



سال دوازدهم / بهار ۱۴۰۲

ذائقه موسیقایی فرهنگیان و عوامل مرتبط با آن

• زهرا محمدی^۱، علی ربیعی^۲، ربابه ایران نژاد میزان^۳

تاریخ دریافت: ۰۲/۱/۷، تاریخ تایید: ۰۲/۳/۲۹

DOR: 20.1001.1.38552322.1402.12.46.4.3

چکیده

موسیقی بخشی از فعالیت هنری انسان است و انواعی دارد که امروزه بیش از هر محصول هنری استفاده می‌شود. هدف این پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر ذائقه موسیقایی فرهنگیان است. روش پژوهش پیمایشی و جامعه آماری ۷۰۰ نفر از معلمان مقطع متوسطه مشکین‌شهر بود. با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه‌ای ۲۴۰ نفری به شیوه تصادفی ساده انتخاب شدند. داده‌ها با پرسشنامه استاندارد سرمایه فرهنگی بوردیو (۱۴۰۱) و پرسشنامه دین‌داری گلاک و استارک (۱۹۶۵) گردآوری شد و با نرم‌افزار Spss و آزمون‌های آزمون خی دو، پیرسون، تاوکندال، آماره گاما و رگرسیون چندگانه تجزیه و تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد متغیر جنسیت تأثیری بر الگوی موسیقی (میزان استفاده و نوع موسیقی) ندارد. پایگاه اقتصادی بر میزان استفاده از موسیقی تأثیرگذار است، ولی بر نوع استفاده از آن تأثیری ندارد. دین‌داری نیز بر میزان استفاده از موسیقی تأثیر دارد، اما در نوع موسیقی استفاده‌شده از سوی معلمان تأثیرگذار نیست. سرمایه فرهنگی نیز بر الگوی مصرف موسیقی (میزان استفاده و نوع موسیقی) تأثیرگذار است. نتیجه اینکه معلمانی که سرمایه فرهنگی زیادی داشتند، بیش از دیگران از موسیقی استفاده می‌کردند و نوع موسیقی مورد استفاده آن‌ها نیز بیشتر نخبه‌گرا (کلاسیک و سنتی) بود.

واژگان کلیدی: ذائقه موسیقی، سرمایه فرهنگی، فرهنگیان، منش، موسیقی.

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور، تهران (نویسنده مسئول)
zmohammadiz@pnu.ac.ir

۲. استاد گروه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور، تهران
alirabieipnu@gmail.com

۳. کارشناس ارشد گروه علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور و دبیر مقطع متوسطه
sinairannejad29@gmail.com

مقدمه

موسیقی یکی از مهم‌ترین هنرها و مجموعه‌ای درهم‌تنیده‌ای از عناصر معنایی است که تمام وجود انسان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. گاه در اوقات فراغت آن را گوش می‌دهند و اشکال مختلف هویتی و معانی ایدئولوژیک و بیان احساس را نیز دربرمی‌گیرد. زبان انتزاعی موسیقی، آن را به امری جهانشمول تبدیل کرده و تعامل بین فرهنگ‌ها را ممکن ساخته است. موسیقی همچون هنر برخاسته از لایه‌های درونی آدمی یک نیاز روحی است و مانند هر هنری می‌تواند مبتدل یا متعهد باشد (فغفور مغربی، ۱۳۸۶: ۱۲۲). موسیقی معنوی‌ترین هنر در میان هنرهای معنوی است و عشق به موسیقی ضامن معنویت است. زیرا موسیقی با ژرف‌ترین درونیات پیوند دارد (بوردیو، ۱۳۹۰: ۴۵).

رسانه‌ها هرلحظه برای ارسال پیام و تقویت تأثیر پیام‌های خود از موسیقی استفاده می‌کنند. چشم‌انداز استفاده از موسیقی در حال تغییر است. افراد قادرند موسیقی را از اینترنت و حامل‌های صوتی مختلف و در حجم زیاد روی دستگاه‌های بسیار کوچکی که ساعات زیادی از الحان موسیقی را در خود جای می‌دهند، گوش کنند. هجوم رسانه‌ها و تکنولوژی ضبط و پخش موسیقی، نقش موسیقی در جامعه مدرن را متحول ساخته است. انسان‌ها از موسیقی برای پر کردن اوقات فراغت خود استفاده می‌کنند. به یک معنا بخش عمده‌ای از زندگی ما با شنیدن موسیقی درآمیخته است و موسیقی بر خلاقیت، احساسات مثبت و منفی، بیماری‌های روانی و کنش‌های آسیب‌شناختی، رفتارهای جنسی و بسیاری از اعمال انسانی و مقولات اجتماعی مؤثر است (وکیل زاده دیزجی، ۱۳۹۵).

مصرف موسیقی مجرای مناسبی را برای فهم اجتماعی و فرهنگی بخشی از پویایی‌های جامعه ایرانی فراهم می‌سازد (غربی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۶۰). وضعیت موسیقی در ایران بسیار پیچیده و ارزیابی آن نیز دشوار است. استقبال از آن در سال‌های اخیر، وضعیت آن را حساس‌تر کرده است. برای نمونه جنجالی شدن برخی سبک‌های موسیقی، ترانه‌های مختلف، خواننده‌ها و گسترش موسیقی زیرزمینی نمونه‌ای از این حساسیت‌هاست. وجود تفاوتی‌های برجسته در زمینه مصرف انواع مختلف موسیقی به‌ویژه موسیقی غیر ایرانی بین دانش‌آموزان، دانشجویان و معلمان پرسش‌های زیادی در مورد ساخت‌یافتگی آن‌ها، ماهیت این گرایش‌ها و میزان توفیق سیاست‌های فرهنگی مطرح کرده است.

با توجه به پژوهش‌های انجام‌گرفته، حدود ۹۵ درصد کل آثار تولیدشده در هر نوع موسیقی شامل موسیقی مردم‌پسند و حدود ۵ درصد موسیقی جدی (عالمانه) است. موسیقی‌ای که نتواند در جایگاه علمی و عالمانه یا متعالی قرار گیرد، مسلماً مسائل جدی همچون فرهنگ‌سازی و حفظ هویت آن و سلامت جامعه را در بر نخواهد داشت (واحدیان و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۵۹).

در مطالعاتی که درباره گرایش به موسیقی انجام‌شده است، بیشتر افراد موسیقی غربی از جمله رپ، هوی‌متال و راک را ترجیح داده‌اند. این گونه‌های موسیقی، دارای صبغه‌ای ضداجتماعی و فرهنگی بوده و مصرف‌کنندگان آن بیش از انواع دیگر موسیقی مردم‌پسند از خود رفتار انحرافی نشان می‌دهند (صمیم و قاسمی، ۱۳۸۸: ۲۴۷). با بررسی میزان استفاده از موسیقی از یک‌طرف می‌توان میزان پابندی افراد به هویت فرهنگی خویش را مشخص کرد. از طرف دیگر ذائقه‌های موسیقایی افراد و جایگاه هر یک از انواع موسیقی داخلی و خارجی و سبک‌های مختلف آن‌ها مشخص خواهد شد و این می‌تواند در پیشگیری از آسیب‌هایی که استفاده از انواع موسیقی نابهنجار به دنبال دارد، مؤثر باشد.

اقتضای گوناگون جامعه و در مناسبت‌های مختلف انواع مختلفی از سبک‌های موسیقی را استفاده می‌کنند. فرهنگیان به‌عنوان عمده‌ترین مصرف‌کنندگان موسیقی برحسب علاقه‌شان می‌توانند اعضای خرده‌فرهنگ یا خرده‌فرهنگ‌هایی تلقی شوند که به مصرف موسیقی تمایل دارند و بدان پایبند هستند.

پژوهش حاضر با رویکرد جامعه‌شناسی فرهنگی و با استفاده از دیدگاه بوردیو، درصدد است تا میزان علاقه‌مندی معلمان به موسیقی را مطالعه کرده و عوامل تأثیرگذار بر استفاده از موسیقی در بین معلمان مشکین‌شهر را بررسی کند.

فرضیه‌های تحقیق حاضر عبارت است از:

- بین سرمایه فرهنگی معلمان و میزان استفاده از موسیقی رابطه وجود دارد.
- بین وضعیت دین‌داری معلمان و میزان استفاده از موسیقی رابطه وجود دارد.
- بین پایگاه اقتصادی معلمان و میزان استفاده از موسیقی رابطه وجود دارد.
- بین سرمایه فرهنگی معلمان و نوع موسیقی مورد استفاده رابطه وجود دارد.
- بین وضعیت دین‌داری معلمان و نوع موسیقی مورد استفاده رابطه وجود دارد.
- بین پایگاه اقتصادی معلمان و نوع موسیقی مورد استفاده رابطه وجود دارد.

- میزان استفاده از موسیقی براساس جنسیت متفاوت است.
- نوع موسیقی مورد استفاده براساس جنسیت متفاوت است.

پیشینه پژوهش

بیچرانلو و خرمی شاد (۱۴۰۱) دریافت دختران نوجوان زیسته در بافت فرهنگی دینی از مصرف موسیقی را با استفاده از روش تحلیل مضمون و مصاحبه با ۲۳ دختر نوجوان که در مدارس دارای رویکرد دینی تحصیل می‌کردند، انجام دادند. براساس تحلیل‌های انجام‌شده ۴ مضمون حول مسئله محوری (کارکرد مصرف، خوانش انتقادی و شخصی، دریافت موسیقی از زاویه فرهنگی دینی و نحوه مواجهه با نسبت موسیقی و دین) شناسایی شد. دریافت دختران نوجوان از موسیقی متأثر از خانواده، جامعه و نوع نگاه به دین است و برخی به مداحی به‌مثابه موسیقی نگاه می‌کردند.

پروائی (۱۴۰۰) پژوهش کیفی زنان و مصرف موسیقی؛ سنخ‌شناسی ذائقه موسیقایی زنان شهر تهران را با مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۲۸ نفر از زنان با تحصیلات، موقعیت اجتماعی و گروه‌های سنی متفاوت انجام داد. نتایج پژوهش نشان داد زنان جامعه ناهمگونی هستند و این ناهمگونی در ذائقه موسیقایی آن‌ها نیز دیده می‌شود. زنان در مصرف موسیقی به‌عنوان مخاطبان تصادفی و پراکنده، فراغت‌طلب و هیجان‌طلب تا مخاطبان هویت‌طلب، اعتراضی، مهارت‌پیشه و معناگرای موسیقی دیده می‌شوند و ذائقه موسیقایی واحدی ندارند. ذائقه آن‌ها مبتنی بر پس‌زمینه‌های فردی و اجتماعی‌شان متفاوت است. با توجه به تنوع کارکردهای موسیقی در زندگی روزمره، ذائقه موسیقایی زنان به‌سوی ترکیبی شدن (مصرف همزمان موسیقی نخبه‌پسند و عامه‌پسند) پیش می‌رود.

حیدر پناه و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی عوامل مرتبط با مصرف موسیقی جوانان شهر تهران پرداختند. یافته‌ها نشان داد که جوانان علاقه زیادی به موسیقی دارند و موسیقی جایگاه بالایی در پر کردن اوقات فراغت جوانان دارد. بیشترین علاقه‌مندی به موسیقی پاپ نسل دوم و سپس موسیقی رپ است. بین پایگاه اجتماعی و اقتصادی، سرمایه فرهنگی، سن با مصرف موسیقی رابطه مثبت وجود داشت، ولی بین جنسیت با مصرف موسیقی رابطه‌ای دیده نشد.

قدرتی (۱۳۹۵) پژوهش رابطه دین‌داری و گرایش به موسیقی مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه حکیم سبزواری را انجام داد و به این نتیجه رسید که بین مناسک دینی و میزان گرایش به موسیقی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد، اما بین متغیرهای اعتقاد دینی و

عواطف دینی با میزان گرایش به موسیقی رابطه‌ای مشاهده نشد. دین‌داری بیشتر از سنخ مناسکی بوده و با افزایش آن، گرایش به موسیقی کمتر شده است.

صمیم (۱۳۸۶) در پایان‌نامه خود، قشربندی اجتماعی و مصرف فرهنگی با تمرکز بر مصرف موسیقایی در شهر تهران را مطالعه کرد. نتایج نشان داد که قشربندی اجتماعی با میزان مصرف موسیقایی ارتباط معناداری دارد. هرچه پایگاه افراد بالاتر باشد، میزان تساهل موسیقایی آن‌ها بیشتر است و هرچه پایگاه آن‌ها پایین‌تر باشد، انحصارطلب‌ترند. تمایل افراد به مصرف موسیقی متعلق به فرهنگ نخبه در صورتی که پایگاه بالاتری داشته باشند، بیشتر است. در صورت پایین بودن پایگاه اجتماعی افراد آن‌ها بیشتر مصرف موسیقی متعلق به فرهنگ عامه یا توده را ترجیح می‌دهند.

بورديو (۱۹۸۴) در تمایز^۱ به ذائقه موسیقایی به‌مثابه بازنمایی از طبقه اجتماعی افراد می‌نگرد و نوعی تمایز را در ذائقه موسیقایی مبتنی بر طبقه اجتماعی مطرح کرده است؛ ذائقه موسیقایی افراد با موقعیت آنان در ساختار طبقه اجتماعی (ترکیب و حجم سرمایه‌ای که در طبقات اجتماعی مختلف وجود دارد) مشخص می‌شود. این مطالعه نشان داد که اولویت و ترجیح طبقات بالا، مصرف موسیقی نخبه‌گرایانه برای نمونه، موسیقی کلاسیک، اپرا و تا اندازه‌ای، موسیقی جاز است. در حالیکه ترجیح و انتخاب طبقات کارگر عمدتاً مصرف موسیقی‌های عامه‌پسندانه چون موسیقی پاپ، راک، رپ و موسیقی رقص است. تحقیقات انجام گرفته در ارتباط با موسیقی بیشتر گرایش‌های موسیقایی افراد را می‌سنجد. کمتر تحقیقی عوامل مؤثر بر ذائقه موسیقایی افراد به‌خصوص بین قشر فرهنگی را موردتوجه قرار داده است.

مرور نظری

در نیمه دوم قرن بیستم و اوایل قرن بیست‌ویکم، گوش دادن به موسیقی به تدریج به سرگرمی بسیار پرتطرفداری در جهان تبدیل شد و حتی در برهه‌های مختلف در بافت گوناگون اجتماعی کارکردهایی فراتر از سرگرمی پیدا کرده است. مصرف موسیقی یکی از ابعاد مصرف افراد است که نمود فرهنگی دارد و بیانگر منش‌ها و سبک‌های متفاوت زندگی در دنیای جدید است. به همین منظور با رویکرد جامعه‌شناسی فرهنگی به مصرف موسیقی پرداخته می‌شود. بورديو

1. Distinction

تأثیرگذارترین متفکر این جریان است. وی با طرح مفاهیمی نظیر میدان^۱، سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، منش^۲، ذائقه^۳، بازتولید طبقاتی و مهم‌تر از همه تمایز، موج جدیدی از پژوهش در حوزه مصرف فرهنگی را آغاز کرد. بورديو در کتاب تمایز (۱۳۹۰)، مصرف را مهم‌ترین عنصر دنیای مدرن در نظر می‌گیرد. به باور وی گروه‌های فرودست و فرادست طبقه متوسط درگیر مبارزه‌ای ملایم برای هویت، ارزش و موقعیت اجتماعی خودشان هستند و مصرف ابزاری برای تولید فرهنگی و مشروعیت‌بخشی و مبارزه در فضای اجتماعی است. دی نورا^۴ (۱۹۹۹) معتقد است این شکل از پژوهش اجتماعی درباره موسیقی که ارتباطات میان مصرف موسیقی، ذائقه‌های فرهنگی و پایگاه‌های اجتماعی افراد را مدنظر دارد، شکل غالب جامعه‌شناسی موسیقی است (فاضلی، ۱۳۸۶: ۲۴).

آنچه در تبیین ذائقه موسیقایی و سلیقه‌های مختلف افراد در انتخاب کالاهای فرهنگی مختلف در اندیشه بورديو نمود دارد، مفهوم سبک زندگی و مفاهیم مرتبط با آن است. وی با اشاره به منش و سرمایه‌های فرهنگی سعی دارد تمایز اساسی که متناظر بین گروه‌های مختلف در انتخاب سلیقه‌های متفاوت وجود دارد را توضیح دهد. سبک زندگی را فعالیت‌های نظام‌مندی می‌داند که از ذوق و سلیقه فرد ناشی می‌شود و بیشتر جنبه عینی و خارجی دارند و در عین حال به صورت نمادین هویت می‌بخشند و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می‌کنند (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۲۰۵). در نگاه بورديو کنشگران اجتماعی به‌وسیله نوع مصرف کالاهای فرهنگی خود را طبقه‌بندی می‌کنند و با اظهار علاقه به فرآورده‌های فرهنگی معین و ابراز سلیقه و ذوق در مورد آن‌ها قابل طبقه‌بندی هستند. با این توضیح، سبک زندگی فرهنگی مجموعه منسجمی از رفتارهای مصرف و فعالیت فرهنگی منسجم است و در گروه مشخصی از افراد قابل تشخیص است. طبیعی است که گوش دادن به موسیقی، نوع ژانر موسیقایی که گوش داده می‌شود، و فعالیت موسیقایی نیز متأثر از سبک زندگی فرهنگی خواهد بود. برای مثال، می‌توان سبک زندگی‌هایی را که در آن‌ها موسیقی بخشی از الگوی مصرف فرهنگی است از سبک زندگی که موسیقی در آن‌ها جایگاه ندارد تفکیک کرد. همچنین می‌توان سبک زندگی را براساس نوع موسیقی که افراد هر گوش می‌کنند از هم متمایز ساخت. در این چنین تحلیلی،

-
1. Field
 2. Habitus
 3. Taste
 4. De Nora

مهم‌ترین نکته‌ای که باید شناسایی و تحلیل شود، رابطه‌ی محتوای موسیقی‌ای که مصرف می‌شود با بقیه انواع رفتارهای مصرف فرهنگی است.

منش، مفهوم دیگری است که بورديو از آن برای تبیین ذائقه موسیقایی استفاده می‌کند. منظور بورديو از منش اصولی است که مردم را قادر می‌کند بر کنش‌های خود کنترل داشته باشند، بدون آن که بر شرایط شکل‌گیری این اصول کنترل داشته یا از وجود آن‌ها آگاه باشند. منش مولد و انسجام بخش اعمال و صورت درونی شده شرایط طبقاتی است (Bourdieu, 1984: 101). به گمان بورديو وقتی که منش‌ها سبک زندگی را تولید می‌کنند، خود سبک‌های زندگی به‌مثابه یک سیستمی از فعالیت‌های طبقه‌بندی‌شده با ذائقه‌های متفاوت، در نظر گرفته می‌شوند. این فعالیت‌ها شامل اشکال ویژه لباس پوشیدن، غذا خوردن، موسیقی، هنر، اوقات فراغت و غیره هستند که همه آنان، تمایزات قومی، طبقه‌ای و جنسیتی را بیان می‌کنند. پس طبقات متفاوت انواع متفاوتی از سبک‌های ورزش کردن، غذا خوردن و غیره را دارند که بدان وسیله خودشان را تعریف می‌کنند (Turner and Edmund, 2002: 220-222).

منش‌ها یک نقشه شناختی از دنیای اجتماعی افراد و طبیعی که برای فردی که در یک موقعیت ویژه است، فراهم می‌کنند. منش‌ها، رفتار را به‌سوی مسیرهایی که برای افراد معقول به‌نظر می‌رسد، هدایت می‌کنند. انتخاب‌ها به‌وسیله فرصت‌های زندگی افراد شکل داده می‌شوند. این فرصت‌ها ریشه در واقعیت‌های ویژه‌ای نظیر سن، جنس، نژاد، پایگاه اجتماعی - اقتصادی دارند. افراد مصرف فرهنگی و سبک زندگی خود را آزادانه انتخاب نمی‌کنند، زیرا منش‌ها آن‌ها را متمایل به انتخاب‌های ویژه می‌کنند. آن‌ها حق رد یا اصلاح این انتخاب‌ها را ندارند (شکوری و غلامزاده نطنزی، ۱۳۸۹). بنابر گفته بورديو انتخاب نوع موسیقی مورد استفاده، ناشی از آن چیزی خواهد بود که تمایلات افراد را شکل می‌دهد. برای نمونه افراد آگاهانه نوع موسیقی‌ای را که می‌خواهند مصرف کنند انتخاب می‌کنند، اما این انتخاب ناشی از اولویت‌های آن‌هاست که این اولویت‌ها دیگر آگاهانه و عامدانه نیستند بلکه این انتخاب چنانچه گفته شد ناشی از عواملی نظیر پایگاه اقتصادی، دین‌داری، جنسیت، منطقه سکونت و تحصیلات است که بورديو آن‌ها را با نام منش معرفی می‌کند.

در تبیین عوامل مؤثر بر گرایش به موسیقی علاوه بر متغیرهای فوق آنچه در جامعه ایران می‌تواند نقش اساسی ایفا کند، وضعیت دین‌داری افراد است. رویکرد دین‌داران به موسیقی در سه گروه طبقه‌بندی می‌شود:

گروه اول از دین‌داران با موسیقی مشکل بنیادین دارند و با هرگونه موسیقی سر ناسازگاری دارند. از نظر آنان همه انواع موسیقی (فارغ از آثار آن) ممنوع است. آن‌ها موسیقی گوش نمی‌دهند و معتقدند موسیقی از سوی دین منع شده است. موضع این گروه «طرد گرایانه» است. گروه دوم دین‌داران موسیقی را امری بیهوده و لغو می‌پندارند. چیزی که بی‌اهمیت است و نباید وقتی را از ما بگیرد. بیهودگی که حتی ممکن است ما را از خدا و شرعیات غافل کند. موضع این گروه «بی‌تفاوت‌ها» نام‌گذاری می‌شود.

گروه سوم از دین‌داران معتقدند نمی‌توان موسیقی را به‌طور مطلق قبول یا طرد کرد. در رویکردی شبیه روان‌شناختی به تفکیک و تمایز میان انواع موسیقی معتقدند. این گروه «تمایز-گذاران» هستند. این گروه به دودسته تقسیم می‌شوند؛ دسته اول کسانی هستند که موسیقی را به حلال و حرام تقسیم می‌کنند و موسیقی خوب را موسیقی حلال و موسیقی بد را موسیقی حرام می‌دانند (البته در این‌که شرع کدام موسیقی حرام و کدام را حلال می‌داند، نیز اختلاف وجود دارد و در جای خود قابل توجه است). دسته دوم افرادی هستند که عمدتاً موسیقی خوب و بد را از طریق آثار و تبعات دینی آن مورد ملاحظه قرار می‌دهند. موسیقی خوب از نظر آنان موسیقی است که روحیه خداجویی و تمایل به سوی شرعیات را افزون کند و موسیقی بد آن است که رستگاری دینی را از آدمی بستاند و دین‌داری را ضعیف کند. سماع و موسیقی کم‌وبیش نزد عارفان معمول بود زیرا احساس می‌کردند از این طریق می‌توانند به شور عارفانه و احوال عاشقانه معنوی دست یابند. از نظر آنان نیز موسیقی خوب موسیقی است که معنویت و روحیه تعالی جویانه را تقویت کند. موسیقی خوب در رویکرد عارفان، موسیقی است که نگاه آدمی را از سطح زندگی روزمره و تکرار ملال‌آور به سوی امری پاک و عمیق بکشاند (زمانیان، ۱۳۸۹).

به این ترتیب می‌توان گفت دین یکی از عوامل اصلی در نگرش به موسیقی و انتخاب آن برای گوش دادن است. علاوه بر این نوع موسیقی که انتخاب می‌شود می‌تواند تحت تأثیر باورهای دینی قرار گیرد و بر این اساس برخی از انواع موسیقی‌های غیرمجاز و غیرشرعی طرد می‌شوند. با وجود اینکه دین موسیقی را نفی نمی‌کند، اشکال نابهنجار آن را که عمق معنوی چندانی ندارد، قبول ندارد. بنابراین میزان پایبندی مذهبی افراد می‌تواند از عوامل تأثیرگذار بر ذائقه موسیقایی آنان باشد.

روش‌شناسی

این تحقیق از نوع توصیفی و به لحاظ ماهیت کاربردی و از نظر تحلیل همبستگی است که به روش به صورت پیمایشی انجام شده است. با مراجعه به پاسخگویان و تکمیل پرسشنامه اقدام به جمع‌آوری اطلاعات شده است. جامعه آماری این پژوهش معلمان مقطع متوسطه مشکین‌شهر بودند که تعداد آن‌ها در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۲ حدود ۲ هزار نفر بود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۴۰ نفر به دست آمد که به شیوه تصادفی ساده انتخاب شدند. داده‌ها با پرسشنامه گردآوری شد. از پرسشنامه دین‌داری گلاک و استارک^۱ (۱۹۶۵) برای سنجیدن نگرش‌ها و باورهای دینی و دین‌داری استفاده شد. برای استاندارد کردن این پرسشنامه در کشورهای مختلف اروپا، آمریکا، آفریقا و آسیا و بر روی پیروان ادیان مسیحیت، یهودیت و اسلام اجرا شده و با دین اسلام هم انطباق یافته است (سراج زاده، ۱۳۷۷: ۱۱۰-۱۱۲). این پرسشنامه ۲۶ گویه دارد که در چهار بعد اعتقادی (با ۷ گویه)، عاطفی (با ۶ گویه)، پیامدی (با ۶ گویه) و مناسکی (با ۷ گویه) میزان دین‌داری افراد را می‌سنجد. از پرسشنامه استاندارد سرمایه فرهنگی بوردیو برای سنجش ارزش‌ها و نموده‌های فرهنگی و هنری نیز استفاده شده است. این پرسشنامه دارای ۲۲ سؤال در سه بعد سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته (با ۶ گویه)، عینیت یافته (با ۱۰ گویه) و نهادی (با ۶ گویه) به صورت طیف لیکرت تنظیم شده است. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار Spss و آزمون‌های آزمون‌های دو، پیرسون، تاوکندال، آماره گاما و رگرسیون چندگانه تجزیه و تحلیل شده‌اند.

روایی پرسشنامه با اعتبار صوری و با مراجعه به اساتید و متخصصین حوزه جامعه‌شناسی و اطلاع از نظر آن‌ها در مورد شاخص‌ها انجام گرفت. پایایی متغیرها نیز با استفاده از آلفای کرونباخ (جدول ۱) انجام شد که برای همه متغیرها بیش از ۰/۷۰ به دست آمد.

جدول ۱- پایایی متغیرهای پژوهش

مقدار آلفا	سرمایه فرهنگی	متغیر
۰/۷۸	۳	میزان استفاده از موسیقی
۰/۸۱	۱۲	نوع موسیقی
۰/۷۹	۲۲	سرمایه فرهنگی
۰/۸۳	۲۶	دین‌داری

1. Glock and Stark

یافته‌های پژوهش

یافته‌ها نشان داد ۱۱۲ نفر (۴۷ درصد) از معلمان مرد و ۱۲۸ نفر (۵۳ درصد) زن بودند. در مورد تحصیلات، بیش از ۹۰ درصد از نمونه آماری پژوهش مدرک فوق‌لیسانس و لیسانس داشتند و تنها ۸ درصد از آن‌ها تحصیلات فوق‌دیپلم یا دکتری داشتند.

پایگاه اقتصادی معلمان با استفاده از شاخص‌هایی اقتصادی از قبیل میزان درآمد ماهیانه، نوع مالکیت منزل مسکونی موردسنجش قرار گرفت و پس از برآورد این شاخص، متغیر پایگاه اقتصادی در سه طبقه بالا، متوسط و پایین تنظیم شد؛ ۱۳ درصد معلمان مورد مطالعه در طبقه بالا، ۴۶ درصد در طبقه متوسط و ۴۱ درصد در طبقه پایین بودند.

در مورد ساعات گوش کردن به موسیقی در روز، معلوم شد ۴۴ درصد از آن‌ها به موسیقی گوش نمی‌کنند. ۲۵ درصد ۱ ساعت، ۱۵ درصد ۲ ساعت، ۸ درصد ۳ ساعت، ۴ درصد ۴ ساعت و ۳ درصد ۵ ساعت و بیشتر به موسیقی گوش می‌دهند. در مورد میزان ساعات استفاده از موسیقی در طول هفته مشخص شد که ۱۸ نفر یعنی ۷ درصد زیر ۱ ساعت در هفته به موسیقی گوش می‌دهند. ۲۶ درصد ۱ تا ۵ ساعت، ۱۳ درصد ۶ تا ۱۱ ساعت، ۲۰ درصد ۱۱ تا ۲۰ ساعت، ۲۰ درصد ۲۱ تا ۳۰ ساعت و ۱۴ درصد ۳۱ تا ۴۵ ساعت در هفته موسیقی گوش فرا می‌دهند. میانگین استفاده از موسیقی در بین معلمان مشکین‌شهر ۱۶/۵ ساعت در طول هفته بود.

در مورد وضعیت علاقه‌مندی و استفاده از موسیقی نیز ۲۰ نفر از معلمان یعنی ۸/۳ درصد اظهار کرده‌اند که اصلاً موسیقی را دوست ندارند و گوش نمی‌کنند. حدود ۲۰ درصد معلمان خیلی کم و اتفاقی موسیقی گوش می‌کنند. ۲۳ نفر (۹/۶ درصد) آن‌هایی هستند که موسیقی دوست دارند ولی به هر دلیل (مثلاً کمبود وقت) موسیقی گوش نمی‌کنند. ۴۰ نفر (۱۶/۷ درصد) نیز گاهی اوقات موسیقی گوش می‌کنند و ۱۰۸ نفر (۴۵ درصد) نیز همیشه از موسیقی استفاده می‌کنند و در واقع موسیقی بخشی از زندگی آن‌ها محسوب می‌شود.

جهت آزمون فرضیه‌ها و تعیین رابطه بین متغیر مستقل و وابسته با توجه به سطح متغیرها از آزمون‌های آماری استفاده شده است.

فرضیه اول، دوم و سوم: بین سرمایه فرهنگی، دین‌داری و پایگاه اقتصادی معلمان مشکین‌شهر و میزان استفاده آن‌ها از موسیقی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۲- رابطه میزان استفاده از موسیقی و سرمایه فرهنگی، دین‌داری و پایگاه اقتصادی

Sig	میزان استفاده از موسیقی	همبستگی تاوکنندال
۰/۰۰۰	۰/۴۸۶	سرمایه فرهنگی
۰/۰۰۰	-/۴۵۰	دین‌داری
۰/۰۰۰	۰/۴۳۲	پایگاه اقتصادی

در این سه فرضیه متغیر مستقل در سطح ترتیبی و متغیر وابسته فاصله‌ای است. بنابراین از ضریب همبستگی تاوکنندال استفاده شده است. ضریب همبستگی سرمایه فرهنگی و میزان استفاده از موسیقی با سطح معناداری ۰/۰۰۰ برابر با ۰/۴۸۶ به دست آمد که بیانگر معناداری و همبستگی نسبتاً قوی بین دو متغیر است. یعنی سرمایه فرهنگی بالا موجب استفاده بیشتر از موسیقی می‌شود.

ضریب همبستگی دین‌داری و میزان استفاده از موسیقی با سطح معناداری ۰/۰۰۰ برابر با -/۴۵۰ به دست آمده است، یعنی همبستگی معکوس بین دو متغیر برقرار است. به این ترتیب با پایین بودن میزان دین‌داری، میزان استفاده از موسیقی زیاد می‌شود و برعکس.

ضریب همبستگی پایگاه اقتصادی و میزان استفاده از موسیقی با سطح معناداری ۰/۰۰۰ برابر با ۰/۴۳۲ شده است که نشان از همبستگی مثبت بین دو متغیر است. یعنی با افزایش پایگاه اقتصادی میزان استفاده از موسیقی نیز افزایش می‌یابد.

فرضیه چهارم: بین سرمایه فرهنگی معلمان مشکین‌شهر و نوع موسیقی مورد استفاده رابطه وجود دارد.

جدول ۳- رابطه نوع موسیقی و سرمایه فرهنگی معلمان

تعداد	سرمایه فرهنگی			متغیر	تعداد
	بالا	متوسط	پایین		
۵۷	٪۶۲	٪۲۶	٪۱۲	سنتی	۱۲۱
۱۲۱	٪۱۲	٪۵۰	٪۶۰	عامه‌پسند	
۶۲	٪۲۶	٪۲۴	٪۲۸	محلی	
۲۴۰	۳۶	۹۱	۱۱۳	تعداد	

Chi-square= 38/21 sig = 0/000 Cramer's= /423

در این فرضیه، با توجه به اینکه نوع موسیقی مورد استفاده در سطح اسمی است، از آزمون خی دو جهت آزمون استفاده شده است. مقدار خی دو با سطح معناداری ۰/۰۰۰ برابر با ۳۸/۲۱

به دست آمده است که نشان دهنده معناداری رابطه بین دو متغیر است. بیشتر معلمانی که سرمایه فرهنگی بالایی دارند از موسیقی سنتی و کلاسیک و محلی استفاده می کنند. در مقابل بیشتر کسانی که سرمایه فرهنگی پایینی دارند از موسیقی عامه پسند استفاده می کنند. ضریب کرامر برابر با ۰/۳۲۰ به دست آمده است که نشان دهنده رابطه نسبتاً قوی است. فرضیه پنجم: بین وضعیت دین داری معلمان مشکین شهر و نوع موسیقی مورد استفاده رابطه وجود دارد.

جدول ۴- رابطه نوع موسیقی و دین داری

تعداد	دین داری			متغیر	
	کم	متوسط	زیاد		
۵۷	%۲۰	%۲۸	%۳۵	سنتی	دین داری
۱۲۱	%۵۳	%۵۲	%۳۴	عامه پسند	
۶۲	%۲۷	%۲۰	%۳۱	محلی	
۲۴۰	۱۶۱	۵۰	۲۹	تعداد	
chi-square=۵/۱۸ Sig= ۰/۲۶۹					

در این فرضیه، با توجه به اینکه نوع موسیقی مورد استفاده در سطح اسمی است. از آزمون خی دو جهت آزمون استفاده شده است. مقدار خی با سطح معناداری ۰/۲۶۹ برابر با ۵/۱۸ شده است که نشان دهنده عدم وجود رابطه بین دو متغیر میزان دین داری و نوع موسیقی است. داده های فوق نشان می دهد که تفاوت چندانی بین افرادی که دین داری زیاد یا کم دارند با نوع استفاده از موسیقی وجود ندارد.

فرضیه ششم: بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی معلمان مشکین شهر و نوع موسیقی مورد استفاده رابطه وجود دارد.

جدول ۵- رابطه نوع موسیقی و پایگاه اقتصادی

تعداد	پایگاه اجتماعی-اقتصادی			متغیر	
	بالا	متوسط	پایین		
۵۷	%۳۰	%۲۷	%۲۵	سنتی	دین داری
۱۲۱	%۴۰	%۵۰	%۵۲	عامه پسند	
۶۲	%۲۰	%۲۳	%۲۳	محلی	
۲۴۰	۵۰	۹۰	۱۰۰	تعداد	
chi-square=۳/۱۴ Sig= ۰/۲۳۱					

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد نوع استفاده از موسیقی در بین پایگاه‌های اقتصادی مختلف چندان متفاوت نیست. مقدار آزمون χ^2 دو در سطح معناداری ۰/۲۳۱ برابر با ۳/۱۴ شده است که نشان‌دهنده عدم وجود رابطه بین پایگاه اقتصادی با نوع مصرف موسیقی است. آزمون فرضیه هفتم: میزان استفاده از موسیقی براساس جنسیت متفاوت است.

جدول ۶- رابطه میزان استفاده از موسیقی و جنسیت

جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد
مرد	۱۱۲	۱۵/۹۴	۱۲/۰۲۶
زن	۱۲۶	۱۶/۹۹	۱۴/۳۷۷
مجموع	۲۴۰	۱۶/۵	۱۳/۳۱۴

متغیر جنسیت در سطح اسمی و میزان استفاده از موسیقی نیز در سطح فاصله‌ای است. بنابراین از آزمون t دو گروه مستقل جهت آزمون این فرضیه استفاده شد. میانگین ساعات استفاده مردان از موسیقی ۱۵/۹۴ و میانگین ساعات استفاده زنان از موسیقی ۱۶/۹۹ به دست آمد. به این ترتیب میانگین ساعات استفاده زنان از موسیقی نسبت به مردان اندکی (در حدود یک ساعت) بیشتر است. برای اطلاع از معنادار بودن تفاوت میانگین مشاهده‌شده از آزمون F استفاده می‌شود.

جدول ۷- تفاوت استفاده از موسیقی و جنسیت

درجه آزادی	مجموع مربعات	مربع میانگین	F	سطح معناداری
۱	۴۴۵,۶۶	۶۶/۴۴۵	۰/۳۷۴	۰/۵۴۲
	۴۲۳۰۵/۵۵۵	۱۷۷/۷۵۴		

مقدار آزمون F با درجه آزادی ۱ برابر با ۰/۳۷۴ شده است که با توجه به سطح معناداری ۰/۵۴۲ می‌توان گفت تفاوت میانگین مشاهده‌شده بین دو گروه از نظر آماری معنادار نیست، در نتیجه جنسیت تأثیری در میزان استفاده از موسیقی ندارد.

آزمون فرضیه هشتم: نوع موسیقی مورد استفاده براساس جنسیت متفاوت است.

جدول شماره ۸- رابطه نوع موسیقی مورد استفاده و جنسیت

تعداد	جنسیت		متغیر	
	زن	مرد		
۵۷	%۲۵	%۲۳	سنتی	نوع موسیقی
۱۲۱	%۴۷	%۴۴	عامه‌پسند	
۶۲	%۲۸	%۲۳	محلی	
۲۴۰	۱۲۸	۱۱۲	تعداد	

chi-square= ۱ /۴۲ Sig= ۰/۴۹

متغیر جنسیت و نوع موسیقی هر دو در سطح اسمی قرار دارند بنابراین از آزمون خی دو جهت معناداری رابطه دو متغیر استفاده می‌شود. انواع موسیقی به سه دسته شامل محلی، عامه‌پسند (پاپ، رپ، راک، ترکیبی، مذهبی) و سنتی یا کلاسیک تقسیم شده است. نتایج نشان می‌دهد ۲۴ درصد معلمان به موسیقی سنتی، ۵۰ درصد به موسیقی عامه‌پسند و ۲۶ درصد نیز به موسیقی محلی علاقه‌مند هستند. از بین معلمان مرد ۲۳ درصد به موسیقی سنتی، ۴۴ درصد به موسیقی عامه‌پسند و ۲۳ درصد نیز به موسیقی محلی علاقه دارند. همچنین از بین معلمان زن ۲۵ درصد به موسیقی سنتی، ۴۷ درصد به موسیقی عامه‌پسند و ۲۸ درصد به موسیقی محلی علاقه دارند. آزمون خی دو با درجه آزادی ۲ و سطح معناداری ۰/۴۹ برابر با ۰/۴۲ شده است. در نتیجه می‌توان گفت از نظر آماری تفاوتی بین زنان و مردان در سلیقه موسیقایی وجود ندارد. جنسیت به‌عنوان یکی از شاخص‌های منش از دیدگاه بورديو است. از دیدگاه بورديو منش می‌تواند در سلیقه افراد تأثیرگذار باشد. با این حال متغیر جنسیت به‌عنوان شاخصی از منش در سلیقه موسیقایی افراد تأثیر ندارد. علت این امر شاید این باشد زنان و مردان در خانواده‌هایی زندگی می‌کنند که بافت فرهنگی یکسانی دارند و علاقه آن‌ها به موسیقی در خانواده شکل می‌گیرد. بنابراین موسیقی به‌عنوان مقوله‌ای هنری بیش از آنکه با جنسیت که هویتی انتسابی است ارتباط داشته باشد، با ویژگی‌های اکتسابی افراد مرتبط است. برای اطلاع از میزان تبیین‌کنندگی هر یک از متغیرها و یا به عبارتی برای اطلاع از قدرت پیش‌بینی‌کنندگی تغییرات متغیر وابسته توسط هر یک از متغیرهای مستقل از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد. در معادله رگرسیونی برای مشخص کردن ضریب تعیین (R^2) و میزان وزن هر متغیر (Beta) مجموعه متغیرهای مستقل وارد معادله شدند. لازم به یادآوری است؛ به‌منظور تعیین سهم هر یک از متغیرها در تبیین میزان استفاده از موسیقی از رگرسیون چندگانه، به روش (Enter) استفاده می‌شود. در این روش متغیرهای مستقل به‌طور هم‌زمان وارد تحلیل شده و اثرات آن‌ها بر روی متغیر وابسته تعیین می‌شود.

جدول ۹- خلاصه نتایج رگرسیون چندگانه

متغیر وابسته	متغیرهای مستقل	R	R^2	R^2 تعدیل شده	خطای معیار برآورد	F	سطح معناداری
استفاده از موسیقی	جنسیت پایگاه اقتصادی دین‌داری سرمایه فرهنگی	۰/۶۳۵	۰/۴۰۴	۰/۳۸۶	۱۰/۴۳۶	۲۲/۴۲۹	۰/۰۰۰

براساس نتایج رگرسیون چندگانه، ضریب همبستگی برای میزان استفاده از موسیقی $R=0/635$ به دست آمده است. این بدان معناست که متغیرهای فوق به میزان $0/635$ با استفاده از موسیقی همبستگی دارند. ضریب تعیین (واریانس تبیین شده) نیز $R^2=0/404$ و ضریب تعدیل شده آن برابر با $R^2_{Adj}=0/386$ است. مقدار آزمون F با درجه آزادی ۷ برابر با $22/429$ شده است که با توجه به سطح معناداری $0/000$ می‌توان گفت قدرت پیش‌بینی کنندگی متغیرهای مستقل از نظر آماری معنادار است. برای اطلاع از ضریب تأثیر هر یک از متغیرها باید با استفاده از مقدار بتا قدرت تبیین‌کنندگی هر متغیر مشخص شود.

جدول ۱۰- ضرایب رگرسیون متغیرهای پژوهش

Sig	T	β	SE.	B	متغیرهای پیش‌بین
0/000	-3/139	-	5/398	-16/936	مقدار ثابت
0/901	0/124	0/007	1/544	0/192	جنسیت
0/503	-0/671	0/035	1/251	-4/27	پایگاه اقتصادی
0/000	4/528	-0/249	0/087	0/393	دین‌داری
0/005	2/866	0/193	0/030	0/086	سرمایه فرهنگی

همان‌طور که قبلاً نیز در آزمون فرضیه‌ها نتیجه شد، جنسیت تأثیری در میزان استفاده از موسیقی نداشت، مقدار بتای جنسیت $0/007$ به دست آمده است که مقدار بسیار ضعیفی است و مقدار معناداری $0/901$ نیز نشان‌دهنده عدم تأثیر جنسیت در پیش‌بینی متغیر وابسته است. مقدار بتای پایگاه اقتصادی نیز $0/035$ به دست آمده است که مقدار ضعیفی است و مقدار معناداری $0/503$ نیز نشان‌دهنده عدم تأثیر پایگاه اقتصادی در پیش‌بینی متغیر وابسته است. در مورد دین‌داری بتای به دست آمده $0/249$ و سطح معناداری $0/000$ شده است که نشان می‌دهد دین‌داری از قدرت پیش‌بینی‌کنندگی مناسبی برخوردار است. جهت بتا منفی است یعنی هر چه دین‌داری افراد بیشتر باشد استفاده آن‌ها از موسیقی کمتر می‌شود. مقدار بتای به دست آمده برای سرمایه فرهنگی برابر با $0/193$ به دست آمده است که با توجه به سطح معناداری $0/005$ می‌توان گفت این متغیر نیز از قدرت تبیین میزان استفاده از موسیقی برخوردار است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر ذائقه موسیقایی فرهنگیان و عوامل مؤثر بر الگوی مصرف موسیقی معلمان شهرستان مشکین‌شهر را مورد مطالعه قرارداد. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که تفاوت معناداری بین میزان و نوع مصرف موسیقی با جنسیت وجود ندارد. بنابراین الگوی مصرف موسیقی در بین معلمان زن و مرد تفاوت چندانی نداشت. این یافته، با نتایج پژوهش پروایی (۱۴۰۰) در نوع موسیقی و حیدر پناه و همکاران (۱۳۹۶) با میزان مصرف موسیقی همسو بود. پروایی نشان داد زنان ذائقه موسیقایی واحدی ندارند بلکه ذائقه آن‌ها مبتنی بر پس‌زمینه‌های فردی و اجتماعی‌شان متفاوت است؛ این به معنای اجتماعی بودن ذائقه موسیقایی و وابستگی آن به پیشینه اجتماعی و فرهنگی است. در تحلیل عدم رابطه این دو متغیر باید گفت سلیقه بیشتر از آن که انتسابی باشد، اکتسابی است.

پایگاه اقتصادی بر میزان استفاده از موسیقی تأثیر داشت اما با نوع استفاده از موسیقی رابطه‌ای نداشت. معلمانی که از پایگاه بالایی برخوردارند بیش از دیگران از موسیقی استفاده می‌کردند. این نتیجه با یافته‌های حیدر پناه و همکاران (۱۳۹۶)، صمیم (۱۳۸۶) و بوردیو (۱۹۸۴) همسو بود. در تبیین نظری این فرضیه بوردیو نشان داد اولویت و ترجیح طبقات بالا، مصرف موسیقی نخبه‌گرایانه برای مثال، موسیقی کلاسیک، اپرا و تا اندازه‌ای موسیقی جاز است. در حالیکه ترجیح و انتخاب طبقات کارگر عمدتاً مصرف موسیقی‌های عامه‌پسندانه مانند موسیقی پاپ، راک، رپ و موسیقی رقص است.

دین‌داری نیز بر میزان استفاده از موسیقی تأثیر داشت، اما بر نوع موسیقی تأثیر معناداری نداشت. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد معلمانی که کمتر دین‌دار بودند بیش از دیگران از موسیقی استفاده می‌کنند. با این حال نوع موسیقی مورد استفاده در بین افرادی که میزان دین‌داری متفاوت داشتند، چندان فرقی نمی‌کرد. این نتیجه با پژوهش بیچرانلو و خرمی شاد (۱۴۰۱) و قدرتی (۱۳۹۵) همسو بود. آن‌ها به این نتیجه رسیدند دریافت دختران نوجوان از موسیقی، متأثر از نوع نگاه به دین است. در تحقیق قدرتی نیز بین دین‌داری دانشجویان که بیشتر از سنخ مناسکی است با گرایش به موسیقی رابطه معکوس وجود داشت. در تبیین نظری این فرضیه، حساسیت‌ها و ابهاماتی که در خصوص دیدگاه دین در مورد موسیقی وجود دارد طبیعی است که دین‌داران نظر متفاوتی نسبت به موسیقی داشته باشند. موسیقی در برخی روایات دینی طرد شده است و حتی برخی با دیدگاه حرام بدان می‌نگرند. همین امر در تمایل معلمانی

که دین‌داری قوی‌تری دارند، به استفاده از موسیقی اثر گذاشته و باعث شده آن‌ها کمتر به موسیقی گوش فرا دهند.

سرمایه فرهنگی با میزان و نوع استفاده از موسیقی رابطه معناداری داشت. کسانی از سرمایه فرهنگی بالاتری برخوردار بودند، بیشتر از بقیه از موسیقی استفاده می‌کردند. از سوی دیگر این افراد بیشتر از موسیقی کلاسیک یا سنتی و موسیقی محلی استفاده می‌کردند. در مقابل معلمانی که سرمایه فرهنگی پایینی داشتند، از موسیقی عامه‌پسند استفاده می‌کردند. این نتیجه با یافته‌های بورديو (۱۹۸۴) همسو بود. در تبیین نظری این یافته می‌توان گفت که موسیقی کلاسیک نوعی موسیقی نخبه‌گرایانه است و براساس دیدگاه بورديو که به تمایز ذائقه مصرف معتقد است، کسانی که سبک زندگی فرهنگی بالا (نخبه‌گرا) دارند بیشتر به موسیقی کلاسیک و سنتی روی می‌آورند. در مقابل کسانی که سبک زندگی فرهنگی توده‌وار دارند، بیشتر به موسیقی‌های عامه‌پسند روی می‌آورند. بورديو سه دسته متغیر را که بر سلیقه موسیقایی افراد تأثیرگذارند، شناسایی کرده است. این متغیرها عبارت‌اند از: منش، سبک زندگی و سرمایه فرهنگی. به اعتقاد بورديو منش‌ها یک نقشه شناختی را از دنیای اجتماعی افراد و طبایعی که برای فردی که در یک موقعیت ویژه است، فراهم می‌کنند. منش‌ها، رفتار را به سوی مسیریایی که برای افراد معقول به نظر می‌رسند، هدایت می‌کنند. انتخاب‌ها به وسیله فرصت‌های زندگی افراد شکل داده می‌شوند. این فرصت‌ها ریشه در واقعیت‌های ویژه‌ای مانند سن، جنس، نژاد، پایگاه اقتصادی دارند. افراد مصرف فرهنگی و سبک زندگی خود را آزادانه انتخاب نمی‌کنند، زیرا منش‌ها آن‌ها را متمایل به انتخاب‌های ویژه می‌کنند. آن‌ها حق رد یا اصلاح این انتخاب‌ها را دارند اما بورديو پیشنهاد می‌کند که انتخاب‌های عاملان همراه منش‌هایشان یکپارچه و سازگار می‌شوند.

نظریه بورديو (۱۹۸۴) در مورد سرمایه فرهنگی که منجر به بازتولید فرهنگ طبقه مسلط می‌شود، اشاره بر این امر دارد که چون طبقات مسلط دارای امکانات مادی بیشتری هستند و دسترسی بیشتری به انواع مثلاً موسیقی‌ها، ورزش‌ها، غذاها و ... دارند، می‌توانند ذائقه‌های خود را شکل ببخشند. به اعتقاد بورديو تمایزی ذاتی میان رمزگان فرهنگی عامه‌پسند و نخبه‌پسند وجود دارد. چنین تمایزی است که بورديو را وامی‌دارد تا سرمایه فرهنگی را راهی برای بازتولید طبقاتی نخبگان بداند. کسانی که از سرمایه فرهنگی بیشتری برخوردارند مصرف فرهنگی متفاوتی هم دارند یا به قول بورديو ذائقه نخبه‌گرا دارند.

نظریه بوردیو بر تبیین طبقاتی الگوی مصرف فرهنگی تأکید دارد. با وجود تایید شدن تمایز طبقاتی در مصرف موسیقی، ضرایب همبستگی اندک مشاهده شده در غالب آزمون‌ها، به خصوص عدم همبستگی نوع مصرف موسیقی با پایگاه اقتصادی، لزوم بازنگری در نظریه تمایز طبقاتی مصرف فرهنگی - حداقل در خصوص جامعه ایران - را خاطر نشان می‌سازد. این همسازی اندک بین نظریه و واقعیت مشاهده شده، می‌تواند ناشی از شرایط تولید و مصرف موسیقی در جامعه جدید باشد. زمانی موسیقی فقط در قالب اجراهای زنده قابل شنیدن بود و وسیله‌ای برای ضبط و شنیدن آن در هر زمان و مکان وجود نداشت. بنابراین گستره مکان‌هایی که می‌شد در معرض موسیقی قرار گیرد، محدود بود. در ضمن گستره تولید و تنوع موسیقی نیز اندک بود. به این ترتیب افراد در انتخاب و گوش دادن به موسیقی مورد علاقه، محدود بودند. اما امروز، در هر زمان و مکانی می‌توان موسیقی گوش داد. در ضمن آن قدر تولیدکننده موسیقی وجود دارد که می‌توان در معرض هر نوع تجربه موسیقایی قرار گرفت. دسترسی به انواع موسیقی برای همه افراد از طبقات اجتماعی مختلف نیز امکان پذیر شده است.

در خاتمه می‌توان گفت هنوز متغیرهای سرمایه فرهنگی در مصرف موسیقی نقش ایفا می‌کنند، اما شرایط جامعه جدید به سایر متغیرها نیز اجازه داده است تا بر ذائقه‌ها تأثیر بگذارند. بخشی از شرایط جامعه جدید نیز تولید و توزیع موسیقی در قالب‌های متنوع به صورت گسترده است. شرایطی که بیشتر از گذشته گوش دادن به موسیقی را به تجربه‌ای فردی و فراطبقاتی تبدیل کرده است. از این رو لازم است در بررسی مصرف موسیقی علاوه بر اتکا بر نظریه‌های طبقاتی به شرایط خاص هر کشور به خصوص ساختار طبقات و سیاست‌های فرهنگی آن کشور نیز توجه کرد.

منابع

- بورديو، پي‌ير (۱۳۹۰). *تمايز: نقد اجتماعي قضاوت‌هاي ذوقي*. حسن چاوشيان، چاپ اول، تهران: نشر ثالث.
- بورديو، پي‌ير (۱۴۰۱). پرسشنامه سرمايه فرهنگي، <https://ekeshoo.ir/bourdieu-cultural-capital-questionnaire>
- بيچرانلو، عبدالله و خرمي شاد، زينب (۱۴۰۱). «دريافت دختران نوجوان زيسته در بافت فرهنگي ديني از مصرف موسيقي»، *تحقيقات فرهنگي ايران*، دوره ۱۵، شماره ۴: ۱-۲۹.
- پروائي، شيوا (۱۴۰۰). «زنان و مصرف موسيقي؛ سنخ شناسي ذائقه موسيقياي زنان»، *جامعه‌شناسي فرهنگ و هنر*، دوره ۳، شماره ۳: ۶۳-۹۸.
- حيدر پناه، حميد؛ بهيان، شاپور و وحيدا، فريدون (۱۳۹۶). «بررسي عوامل مرتبط با مصرف موسيقي جوانان شهر تهران»، *مطالعات جوانان*، شماره ۳۶، ۱۵۸-۱۳۹.
- زمانيان، علي (۱۳۸۹). «موسيقي خوب و موسيقي بد»، *خبرآنلاين*، كد خبر ۶۳۸۰۴، (۲ خرداد). <https://www.khabaronline.ir/news/63804>
- سراج زاده، سيدحسين (۱۳۷۷). «نگرش‌ها و رفتارهاي ديني نوجوانان تهراني»، *نامه پژوهش*، دوره ۲، شماره ۷ و ۸: ۱۲۰-۱۰۵.
- شكوري، علي و غلامزاده نطنزي، اميرحسين (۱۳۸۹). «منش و سبك مصرف موسيقي: مطالعه موردی جوانان شهر تهران»، *مجله جهاني رسانه*، دوره ۵ شماره ۲.
- صميم، رضا (۱۳۸۶). *قشريندي اجتماعي و مصرف فرهنگي با تمرکز بر مصرف موسيقياي در شهر تهران، پايان‌نامه کارشناسي ارشد*، دانشگاه اصفهان.
- صميم، رضا و وحيد قاسمي (۱۳۸۸). «گرايش به مصرف گونه‌هاي موسيقي مردم‌پسند و ميزان پرخاشگري در ميان دانشجويان»، *فصلنامه تحقيقات فرهنگي*، دوره ۲، شماره ۸: ۲۶۲-۲۴۳.
- غربي، موسي‌الرضا؛ كوشكي، امين و عسگري چاروچي، حسين (۱۴۰۱). «مصرف موسيقي و نسبت آن با سرمايه فرهنگي: يك مطالعه كيفي در شهر تهران»، *جامعه، فرهنگ، رسانه*، دوره ۱۱، شماره ۴۵: ۱۵۹-۱۸۸.
- فاضلي، محمد (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسي مصرف موسيقي*. تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.
- فغفور مغربي، حميد (۱۳۸۶). «جستاري درباره موسيقي و معيارهاي آن در اسلام»، *نشریه هنرهای زیبا*، شماره ۳۱: ۱۲۹-۱۲۱.

- قدرتی، شفیعه (۱۳۹۵). «بررسی رابطه دین‌داری و گرایش به موسیقی مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه حکیم سبزواری»، *جامعه، فرهنگ، رسانه*، دوره ۵، شماره ۱۹: ۸۹-۱۱۲.
- مهدوی کنی، محمد سعید (۱۳۸۷). «مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی»، *تحقیقات فرهنگی*، دوره ۱ شماره ۱: ۱۹۹-۲۳۰.
- واحدیان، محمد، محمدزاده، پروین و رستمی، خلیل (۱۳۸۷). «بررسی ارتباط بین موسیقی و میزان اضطراب در دانش‌آموزان دبیرستان‌های تلاش شهرستان بجنورد»، *پژوهشنامه تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی*، دوره ۵، شماره ۱۷: ۱۵۷-۱۷۲.
- وکیل زاده دیزجی، روح‌ا... (۱۳۹۵). مطالعه جامعه‌شناختی میزان گرایش به موسیقی مدرن و سنتی در بین دانشجویان دانشگاه تبریز و عوامل اجتماعی و اقتصادی مرتبط با آن، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه تبریز.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A social Critique of the judgement of Taste*, Routledge.
- Bourdieu, Pierre (2011). *Distinction: social criticism of Zohki's judgments*. Hassan Chavoshian, first edition, Tehran: Sales. (In Persian)
- Bourdieu, Pierre (2022). Questionnaire of cultural capital, <https://collegeprozheh.ir>. (In Persian)
- Faghfur Maghrib, Hamid (2006). "A survey about music and its standards in Islam", *Fine Arts Magazine*, No. 31: 129-129. (In Persian)
- Fazli, Mohammad (2012). *Cultural consumption and lifestyle*, Tehran: Sobh Sadeq. (In Persian)
- Gharbi, Musa Al-Reza; Koshki, Amin and Asgari Charouchi, Hossein (2023). "Music consumption and its relationship with cultural capital: a qualitative study in Tehran", *Society, Culture, Media*, Vol. 11, No. 45: 188-159. (In Persian)
- Glock C. and R. Stark (1971). *Religion and Society in Tension*, US: Rand McNally & Company. <https://ekeshoo.ir/religiosity-questionnaire>
- Gudari, Shafia (2015). "Examining the relationship between religiosity and music orientation, a case study: students of Hakim Sabzevari University", *Society, Culture, Media*, Vol. 5, No 19: 112-89. (In Persian)
- Heydar Panah, Hamid; Behian, Shapour and Vahida, Fereydoun (2016). "Investigating the factors related to the consumption of music by the youth of Tehran", *Youth Studies*, No. 36, 158-139. (In Persian)
- Mahdavi Keni, Mohammad Saeed (2008). "The concept of lifestyle and its scope in social sciences", *Cultural Research*, Vo. 1, No. 1: 199-230. (In Persian)
- Parvai, Shiva (1400). "Women and music consumption; Ethnology of women's musical taste", *Sociology of Culture and Art*, Vo. 3, No. 3: 63-98. (In Persian)
- Samim, Reza (2016). *Social stratification and cultural consumption with a focus on music consumption in Tehran*, Master's thesis, University of Isfahan. (In Persian)

- Samim, Reza and Vahid Ghasemi (2008) .“Tendency to consume populist music types and the level of aggression among students”, Cultural Research Quarterly, Vo. 2, No. 8: 262-243. (In Persian)
- Shakuri, Ali and Gholamzadeh Natanzi, Amir Hossein (2009) .“Behavior and Style of Music Consumption: A Case Study of Youth in Tehran”, Global Media Journal, Vol. 5, No. 2. (In Persian)
- Sirajzadeh, Seyedhossein (2017) .“Religious attitudes and behaviors of Tehrani teenagers”, Research Journal, Vo. 2, No. 7 and 8: 105-120. (In Persian)
- Turner, B. and Edmund, J. (2002) .“The distance of taste: Bourdieu cultural capital and postwar elites”, In Consumer culture Journals, Vol. 2, No. 219
- Vahidian, Mohammad, Mohammadzadeh, Parveen and Rostami, Khalil (2007). “Investigating the relationship between music and the level of anxiety in high school students of Bojnord city”, educational research journal of Islamic Azad University, Vo. 5, No. 17: 157-172. (In Persian)
- Vakilzadeh Dizji, R. A. (2016). Sociological study of the degree of inclination towards modern and traditional music among Tabriz University students and social and economic factors related to it, Master's thesis, Tabriz University. (In Persian)
- Zamaniyan, Ali (2010). Good music and bad music, Khabaronline, news code 63804, (2 June). <https://www.khabaronline.ir/news/63804>. (In Persian)