصیف و تبیین موسیقی مردم‌پسند غیرغربی بسیار کمتر بوده است. به همین سبب موسیقی مردم‌پسند غیرغربی از نظر ساختار و چارچوب مفهومی پدیده‌ای بسیار مبهم‌تر از گونه‌ی غربی آن است. موسیقی مردم‌پسند غیرغربی، بیشتر در آن دست پژوهش‌هایی مورد توجه قرار گرفته است که سعی نموده‌اند به آن به مثابه‌ی پدیده‌ای میان‌فرهنگی^{۱۱} یا فرافرهنگی^{۱۲} نظر افکندند (برای اطلاع بیشتر ر. ک به بیلی، ۱۳۸۲: ۸).

یکی از معیارهای اساسی در تعریف موسیقی مردم‌پسند، صنعتی شدن بوده است. به نظر می‌رسد این ملاک در تعریف موسیقی‌های مردم‌پسند غیرغربی از اعتبار چندانی برخوردار نیست. از نظر بیلی^{۱۳}، موسیقی مردم‌پسند غیرغربی به عنوان مقوله‌ای بینا فرهنگی، پیش از آن که به بستری صنعتی‌شده وابسته باشد، ویژگی‌های بااهمیت دیگری را بروز می‌دهد که می‌توان به واسطه‌ی آن‌ها، آن را موسیقی مردم‌پسند نامید. برخی از این ویژگی‌ها به قرار زیرند:

۱. خود مردم گونه‌ی مورد نظر را یک مقوله‌ی متمایز می‌دانند و آن را در نقطه‌ی مقابل انواع دیگر موسیقی‌های مورد استفاده‌ی خود قرار می‌دهند.
۲. در تقابل با سایر انواع موسیقی مورد استفاده‌ی جامعه، موسیقی مردم‌پسند دستخوش دگرگونی سریع در کارگان^{۱۴} می‌شود. شناخت این واقعیت از سوی مردم بخش مهمی از دریافت و ارزش‌گذاری موسیقایی آن‌ها را تشکیل می‌دهد. دگرگونی مداوم کارگان، تنها به عنوان جزء جدایی‌ناپذیر استفاده از موسیقی پذیرفته نمی‌شود، بلکه به مسئله‌ای که در مرکز توجه قرار دارد تبدیل می‌شود.
۳. موسیقی مردم‌پسند همبستگی نزدیکی با ضبط صدا و رسانه‌ی پخش‌کننده دارد که عنصری ضروری در شبکه‌ی ارتباطی میان کاربران موسیقی - آفرینندگان، اجراکنندگان و شنوندگان - قلمداد می‌شود.
۴. موسیقی مردم‌پسند با کیش شخصیت^{۱۵} سروکار دارد، با نمایندگانی سرآمد که تا جایگاه اجتماعی ویژه‌ای بالا رفته‌اند. (همان: ۲۲)

درباره‌ی این که کدام یک از این ویژگی‌ها در شکل‌بخشی مفهومی موسیقی مردم‌پسند غیرغربی نقشی اساسی‌تر ایفا می‌نمایند نظرات متفاوت است. اما بسیاری را عقیده بر آن است که در جوامع غیرغربی دخالت رسانه‌ی صوتی در تمایز موسیقی مردم‌پسند از انواع دیگر از همه‌ی ویژگی‌های ذکر شده مهم‌تر قلمداد می‌شود. فاطمی (۱۳۸۱: ۲۹) معتقد است موسیقی مردم‌پسند در ایران پیش از هر چیز تمایز خود را مدیون رشد و گسترش رسانه‌های صوتی و رواج آن در میان طبقه‌ی متوسط شهری است.

به نظر می‌رسد برای شناخت صحیح و جامع گونه‌هایی که امروز به عنوان موسیقی مردم‌پسند در ایران تولید و مصرف می‌شود، راهی جز نگاهی تاریخی به ورود، تولید و ترویج این گونه‌ی موسیقایی در ایران نباشد. در یکی از نمونه‌های نگاه تاریخی پیش‌گفته ریشه‌های موسیقی مردم‌پسند ایران در سه نوع موسیقی قابل جستجو است:

۱. در موسیقی کلاسیک ایرانی بویژه در یکی از گونه‌های سُبک آن یعنی تصنیف.
۲. در موسیقی مردمی یا عامیانه شهری ایران یا به تعبیری دیگر در موسیقی مطربی.
۳. در موسیقی مردم‌پسند غربی و وارداتی. (همان: ۳۰)

با شکل‌گیری انقلاب اسلامی در ایران، در سال ۱۳۵۷، بازنگری جدی در فضای تولید موسیقی صورت پذیرفت. انقلاب اسلامی در ایران به زدودن عناصر و پدیده‌های فرهنگ مدرن، که پیش از این در دوران حکومت پهلوی اول و دوم رواج یافته بود، پرداخت. فضای تولید موسیقی، از جمله فضاها‌ی فرهنگی‌ای بود که با توجه به ایده‌ها و آرمان‌های انقلاب اسلامی به اصلاح جدی نیازمند بود. آنچه بیش از همه از منظر سیاست‌گذاران فرهنگی جمهوری اسلامی ایران فضای تولید و مصرف موسیقی را مسئله‌مند ساخته بود، حضور گونه‌های موسیقایی بود که به فرهنگ موسیقایی مدرن غرب تعلق داشتند. نماینده‌ی اصلی این انواع، موسیقی مردم‌پسند بود که تمام گونه‌هایش حتی آن‌هایی که بطور مستقیم از موسیقی غربی تأثیر نپذیرفته بودند، مغایر با برخی ارزش‌های اسلامی بود. در ابتدای انقلاب، تولید انواع موسیقی، چه مردم‌پسند و چه کلاسیک ایرانی یا غربی، ممنوع شد. از سال‌های ۱۳۶۰ به بعد، با توجه به بازنگری در برخی سیاست‌های فرهنگی، تولید موسیقی کلاسیک ایرانی بلامانع تشخیص داده شد. نوع موسیقی کلاسیکی که در

این سال‌ها در فضای تولید موسیقی در ایران حضوری بی‌رقیب داشت، موسیقی بود که پیش از انقلاب با نام سنت بازگشت و درون نهادهایی چون گروه موسیقی دانشکده‌ی هنرهای زیبای دانشگاه تهران و یا مرکز حفظ و اشاعه‌ی موسیقی سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران تولید می‌شد. در سال‌های تولید انحصاری این موسیقی بود که بسیاری از تولیدکنندگان موسیقی مردم‌پسند پیش از انقلاب به اجبار و یا از روی اختیار، ایران را ترک گفتند و عمدتاً به ایالات متحده‌ی آمریکا مهاجرت نمودند. این مهاجرت در خارج از ایران فضای تولیدگونه‌ای جدید برای موسیقی مردم‌پسند ایجاد نمود. در فضای جدید خارج از ایران این گونه از موسیقی مردم‌پسند، با عنوان موسیقی «لس آنجلسی» شهرت یافت که گونه‌ای به لحاظ موسیقایی نازل و بیشتر تحت تأثیر عناصر موسیقی کافه‌ای و موسیقی‌های تقلیدی از گونه موسیقی مردم‌پسند غربی قلمداد می‌شد. در این فضا، موسیقی مردم‌پسند دیگری نیز حضور داشت که خوانندگان، ترانه‌سرایان و آهنگسازان دارای سبک شخصی آن را تولید می‌کردند و البته همواره خود را از جریان موسیقی لس آنجلسی دور نگاه می‌داشت (فاطمی، ۱۳۸۲: ۳۸).

چیزی بیش از یک دهه فضای تولید موسیقی در داخل ایران در انحصار موسیقی کلاسیک ایرانی بود و البته این انحصار بر فضای مصرف غلبه نداشت و موسیقی‌های مردم‌پسند ایرانی و غربی تولید شده در خارج از ایران، وارد می‌شد و گاه در مقیاسی نه چندان محدود به مصرف می‌رسید. پس از سال‌های جنگ تحمیلی و در نتیجه‌ی رونق اقتصادی پس از جنگ و رفع برخی محدودیت‌ها و البته در پی سیاست‌های فرهنگی که هدف آن مقاومت در برابر واردات فرهنگ غرب بود، انحصار تولید موسیقی کلاسیک ایرانی در فضای تولید داخلی شکسته شد. در نتیجه‌ی سیاست‌های فرهنگی جدید، برای جلوگیری از پیامدهای فرهنگی منفی ناشی از موسیقی‌های مردم‌پسند ایرانی که خارج از ایران تولید می‌شد، تولید موسیقی مردم‌پسند داخلی مورد حمایت قرار گرفت. در سال‌های نخستین دهه‌ی ۱۳۷۰، برخی رسانه‌های گروهی به پخش موسیقی‌هایی پرداختند که بی‌شبهات به برخی گونه‌های موسیقی مردم‌پسند پیش از انقلاب نبود. در نمونه‌های آغازین، نمونه‌های سبک فرم‌های آوازی موسیقی کلاسیک ایرانی در کنار برخی موسیقی‌های مردم‌پسند متأثر از عناصر کافه‌ای و کوچه‌بازاری از رسانه‌های گروهی پخش شد. در این زمان فضای تولید موسیقی در ایران، متشکل از گونه‌های کلاسیک و مردم‌پسند و زمینه برای بازگشت به تکثر گونه‌ها در فضای تولید مهیا شد. در اواسط دهه‌ی ۱۳۷۰ با توجه به تغییر و تحولات سیاسی و اتخاذ برخی سیاست‌های فرهنگی تسهیل‌کننده، تولید گونه‌های دیگری از موسیقی مردم‌پسند در داخل رواج یافت. در این زمان، جوانان شهری بخصوص در تهران، به تولید محدود و غیررسمی برخی گونه‌های موسیقی مردم‌پسند غربی چون راک^{۱۶} و هوی متال^{۱۷} که البته هیچ‌گاه به طور رسمی مورد حمایت قرار نگرفت، اقدام نمودند. تولید این گونه‌ها در اواخر دهه‌ی ۱۳۷۰ و اوایل دهه‌ی ۱۳۸۰ در مقیاسی وسیع‌تر صورت پذیرفت. با توجه به اقبال فزاینده به تولید و مصرف این گونه‌ها در داخل، فضای تولید و مصرف موسیقی در این سال‌ها بیش از آنکه فضای تولید موسیقی کلاسیک باشد به فضای گونه‌های متکثر موسیقی مردم‌پسند تبدیل شد. موسیقی‌های مردم‌پسند غربی که در داخل تولید می‌شدند و به موسیقی‌های زیرزمینی شهرت داشتند، گفتمانی نوین پدید آوردند و می‌توان گفت در پایان دهه‌ی ۱۳۸۰، بر تمامی انواع گونه‌ها سیطره یافتند. این تولیدات غیررسمی پر مخاطب، سیاستگذاران فرهنگی را با مشکل جدی مواجه ساختند. در همین راستا تولید گونه‌های موسیقی مردم‌پسند رسمی که تا حدودی بر همان ریشه‌های سه‌گانه‌ی پیش‌گفته استوار بودند از حمایت بیشتری برخوردار شد. در این پژوهش با توجه به سیر تاریخی توصیف شده، همانگونه که در جدول ۱ مشاهده می‌کنید موسیقی مردم‌پسند

در ایران به دو گونه‌ی کلی غربی (غیررسمی) و ایرانی (رسمی) و ۵ گونه‌ی جزئی‌تر تقسیم‌بندی شده است. محقق از تقسیم‌بندی جزئی‌تر برای انجام این پژوهش بهره برده است.

جدول ۱. گونه‌های موسیقی مردم‌پسند غربی و ایرانی تولید و مصرف شده در ایران

گونه‌های کلی	گونه‌های جزئی	مصادق‌ها
موسیقی مردم‌پسند غربی (تولید و مصرف آن به صورت غیررسمی در داخل صورت می‌گیرد)	متأثر از جریان اصلی موسیقی مردم‌پسند غربی (MTV)	برخی از انواع این گونه در شبکه‌های ماهواره‌ای پخش موسیقی مردم‌پسند ایرانی چون tv Persia 1, pmc و ... توزیع می‌شود.
	متأثر از موسیقی‌های مردم‌پسند اعتراضی در غرب (راک و هوی متال و رپ)	تمامی گونه‌های موسیقی زیرزمینی
موسیقی مردم‌پسند ایرانی (تولید و مصرف آن به صورت رسمی در داخل صورت می‌گیرد)	متأثر از موسیقی کلاسیک ایرانی (ترانه‌های دستگامی)	علیرضا افتخاری، محمد اصفهانی، شهرام ناظری و ...
	متأثر از موسیقی کافه‌ای و کوچه بازاری	
	متأثر از موسیقی مردم‌پسند ایرانی تولید شده در خارج از ایران (لس- آنجلس)	محسن یگانه، محسن چاوشی، احسان خواجه امیری و ...

ب) نظریه‌های جامعه‌شناختی پیرامون مصرف موسیقی مردم‌پسند

موسیقی مردم‌پسند موضوع مطالعه‌ی بسیاری از رشته‌های علوم اجتماعی بوده است (برای اطلاع بیشتر از چگونگی مطالعه‌ی موسیقی مردم‌پسند در این رشته‌ها ر.ک به صمیم، ۱۳۹۲). اما شاید به جرأت بتوان گفت در این میان جامعه‌شناسان پیش از سایرین موسیقی مردم‌پسند را به موضوع مطالعه‌ی خود تبدیل نمودند. از مشهورترین پژوهشگران جامعه‌شناس که موسیقی مردم‌پسند را موضوع مطالعه‌ی خود قرار داد، تئودور آدورنو^{۱۸} است. رویکرد وی به موسیقی مردم‌پسند همواره رویکردی انتقادی به‌شمار می‌آمده است. او بیشتر، ارتباط نزدیک تحول اجتماعی^{۱۹}، شیوه‌ی تولید^{۲۰} و فرم زیبایی‌شناختی را در مطالعات خود به جستجو نشسته و موسیقی مردم‌پسند را به عنوان نمونه‌ی کامل محصولی فرهنگی که ارتباط فوق‌الذکر را به منصفه ظهور می‌رساند، مورد مطالعه قرار می‌دهد. برای او پیش از هر چیز مصرف‌کنندگان موسیقی مردم‌پسند موردهایی جذاب برای مطالعه به‌شمار می‌روند. مصرف‌کننده‌ی موسیقی مردم‌پسند از نظر او عضوی از جامعه‌ی توده‌ای جهان سرمایه‌داری است. کسی است که از طریق مصرف این نوع از موسیقی هویتی را کسب می‌نماید که جهان سرمایه‌داری برای ادامه و پیشبرد مقاصدش به آن نیازمند است:

مصرف کنندگان [در جامعه‌ی سرمایه‌داری متاخر] عبارت‌اند از کارگران و کارمندان حقوق‌بگیر، دهقانان و خرده‌بورژواها. تولید سرمایه‌دارانه، چشم و جان آن‌ها را چنان محصور می‌کند که بی‌هیچ مقاومتی، تسلیم هر آن چیزی می‌شوند که به آنان عرضه می‌شود. . . . در حالی که فرهنگ [سرمایه‌داری] امتیازاتش را به صورتی دموکراتیک میان همه توزیع می‌کند. به لطف آتش بسی ایدئولوژیک، سازشگری مصرف‌کنندگان، همچون وقاحت تولیدکنندگان که با پول آن‌ها سرپا می‌مانند، به هیچ رو موجب عذاب وجدان نمی‌شوند. هر دو طرف، خود را با بازتولید امر «همیشه یکسان» راضی می‌کنند. (آدورنو و هورکهایمر، ۱۳۸۴: ۳۵)

آدورنو موسیقی مردم‌پسند را نمونه‌ی کاملی از تولید «صنعت فرهنگ»^{۲۱} عنوان می‌کند. از نظر آدورنو، صنعت موسیقی‌سازی مردم‌پسند، خود ارزش محصولاتش را تعیین می‌کند. نقش مصرف‌کننده در بهترین حالت این است که تولیدات این صنعت را به شکلی منفعلانه مصرف کند. مصرف‌کننده‌ی موسیقی مردم‌پسند، فریب‌خورده‌ی فرهنگی است که صنعت فرهنگ‌سازی جامعه‌ی سرمایه‌داری در اختیارش نهاده است و موسیقی مصرف شده بهترین ابزاری است که می‌توان با کمک آن مصرف‌کننده را به لحاظ ایدئولوژیک مورد سوءاستفاده نظام سرمایه‌داری قرار داد (استوری، ۱۳۸۶: ۲۲۸).

از جمله جامعه‌شناسان دیگری که در ابتدای راه، موسیقی مردم‌پسند را موضوع مطالعه‌ی خود قرار داد می‌توان به هاوارد بکر^{۲۲} اشاره نمود. او مطالعه‌ی جامعه‌شناختی پیرامون «موسیقیدان رقص» (۱۹۶۳) به انجام رسانیده است. در بخش دیگری از سنت جامعه‌شناسی، در دهه‌ی ۱۹۷۰ میلادی، ابتدا گروهی از جامعه‌شناسان سازمانی^{۲۳} مانند پاول هیرش^{۲۴} (۱۹۹۰) و ریچارد پترسن (۱۹۷۵، ۱۹۷۶) و سپس برخی از افراطیون چپ‌گرا چون استیو چپل^{۲۵} به صنعت موسیقی مردم‌پسند علاقه نشان دادند. مصرف موسیقی مردم‌پسند به شیوه‌ای کاملاً متمایز از آدورنو نزد جامعه‌شناسان سازمانی چون هیرش و پترسن مورد پژوهش قرار گرفت. از نظر آنان دیگر نمی‌توان از مصرف‌کنندگان موسیقی مردم‌پسند با یک زبان و یک نوع توصیف سخن گفت. مصرف‌کنندگان موسیقی مردم‌پسند با توجه به قشر و پایگاه خاص اجتماعی که در آن عضویت دارند به نوع خاصی از مصرف دست می‌زنند. نزد این نظریه‌پردازان موسیقی مردم‌پسند در گونه‌های متفاوتی در فضای تولید و مصرف فرهنگی ظهور می‌یابد. در این فضای متکثر هر گونه می‌تواند مورد توجه و گرایش قشر خاصی قرار گیرد و به این ترتیب هویت هر قشر را به شکلی متفاوت برساند. در این نظریه، شناخت این تفاوت‌ها و تمایزها کلید توصیف و شناخت دقیق میزان اثرگذاری موسیقی مردم‌پسند در جامعه است. فرضیه‌های پژوهش حاضر نیز متأثر از همین رویکرد طراحی شده‌اند. بحث پیرامون این فرضیه‌ها امکان کشف تفاوت‌های مصرف‌کنندگان موسیقی مردم‌پسند در جامعه‌ی مورد بررسی را نشان می‌دهد. در این نظریه‌ها از مهمترین عوامل تفاوت در گرایش به موسیقی مردم‌پسند سن و جنس است. تجربه‌ی سنی و جنسیتی خاص در میزان گرایش به گونه‌های موسیقی مردم‌پسند اثرگذار است. برخی از انواع را جوانان و برخی دیگر را میانسالان می‌پسندند (صمیم، ۱۳۸۸). گونه‌های ضدفرهنگی نیز بیشتر مورد پسند مردان قرار دارد تا زنان (اندرسون و دیگران، ۲۰۰۳). بر اساس این تجربه‌های عملی و مبانی نظری، در این تحقیق میزان گرایش گروه‌های سنی و جنسی گوناگون به مصرف گونه‌هایی از موسیقی مردم‌پسند که در جدول شماره‌ی ۱ ارائه شد، مورد پژوهش قرار گرفته است. در انتهای پژوهش با توجه به مبانی نظری و مفهومی آن، تبیینی جامعه‌شناختی از نتایج حاصل ارائه خواهد شد.

۳- روش پژوهش

این پژوهش با روش پیمایش انجام شده است. از پرسشنامه به عنوان رایج‌ترین فن جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش‌های پیمایشی، به منظور گردآوری داده‌هایی که به کار تحلیل فرضیه‌های طراحی شده بیايد استفاده شده است. شناخت و تبیین تفاوت‌ها در گرایش به گونه‌های موسیقی مردم‌پسند مورد بررسی در این پژوهش بر اساس دو متغیر سن و جنس پاسخگویان، هدف اصلی بوده است. جامعه‌ی آماری مورد مطالعه در بخش کمی این پژوهش تمامی جوانان ساکن شهر تهران بوده است که از تعداد دقیق آن‌ها در زمان مطالعه اطلاعاتی در دست نیست. در هر حال

این موضوع به علت بزرگ بودن جامعه‌ی آماری، تأثیری نامحسوس بر حجم نمونه دارد. در این پژوهش، جمعیت گروه سنی ۱۵ تا ۲۹ سال به عنوان تعریف آماری از جوانان در نظر گرفته شده و از بین آن‌ها نمونه‌ی مورد مطالعه انتخاب شده است.

حجم نمونه در این پژوهش تابعی از متغیرهایی چون جامعه‌ی آماری، پراکندگی متغیر مورد مطالعه و دقت برآورد فرآیند نمونه‌گیری است. همچنین علاوه بر متغیرهای مذکور، به عامل درجه‌ی دقت مورد نظر برای نمونه نیز توجه شده است (دواس، ۱۳۸۲: ۷۸). جامعه‌ی آماری بر اساس پراکندگی متغیر مورد مطالعه در آن، دارای یک حجم حدی است، به گونه‌ای که افزوده شدن به حد جامعه، تأثیری بر حجم نمونه ندارد یا تأثیری نامحسوس دارد. بدین سبب که جامعه‌ی آماری جامعه‌ای بزرگ بوده است برای محاسبه‌ی حجم نمونه از فرمول زیر استفاده شده است به گونه‌ای که حجم جامعه تأثیری بر حجم نمونه نخواهد گذاشت.

$$n = \frac{z^2 pq}{d^2}$$

در این فرمول، z برابر ۱/۹۶ برای ۵ درصد خطای برآورد است. این بدان معناست که در این حالت، می‌توان ۹۵٪ اطمینان داشت که نتایج موجود در جمعیت، معادل همان نتایج نمونه به اضافه و منهای خطای نمونه‌گیری (d) است. p و q نیز نسبت جوانان متمایل و نامتمایل به شنیدن انواع موسیقی مردم‌پسند (گونه‌های غربی که تولید و مصرف آن به صورت غیررسمی صورت می‌گیرد و گونه‌های ایرانی) را نشان می‌دهند. بر اساس مطالعه‌ی مقدماتی صورت گرفته با ۳۰ نفر، پراکندگی افرادی که به انواع موسیقی مردم‌پسند غربی و ایرانی متمایل‌اند و یا به آن علاقه‌ای ندارند تعیین، و حجم نمونه متناسب با هر کدام از این پراکندگی‌ها برای خطای ۵ درصد به شرح جدول ۲ مشخص گردید.

جدول ۲. برآورد حجم نمونه بر اساس p و q

متغیر مورد مطالعه (نوع موسیقی)	برآورد نسبت افرادی که به این نوع موسیقی متمایلند	برآورد نسبت افرادی که به این نوع موسیقی متمایل نیستند	برآورد حجم نمونه با ۵٪ خطا n
متأثر از جریان اصلی موسیقی مردم‌پسند غربی	۸۳٪	۱۷٪	۲۱۷
متأثر از موسیقی مردم‌پسند اعتراضی	۴۰٪	۶۰٪	۳۶۷
متأثر از موسیقی کلاسیک ایرانی	۶۶٪	۳۴٪	۳۴۰
متأثر از موسیقی کافه‌ای و کوچه بازاری	۱۰٪	۹۰٪	۱۳۸
متأثر از موسیقی مردم‌پسند ایرانی تولید شده در خارج	۵۶٪	۴۴٪	۲۸۰

در نهایت بر اساس بیشترین پراکندگی (حاصل ضرب نسبت افرادی که موسیقی متأثر از موسیقی مردم‌پسند ایرانی تولید شده در خارج را گوش می‌دهند در نسبت افرادی که این گونه را گوش نمی‌دهند)، حجم نمونه برابر ۳۸۰ نفر بر اساس ۵ درصد خطای برآورد محاسبه شد. در نهایت با توجه به حذف ۲۵ پرسشنامه، داده‌های ۳۵۵ پرسشنامه تجزیه و تحلیل شد. انتخاب نمونه‌ها با استفاده از شیوه‌ی سهمیه‌ای و بر اساس دو متغیر سن و جنس صورت گرفته و تلاش شده است با توجه به سهم هر یک از گروه‌های سنی و جنسی از جامعه‌ی آماری، حجمی متناسب به عنوان نمونه انتخاب شود. تلاش ما بر آن بوده است که افراد منتخب از نواحی مختلف شهری باشند، اگرچه این متغیر در تعیین سهمیه‌ها دخالت داده نشده است.

جدول ۳. توزیع مطلق و نسبی نمونه‌ی آماری بر اساس جنس و گروه‌های سنی

گروه سنی	شاخص	جنس		جمع
		مرد	زن	
۱۵-۱۹ سال	تعداد درصد	۵۳	۴۶	۹۹
	درون گروهی	%۵۳/۵	%۴۶/۵	%۱۰۰
	درصد از کل	%۱۴/۹	%۱۲	%۲۷/۹
۲۰-۲۴ سال	تعداد درصد	۷۱	۶۸	۱۳۹
	درون گروهی	%۵۱/۱	%۴۸/۹	%۱۰۰
	درصد از کل	%۲۰	%۱۹/۲	%۳۹/۲
۲۵-۲۹ سال	تعداد درصد	۶۰	۵۷	۱۱۷
	درون گروهی	%۵۱/۳	%۴۸/۷	%۱۰۰
	درصد از کل	%۱۶/۹	%۱۶/۱	%۳۳
جمع	تعداد درصد	۱۸۴	۱۷۱	۳۵۵
	درون گروهی	%۱۰۰	%۱۰۰	%۱۰۰
	درصد از کل	%۵۱/۹	%۴۸/۱	%۱۰۰

در پرسشنامه علاوه بر آن که پرسش‌هایی در جهت شناخت ویژگی‌هایی چون سن و جنس آمده است گرایش پاسخگویان به گونه‌های موسیقی مردم‌پسند مورد بررسی نیز بر روی طیفی ۶ درجه‌ای سنجیده شده است. بر اساس این طیف نمره‌گذاری گرایش پاسخگویان به گونه‌های موسیقی مردم‌پسند انجام شده است. نتایج حاصل به کمک آماره‌ی استنباطی که امکان بررسی معناداری تفاوت گرایش‌ها را میسر کند، تحلیل شده است.

۴- یافته‌های پژوهش

الف) گرایش به ۵ گونه‌ی موسیقی مردم‌پسند مورد بررسی به طور کلی طیف مطرح برای سنجش گرایش جوانان تهرانی به انواع پنج‌گانه‌ی موسیقی مردم‌پسند مورد بررسی، یک مقیاس ۶ درجه‌ای با حداقل نمره‌ی ۰، و حداکثر مقدار ۵ و حد متوسط ۳ است. در مجموع می‌توان گفت فردی که همیشه یا اغلب یک نوع خاص از موسیقی را گوش می‌دهد گرایش بیشتر از حد متوسط به آن نوع موسیقی دارد. در نقطه‌ی مقابل فردی که به گونه‌ی موسیقی خاصی تمایل ندارد، تنها گاهی آن را گوش می‌دهد یا به هیچ وجه حاضر نیست آن گونه‌ی موسیقایی را گوش دهد، گرایش کمتر از حد متوسط به آن نوع موسیقی دارد و افرادی که به گونه‌ی موسیقایی

خاصی متمایل اند اما به ندرت آن را گوش می‌دهند در حد میانی یا حد وسط قرار می‌گیرند. البته این نوع تقسیم‌بندی تنها یک نگاه ذهنی و کیفی است و گرایش افراد به گونه‌ها که با اعداد ۰ تا ۵ نمایش داده شده است، تنها بیانگر رتبه‌هایی است که فاقد فواصل مساوی با یکدیگرند.

جدول ۴. توزیع نسبی پاسخگویان بر اساس میزان تمایل به گونه‌های پنج‌گانه‌ی موسیقی مورد بررسی

میانگین از ۵	نمی‌شناسم	به هیچ وجه	دوست ندارم اما گاهی گوش می‌دهم	دوست دارم اما به ندرت گوش می‌دهم	اغلب	همیشه	گونه‌ی موسیقی مردم‌پسند تولید داخل
۳/۴		۲۹ ٪۸/۲	۶۵ ٪۱۸/۳	۶۹ ٪۱۹/۴	۱۱۸ ٪۳۳/۲	۷۴ ٪۲۰/۸	متأثر از جریان اصلی موسیقی مردم‌پسند غربی (MTV)
۳/۱	۲ ٪۰/۶	۶۵ ٪۱۵/۳	۶۴ ٪۱۸	۷۱ ٪۲۰	۶۵ ٪۱۸/۳	۸۸ ٪۲۴/۸	متأثر از موسیقی‌های مردم‌پسند اعتراضی در غرب (Pop, Rock, Heavy metal)
۲/۶	۲ ٪۰/۶	۳۲ ٪۹	۱۶۳ ٪۴۵/۹	۶۳ ٪۱۷/۷	۶۸ ٪۱۹/۲	۲۷ ٪۷/۶	متأثر از موسیقی کلاسیک ایرانی (ترانه‌های دستگامی)
۱/۴	۴۸ ٪۱۳/۵	۱۷۰ ٪۴۷/۹	۹۱ ٪۲۵/۶	۳۷ ٪۷/۶	۱۱ ٪۳/۱	۸ ٪۲/۳	متأثر از موسیقی کوچه‌بازاری
۳		۲۸ ٪۷/۹	۱۳۳ ٪۳۱/۸	۶۲ ٪۱۷/۵	۱۱۸ ٪۳۳/۲	۳۴ ٪۹/۶	متأثر از موسیقی لس آنجلسی

اطلاعات ارائه شده در جدول بالا نشان می‌دهد که در نمونه‌ی مورد مطالعه، گرایش به دو گونه‌ی موسیقی مردم‌پسند که هر دو متأثر از انواع غربی بودند بالاتر از حد متوسط، گرایش به موسیقی مردم‌پسند متأثر از موسیقی لس آنجلسی در حد متوسط و گرایش به انواع موسیقی مردم‌پسند متأثر از موسیقی کلاسیک ایرانی و کوچه‌بازاری کمتر از حد متوسط است. تنها نوع موسیقی که بیش از نیمی از جوانان مورد مطالعه (۵۴٪) اظهار داشته‌اند که «همیشه یا اغلب» به آن گوش می‌دهند موسیقی‌های مردم‌پسندی است که متأثر از جریان اصلی موسیقی مردم‌پسند غرب تولید می‌شوند. به نظر می‌رسد با توجه به آن که ۷۳/۵٪ از جوانان عدم تمایل خود را به موسیقی مردم‌پسند کوچه‌بازاری اظهار کرده‌اند، می‌توان این موسیقی را در میان جوانان مورد مطالعه فاقد جایگاه دانست. اولویت‌بندی گونه‌ها بر اساس میزان گرایش جوانان به آن‌ها، با توجه به مقایسه‌ی میانگین رتبه‌ی گرایش آن‌ها این‌گونه است:

- ۱- متأثر از جریان اصلی موسیقی مردم‌پسند غربی (MTV)
- ۲- متأثر از موسیقی‌های مردم‌پسند اعتراضی غربی (Pop, Rock, Heavy metal)
- ۳- متأثر از موسیقی لس آنجلسی
- ۴- متأثر از موسیقی کلاسیک ایرانی
- ۵- متأثر از موسیقی کوچه‌بازاری

ب) گرایش به گونه‌های موسیقی مردم‌پسند مورد بررسی بر اساس جنس
نتایج حاصل از مقایسه‌ی گرایش به انواع گونه‌های موسیقی مردم‌پسند مورد بررسی برای دو گروه مردان و زنان نشان می‌دهد که در گونه‌های «متأثر از جریان اصلی موسیقی مردم‌پسند

غربی (MTV)»، «متأثر از موسیقی لس آنجلسی» و «متأثر از موسیقی کوچه بازاری»، گرایش زنان و مردان تفاوت معناداری با یکدیگر دارند. در گونه‌ی «متأثر از جریان اصلی موسیقی مردم‌پسند غربی (MTV)» میانگین رتبه‌ی زنان ۲۰۰ و میانگین رتبه‌ی مردان ۱۵۷/۳ است که این نشان می‌دهد گرایش زنان به این موسیقی نسبت به گرایش مردان به آن بیشتر است. در گونه‌ی «متأثر از موسیقی لس آنجلسی» نیز مقایسه‌ی میانگین هر دو گروه بیانگر آن است که زنان به این نوع موسیقی گرایش بیشتری دارند. این در حالی است که گرایش مردان به «گونه متأثر از موسیقی کوچه بازاری» بیش از زنان است. در مورد دو گونه‌ی «متأثر از موسیقی کلاسیک ایرانی» و «متأثر از موسیقی‌های مردم‌پسند اعتراضی در غرب» تفاوت معناداری میان زنان و مردان مشاهده نشد.

جدول ۵. مقایسه‌ی گرایش به گونه‌های موسیقی مردم‌پسند مورد بررسی بر اساس جنس

Sig	آماره Z	آماره U	زن		گونه‌ی موسیقی مردم‌پسند مورد بررسی
			میانگین رتبه	مرد	
۰/۰۰۰	۴/۰۳۸	۱۱۹۵۴	۲۰۰	۱۵۷/۳	متأثر از MTV
۰/۹۵۱	۰/۰۶۲	۱۵۶۷۹	۱۷۸/۳	۱۷۷/۶	متأثر از POP, ROCK, Heavy metal
۰/۰۰۰	۴/۳۲۱	۱۱۷۲۳/۵	۲۰۱	۱۵۶	متأثر از موسیقی لس آنجلسی
۰/۳۰۴	۱/۰۲۸	۱۴۸۰۱	۱۸۳	۱۷۳	متأثر از موسیقی کلاسیک ایرانی
۰/۰۰۰	۵/۲۸۲	۱۰۹۷۶	۱۵۶	۲۰۴	متأثر از موسیقی کوچه بازاری

ج) گرایش به گونه‌های موسیقی مردم‌پسند مورد بررسی بر اساس سن در حالی که گروه‌های جنسی در گرایش به برخی گونه‌های مورد بررسی دارای تفاوت معنی‌داری بودند، در میان گروه‌های سنی، در کل، تفاوت معناداری مشاهده نمی‌شود. می‌توان گفت میزان تمایل هر سه گروه سنی به گونه‌های موسیقی مردم‌پسند مورد بررسی تا حدودی یکسان است. به نظر می‌رسد می‌توان تفاوت میان دو گروه سنی ۲۴-۲۰ و ۲۹-۲۵ سال را در میزان گرایش به گونه‌ی موسیقایی «متأثر از موسیقی مردم‌پسند اعتراضی در غرب»، با آن‌که به لحاظ آماری معنی‌دار نیست، تفاوتی قابل توجه دانست.

جدول ۶. مقایسه‌ی گرایش به گونه‌های موسیقی مردم‌پسند مورد بررسی بر اساس سن

Sig	Chi- square	گروه‌های سنی مورد بررسی			گونه‌های مردم‌پسند مورد بررسی
		۲۹-۲۵	۲۴-۲۰	۱۹-۱۵	
۰/۴۶۴	۱/۵۳۶	۱۸۴	۱۷۰	۱۸۱	متأثر از MTV
۰/۰۲۷	۷/۱۸۷	۱۹۴	۱۶۱	۱۸۲	متأثر از Pop, Rock, Heavy metal
۰/۳۵۶	۲/۰۶۶	۱۶۹	۱۷۸	۱۸۸/۵	متأثر از موسیقی لس آنجلسی
۰/۲۱۵	۳/۰۷۷	۱۷۱	۱۸۹	۱۶۹	متأثر از موسیقی کلاسیک ایرانی
۰/۴۹۵	۱/۴۰۵	۱۸۶	۱۷۲	۱۷۶/۵	متأثر از موسیقی کوچه بازاری

۵- نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش تبیین جامعه‌شناختی گرایش جوانان تهرانی به مصرف موسیقی مردم‌پسند بود. برای این منظور نخست باید به بررسی مفهوم موسیقی مردم‌پسند می‌پرداختیم. این بررسی، امکان طبقه‌بندی و استفاده از این مفهوم را در پژوهش کمی که در جهت پاسخگویی به فرضیه‌ها طراحی شده بود، فراهم می‌کرد. در این بررسی به طور مختصر به معنای موسیقی مردم‌پسند در تعاریف غربی پرداختیم. از آنجا که موسیقی مردم‌پسند در ایران مفهوم اصلی قلمداد می‌شد در بخش مفصل‌تری به تعریف و تبیین موسیقی مردم‌پسند غیرغربی پرداختیم. این بررسی را تا آنجا ادامه دادیم که به معرفی ریشه‌های تاریخی موسیقی مردم‌پسند در ایران رسیدیم. بررسی این ریشه‌ها ما را به دو گونه‌ی کلی موسیقی مردم‌پسند ایرانی و غربی و پنج‌گونه‌ی جزئی‌تر موسیقی مردم‌پسند متأثر از جریان اصلی (MTV)، موسیقی مردم‌پسند متأثر از گونه‌ی اعتراضی در غرب، موسیقی مردم‌پسند متأثر از موسیقی لس آنجلسی، موسیقی مردم‌پسند متأثر از موسیقی کلاسیک ایرانی و موسیقی مردم‌پسند متأثر از موسیقی کوچه‌بازاری رساند. بررسی میزان گرایش جوانان مورد مطالعه به این گونه‌ها را بواسطه‌ی پرسشنامه‌ای محقق ساختیم و بر روی طیفی ۶ درجه‌ای سنجیدیم. با توجه به نتایج پرسشنامه که در بین ۳۵۵ نفر توزیع شده بود، ابتدا پنج‌گونه‌ی مورد بررسی را بر اساس بیشترین و کمترین میزان گرایش طبقه‌بندی نمودیم. در این طبقه‌بندی گونه‌ی متأثر از جریان اصلی موسیقی مردم‌پسند غربی بیشترین میزان گرایش و گونه‌ی متأثر از موسیقی کوچه‌بازاری کمترین گرایش را به خود اختصاص داده بودند. با توجه به این که گونه‌ی متأثر از موسیقی‌های مردم‌پسند اعتراضی در غرب پس از گونه‌ی موسیقی مردم‌پسند متأثر از جریان اصلی در رتبه‌ی دوم قرار گرفت، می‌توان به این نتیجه رسید که حمایت رسانه‌ای هنوز تعیین‌کننده‌ترین عامل در اقبال مخاطبان به این نوع موسیقی است. این دو گونه بیشترین پوشش رسانه‌ای را به خود اختصاص داده‌اند. در نظریه‌های جامعه‌شناختی انتقادی نیز، حمایت رسانه‌ای به عنوان یکی از عوامل جلب اقبال مخاطبان شناسایی شده بود.

در مقایسه‌ی گرایش گروه‌های سنی جوانان به گونه‌های موسیقی مردم‌پسند مورد بررسی، هیچ تفاوت معناداری مشاهده نشد. این در حالی بود که تفاوت میان میانگین گرایش جوانان زن و جوانان مرد به گونه‌های موسیقی مردم‌پسند متأثر از جریان اصلی، متأثر از موسیقی لس آنجلسی و متأثر از موسیقی کوچه‌بازاری معنادار بود. زنان به شکل معناداری به گونه‌های موسیقایی متأثر از جریان اصلی و موسیقی لس آنجلسی گرایش بیشتری داشتند. یکی از مهمترین دلایل این تفاوت معنادار، علاقه‌ی زنان به مصرف موسیقی از طریق شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای است. در نظریه‌های جامعه‌شناختی انتقادی نیز امکان تبدیل شدن زنان به مخاطبان گونه‌های موسیقی مردم‌پسندی که نماینده‌ی فرهنگ جامعه‌ی سرمایه‌داری و صنعت فرهنگ است، بیشتر است.

پی‌نوشت‌ها

1. Simmel, G.
۲. جامعه‌شناسان بسیاری در تلاش برای درک خصلت مدرنیته به بیان تمایز میان شهر و روستا پرداخته‌اند. پیش از همه، که به نظر می‌رسد زیمل نیز در چنین گونه‌شناسی‌ای از او متأثر است، فردیناند تونیس (Ferdinand Tonnies) بود که از چنین تمایزی بهره برد. او میان گماینشافت (Gemeinschaft) به معنای اجتماع و گزلسافت (Gesellschaft) به معنای جامعه تمایز قائل شد و از این طریق توانست شهر مدرن را مفهوم‌پردازی نماید (کیویستو، ۱۳۸۰: ۱۲۴ و برای اطلاع بیشتر ر. ک به (Tonnies, 1887) 1957).

3. Metropolis
4. Popular Music
۵. برای اطلاع بیشتر از نتایج این تجربه‌ها ر.ک به صمیم و فاطمی، ۱۳۸۶؛ قاسمی و صمیم، ۱۳۸۷؛ صمیم و قاسمی، ۱۳۸۸.
6. Music Industry
7. Distribution
8. Art Music
9. Traditional Music
10. Tagg, P.
11. Cross - Cultural
12. Transcultural
13. Baily, J.
۱۴. Repertoire: مجموعه‌ی تمامی آوازاها، ترانه‌ها و قطعات ضربی و ... در هر گونه‌ی موسیقایی
۱۵. وابستگی موسیقی مردم‌پسند و فضای تولید و مصرف آن به «ستاره‌سازی»
16. Rock
17. Heavy Metal
18. Adorno, T.
19. Social Change.
20. Mode of Production.
21. Culture Industry
22. Becker, H.
23. Organizational Sociology.
24. Hirsch, P.
25. Peterson, R.
26. Chapple, S.

فهرست منابع

- آدورنو، تئودور و هورکهایمر، ماکس (۱۳۸۴)، *دیالکتیک و روشنگری: قطعات فلسفی*، ترجمه‌ی مراد فرهادپور و امید مهرگان، گام نو، تهران.
- استوری، جان (۱۳۸۶)، *مطالعات فرهنگی درباره‌ی فرهنگ عامه*، ترجمه‌ی حسین پاینده، آگاه، تهران.
- بیلی، جان (۱۳۸۲)، «چشم‌اندازهای چندفرهنگی در موسیقی مردم‌پسند: مورد افغانستان»، *فصل‌نامه‌ی موسیقی ماهور*، شماره‌ی ۲۲، صص. ۴۳-۲۷.
- دواس، دی. ای (۱۳۸۲)، *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*، نی، تهران.
- صمیم، رضا و قاسمی، وحید (۱۳۸۸)، «گرایش به مصرف گونه‌های موسیقی مردم‌پسند و میزان پرخاشگری در میان دانشجویان (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان)»، *تحقیقات فرهنگی ایران*، شماره‌ی ۸، صص. ۲۶۲-۲۴۳.
- صمیم، رضا و فاطمی، ساسان (۱۳۸۶)، «پژوهشی جامعه‌شناختی در باب مصرف موسیقایی در بین افرادی با پایگاه‌های اجتماعی متفاوت (مطالعه‌ی موردی تهران)، *هنرهای زیبا*، شماره‌ی ۳۲، صص. ۱۳۵-۱۲۷.
- فاطمی، ساسان (۱۳۸۲)، «نگاهی گذرا به پیدایش و رشد موسیقی مردم‌پسند در ایران: از ابتدا تا سال ۱۳۵۷»، *فصل‌نامه‌ی موسیقی ماهور*، شماره‌ی ۲۲، صص. ۴۳-۲۷.
- فاطمی، ساسان (۱۳۸۱)، «موسیقی تخت حوضی»، *نیایش*، شماره‌ی ۵۴، صص ۱۴-۷.
- قاسمی، وحید و صمیم، رضا (۱۳۸۷)، «مطالعه‌ای پیرامون رابطه‌ی قشربندی اجتماعی و مصرف فرهنگی با استفاده از داده‌هایی در زمینه‌ی مصرف موسیقایی در شهر تهران»، *مجله‌ی جامعه‌شناسی ایران*، دوره‌ی نهم، شماره‌ی ۱ و ۲، صص. ۸۰-۱۰۱.
- کیویستو، پیتر (۱۳۸۰)، *اندیشه‌های بنیادی در جامعه‌شناسی*، ترجمه‌ی منوچهر صبوری، نی، تهران.
- Anderson, C.A., Carnagery, N. L. & Eubanks, J. (2003) "Exposure to Violent Media: The Effects of Songs with Violent Lyrics on Aggressive Thoughts and Feelings", *Journal of Social Psy-*

chology, Vol 84 (5): 960- 971.

- Arnold, M. (1983), *Culture and Anarchy*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Becker, H. (1963), *Outsiders*, New York: Free Press of Glenco.
- Collins English Dictionary (2003), London: Harper Collins.
- Hirsch, P. (1990), "Processing Fads and Fashions: An Organization Set Analysis of Culture Industry Systems" in S. Frith and Goodwin, A.
- Peterson, R. (1976), *The Production of Culture*, London and Beverley Hills: Sage.
- Peterson, R. Berger, D. G. (1975), "Cycles in Symbol Production: The Case of Popular Music", *American Sociological Review*, 40, pp. 158-173.
- Tagg, P. (1982), "Analysing Popular Music, Theory, Method and Practice", *Popular Music*, 2, pp. 37-65.
- Tonnis, F. [1887] (1957), *Community and Society*, ed. and Translated by C. P. Loomies, New York: Harper and Grow.

Received: 05 Aug 2014
Accepted: 25 Oct 2014

A Sociological Explanation of the Youth's Tendency toward the Consumption of Popular Music in Tehran, Based on their Age and Gender

Reza Samim, Assistant Professor of Sociology, Institute for Social and Cultural Studies, Tehran, Iran.

Abstract

Georg Simmel, with a key role in the explanation of the concept of cultural consumption at the end of the 19th century, considers this concept to have a close relationship with modern lifestyle. According to his idea, modern lifestyle can be understood only through the distinction between city in its modern sense and the smaller communities. Simmel believes that it is in the metropolis that the modern lifestyle takes a distinct form. From this viewpoint, consumption in the cities turns into a key concept for analysis. Thus the appearance of the concept of "cultural consumption" has accompanied the criticism of modern culture and society, and has been mainly used in the analysis of lifestyle of modern man. Although all theoretical discussions about consumption are rooted in economy, due to such classical theorizations in sociology, consumption has turned into a sociological term. This sociological term, especially in modern urban contexts, has been used as the basis for numerous studies to describe the identity of citizens. Tehran, as a metropolis with a complex and mixed cultural structure, provides a context for the consumption of many different kinds of cultural products; products whose amount and way of consumption by different classes of people can stimulate reflection, especially on the part of cultural policymakers. Popular music is one of these products whose consumption, because of its unofficial different kinds, has been a concern for the authorities who set the official cultural norms in Iran. The hypotheses of the present article which are based on some domestic sociological research on the consumption of music, are as follows:

- a. The degrees of different age groups' tendency toward the consumption of different kinds of popular music are significantly different
- b. The degrees of men and women's tendency toward the consumption of different kinds of popular music are significantly different

These hypotheses are based on the data extracted from a survey on 355 young subjects from Tehran. According to the results, in comparing the different age groups of the youth's tendencies toward the different kinds of popular music, no significant difference was observed. However, comparing male and female youth's tendency toward the different kinds of music, including the popular music affected by the mainstream music, the kind influenced by the so-called "Los Angeles music" and the type affected by the so-called "street music" (kouchehbazari), showed a significant difference. Women significantly had a greater tendency toward the music influenced by the main stream music and the Los Angeles music; among the reasons for this significant difference is women's interest in the consumption of music from satellite TV channels.

Keywords: Musical Consumption, Popular Music, the Youth, Tehran.