

تحلیل جامعه‌شناختی شیوهٔ برساخت هویت از رهگذر مصرف موسیقی عامه‌پسند در میان جوانان

احمد محمدپور^۱، ابوبکر شریعت‌پناه^۲، احمد غلامی^۳

تاریخ دریافت: ۹۱/۳/۸، تاریخ پذیرش: ۹۲/۷/۱۰

چکیده

هدف این مقاله بررسی شیوهٔ برساخت هویت از طریق مصرف موسیقی، مخصوصاً موسیقی عامه‌پسند، در میان جوانان است. از آنجاکه موسیقی امروزه همه‌مکانی شده و به‌منزلهٔ کرداری اجتماعی به‌شدت در میان جوانان رایج شده است، بررسی و تحلیل آن می‌تواند زوایایی نهفتهٔ این گرایش را آشکار کند. در جهان مدرن امروز مقولهٔ برساخت هویت در بین جوانان خصلتی پیچیده و چندلایه به خود گرفته است. فرایند هویت‌سازی بیشتر به‌صورت موضوعی نشانه‌شناختی درآمده است. مصرف موسیقی یکی از این نوع کردارهای نشانه‌شناختی قلمداد می‌شود. کردار نشانه‌شناختی تحت تأثیر اندیشهٔ سوسور به‌این‌معناست که هر کردار اجتماعی در قالب رابطهٔ دال و مدلول تداعی‌کنندهٔ معانی خاصی است که در دل اشیا و شیوه‌های اجتماعی نهان شده است. در این مطالعه بر مبنای نمونه‌گیری نظری با ۳۰ مصاحبهٔ عمیق و نیمه‌ساختارمند از دانشجویان مرحلهٔ مصاحبه به حد اشباع رسید. تجزیه و تحلیل محتوای مصاحبه‌ها بر مبنای تحلیل موضوعی صورت گرفت. نتایج مبین آن است که جوانان با مصرف موسیقی عملاً دغدغه‌ها و مسائل خود را مطرح

۱. استادیار پژوهشی انسان‌شناسی، دانشگاه واندربیلت (نویسنده مسئول)

ah.mohammadpur@gmail.com

ashariatpana@yahoo.com

agholami17548@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان

۳. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان

می‌کنند. موسیقی ابزاری است که آنها از طریق آن زندگی خود را معنادار و هویت خویش را غنی می‌کنند. جوانان با استفاده از تکنولوژی و ادوات مدرن موسیقی، به‌مثابه پدیده‌ای جهانی، محلی‌گرایی خود را نیز ثابت می‌کردند. وجود گفتمان‌های متعدد و گاه متعارض در نحوه تفسیر و قرائت ژانر موسیقی از سوی جوانان تأثیرگذار است.

واژگان کلیدی: مصرف موسیقی، هویت، محلی‌گرایی، برساخت هویت، تحلیل موضوعی.

مقدمه

امروزه کمتر جامعه‌ای را می‌توان یافت که در آن موسیقی تولید، توزیع و مصرف نشود. ملودی‌ها و نواهای موسیقایی در تاروپود زندگی روزمره تنیده شده‌اند و بخشی از فرایند معنابخشی به این زندگی قلمداد می‌شوند. موسیقی، به‌طور عام، و موسیقی عامه‌پسند^۱ به‌طور خاص، حجم عظیمی از اوقات فراغت انسان را در عصر مدرن شکل می‌دهد؛ از مهمانی‌های شبانه و اجرای زنده گرفته تا سینما و تلویزیون و رادیو. هر هفته در شهرهای مختلف جهان مردم در باشگاه‌ها و محل‌های اجرای کنسرت جمع می‌شوند تا به موسیقی محبوبشان گوش دهند و با آن به رقص درآیند. مصرف موسیقی با تفریح و سرگرمی و استراحت عجین شده است و مردم از آن برای ایجاد رابطه دوستانه با کسانی که ذائقه‌شان در موسیقی و پوشش و سبک زندگی با آنها مشترک است استفاده می‌کنند. موسیقی عامه‌پسند با مسائل سیاسی و تغییرات اجتماعی نیز در ارتباط است.

موسیقی در زندگی روزمره مدرن همچون نوعی پس‌زمینه در کنه تمام کنش‌های افراد وجود دارد. گوش کردن به موسیقی به‌شدت گسترش یافته است. ما برای لذت‌بردن، احراز هویت و مشارکت در فعالیت‌های دیگر (مثل رقص، آشپزی) با حواس‌پرتی (مثلاً زمانی که درحال تماشای تلویزیون هستیم) و به شیوه‌های دیگری به موسیقی گوش می‌دهیم. موسیقی، به‌لحاظ جامعه‌شناختی، چه دلالت‌ها و کارکردهایی دارد؟ برخی محققان، که نخواستند موسیقی را شیء در نظر بگیرند (یعنی همچون چیزی ثابت که از قانون زیباشناختی خود پیروی می‌کند و هیچ نوع رابطه‌ای با دنیای واقعی ندارد)، در پاسخ به این سؤال گفته‌اند: «موسیقی فعالیتی است پویا و متغیر که فضای اجتماعی و تاریخی در ساخت آن تأثیرگذار است» (روی و داود، ۲۰۱۰).

اینکه افراد و گروه‌ها به چه نحو موسیقی را مصرف می‌کنند به پرسش مهمی برای نظریه‌پردازان این حوزه بدل شده است. از این رو، دنورا از دامنهٔ استراتژی‌هایی صحبت می‌کند که از طریق آن موسیقی به‌مثابهٔ منبعی برای برانگیختن احساسات، هیجان‌ها، علائق، پیش‌پنداشت‌ها و دغدغه‌هایی که "زندگی اجتماعی" را می‌سازند، به تحرک درمی‌آید. این بدان معنی است که افراد موسیقی را برای اعادهٔ معنا برای خودشان و جهان اطراف خود مصرف می‌کنند (دنورا، ۲۰۰۰: ۱۱). تعریف موسیقی، به‌طور کلی، و موسیقی عامه‌پسند، به‌طور خاص، زمانی امکان‌پذیر است که آن را فراتر از خود موسیقی و درارتباط با بازنمودِ سوییۀ اجتماعی زندگی در نظر بگیریم. در واقع در تحلیل و تفسیر موسیقی عامه‌پسند، به‌لحاظ جامعه‌شناختی، کمتر بر ساختار خودِ موسیقی تأکید می‌شود و بیشتر ارتباط موسیقی با زمینهٔ اجتماعی کانون توجه است. در این حوزه، رویکردی به نام رویکرد زمینه‌ای وجود دارد که به مخاطب موسیقی و تفسیر موسیقی اهمیت می‌دهد. موسیقی پیوند عمیقی با برساخت اجتماعی هویت افراد و گروه‌ها دارد. تولید و مصرف موسیقی فعالیت‌هایی سراپا جمعی است. موسیقی عامه‌پسند نقش مهمی در شکل‌دهی و صورت‌بندی هویت ایفا می‌کند؛ نیز مبارزه‌ای است بین نیازهای فرهنگی و منافع اقتصادی گروه‌های فرادست و فرودست در جامعه؛ و دست آخر عرصهٔ تبلور روابطی پیچیده بین عوامل متفاوتی چون قدرت‌های سیاسی، شرکت‌های سازندهٔ موسیقی، هنرمندان، طرفداران و رسانه‌هاست و رقابتی بر سر تشخیص و مشروعیت. کارکرد موسیقی عامه‌پسند فراتر از تفریح و سرگرمی است: این نوع موسیقی قلمرو مبارزه بر سر معنا و منزلت و شأن اجتماعی است. موسیقی عامه‌پسند، به‌رغم نوظهوربودنش، موضوع پژوهش‌های بسیاری بوده است. درحالی‌که طرفداران نخبه‌گرایی فرهنگی عمیقاً با اکراه به آن می‌نگریستند (آدورنو و هورکهایمر، ۱۹۶۹؛ آدورنو، ۱۹۸۸؛ دونگ‌هارت، ۲۰۰۷). موسیقی عامه‌پسند می‌تواند به وسیلهٔ مؤثری، هم برای بازسازی فضای فیزیکی کنسرت‌ها و وقایع موسیقی و هم برای ایجاد مکان‌های کمابیش لمس‌کردنی متعلق به جامعه، بدل شود (بنت، ۲۰۰۴: ۱۹). به تعبیر لارنس: «مصرف موسیقی مدت‌هاست به بخش مهمی از زندگی جوامع انسانی بدل شده است» (لارسن و دیگران، ۲۰۰۶: ۴). به‌گفتهٔ فریث: «ما صداها را به درون زندگی خود جذب می‌کنیم و ریتم‌ها را به درون بدن خودمان» (بنت، ۲۰۰۴: ۲). بدل‌شدن موسیقی به جزء جدایی‌ناپذیر زندگی روزمره، بسیاری از روابط و تعاملات بین‌فردی و گروهی را تحت‌الشعاع قرار داده است. امروزه گستردگی مصرف موسیقی عامه‌پسند در زندگی روزمرهٔ انسان به بحث محافل دانشگاهی در حوزه‌های جامعه‌شناختی و مطالعات فرهنگی مبدل شده است.

پرسش‌های محوری مقاله حاضر حول این مسئله اساسی صورت‌بندی شده‌اند که چرا موسیقی را در موقعیت‌های مختلف مصرف می‌کنید؟ آیا با مصرف موسیقی بیشتر به فکر فرومی‌روید یا دچار بی‌خودی می‌شوید؟ آیا بیشتر به موسیقی محلی و ملی گوش می‌دهید یا جهانی؟ به طور کلی، پژوهش حاضر تلاش می‌کند شیوه‌های ارتباط مصرف موسیقی عامه‌پسند را برای برساخت هویت در بستر تعامل‌های اجتماعی و صورت‌بندی‌های گفتمانی حاکم بر جامعه تحلیل کند.

پیشینه پژوهش

نخستین توجه به موسیقی عامه‌پسند، به‌مثابه موضوعی پژوهشی، با مقاله استوارت هال و پدی وانل، با تکیه بر رویکرد مطالعات فرهنگی، آغاز شد (۱۹۹۶). آنها در این مقاله یادآوری کرده‌اند: «این تصور که جوانان اشخاصی ساده‌لوح و تحت استثمار صنعت موسیقی هستند، بیش‌ازحد ساده‌انگارانه است» (استوری، ۱۳۸۶: ۲۳۴). روی شوکر معتقد است که مطالعات مربوط به موسیقی عامه‌پسند درباره جوانان به سه دسته مخاطبان، شیفتگان و خرده‌فرهنگ تقسیم می‌شوند. پژوهش درباره هر سه دسته با روش تحقیق کیفی و ابزار مصاحبه و مشاهده انجام گرفته است. او معتقد است میزان مصرف موسیقی در بین جوانان روبه‌افزایش است و گوش کردن به موسیقی پرطرفدارترین فعالیت اوقات فراغت دانش‌آموزان است (۱۹۹۴). از جمله پژوهش‌های دیگر می‌توان به اثر فینگان (۱۹۸۹) با عنوان موسیقی‌دانان نامرئی و اثر کوهن (۱۹۹۱) به نام فرهنگ راک در لیورپول اشاره کرد. مصرف موسیقی در بین جوانان ناآگاهانه و تحمیلی نیست، بلکه بیشتر جوانان موسیقی را برای برنامه سبک زندگی خود انتخاب می‌کنند تا ابزاری باشد جهت بیان مجموعه‌ای از پیام‌ها و متمایز ساختن خود از فرهنگ والدینشان و نیز برساختن هویت جدید و برقراری ارتباط با دیگران (شوکر، ۱۳۸۶؛ بنت، ۲۰۰۴؛ استوری، ۱۳۸۶). به سبب تازگی موضوع، متأسفانه تحقیقات داخلی در باب موسیقی، مخصوصاً با رویکرد روش تحقیق کیفی، انگشت‌شمارند و در این حوزه کار چندانی انجام نشده است. با این حال، می‌توان به چند پژوهش درخور توجه در این حوزه اشاره کرد: محمد فاضلی (۱۳۸۴) تحقیقی با عنوان جامعه‌شناسی مصرف موسیقی انجام داده است که در آن از روش تحقیق کمی استفاده کرده و از روش پیمایشی و ابزار پرسش‌نامه جهت جمع‌آوری اطلاعات سودجسته است. در پژوهش دیگری که علیخواه و ملکوه (۱۳۸۵) انجام داده‌اند باز از روش پیمایشی استفاده شده و بیشتر توصیف میزان مصرف موسیقی مطرح است تا تحلیل و تفسیر آن. لودان نوشین در مقاله «زبان

راک: جوانان ایرانی، موسیقی عامه‌پسند، و هویت ملی» با بررسی موسیقی راک و نحوهٔ تولید و مصرف آن در بین جوانان با استفاده از مصاحبه با موسیقی‌دانان و مخاطبان و نیز تحلیل متون موسیقی خوانندگانی چون سهراب محبی و میلاد تنگشیر نتیجه‌گیری می‌کند: «پر واضح است که پیدایش اخیر جنبش راکِ تودهٔ مردم در ایران در حال زمینه‌سازی برای فضایی از موسیقی است که آگاهی جهانی را با حس بودن در خانهٔ مادری ترکیب می‌کند. به تعبیر علی‌نژاد، گسترش مدرنیتهٔ انتقادی و گریزناپذیر، گفتمان‌های آزادی مدنی، کثرت‌گرایی سیاسی و حقوق فردی... به طرز روزافزونی زمینهٔ گفتمانی را برای دست‌کاری و برساخت هویت‌های جدید میسر کرده است» (نوشین، ۲۰۰۸: ۸۶).

مبانی نظری

در حوزهٔ جامعه‌شناسی موسیقی و مطالعات فرهنگی، مبانی نظری منسجم و یک‌دستی در باب مصرف موسیقی عامه‌پسند و صورت‌بندی هویت از طریق آن وجود ندارد، بلکه سنت‌های نظری-پژوهشی متفاوت به شیوه‌های مختلف این موضوع را از جنبه‌های گوناگون مطالعه کرده‌اند. با توجه به دشواری تدوین مبانی نظری جامع، مؤلفه‌هایی همچون جهانی‌شدن، رابطهٔ امر محلی با امر جهانی، کنش ارتباطی بین‌الذاتی، مقاومت از طریق مصرف، مصرف‌گرایی و مصرف‌نمادین موسیقی از آرای نظریه‌پردازان حوزهٔ جامعه‌شناسی موسیقی و مطالعات فرهنگی (نظیر دنورا، اندی بنت، پل ویلیس، سیمون فریث و...) استفاده شده است.

طرح مبحث برساخت هویت مستلزم توجه به مقولاتی همچون تفاوت، ژانر، دوره‌بودن، زمینه، مکان، خودی و دیگری، محلی‌گرایی و غیره است. لاکلائو و موفه در باب هویت و شیوهٔ شکل‌گیری آن مباحث مهمی مطرح کرده‌اند که طرح آن ماهیت هویت و ارتباط آن با موسیقی را روشن‌تر می‌کند. لاکلائو و موفه با تأسی از نظریهٔ آلتوسر بر این باورند که هر فردی در قالب گفتمانی قرار دارد که از طریق آن گفتمان فراخوانده^۱ می‌شود. هویت هر فردی در خلال نوعی گفتمان در جامعه برساخته می‌شود و نمی‌توان فردی را تصور کرد که خارج از گفتمانی خاص هویت مستقلی داشته باشد (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹). در باب هویت موسیقایی نیز این قضیه تا حدی صادق است. هر فرد برحسب قرارگرفتن در گفتمان خاصی موسیقی مصرف می‌کند و این گفتمان بر نحوهٔ مصرف موسیقی او تأثیر می‌گذارد. استوارت هال (۱۹۹۶) در مقالهٔ «چه کسی به هویت نیاز دارد؟» خاطرنشان می‌کند که رشد ناگهانی بحث گفتمان در

سال‌های اخیر حول محور مفهوم هویت بوده است. هویت در مطالعات انتقادی نیز عمیقاً بررسی شده است. حال موضع استراتژیک هویت و امکان ارتباط آن را با مفاهیمی چون زمان، گفتمان و تاریخ تحلیل می‌کند. او معتقد است هویت‌های واقعی با مسائلی چون کاربرد منابع تاریخی، زبان و فرهنگ مرتبط است و بر ساخت هیچ هویتی خارج از باز نمود و گفتمان امکان‌پذیر نیست. درباره رابطه هویت و موسیقی، سایمون فریث مفهوم هویت موسیقایی را مطرح کرده است: «موسیقی حس هویت ما را از رهگذر تجارب مستقیمی برمی‌سازد که به بدن، زمان و اجتماعی شدن اشاره دارد؛ تجاربی که ما را قادر می‌سازد خودمان را در روایت‌های تخیلی فرهنگی بازیابیم...». هرچند به احتمال، از قضاوت روزگار، این قضیه از طریق استعاره مکان‌مند به موسیقی برمی‌گردد. اما اینکه چگونه موسیقی هویت خاصی را می‌سازد، به تعاریف فضای بدون مرز مربوط است» (فریث، ۱۹۹۶: ۱۲۴-۱۲۵).

صداها و موسیقی عامه‌پسند و هویت‌های موسیقایی برساخته‌هایی فرهنگی هستند و در قلمروهای متنی و زیباشناختی می‌توان پاسخ‌هایی برای پرسش‌هایی مربوط به قدرت و هویت پیدا کرد. کارکردهای مادی موسیقی، در مقام سازوکارهای سلطه، الگوهای روابط اجتماعی را شکل می‌دهند و دست‌کاری می‌کنند و واقعیت را به نوعی دیگر بازتاب می‌دهند. در اینجا لازم است هم بین "صداها و موسیقی و موسیقی به مثابه فرایند فرهنگی" تفکیک قائل شویم، و هم بین هویت‌های فرهنگی، آن‌طور که در محیط‌های اجتماعی و تاریخی خاصی به وجود می‌آیند و هویت‌هایی که با آگاهی حس مشترک زندگی روزمره و مستقل از ویژگی‌های فرایند اجتماعی و تاریخی شکل گرفته‌اند. ما از طریق موسیقی نه تنها بعضی رفتارها و کردارهای زندگی روزمره خود را تنظیم می‌کنیم، بلکه تمایل داریم خود را آن‌طور که مایلیم به دیگران نشان دهیم. ذائقه‌ها و ترجیح‌های موسیقایی ما می‌تواند شکلی کلی از ایستارها و نگرش‌های درونی ما باشد؛ آهنگسازان و اجراکنندگان موسیقی را برای ابراز عقیده و بینش‌های متفاوت خودشان درباره جهان هستی به کار می‌برند. نیکولاس کوک (۱۹۹۸) به طور خلاصه درباره رابطه هویت و مصرف موسیقی چنین گفته است: کوک در این باره می‌گوید: «در جهان امروز، تصمیم‌گیری در باب اینکه چگونه به موسیقی گوش دهیم بخش مهمی از خود تصمیم‌گیری و اطلاع‌رسانی به افراد است، به این منظور که نه تنها کیستی بلکه چیستی شما را به خودتان یادآوری کند. "موسیقی" واژه‌ای بسیار ظریف است که هرچیزی را در اشکال متعدد هویت‌های فرهنگی یا خرده‌فرهنگی دربرمی‌گیرد» (کوک، ۱۹۹۸: ۵). مفهوم هویت ما را قادر می‌سازد که در جست‌وجوی تعاملات گسترده و متنوع بین موسیقی و فرد باشیم. به عبارتی یکی از عناصر مهم

برسازندهٔ هویت، مصرف موسیقی به شکل‌های گوناگون است. رابطهٔ بین بر ساخت هویت و مصرف موسیقی دیالکتیکی و چندسویه است. اینکه موسیقی عامه‌پسند چگونه در بر ساخت هویت جوانان تأثیر می‌گذارد یکی از محوری‌ترین مسائلی است که سبب می‌شود توجه به موسیقی عامه‌پسند از دیدگاه جامعه‌شناختی و مطالعات فرهنگی اجتناب‌ناپذیر باشد.

بر اساس دیدگاه سایمون فریث هویت امری سیال و متغیر است؛ هویت نه فرایند پیدایش یک شیء است و نه به نوعی هستی ثابت بدل می‌شود. از سوی دیگر، تجربه‌های ما از موسیقی زمانی بهتر درک می‌شود که آن را نوعی "فرایند-در-خود" تلقی کنیم. موسیقی همچون هویت هم اجرا و نمایش است و هم داستان و روایت، که فرد را در اجتماع و اجتماع را در فرد، ذهن را در بدن و بدن را در ذهن توصیف می‌کند. هویت نیز مثل موسیقی هم موضوعی زیباشناختی است و هم موضوعی جامعه‌شناختی (فریث، ۱۹۸۱: ۱۱۱). موسیقی می‌تواند برای هویت کلیدی باشد، زیرا عمیقاً خود و دیگران را در گسترهٔ جمعی مطرح می‌کند. بسیاری از جوانان با مصرف موسیقی عامه‌پسند می‌خواهند به ساختی هویتی دست یازند که هم آنها را از والدین متمایز کند و هم از جوانان دیگر. در واقع در بطن هویت‌سازی از طریق موسیقی هم مقولهٔ تمایز وجود دارد و هم مقولهٔ تشابه.

در ایران با توجه به تحولات ساختاری در ارزش‌ها و هویت‌ها و سبک‌های زندگی در دهه‌های اخیر، فرایندهای معنابخشی و هویت‌یابی در متن زندگی روزمره نیز دستخوش دگرپرسی‌های بنیادین شده‌اند. این دگرپرسی‌ها بیش از همه نسل جدید را متأثر ساخته است. در وضعیت کنونی جامعهٔ ما نقش موسیقی، به‌عنوان ابزار کسب هویت و معنادارکردن زندگی، برجسته و مهم شده است. در این میان، موسیقی عامه‌پسند، هرچند از دیدگاه برخی نظریه‌پردازان فاقد غنا و ارزش زیباشناختی است، به طرز روزافزونی جای خود را بین جوانان باز کرده است. جوانان در این برهه با مسائلی چون رفتن به دانشگاه، عشق، مسائل جنسی، شغل، مرادده با دوستان، مذهب، ازدواج، نداشتن مجال برای سهیم‌شدن در تصمیم‌گیری‌های کلان مملکتی و غیره مواجهند. موسیقی عامه‌پسند تا حدی می‌توانست وضعیت پیچیده و توأم با ناکامی جوانان این دو دهه را قابل فهم کند و به جوانان در فهم وضع موجود یاری رساند. در این وضعیت، موسیقی عامه‌پسند، هرچند به‌طور موقت، به مأمونی تبدیل می‌شود که جوانان را در مقابل توفان مشکلات و مصائب حفظ می‌کند. علی‌دلایر دربارهٔ تأثیر نحوهٔ مصرف موسیقی بر ساخت و شکل‌گیری هویت جوانان ایرانی می‌گوید: «ژانر موسیقی ایرانی با توجه به مسائل پرشمار ویژهٔ جامعهٔ ایرانی صورت‌بندی شده است. این وضعیت نشان‌دهندهٔ وجود آگاهی و فردیت شکل‌گرفتهٔ جوان ایرانی است. شواهد و قرائن حاکی از این است که جوانان با رویهٔ پویا

و فعال مسائل خاص خود را بازمی‌نمایند و این عمل را هم‌زمان با هم‌سوسالان خود در سرتاسر جهان انجام می‌دهند و به صورتی فعالانه و خلاقانه موسیقی را جهت ابراز احساسات و دغدغه‌هایشان به کار می‌گیرند» (دلور، ۲۰۱۱: ۳۵۸). از آنجاکه بین نحوه تعامل برساخت هویت و مصرف موسیقی مقولات و متغیرهای دیگری وجود دارد، به صورتی کلی به این مقولات می‌پردازیم که برساخت هویت را به نحوی تحت تأثیر قرار می‌دهند: جهانی‌شدن، فرهنگ مصرف.

جهانی‌شدن و موسیقی عامه‌پسند

قبل از اینکه به رابطه بین جهانی‌شدن و مصرف موسیقی عامه‌پسند بپردازیم، لازم است معنای جهانی‌شدن را روشن کنیم. به تعبیر رابنسون و وایت (۲۰۰۷) جهانی‌شدن شامل دو گرایش اصلی است: افزایش ارتباطات جهانی و آگاهی جهانی. چهار جنبه اصلی زندگی انسان (فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی) در فرایند جهانی‌شدن دست‌خوش تحولات بنیادین شده‌اند. به تعبیری دیگر، جهانی‌شدن مفهومی است که با امر محلی در ارتباط است: امر جهانی و امر محلی دو روی یک سکه‌اند و تحلیل یکی بدون در نظر گرفتن دیگری ممکن نیست؛ مثلاً در حوزه تولید برای اینکه کالایی در سطح جهانی به فروش برسد، لازم است تولیدکننده، بزرگ و کوچک، ویژگی‌های بومی مصرف‌کنندگان را با خصلت‌های متنوع قومی و فرهنگی آنها در نظر بگیرد (ریترز، ۲۰۰۷). اسمیت یادآوری می‌کند موسیقی عامه‌پسند می‌تواند شکلی از مقاومت برضد نیروهای یکسان‌سازی صنعت فرهنگ باشد. مهم نیست که در مقابل این صنعت، موسیقی بدیلی تولید شود، آنچه مردم را برای مقاومت کردن توانا می‌کند، مصرف موسیقی به شیوه‌های محلی است (اسمیت، ۱۹۹۴: ۲۳۷). این‌گونه است که مشارکت در فعالیت‌های موسیقی محلی حس هویت را در مردم برمی‌سازد. والنتین (۱۹۹۵) معتقد است مخاطبانِ اجراهای موسیقی همواره به اجتماع خاصی احساس تعلق می‌کنند، حتی اگر این احساس تعلق در خیال باشد. این مخاطبان حتی شاید با بسیاری از اعضای این اجتماع خاص برخورد نکرده باشند، اما این نوع موسیقی به آنها کمک می‌کند با کسانی که آنها را نمی‌شناسند پیمان اخوت ببندند.

وضعیت موسیقی عامه‌پسند در ایران را نمی‌توان بدون در نظر گرفتن تأثیر جهانی‌شدن بررسی کرد. در واقع رواج موسیقی عامه‌پسند از رهگذر جهانی‌شدن ساختار موسیقی در ایران را نیز تحت تأثیر قرار داده است. تجربه مدرنیته در ایران موجد دگرگونی ساختاری عمیقی در

حوزهٔ موسیقی شده است، به‌گونه‌ای که اکنون باید از نوعی موسیقی در ایران سخن به میان آورد که ترکیبی از موسیقی غربی و موسیقی محلی است. به تعبیر لاودن نوشین، درهم-آمیختگی مدرنیته با غربی‌شدن، ناگزیر فرهنگ عامه و موسیقی عامه‌پسند را در تقاطع‌هایی چون "امر محلی و جهانی"، "وابستگی شبه‌استعماری و استقلال"، "سنت و مدرنیته"، و "مذهب و سکولاریسم" قرار داده است. جوانان در سرتاسر این دوره موسیقی متعلق به خودشان را خلق کردند.

فرهنگ مصرف و موسیقی عامه‌پسند

مصرف، به‌ویژه، مصرف موسیقی با بر ساخت هویت ارتباط تنگاتنگی دارد. پس به‌جاست در ابتدا به صورت اجمالی مفهوم فرهنگ مصرف^۱ را بررسی کنیم و سپس ارتباط آن را با جوانان و مصرف موسیقی روشن سازیم. فرهنگ مصرف را می‌توان نظمی اجتماعی تعریف کرد که روابط بیناتجربه‌ای فرهنگی و زیسته زندگی روزمره و منابع اجتماعی (یعنی، شیوه‌های ارزشمند معنادار زندگی و منابع نمادین و مادی که به آن وابسته‌اند) را از طریق بازار میسر می‌کند. به عبارت روشن‌تر، فرهنگ مصرف متکی به وجود اندیشهٔ مدرنیته است، یعنی جهان دیگر به‌وسیلهٔ ارزش‌های سنتی مدیریت نمی‌شود، بلکه مدام در حال تغییر و دگرگونی است و اینکه «کنشگران اجتماعی افرادی آزاد و عقلانی» فرض می‌شوند (اسلاتر^۲، ۱۹۹۷: ۹-۸). در فرهنگ مصرف میل به چشم‌وهم‌چشمی، رقابت و تقلید اجتماعی از طریق خرید از مکان‌های تجاری همراه است، با گرایش به حس تفاوت، فردیت و تمایزپذیری که در همین مکان‌ها اعمال می‌شود. یکی از جنبه‌های مهم مصرف‌گرایی فراهم‌کردن زمینهٔ بر ساخت خود است. فرهنگ مصرف گفتمانی قلمداد می‌شود که امکان اعادهٔ هویت و بر ساخت خود در آن وجود دارد. بی‌گمان با توجه به تعریف خلاصهٔ فرهنگ مصرف می‌توان موسیقی را نوعی کالا تلقی کرد که به طور مداوم مصرف می‌شود.

باید با این نظر موافق بود که درک الگوهای جوانان در مصرف موسیقی چندوجهی و پیچیده است. "بین" (۲۰۰۴: ۱۰۸) نحوهٔ مصرف موسیقی را «قسمتی از آموزش و اجتماعی‌شدن کودکان و جوانان» توصیف می‌کند که نقشی اساسی در تحول هویت و خودپنداره دارد. ویلیس (۱۹۹۰) موسیقی عامه‌پسند را همچون علاقهٔ فرهنگی مهمی برای جوانان توصیف می‌کند. وانگهی، براون (۲۰۰۹) معتقد است گوش‌کردن به موسیقی عامه‌پسند

1. Consumption Culture

2. Slater

و نیز ابزاری که از طریق آن به موسیقی گوش می‌دهیم (همچون مدیاپلیر، ام‌پی‌فور یا گوشی موبایل)، نه‌تنها برای فرهنگ مصرف‌جوینان مهم است، بلکه می‌توان گفت آن را تعریف می‌کند. به بیان دیگر، موسیقی عامه‌پسند همچون کاتالیزور معنی‌داری عمل می‌کند که در جست‌وجوی برساخت "خود" به افراد کمک می‌کند و نقش مهمی در شکل‌گیری هویت و گروه‌بندی اجتماعی ایفا می‌کند.

روش‌شناسی

روش تحقیق کیفی، که روش‌شناسی اصلی این تحقیق را شامل می‌شود، برخلاف روش کمی، که انسان را شیء یا پدیده اجتماعی/طبیعی تلقی می‌کند، انسان را موجودی خلاق و مبتکر و فعال در نظر می‌گیرد که دنیای اجتماعی خود را می‌سازد. براساس این روش، هرگونه بررسی واقعیت اجتماعی در واقعیت زندگی انسان‌ها ریشه دارد. بنابراین، بر مبنای روش‌شناسی تحقیق کیفی، انسان محور و منبع اطلاعات است. بر همین اساس، در این تحقیق نیز نوعی مدل انسان-گرایانه از پژوهش اجتماعی مد نظر قرار گرفته است. در این روش، و به تبع آن، در این پژوهش، با توجه به ماهیت تحقیق بیشتر در پی نظریه‌سازی هستیم تا نظریه‌آزمایی. روش‌های کیفی می‌توانند در مشاهده عمیق و جزئی سودمند باشند، تا آنجا که محقق نه‌تنها بتواند بگوید چه چیزی رخ داده است، بلکه بگوید مشارکت‌کنندگان در زمینه اجتماعی خود چه احساسی دارند (مروستی، ۲۰۰۴). در این پژوهش، محقق کیفی لزوماً به مضمون و بستر اجتماعی توجه می‌کند که به دیدگاه‌های کنشگران معنا می‌بخشد؛ چراکه معانی بین‌ذهنیتی کنشگران در بستر اجتماعی ساخته و اعمال می‌شوند؛ بنابراین، هدف تحقیق علمی اجتماعی در این رویکرد، درک، تفسیر و بازسازی برساخته‌هایی است که مردم و از جمله خود محقق در ابتدا آنها را داشته‌اند و بر این باورند که هدف آن ایجاد توافق بوده است و به وفاق معنایی و ارزشی می‌انجامد. نقطه آغاز این استراتژی جهان اجتماعی کنشگران اجتماعی است: نحوه برساختن واقعیت نزد آنها، روش مفهوم‌سازی و معنابخشیدن آنها به جهان اجتماعی‌شان و معرفت‌ضمنی و ناآشکار آنها. چنین چیزهایی را فقط می‌توان از تعبیری که کنشگران اجتماعی به عمل می‌آورند کشف کرد. واقعیت اجتماعی آنها و شیوه برساختن و تفسیر فعالیت‌های اجتماعی در زبان نهفته است. پس محقق مجبور است وارد دنیای کنشگران شود. برای انجام عملیات تحقیق، از روش مردم‌نگاری متعارف استفاده شده است. این نوع مردم‌نگاری که امروزه به مردم‌نگاری صوری نیز موسوم است در همه رشته‌های علوم انسانی به کار می‌رود. روش مردم‌نگاری صوری با

ورود به دنیای اجتماعی کنش‌ها - آن‌طور که به‌طور طبیعی رخ می‌دهند- در نظر دارد به بازسازی معنایی کنش‌های مزبور از منظر کنشگران اجتماعی بپردازد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق هم‌نوا با تحقیقات کیفی نمونه‌گیری نظری است. گلاسر نمونه‌گیری نظری را فرایند گردآوری داده‌ها برای تولید نظریه یا الگوی نظری تعریف می‌کند که به‌وسیلهٔ آن محقق هم‌زمان داده‌ها را گردآوری، کدبندی و تحلیل می‌کند و دربارهٔ نوع داده‌های لازم و جای پیدا کردن و محل یافتن آنها تصمیم می‌گیرد تا نظریه را آن‌طور که خود ظهور می‌یابد، تولید کند. تعداد دقیق شرکت‌کنندگان (حجم نمونه) در تحقیق داده‌محور در حین کار مشخص می‌شود. از نظر چارماز (۲۰۰۶: ۹۶) فرآیند نمونه‌گیری نظری تا زمانی ادامه می‌یابد که هیچ ویژگی جدیدی ظهور نکند یا مفهوم جدیدی در خلال گردآوری داده‌ها خلق نشود. این سطح را اشباع نظری^۱ می‌خوانند. محققان طی ۳۵ مصاحبه و هم‌زمان با تجزیهٔ داده‌ها متوجه شدند که به سطح اشباع نظری رسیده‌اند و نمونه‌گیری را به ۳۰ مصاحبه تقلیل دادند و تجزیهٔ مصاحبه‌ها را به انجام رساندند. داده‌های گردآوری‌شده از طریق تحلیل موضوعی دسته‌بندی، سازماندهی و تحلیل شدند. این نوع تحلیل که سنگ بنای همهٔ روش‌های تحلیل داده‌های کیفی است براساس اهداف و پرسش‌های تحقیق به جایابی داده‌ها و ارائهٔ استدلال‌ها می‌پردازد و در پایان توصیفی ضخیم و داستان‌وار از نتایج تحقیق به دست می‌دهد.

یافته‌های تحقیق

در این پژوهش سه پرسش محوری و اساسی مرتبط با نحوهٔ شکل‌گیری هویت از رهگذر مصرف موسیقی مطرح شده‌اند که به آنها پرداخته می‌شود.

مصرف موسیقی و موقعیت‌های مصرف

در جواب این پرسش کلی که "چرا موسیقی را در موقعیت‌های مختلف مصرف می‌کنید؟" مقولات و مفاهیم متعددی استخراج شد که به نحوی مفهوم هویت را پوشش می‌دهد و در ذیل آن قرار می‌دهد. در این پژوهش منظور از هویت مقوله‌ای است که تحت تأثیر متغیرهای زمینه‌ای چون جنسیت، قومیت، میزان درآمد خانوار، میزان تحصیلات والدین و فرایند جهانی‌شدن قرار می‌گیرد. بدین سیاق امروزه هویت جوانان ثابت و تغییرناپذیر نیست، بلکه سیال و متغیر است. مهم‌ترین مسئله‌ای که جوانان را به خود مشغول کرده هویت است، زیرا این هویت است

که موقعیت آنان را در جهان هستی مشخص و معین می‌کند و به آنها می‌گوید که در چه وضعیتی و کجا قرار دارند. از مصاحبه‌ها نزدیک به ۱۷ مقوله مرتبط با برساخت هویت جوانان از طریق موسیقی استخراج شد که عبارتند از: میزان گوش‌دادن به موسیقی در حضور جمع یا در تنهایی، ترکیب‌بندی فضا و مکان در خلال مصرف موسیقی، تمایزپذیری با دیگران، تأثیر موسیقی بر سبک زندگی و آشناسدن با فردی از طریق موسیقی محبوب هردو طرف، مصرف موسیقی برای جبران خلأ احساس مهم‌بودن در خیال، ارتباط مقطع سنی با موسیقی خاص، ابراز اعتراض از طریق موسیقی، ارتباط با زادگاه به صورت خیالی و ذهنی از طریق موسیقی مخصوص، ارتباط موسیقی با کاهش مشکلات شخصی، رسیدن به حق از طریق موسیقی، موسیقی و هویت، موسیقی و مشکلات جوانان، موسیقی مختص هنرسل، اختلاف سلیقه با والدین، مکان و موسیقی و رفتن به فضای خیالی از طریق موسیقی. این مقولات با برساخت هویت مرتبط‌اند که پاسخگویان به آنها اشاره کرده‌اند. بررسی این مقولات به ما یاری می‌رساند که نحوه برساخت هویت را به وسیله مصرف موسیقی بهتر درک کنیم. از این بین ۳ مقوله بر حسب ضرورت و اهمیت انتخاب شده‌اند و در مباحث آینده برای هر یک از این مقولات قوی را نقل می‌کنیم و بعد از آن کلیت این مقولات را در ادامه مقوله کلی برساخت هویت بررسی می‌کنیم: بازتاب مشکلات جوانان و حتی ارائه راهکار برای حل آنها، میزان اختلاف سلیقه با والدین و حس تمایزپذیری یا تشابه‌گرایی.

اساساً از دیدگاه جامعه‌شناختی، هنر به‌طور کلی و موسیقی به‌طور خاص این توانایی را دارد که اندیشه‌ها و دغدغه‌های جوانان را در قالب آهنگ، محتوای شعر و صدای خواننده بیان کند؛ دغدغه‌هایی چون عشق، مسائل جنسی، اشتغال، موقعیت اجتماعی، قومیت، تعریف ماهیت جهان‌بینی و ایدئولوژی‌های رایج. فردی که به موسیقی گوش می‌دهد به‌آسودگی خاطر می‌تواند مشکلات خود را بیان کند و آنها را در سرتاسر جامعه گسترش دهد:

«جوان الان در دوره‌ای است که موسیقی به نوعی او را تکمیل می‌کند. در این دوره جوانان با مسائل خاصی مواجه هستند. برای نمونه عشق و دلدادگی که آنها را وادار می‌کند به موسیقی به‌خصوصی گوش دهند» (دانشجوی پسر ۲۱ ساله کارشناس برق).

بازتاب مشکلات و دغدغه‌ها از طریق موسیقی به نوعی در فرایند برساخت هویت مؤثر است. در واقع انعکاس دغدغه‌ها نوعی هویت‌سازی است. زمانی که "من" اعلام می‌کنم مشکلی دارم، به‌خودی‌خود به این معنی است که موجودیت خود را در قالب گفتمانی خاص اعلام می‌کنم. گفتمان، جایگاه و موقعیت اجتماعی من ایجاب می‌کند که مشکلات خاصی داشته باشم. به

تعبیری، تاحد زیادی بین هویت فردی و ماهیت مشکلات رابطه وجود دارد؛ جوان در مقطع سنی خاص خود، به‌منزلهٔ نشانی از هویت، دغدغهٔ خاص خود را دارد. به عبارت روشن‌تر، مشکلات با توجه به سن افراد، پایگاه اجتماعی و موقعیت اقتصادی آنها مجزا و متفاوت‌اند که بدین‌معنی است که مشکلات نشان هویتی بر پیشانی دارند و ابراز آنها از طریق موسیقی به نوعی برساخت هویت است.

یکی از پرسش‌هایی که مطرح شد این بود که آیا با والدین خود درباب نوع موسیقی اختلاف‌نظر دارید؟ نیمی از پاسخگویان (۵۴درصد) بر این باورند که با والدین خود کمتر اختلاف دارند؛ یعنی یا در نوع موسیقی سلیقهٔ یکسان دارند یا تنوع سلیقهٔ یکدیگر را قبول دارند. تقریباً نیمی دیگر (۴۶درصد) از آنها با والدین خود اختلاف‌نظر دارند. این بدین‌معناست که اگر بپذیریم که گسترش موسیقی عامه‌پسند به نوعی در برساخت هویت نقش مهمی ایفا می‌کند، می‌توان گفت در بخشی از هویت جوانان بین دو نسل (فرزندان و والدین) شکافی، هرچند کم‌عمق، به وجود آمده است.

دختر ۲۳ ساله‌ای که دانشجوی ارشد مهندسی آب است می‌گوید: «با پدرم اختلاف‌نظر دارم، ولی با مادرم چندان اختلافی ندارم. اختلاف از این ناشی می‌شود که دنیای والدینم با فرهنگی که ما در آن به سر می‌بریم متفاوت است. در دوران آنها یک نوع موسیقی تولید و پخش می‌شد، درحالی‌که در برههٔ کنونی تنوع موسیقی زیاد است و قدرت انتخاب ما در نوع موسیقی محبوبمان فراوان است و در این کار دستمان باز است.»

از نقل قول پیش‌گفته می‌توان استنباط کرد که یکی از ابزارهایی که هویت جوانان را درمقابل هویت والدینشان تعیین می‌کند، آن زمینهٔ تاریخی و اجتماعی است که جوانان در آن به کنشگری مشغول‌اند. تاریخ‌مندبودن سلیقهٔ موسیقایی برای برساخت و تعیین هویت فردی و جمعی مهم است، هرچند شاید این نوع سلیقه تعیین‌کنندهٔ نهایی نباشد. درواقع می‌توان گفت وضعیت اجتماعی و زیست‌جهانی که جوانان در آن به سر می‌برند به نوعی در تولید و پخش نوع و سبک موسیقی تأثیرگذار است. به عبارتی، در هر برههٔ زمانی نوع موسیقی‌ای که تولید می‌شود با ایده و آرمان جوانان آن نسل تاحدی هم‌سو و سازگار است. می‌توان گفت وجود یک یا چند گفتمان رایج در مقطع زمانی خاص به‌خودی‌خود موجد سبک‌های زندگی متعدد و متمایزی می‌شود و هویت‌های ویژه‌ای به حوزه‌های خصوصی و عمومی افراد الصاق می‌کند. در این بین موسیقی می‌تواند یکی از سازه‌های مهمی باشد که در تعریف و تفهیم جنبه‌ای از این هویت‌ها کارساز است. درواقع یکی از عواملی که می‌تواند شکاف نسلی بین والدین و فرزندانش را عمیق‌تر یا کم‌رنگ‌تر کند مصرف نوع موسیقی است (فالک و فالک، ۲۰۰۵).

به طور کلی، موسیقی با بازگویی و توصیف وضعیت روحی، روانی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و دغدغه‌های شخصی به طور موقت جایگاه وجودی و معرفتی جوان را در جامعه مشخص می‌کند، به زندگی او معنا می‌دهد و به صورت تلویحی به او می‌فهماند که در وضعیت متغیر و بحرانی تنها نیست و کسی هست که او را دریابد. پاسخ به این سؤال که روند برساخت هویت جوانان از طریق موسیقی چگونه میسر می‌شود، با توجه به داده‌ها چنین است که بسیاری از کسانی که به موسیقی محبوب خود گوش می‌دهند با خواننده و محتوای موسیقی هم‌ذات-پنداری می‌کنند و حتی برای یک لحظه خود را به جای خواننده می‌گذارند و جایگاهی برای خود دست‌وپا می‌کنند. مخاطبان با فعالیت و مشارکت ذهنی در فرایند و حوادث منعکس‌شده در محتوای شعری موسیقی‌ها خود را در آفرینش آن سهیم می‌دانند.

زمانی که مسئله هویت مطرح می‌شود، بحث تمایز و تشابه با دیگری به میان می‌آید. در واقع در غایت هویت‌سازی، حس تعلق به گروه خاص و به تبع آن حس تمایز از گروه دیگری مطرح است. کسب هویت بدین منظور است که فرد موقعیت خود را در این زیست‌جهان مشخص کند و تمایل دارد دریابد که باید با چه کسانی احساس راحتی و نزدیکی کند و از چه کسانی فاصله بگیرد. دوری از افراد و نزدیکی به افراد دیگر ذیل مقوله هویت جای می‌گیرد. برای نمونه دختری ۲۶ ساله دانشجوی کارشناسی گیاه‌پزشکی خاطرنشان ساخت: «اگر افرادی که به موسیقی گوش می‌دهند بر سر نوع با هم تفاهم داشته باشند رابطه خوبی برقرار می‌شود، ولی اگر در نوع موسیقی اختلاف سلیقه داشته باشیم به نوعی روابط ما کمرنگ می‌شود».

درباره دوری و نزدیکی به افراد از طریق موسیقی، دختری ۲۳ ساله دانشجوی کارشناسی شیلات افزود: «موسیقی باعث تمایز می‌شود. برای مثال دوستی که به موسیقی رپ علاقه‌مند است، طبیعتاً رفتارش نیز با من که به موسیقی کلاسیک گوش می‌دهم فرق می‌کند. بنابراین نوع موسیقی می‌تواند تاحدی تعیین‌کننده نوع رفتار باشد».

وجود گفتمان‌های متکثر در جامعه هویت‌های متعددی را رقم می‌زند. فرد در آن واحد می‌تواند پیرو چند گفتمان باشد و این پایبندی خصلتی چندوجهی به هویت او می‌دهد. می‌توان این نوع برساخت هویت را در خلال گفتمان‌های متعدد "بازی هویتی" نامید. فرد همواره برای تأمل درباره خود و درون خود به وجود گفتمانی نیاز دارد و این نوع وابستگی باعث به‌وجود آمدن هویت‌های متعدد می‌شود. گفتمان‌ها همواره در قالب کردارها، کنش‌ها، رفتارها و ساختارها بازنمود می‌یابند. قبض و بسط هر گفتمانی در تاروپود جامعه به ویژگی‌های زیادی بستگی دارد: اینکه تا چه حد در مدار قدرت قرار دارد، به چه اندازه به منابع اقتصادی، سیاسی

و نفوذی دسترسی دارد، و تا چه اندازه توانایی نفوذ در لایه‌های مختلف جامعه را دارد. قاعدتاً همواره یک یا چند گفتمان خاص، گفتمان مرکزی و محوری در جامعه شناخته می‌شوند و بقیهٔ گفتمان‌ها در حاشیه قرار می‌گیرند. اینجاست که بین گفتمان‌های متعدد برای کسب جایگاه برتر در جامعه تضاد و رقابت پیش می‌آید (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹). بی‌گمان افرادی که خاستگاه هویت آنها گفتمان خاصی است، در این کشاکش مشارکت می‌جویند و به هر وسیله‌ای سعی می‌کنند هویت گفتمانی خویش را برجسته کنند. مسئلهٔ بازنمود و احراز گفتمان به حوزهٔ موسیقی نیز کشیده شده است.

کمتر می‌توان موسیقی‌ای را سراغ گرفت که گفتمان خاصی در آن، به‌صورت ضمنی یا به‌صورت تلویحی، منعکس نشده باشد. در واقع می‌توان گفت موسیقی به میدان رقابت گفتمان‌های موجود در جامعه بدل شده است. هر فردی که به نوعی موسیقی گوش می‌دهد به‌نحوی گفتمان خاص خود را در آن می‌یابد. بدین‌سیاق، مصرف موسیقی یعنی بیعت دوباره با گفتمان محبوب یا گرایش به آن. ژانر و محتوای موسیقی تحت تأثیر نوعی گفتمان صورت‌بندی می‌شود. به عبارتی، در سرزمین گفتمان است که موسیقی رشد و نمو می‌کند. نوع و سبک موسیقی با رنگ گفتمانی آغشته شده است. در این بین برساخت هویت به کمک گفتمانی خاص از طریق مصرف موسیقی روندی پیچیده به خود می‌گیرد. در این فرایند روند برساخت هویت وارد فضایی دیالکتیکی می‌شود. موسیقی‌های مختلف گفتمان‌های متعددی را منعکس می‌کنند و به فرد در برساخت هویت و مشخص کردن جایگاهش در جامعه کمک می‌کنند.

نوع مصرف

در پاسخ به این پرسش که "در مصرف موسیقی بیشتر به موسیقی محلی و ملی گوش می‌دهید یا جهانی؟"، ۱۶ نفر (۶۳ درصد) از پاسخگویان بیشتر ترجیح می‌دادند که موسیقی محلی گوش کنند؛ زیرا از این طریق احساس آرامش می‌کنند، ۱۰ نفر (۳۳ درصد) گفتند به موسیقی زبان ملی (فارسی) گوش می‌دهند و ۸ پاسخگو (۲۶ درصد) گفتند در کنار موسیقی‌های محلی و ملی به موسیقی غربی نیز گوش می‌دهند.

ترجیح‌های موسیقایی بسیاری از دانشجویان در وهلهٔ اول مصرف موسیقی محلی (موسیقی که با زبان‌های کردی، ترکی، لری نواخته می‌شود) است. به عبارتی، موسیقی محلی جزء مجموعهٔ ثابت آلبوم موسیقی‌ای کسانی است که زبان آنها با زبان ملی متفاوت است. بیشتر دانشجویان ترجیح می‌دهند که موسیقی محلی، کلاسیک باشد یا عامه‌پسند، مصرف کنند. یک پسر دانشجوی ۲۷ سالهٔ کارشناسی ارشد ریاضی دربارهٔ علت مصرف موسیقی محلی می‌گوید:

«علت علاقه من به موسیقی محلی در وهله اول ناشی از این است که در کودکی به چنین موسیقی گوش داده‌ام و به آن عادت کرده‌ام و این نوع موسیقی با فرهنگ من هم‌خوانی دارد. ثانیاً هر آهنگ و محتوای شعری که در این موسیقی ذکر می‌شود با سبک زندگی و ساختار جامعه من کاملاً سازگاری دارد و به این دلیل با گوش دادن به آن احساس راحتی به من دست می‌دهد، چون فکر می‌کنم که دغدغه شخصی مرا بازتاب می‌دهد».

از نقل قول مزبور می‌توان استنتاج کرد که با توجه به گسترش جهانی‌شدن و به تبع آن پیدایش موسیقی‌های جدید و جهانی هنوز موسیقی محلی جایگاه مهمی را در اختیار دارد و از لحاظ کمیت و کیفیت نه‌تنها از کاروان موسیقی‌های ملی و جهانی عقب نمانده است، بلکه دوشادوش آنها در حرکت است و در ویتترین پرزرق‌وبرق جهانی‌شدن، در کنار سبک‌های موسیقی دیگر خوش می‌درخشد و هنوز مشتریانی هستند که آن را مصرف کنند. چنان‌که گفته‌اند جهانی‌شدن تیغی دولبه است: هم ویران‌کننده فرهنگ‌های محلی و بومی است و هم احیاگر و سازنده فرهنگ‌هایی است که در سرآشویی نابودی و اضمحلال قرار دارند. در واقع جوانان در فرایند جهانی‌شدن تمایل دارند با ترکیب موسیقی محلی و تکنولوژی جهانی، همواره به انضمامی‌بودن موسیقی توجه نشان دهند. در این‌بین، جوانان با در اختیار داشتن موسیقی‌های متنوع محلی و جهانی دست به انتخاب می‌زنند. انتخاب نوع موسیقی با ترکیبی دیالکتیکی از کنش و ساختار انجام می‌گیرد؛ فرد با اراده خویش نوع موسیقی دلخواه خود را انتخاب می‌کند (رویه کنشگری) و این انتخاب تحت تأثیر متغیرهایی چون جنسیت، قومیت و گفتمان‌های رایج (رویه ساختاری) انجام می‌گیرد.

موسیقی و دریافت

در تحلیل این پرسش که "با مصرف موسیقی چه احساسی به شما دست می‌دهد؟" دو مقوله را از مصاحبه‌ها استخراج کردیم که با توجه به آنها متوجه شدیم که جوانان با گوش کردن متوالی به موسیقی دچار خودبیبگانگی و انفعال می‌شوند؛ به عبارت دیگر میزان الگوبرداری از خواننده محبوب، جعل نفس یا تکمیل کردن خود رخ می‌دهد.

در بسیاری از موارد تأثیر موسیقی بر سبک زندگی جوانان انکارناپذیر است. اما آیا جوانان منفعلانه این تأثیر را قبول می‌کنند یا آن را جرح و تعدیل می‌کنند. جوان در هنگام انتخاب تصنیف، آهنگ و رویدادی که در دل موسیقی بازنمایی می‌شود می‌خواهد چیزی برای خود بیابد. هرچند موسیقی با ترکیب خاص آهنگ‌ها و محتوای شعری در نظر دارد که در مخاطب

نفوذ کند (البته به تعبیر هال در فرایند رمزگذاری)، این مخاطب است که در نهایت باید به آهنگ گوش دهد و آن را معنی کند (یعنی فرایند رمزگشایی). چه بسا در بیشتر اوقات بین رمزگذاری و رمزگشایی فاصله‌ای معنایی ایجاد می‌شود. فرد در این وضعیت مسخ نمی‌شود و فریفتهٔ مضامین و درون‌مایه‌های موسیقی نمی‌شود. دانشجوی پسر ۲۲ ساله کارشناس جنگل‌داری می‌گوید: «سبک زندگی و نحوهٔ رفتار خوانندهٔ محبوبم کمتر بر من تأثیر می‌گذارد، مگر در مواقعی که آهنگ جذابی بخواند و با رعایت موازین اخلاقی. با وجود اینکه خوانندهٔ معروفی باشد و صدای دل‌نشینی داشته باشد، اگر اخلاق و کردارش مقبول من نباشد نمی‌توانم از شیوهٔ رفتار او پیروی کنم. در وهلهٔ اول صدای خواننده برای من مهم است، اینکه به چه نحو مایهٔ آرامش من است. ثانیاً محتوای آواز برای من خیلی مهم است، اینکه دربارهٔ چیست؛ برای مثال آیا مضمونی عاشقانه دارد یا نه. همچنین ارزش عاطفی و سبک آهنگ آن نزد من اهمیت دارد».

در این نقل قول فرد با وجود دل بستگی به خواننده و با اذعان به اشتها او، خود را منفعل نمی‌بیند و بر مبنای ارادهٔ خویش تصمیم می‌گیرد که آیا او را در سبک زندگی خود تأثیر دهد یا خیر. فرد در عین اینکه به او احترام می‌گذارد، او را ارزیابی می‌کند و می‌خواهد متوجه شود که تا چه حد به قواعد و اصول پایبند است. بدین سیاق، اگر جوان در دل ساختارهای متصلب جامعه، توانایی اعمال نفوذ و تغییر را مبنای ایده‌های خود قرار دهد، می‌تواند موسیقی را "موقتاً" معیار عمل خویش قرار دهد. او برای الگو قرار دادن خواننده پیش‌شرط‌های خودش را در نظر می‌گیرد، نه اینکه فرد یا گروهی این قواعد را بر او تحمیل کرده باشند. دختر ۲۵ ساله دانشجوی ارشد ریاضی دربارهٔ تأثیر خواننده بر سبک زندگی می‌گوید: «کمتر خوانندهٔ محبوب من الگوی واقعی‌ام در زندگی است. چون من شخصیت مخصوص به خودم را دارم و خواننده نیز شخصیت مخصوص به خودش را».

هریک از دانشجویان مایل‌اند که دیگران آنها را به شیوه‌ای خاص بپسندند؛ مثلاً دانشجویی وانمود می‌کند که در رشتهٔ خودش دانش زیادی دارد و غیرمستقیم از دوستانش می‌خواهد که این ویژگی او را قبول کنند یا دانشجویی به یک هنر خاص علاقه‌مند است و طوری وانمود می‌کند که انگار هنرمند چیره‌دستی است. در واقع از دید دانشجویان خود باز نمودی مهم است و آنها برای رسیدن به این خود و ایجاد جعل نفس به کارهای ابداعی دست می‌یازند. در پایان این بخش، دستاورد بحث تفسیر را دربارهٔ نحوهٔ بر ساخت هویت می‌توان چنین دسته‌بندی کرد:

۱. جوانان در هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی یک‌دست و همگون نیستند و این ناهمگنی، که محصول تاریخ و اجتماع است، در نحوهٔ مصرف و نوع موسیقی دخیل است.

۲. نوعی کثرت‌گرایی در مصرف موسیقی وجود دارد که نشانه‌ی جهشی است از انحصار صرف مصرف به سمت تنوع.
۳. جوانان تحت بررسی در این تحقیق با دغدغه‌های مشترک و متمایز در این امر تفاوت دارند که منفعل و بی‌اراده نیستند.
۴. جوانان با مصرف موسیقی می‌خواهند به اهدافی چون معناپردازی زندگی، برساخت هویت، خلاقیت در بازسازی نفس و در آخر پرکردن اوقات فراغت برسند.
۵. جوانان از طریق موسیقی در عصر جهانی‌شدن می‌کوشند پیوندی دیالکتیکی بین امر محلی و امر جهانی برقرار کنند که وزنه‌ی این ترکیب به نفع محلی‌گرایی سنگینی می‌کند.

نتیجه‌گیری

در این مقاله برای بررسی نحوه مصرف موسیقی و چرایی گسترش آن در بین جوانان سه پرسش اساسی مطرح شد که زندگی جوانان را تحت تأثیر قرار می‌داد. با اتخاذ رویکرد برساخت‌گرایی و ارجاع به نظریه‌پردازانی چون اسمیت و پاترسون متوجه شدیم که اساساً نگرش جوانان در اثنای مصرف موسیقی خنثی و بی‌جهت نیست. آنان همواره با رویکردی تفسیری موسیقی را مصرف می‌کنند. برای انضمامی‌کردن این بحث، به استفاده از روش کیفی و مصاحبه نیمه‌ساختارمند با ۳۰ نفر از دانشجویان روی آوردیم.

بعد از انجام مصاحبه و تفسیر آن به این نتیجه رسیدیم که اولاً دانشجویان، برخلاف نظریات رایج درباره نحوه مصرف موسیقی، به خرده‌فرهنگ جوانان تعلق ندارند. آنها به سبک خاصی از موسیقی پایبند نیستند و به تبع آن شناخت اندک و کلی از خوانندگان و سبک‌های موسیقی دارند. زمانی می‌توان از تنوع سلیقه موسیقایی صحبت به میان آورد که هر سبک خاص متعلق به گروه خاصی باشد، درحالی‌که درمیان دانشجویان از تنوع سلیقه موسیقایی به معنای خرده‌فرهنگی آن خبری نیست؛ منظور از تنوع سلیقه بیشتر سبک‌های خاص در قالب گروه‌های خاص است. آنها به سبک‌های موسیقی بی‌اعتنا هستند، چون هم به موسیقی کلاسیک گوش می‌دهند و هم موسیقی عامه‌پسند و این دونوع برای آنها فرقی ندارد. به عبارتی، بین گوش‌دادن به موسیقی کلاسیک و موسیقی عامه‌پسند، چه داخلی و چه خارجی، در رفت‌وآمد هستند. واکنش به موسیقی در خود موسیقی ریشه ندارد، بلکه بیشتر به ماهیت ساختار حاکم بر ایران برمی‌گردد. اساساً در جامعه معاصر ایران جوانان بیشتر در قالب گروه‌های

قومی، مذهبی و سیاسی جاگیر شده‌اند تا در خرده‌فرهنگ جوانان و به تبع آن این گروه‌ها سبک‌های موسیقی مخصوص به خود را رواج می‌دهند. تعداد اندکی از دانشجویان به موسیقی غربی گوش می‌دهند، آن هم به این دلیل که مخصوصاً در کلیپ‌های تصویری، جلوه‌های ویژه و تصاویر مجذوب‌کننده رایج است. آنها به مدونا، لویز، جکسون و شکیرا به این دلیل گوش می‌دهند که شهرت جهانی داشته و حرکت‌های آنها جالب و موزون است و آهنگ‌هایشان شنیدنی است. این دسته از دانشجویان به دلیل برجسته‌کردن خود و برای اینکه وانمود کنند از دیگران جلوتر هستند به این عمل دست می‌زنند.

جوانان با مصرف موسیقی، با توجه موقعیتی که در آن قرار دارند، هم آن را می‌سازند و هم بخشی از هویت آنان توسط موسیقی برساخته می‌شود. درحقیقت موسیقی به‌منزلهٔ شیوه اجتماعی می‌تواند کارکردهای متعددی داشته باشد: در وهلهٔ اول موسیقی ویژگی منحصربه‌فردی در بازنمایی^۱ وقایع، حوادث و وضعیت فردی و جمعی جوانان دارد. در واقع فرایند بازنمایی دنیای پر از التهاب و به‌هم‌ریخته، وضعیت جوانان را سروسامان می‌دهد و تعریفی مجدد از دنیا به آنها ارائه می‌کند. مصرف موسیقی را نباید از زمینهٔ انضمامی و اجتماعی آن منتزع کرد و آن را صرفاً امری خودپسنده تلقی کرد، بلکه مصرف موسیقی امری اجتماعی است و در مناسبات و ساختارهای جامعه ریشه دارد. در وهلهٔ دوم جوان بیشتر از آنکه مخاطب منفعل موسیقی باشد با آن گفت‌وگو می‌کند. موسیقی خصلتی مکالمه‌ای دارد که از دغدغه‌های جوان می‌گوید و فرد با گوش‌دادن به موسیقی، به آهنگ پاسخ می‌دهد و سخنان طرف مقابل را تأیید می‌کند. موسیقی در مقام فردی سخنگو نه تنها خواسته‌های خود را تحمیل نمی‌کند، بلکه به فرد اجازه می‌دهد که خود را ابراز کند.

جوانان با توجه به موضع گفتمانی‌ای که در آن قرار دارند موسیقی را به‌کار می‌گیرند. به عبارتی، برخلاف ایده‌های رایج در عصر روشنگری، جوانان (و در این پژوهش دانشجویان) سوژهٔ استعلایی خودمختاری نیستند که بتوانند فراتر از زمان و مکان خود عمل کنند و نوع موسیقی را برمبنای سوژهٔ خودبنیاد انتخاب نمی‌کنند. بنابراین نمی‌توان هیچ جوانی را سراغ گرفت که ادعا کند فارغ از هر نوع گفتمان به تفسیر و قرائت متن موسیقی می‌پردازد. اما این گفته بدین معنا نیست که جوان در انتخاب و تفسیر موسیقی منفعل عمل می‌کند. ازسویی دیگر، برخلاف ایده‌های مکتب فرانکفورت، جوان آلت دست سرمایه‌داری و شرکت‌های عظیم

تولیدکننده موسیقی نیست که صرفاً موسیقی را به دلخواه آنان مصرف کند، بلکه در انتخاب، مصرف و تفسیر موسیقی در قالب گفتمان‌هایی که خود، هرچند الزاماً و به‌ناگزیر، انتخاب می‌کند اقدام به مصرف نمادین می‌کند. بنابراین می‌توان گفت مقاله حاضر بر این باور است که جایگاه "گفتمانی" مخاطبان موسیقی، هم از دید سنت مطالعات فرهنگی و هم از دید مکتب فرانکفورت، پنهان مانده است و اگر بتوان در تحقیقات آتی مقوله گفتمان را در بررسی و تحلیل نحوه مصرف موسیقی وارد کرد، ابعاد جالب توجهی از رابطه شیوه‌های اجتماعی و گفتمانی جامعه و ژانرهای متنوع موسیقی مشخص خواهد شد و نیز درکی بهتر و جامع‌تر از علت‌های مصرف موسیقی در بین جوانان به دست خواهد آمد. جوانان در تقاطع گفتمان‌های گوناگونی قرار دارند و در انتخاب همواره دچار کشمکش روحی و روانی می‌شوند. موسیقی در ترجیح‌های گفتمانی جوانان تأثیرگذار است. جوانان با پیش‌پنداشت‌های خاص خود و با توجه به موقعیت اجتماعی، سیاسی و اقتصادی که در آن قرار دارند، با بعضی گفتمان‌ها احساس هم‌دلی و با بعضی دیگر احساس دگربودگی می‌کنند. موسیقی این قربت یا دوری از گفتمان را تا حدی واضح‌تر می‌کند. البته ما ادعا نمی‌کنیم که موسیقی در نقد گفتمان حاکم یا تسهیل در گرایش به گفتمانی خاص تأثیر نهایی دارد، بلکه موسیقی متنی است که شیوه اجتماعی را برمی‌سازد و توسط آن برساخته می‌شود.

نحوه برداشت و قرائت موسیقی در بین جوانان نوعی برساخت‌گرایی محسوب می‌شود. به این دلیل، با اینکه هم‌زمان ژانر موسیقی برای جوانان تولید و طراحی شده است، آنها خودآگاه یا ناخودآگاه، به بازتعریف و تفسیر نوع موسیقی‌ای که گوش می‌کنند می‌پردازند. زمانی که موضوع تفسیر پیش می‌آید بدان معنی است که مخاطب یا مصرف‌کننده اراده خود را به کار گرفته است و به نوعی به برساخت‌گرایی در حیطه خود دست زده است. جوانان با این عمل می‌خواهند ثابت کنند که هم‌مونی در جامعه نمی‌تواند همه امور، مناسبات و روابط قدرت را بدیهي و طبیعی جلوه دهد و از آن اسطوره بسازد، بلکه جوانان با تفسیر انواع کردارهای اجتماعی، از جمله موسیقی، می‌خواهند اعلام کنند که این روابط می‌توانست به نحوی دیگر صورت‌بندی شود. در این پژوهش متوجه شدیم که جوانان با ارائه اظهارنظرهای متعدد در باب موسیقی و نحوه مصرف آن، به صورت تلویحی، وجود گفتمان‌های متعدد و متناقض در جامعه را به خوبی لمس کرده‌اند. بدین‌سیاق، مصرف‌کننده جوان مشارکت‌کننده‌ای است فعال که با مصرف موسیقی در آفرینش معنا سهیم است. ضرباهنگ موسیقی، صدای خواننده، محتوای

ترانه و مخاطبی که به این نوع موسیقی گوش می‌دهد، مجموعه‌ای را تشکیل می‌دهند که در غنی‌کردن معنا سهم دارد.

منابع

- استوری، جان (۱۳۸۶) *مطالعات فرهنگی دربارهٔ فرهنگ عامه*، ترجمهٔ حسین پاینده، تهران، نشر آگه.
- ربانی، رسول و حامد شیری (۱۳۸۸) «اوقات فراغت و هویت جوانان»، *فصلنامهٔ تحقیقات فرهنگی*، دورهٔ دوم، شمارهٔ ۸، ۲۰۹-۲۴۲.
- شوکر، روی (۱۳۸۶) «نسل من: مخاطبان، شیفتگان، خرده‌فرهنگ‌ها»، ترجمهٔ مراد فرهادپور و شهریار وقفی‌پور، *ارغنون*، شمارهٔ ۲۰، ۳۲-۱.
- علیخواه، فردین و محمد خانی ملکوه (۱۳۸۵) «جوان و مصرف موسیقی»، *پژوهش و سنجش*، شمارهٔ ۱۳، ۴۶ و ۴۵، ۱۹-۲.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۴) «جامعه‌شناسی مصرف موسیقی»، *فصلنامهٔ انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شمارهٔ ۴، ۵۳-۲۷.
- فلیک، اووه (۱۳۸۸) *درآمدی بر روش تحقیق کیفی*، ترجمهٔ هادی جلیلی، تهران: نی.
- یورگنسن، ماریان و لوتیز فیلیپس (۱۳۸۹) *نظریه و روش در تحلیل گفتمان*، ترجمهٔ هادی جلیلی، تهران: نی.
- Adorno, Theodor and Max Horkheimer (1969) *The Dialectic of Enlightenment*, Stanford, Stanford University Press.
- Adorno, Theodor (1988) *Quasi Una Fantasia*, Translated by R. Livingstone, London and New York: Verso Press.
- Adorno, Theodor (1990) "On Popular Music", In Simon Frith and Andrew Goodwin (eds.) *On Record: Rock, Pop and Written Word*. London: Routledge.
- Bennett, A. (2004) "Music, Media and Urban Myth Scopes: A Study of the 'Canterbury Sound'", *Journal of Media Culture and Society*, 24, 87-104.
- Brown, Any (2009) "Popular Music Cultures, Media And Youth Consumption: Towards An Integration of Structure", *Culture and Agency Sociology Compass*, 2(2), 388-408.
- Charmaz, Katy (2006) *Grounding Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative Analysis*, London: Sage.
- Delavar, Ali (2011) "Iranian Social Rap Music: The Developed Individuality of the Youth", *European Journal of Social Sciences*, Volume 18, Number 3.

- De Nora, Tia (1999) "Music as a Technology of The Self", *Poetics*, 27(1), 21-56.
- DeNora, Tia (2000) *Music in Everyday Life*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Chung, Ho Wai (2003) *Between Globalization and Localization: A Study of Hong Kong: Popular Music*, Hong Kong Baptist University, Working Paper Series.
- Cohen, Sara (1991) *Rock Culture in Liverpool: Popular Musician Making*, Oxford: Oxford University Press.
- Cook, Nicholas (1998) *Music: A Very Short Introduction*, Oxford, Oxford University Press.
- Falk, Gerhard and Ursula Falk (2005) *Youth Culture And Generation Gap*, Algora Publishing.
- Finnegan, Ruth (1989) *The Hidden Musician: Music Making in English*, Cambridge University Press.
- Frith, Simon (1996) 'Popular Music Policy and the Articulation of Regional Identities: The Case of Scotland and Ireland', in *EMO: Music in Europe*, Manuscript: 96-113.
- Hall, Stuart (1996) "Who Needs 'identity'?" In, Stuart Hall and Paul du Gay, (Eds.) *Questions of cultural identity*, Pp: 1-17, London: Sage.
- Larsen, Gretchen et al. (2006) *The Symbolic Consumption of Music*, Working Paper.
- Marvasti, Amir (2004) *Qualitative Research in Sociology*, Sage Publications.
- Nooshin, Laudan (2008), "The language of Rock: Iranian Youth, Popular Music, and National Identity", In, Mehdi Semati , *Media, Culture and Society in Iran; Living with Globalization and the Islamic State*, Rutledge.
- North, Alan and David Hargreaves (1999) "Music and Adolescent Identity", *Music Education Research*, 1(1):75-92.
- Paterson, Mark (2006), *Consumption and Everyday Life*, Rutledge.
- Robertson, Roland and Kathleen White (2007) "What Is Globalization?" In, The Blackwell Companion to Globalization, (ed), George Ritzer, Blackwell Publisher.
- Ritzer, George (2007) *the Blackwell Companion to Globalization*, Blackwell Publishing Ltd.
- Roy, William and David Timothy (2010) "What Is Sociological About Music?" *Annual Review of Sociology*, 2010.

- Slater, Don (1997) *Consumer Culture and Modernity*, Cambridge, Polity Press
- Smith, Susan (1994) *Soundscape Area*, 26: 232-240.
- Valentine, Gill (1995) *Creating Transgressive Space: The Music of KD Lang* Transactions of the Institute of British Geographers, 20: 474-486.
- Willis, Paul (1990) *Common Culture: Symbolic Work at Play in the Everyday Cultures of the Young*, Westview, Boulder, CO. Paper, No, 05/41