



سال پنجم / تابستان ۱۳۹۵

«خود دین هم اگر جایی برای تلفیق های آزادانه ی اندیشه و فعالیت، جایی برای هنر، برای هر آن چیزی که به جان خسته از قید و بندهای زندگی روزانه، نفسی تازه می دهد قائل نمی بود نمی توانست دین باقی بماند: همان عللی که دین را باعث شده اند این ضرورت را برای وی ایجاد می کنند. منظور از هنر فقط پوششی برای تزئین خارجی نیست که کیش عبادی به کمک آن بتواند جنبه های زیادی سختگیرانه و خشن خود را پنهان بدارد: در خود کیش عبادی چیزی زبانشناسانه وجود دارد»

(دورکیم، ۱۳۸۳: ۵۲۷).

بررسی رابطه دینداری و گرایش به موسیقی مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه حکیم سبزواری

• شفیه قدرتی^۱

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه دینداری و میزان گرایش به موسیقی در بین دانشجویان دانشگاه حکیم سبزواری انجام گرفته است. این پژوهش با استفاده از روش تحقیق پیمایشی و تکنیک پرسشنامه ای بر روی ۳۸۵ نفر از دانشجویان دانشگاه حکیم سبزواری صورت گرفته است. روش نمونه گیری، طبقه بندی متناسب با حجم بوده است. نتایج همبستگی پیرسون نشان داد که بین نمره مناسک دینی و میزان گرایش به موسیقی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. همچنین رابطه مناسک فردی و جمعی نیز با میزان گرایش به موسیقی معکوس و معنادار است و همبستگی $0/24$ - نشان می دهد که میزان رابطه ی مناسک جمعی بیشتر از مناسک فردی است. اما بین متغیرهای اعتقاد دینی و عواطف دینی با میزان گرایش به موسیقی رابطه ای مشاهده نشد. به علاوه آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که، بین میزان استفاده از رسانه های ماهواره، اینترنت، ویدئو و ام. پی. ۳ پلیر با متغیر وابسته رابطه ای مثبت و معنادار وجود دارد. نتایج این تحقیق بیانگر آن است که هر چه دینداری آنها بیشتر از سنخ مناسکی و به ویژه مناسک جمعی است گرایش به موسیقی در آنها کمتر است.

واژگان کلیدی:

مناسک دینی، اعتقاد دینی، عواطف دینی، رسانه، موسیقی، دانشجویان، سبزواری

مقدمه:

جامعه ای نیست که در آن دین وجود نداشته باشد، چنانکه جامعه ای نیست که در آن هنر وجود نداشته باشد این دو حوزه که هر یک به مثابه نظامی نمادین برای تبادل معنا شناخته می شوند در حقیقت عرصه های متفاوتی را در فضای اجتماعی ایجاد می کنند (جمشیدیها و طلوعی، ۱۳۸۸: ص ۸). بسیاری از جامعه شناسان دین بر این باورند که موضوع پژوهش ها و اندیشه های دینی کارکردهای آئین های دینی در جامعه و انواع واکنش های دینی نسبت به جهان یا نظم اجتماعی تأثیرات مستقیم یا نامستقیم نظام های عقیدتی دینی بر جامعه و اجزای ترکیبی یا عناصر وابسته به آن است (گولد و کولب، ۱۳۸۴: ص ۳۰۱). تحلیل های نظری پارسونز بیانگر آن است که دین یکی از نقاط اصلی آغارینی است که جامعه روی آن ساخته شده و با گرد هم آوردن افراد «هم عقیده» موجب تقویت باورها و ارزش های اصلی می شود (دیلینی، ۱۳۸۸: ص ۲۶۶). همچنین از نظر پارسونز آثار هنری و دین بعنوان خرده نظام نظام های فرهنگی، مسئولیت آگاهی رسانی به افراد را در خصوص عقاید و ارزش های اخلاقی اساسی سیستم اجتماعی بر عهده دارد (همان، ص ۲۶۸).

با توجه به نظریه های پست مدرنیست فرهنگی می توان گفت که با پیشرفت ها و تغییراتی که در جهان امروز، در حوزه های مختلف فرهنگی از جمله، در حوزه فناوریهای نوین اعم از رایانه های خانگی، اینترنت، موبایل و دوربین های دیجیتال حاصل شده است، تولید و توزیع کالاهای فرهنگی از قلمروی دستگاه و یا طیفی خاص خارج شده و در دسترس عموم قرار گرفته است. این تحول در عرصه محتوا، منجر به گسترش فرهنگ در زمینه های مختلف شده است (خادمی، ۱۳۸۸: ص ۵۱). با این حال، در جوامع در حال گذار، دین و رسانه نیز دو متغیر اجتماعی است که می تواند تأثیرات مستقیم یا نامستقیمی بر جامعه و اجزاء و عناصر آن از جمله آثار هنری (موسیقی) به عنوان یک عنصر فرهنگی داشته باشد.

از نظر بوردیو، دانش سلیقه و مصرف فرهنگی با تعدی و تخلفی آغاز می شود که به هیچ وجه زیبایی شناختی نیست: این دانش ناچار است مرز مقدسی را زیر پا بگذارد که فرهنگ مشروع را به صورت جهان جداگانه ای محصور می کند، تا به این ترتیب روابطی را کشف کند که به «انتخاب» های ظاهراً نامربوط مانند ترجیحات در موسیقی و غذا، نقاشی و ورزش، ادبیات و مدل مو، وحدت و انسجام می بخشند. باز آمیختن خشک و خشن مصرف زیبایی شناختی در دنیای مصرف عادی و متداول، تقابل میان «ذایقه حسی» و «ذایقه فکری» را که از زمان کانت پایه و اساس زیباشناسی والا بوده است، بر هم می زند، و همچنین تقابل میان لذت سهل الوصول، یعنی لذتی که به لذت حواس فرو کاسته می شود، و لذت ناب یعنی لذتی فارغ از لذت حسی، که می تواند نماد برتری اخلاقی و محک استعداد تعالی جویی باشد که انسانیت راستین آدمی را تعریف می کند. فرهنگی

که از این تقسیم بندی جادویی حاصل شود، مقدس است. تقدیس فرهنگی به همه اشیاء و اشخاص و وضعیت هایی که لمس می کند، نوعی تعالی وجودی اعطا می کند که بی شباهت به استحاله نیست (بوردیو، ۱۳۹۰: ص ۳۰).

لذت جویی طبیعی - که پایه و اساس حوزه قدسی فرهنگ است، به معنای تأیید و پذیرش برتری کسانی است که می توانند از لذت هایی سیراب شوند که متعال، منزّه، بی غرض، بی چشم داشت و آقامنش و متشخص اند و تا ابد با آلودگی های نامقدس دنیوی بیگانه اند. به همین دلیل است که هنر و مصرف فرهنگی، خواه آگاهانه و عمدی باشد خواه نباشد، مستعد ایفای کارکردی اجتماعی است که همانا مشروعیت بخشیدن به تفاوت های اجتماعی است (همان، ص ۳۱).

در جوامعی نظیر جامعه ما، دین در سطوح مختلف آن از نقش و نفوذ مؤثری برخوردار است و به ویژه در دهه های اخیر با پیوند خوردن این نهاد مهم به مدیریت کلان جامعه، به منابع سازمانی و اقتصادی مهمی دست یافته که نشر و اشاعه و جوهی از آن را آسان تر ساخته است. بنابراین این پژوهش نیز از جمله پژوهش هایی است که به بررسی رابطه دین و رسانه به عنوان دو متغیر مستقل، با میزان گرایش به موسیقی می پردازد.

بیان مسأله:

انسان اجتماعی انسانی است که بخشی از رفتارهای او ناشی از ارزش ها و حالات درونی شده و الگوهای عاداتی است که ریشه در شرایط متفاوت فرهنگی - اجتماعی جوامع دارد. این شرایط فرهنگی - اجتماعی امری متجسد و متصلب نیست بلکه دائم تحت تأثیر کردار مردم در جامعه باز تولید می شود (جلائی پور، ۱۳۸۶: ص ۵۹). دین یکی از نهادهای بسیار مهم اجتماعی است و علاوه بر آن که شکل تفکر و رفتار «مذهبی» را تعیین می کند، بر سایر نهادها و در نتیجه انواع رفتارها تأثیر می گذارد (صانعی، ۱۳۷۲: ص ۳۲۰).

دیدگاه پیتر برگر درباره دین و معنا بیانگر این است که چون مقررات، نقش ها، الزام ها و نهادهای اجتماعی بسیار شکننده اند، نیاز به آن داریم که پیوسته به ما یادآوری شود که چه باید بکنیم و در این میان باید معانی متبلور در فرهنگ و نهادها، همیشه به ما گوشزد شود. این یادآوری را بیشتر مناسب به عنوان بخش مهمی از دین، برای ما انجام می دهند. طی اجرای مناسب، تداوم میان وضع کنونی و سنت اجتماعی برقرار می شود و تجربه افراد جامعه، زمینه تاریخی پیدا می کند (همپلتون، ۱۳۸۹: ص ۲۷۳).

هر چند اخلاق نیز می تواند با مبانی غیر دینی و فلسفی خود منبع معنویت باشد اما غالباً مهم ترین منبع معنویت در جوامع بشری را دین می دانند. از سوی دیگر «موسیقی معنوی ترین هنر در میان هنرهای معنوی است و عشق به موسیقی ضامن معنویت است» چرا که «موسیقی با ژرف

ترین درونیات پیوند دارد» (بورديو، ۱۳۹۰: ۴۵).

اغلب یک همبستگی عمده بین تفکرات دینی نهادی شده و واکنش های هیجانی عمیق موسیقی وجود دارد (پنمان و بیکر، ۲۰۰۹: ص ۵۱). بعضی از دانشمندان از جمله دوین بر این نظرند که به طور کلی، موسیقی های دینی، در زمینه موسیقی عامه مطرح می شوند و در حقیقت موسیقی دینی و موسیقی عامه با یک رابطه ناهماهنگ به حیات خود ادامه می دهند (دوین، ۲۰۱۱: ص ۱۲).

در مباحث تحلیل جهان کنونی، جهانی شدن یکی از دغدغه های ربع آخر قرن بیستم است. فلاسفه درباره تضمین های اخلاقی و فرهنگی این پدیده اندیشه می کنند و نتایج آن را برای جهان تهدید کننده می دانند. آنها معتقدند پدیده جهانی شدن تحمیل گر است، پیامدهای آن منجر به پیدایی پدیده ای به نام تکنوپولی می شود. فن آوری جای دو باور، قدرت، ارزش و اخلاق را می گیرد و جامعه را به قربانگاه معنویت و اخلاق می کشاند. اقتصاددانان درباره پیامدهای منفی و یا معجزات آن تبلیغ می کنند. شماری از آنها معتقدند جهانی شدن روندی توقف ناپذیر و نهابتا سودمند برای جهان است و پیامد آن افزایش اشتغال و بالا رفتن آگاهی مردم جهان می باشد (دادگران، ۱۳۸۷، ص ۱۹۰).

کونن معتقد است که فرهنگ دارای سه عنصر شناختی، مادی و قواعد سازمانی است که جنبه شناختی اش، شامل ارزش ها و ایدئولوژی ها و جنبه مادی شامل مهارت های فنی، هنرها و اشیای مادی دیگر است و قواعد سازمانی شامل مقررات است (همان، ص ۲۰). فیلسوفان علوم اجتماعی نیز در این رابطه، بر این عقیده اند که قوام و بنیان جامعه به فرهنگ است و بخش شناختی آن نقش بنیادی دارد و بخش های دیگر را تحت الشعاع قرار می دهد و جنبه مادی و قواعد سازمانی فرهنگ، مستقیم یا غیر مستقیم تحت تأثیر جنبه شناختی فرهنگ، و به ویژه ارزش ها هستند (مریجی، ۱۳۸۷، ص ۲۳).

هنرها به عنوان بخشی از فرهنگ به طور مستقیم یا غیر مستقیم تحت تأثیر ارزش های دینی هستند. با توجه به اینکه از یک سو فرایند بازاندیشی ارزشها، احکام و مراسم دینی یک فرایند اجتماعی است و از سوی دیگر، مهارت های فنی، هنرها و اشیای مادی، باعث شده است که اغلب جوامع از جمله جامعه ایران، با چالش های نوسازی و مدرنیته روبرو شود، توجه به رفتار و کردار اجتماعی و روابط افراد اهمیت خاصی می یابد. انسان ها در جستجوی معنا به دین و موسیقی (به عنوان نوعی هنر) و اخلاق پناه می برند. اما این وجوه معنویت در قشر تحصیل کرده ی جامعه ی ما چگونه خود را نشان می دهد. جامعه ای که در دهه های اخیر تغییرات زیادی را هم در بازگشت به سنت و هم در پذیرش مدرنیته تجربه کرده است. بنابراین سؤالاتی که برای این تحقیق در نظر گرفته شده است به شرح ذیل می باشد.

- آیا بین دینداری و میزان گرایش به موسیقی رابطه ای وجود دارد؟
 - چه رابطه ای بین ابعاد سه گانه مناسکی، اعتقادی و عاطفی دین و میزان گرایش به موسیقی در بین دانشجویان وجود دارد؟
 - آیا بین رسانه های اینترنت، ماهواره، ویدئو و ام. پی. ۳ و میزان گرایش به موسیقی رابطه ای وجود دارد؟

ادبیات تحقیق:

در این بخش به برخی از تحقیقاتی که در رابطه با دین و موسیقی در داخل و خارج از کشور انجام گرفته، می پردازیم.

مطالعه ای با هدف بررسی «فلسفه استقلال نهاد دین، دانش، هنر و ادبیات از دولت» در ایران صورت گرفته است. نتایج آن نشان می دهد که استقلال نهاد دین، دانش، هنر و ادبیات از دولت، نافی تعامل سازنده میان آنان نیست. به نظر محقق، دولت دموکراتیک می تواند از دستاوردهای آزاد این نهادها، در کار نقد و ارزیابی، برنامه ریزی و سیاست گذاری بهره های فراوان ببرد و با فروتنی و اغتنام فرصت، از خرمن دانش، اندیشه و سنجش گری این نهادها بهره برگیرد و به اندازه توان و اقتدار خویش بیافزاید (محمودی، ۱۳۸۵).

تحقیق دیگری تحت عنوان «ملاحظه ای تاریخی درباره مناسبات جامعه شناختی نهادهای دین و هنر (با تکیه بر مورد ایران)» صورت گرفته است. در این مقاله کوشش شده است تا ساحت های دین و هنر به مثابه حوزه گردش ایده نمایانده شده و با بیان رابطه هر یک با قدرت، در ابتدا بر اساس مبانی نظری پی ر بوردیو امکان تحولات ساختاری در هر یک از این میدان ها طی تکوینی تاریخی نشان داده شود. با نگاهی تاریخی، سعی در نشان دادن این نکته بوده است که در سپهر سنتی، در آمیختگی دین و هنر به قسمی بوده است که جداسازی این دو از یکدیگر ناممکن می نماید و اصولاً هنر، دینی و دین، آمیخته با هنر بوده است و مناسبات میدان های دین و هنر بر اساس همین در آمیختگی قابل فهم بوده است. از سوی دیگر، برآمدن هنر مدرن بر اساس تفکیک حوزه های متفاوت اجتماعی منتج از مدرنیته، منجر به استقلال هر چه بیشتر این میدان ها از هم شد، این امر که با گسترش دنیوی شدن صورت گرفت، هر چند از صبغه دینی هنر کاست، ولی به جای آن هنر را گاه در مقام والای رهایی بخشی قرار داد. در پایان محققان متذکر می شوند که لازم است نسبت این امر با فرایند دنیوی شدن سنجیده شود (جمشیدیها و طلوعی، ۱۳۸۸).

تحقیقی تحت عنوان «توزیع اجتماعی الگوی مصرف (بررسی سلیقه های هنری در شهر تهران)»، انجام گرفته است. یافته های پژوهش در خصوص سلیقه موسیقیایی حاکی از آن است که میزان دینداری و سطح مخالفت فرهنگی، با نوع سلیقه موسیقیایی رابطه معناداری دارد. همچنین

موسیقی مذهبی و سنتی ایران مورد علاقه افرادی است که میزان دینداری شان بالاست و سطح مخالفت فرهنگی بالا با علاقمندی به موسیقی خارجی و پاپ لوس آنجلسی همخوانی دارد (رحمتی و مرادی، ۱۳۸۹).

مطالعه ای تحت عنوان « بررسی ویژگی های پدیده اجتماعی موسیقی رپ فارسی و میزان محبوبیت آن در ایران با تأکید بر جوانان و نوجوانان ۱۲ تا ۲۹ ساله» در شهر تهران انجام شد. نتایج نشان می دهد که بدون شک در چند سال اخیر موبایل بیشترین میزان نفوذ را در میان جامعه ایران داشته است. از دیگر رسانه های نوینی که در چند سال اخیر نرخ رشد بالایی را در جامعه ایران داشته اینترنت بوده است. البته نتایج به دست آمده نشان می دهد که مصرف اینترنت در میان گروه سنی ۲۳ تا ۲۹ سال بیشتر از گروه سنی ۱۲ تا ۲۲ سال است. با توجه به نتایج به دست آمده از این نظر سنجی، دوستان مهمترین منبع تهیه موسیقی برای هر دو گروه سنی جوانان و نوجوانان به شمار می روند. همچنین نتایج بیانگر این است که، رادیو، تلویزیون و فروشگاه ها به عنوان اصلی ترین محل عرضه موسیقی مجاز کشور زیر ۳۰ درصد از نیاز مخاطبان را پاسخ می دهند. ماهواره و اینترنت نیز به عنوان محل عرضه موسیقی غیر مجاز، به همین میزان یعنی چیزی حدود ۳۰ درصد از نیاز مخاطبان را برآورده می سازند (خادمی، ۱۳۸۸).

مطالعه ای با هدف بررسی «تطور تاریخی دین و هنر تا دوره مدرن: درآمیختگی و کشمکش»، توسط هکت انجام شد. این تحقیق، در هنر و دین در افریقا (۱۹۹۹)، پیوستگی و جدایی تاریخی این دو عرصه را در هنر افریقایی نشان داده است. بر اساس تحقیقاتی از این دست، می توان گفت که اتفاقی اساسی در دوره رنسانس و با تغییر معنای هنر واقع شد. در این دوره بود که شاید برای اولین بار ساخت ابژه های تصویری ممکن شد و نگاه به هنرمند به منزله سوژه کار هنری شکل گرفت (جمشیدیها و طلوعی، ۱۳۸۸: ص ۱۱).

مطالعه دیگری با هدف بررسی «فاندوم به عنوان یک صورت دینی: استقبال از موسیقی پاپ با روش های هیجان انگیز در لیورپول»، توسط لوبرت انجام گرفته است. این مقاله الگوی استفاده از روش های هیجان انگیزی را بررسی می کند که تا حدی، استفاده از شعائر و مناسک دینی در موسیقی فاندوم همانند معانی شناخته شده در صور بنیانی حیات دینی توسط دورکیم می تواند به عنوان یک صورت دینی تلقی شود. زیرا اهمیت پژوهش تجربی ثابت کرده است که، آزمون کنسرت پاپ و اثرات تکرار کننده آن به عنوان یک نقطه شروع برای مطالعه به کار گرفته شده است. این همان روش به تصویر کشیدن و برقراری رابطه بین زمینه دینی و غیر دینی در طول حیاتشان است. همچنین این نظرات توسط تحلیل های هیجانی کالینز و مارتز توسعه یافته است. نهایتاً گونه شناسی روش تجربی بر این است که بین کنش اولیه، کنش ثانویه مناسک، مناسک فردی و شعائر جمعی رابطه وجود دارد (لوبرت، ۲۰۱۲).

تراویز پژوهشی را به نام «موسیقی و رسانه های جمعی دیجیتال» به لحاظ اجتماعی، اقتصادی و سیاسی» در سال ۱۹۹۹ با روش تحلیل گفتمانی در امریکا انجام داد. وی در این مقاله به بررسی رابطه جامعه شناختی، اقتصادی و سیاسی بین هنر رسانه های الکترونیکی و الگوهای تولید و پخش و بی نظمی عمومی شبکه جهانی آتی پرداخت. یافته های او نشان می دهد که افرادی که رسانه های جدید را به وجود می آورند و با آن کار می کنند نه برای نشان دادن در انظار عمومی از زیبا شناسی هنری استفاده می کنند و نه آنها پیامد روابط اجتماعی یا نابرابری قدرتهای اقتصادی در هنرهایی که خودشان امروزه یافته اند بررسی می کنند. آنها بحرانهایی را توسط رسانه ها، با بدترین پخش و برنامه های ضبط شده ایجاد کرده اند و بنابر نظر محقق، جنبه های آزادی که توسط تکنولوژی های قرن بیستمی به ما می دهند، در برابر تعدادی از خدمات جدید، خدماتی به خودمان ارائه شده است که بیشتر به لحاظ تکنولوژیکی با ساخت و سبک موسیقی مصرفی ما منتشر شده است (استفن تراویز، ۱۹۹۹).

مبانی نظری:

در این بخش به طور اجمالی به برخی از نظریاتی را که بیشتر با موضوع مورد بحث ما در ارتباط هستند می پردازیم.

امیل دورکیم مسئله هنر را تنها از لحاظ رابطه ای که در نگاهش با دین دارد، بررسی کرده است (هینیک، ۱۳۸۴: ص ۲۳). به نظر دورکیم بازی ها و شکل های اصلی هنر از دین برخاسته اند و تا مدت ها نیز خصلت دینی خود را حفظ کرده بودند. وی این ویژگی دین را به خاطر کارکرد ایجاد تفریح در کنار سایر کارکردهای آن ذکر می کند. از نگاه دورکیم «واقعیتی که اندیشه ی دینی به آنها برمی گردد قادر به بیان شدن در قالب دینی نخواهند بود مگر آن که تخیل بشری در آنها دست ببرد» (دورکیم، ۱۳۸۳: ۵۲۶). این تخیل به نظر می رسد همان وجوه هنری را می آفریند که موسیقی نیز جزئی از آن است. دورکیم استدلال می کند که جهان دین در قالب خارجی آن، جهانی است تا حدودی تخیلی که با رام شدگی بیشتری به آفرینش های آزادانه تن می دهد و از آن جا که نیروهای عقلی به کار رفته در ساختمان آن نیروهایی قوی هستند علاوه بر تمایل به بیان نمادی در قالب آثار تکمیلی و تجملی یعنی هنر نیز به بیان در می آیند (همان: ۵۲۶).

وبر در بررسی جهت گیری دنیاگریزی مذهبی به تحلیل رابطه حوزه زیبایی شناسی و مذهب و تحولات این رابطه در فرایند عقلانی شدن پرداخته است. این رابطه به زعم وبر، در ابتدا رابطه ای همسو و هماهنگ بوده است، اما در جریان پیشرفت خردورزی، از یک سو ولایش یافتن اخلاق مذهبی و طلب رستگاری و از سوی دیگر تکامل منطق درونی هنر، تنش هایی را در رابطه این دو حوزه پدید آورده است، چرا که در این شرایط، هنر به جهانی تبدیل می شود که با جذب ارزشهای

مستقل و به عهده گرفتن رستگاری تبدیل می شود. وبر در ادامه به اظهار نظری ابتکاری پرداخته است که پژواک نیرومند آن، بعد از هفتاد سال، در آثار بورديو به وضوح نمایان شده است. پرهیز انسان مدرن از پذیرش قضاوت های اخلاقی گرایش به این نکته دارد که قضاوت بر مبنای اخلاق را به قضاوت بر مبنای ذوق و سلیقه تبدیل کرده و بدسلیقگی را جانشین نکوهیدگی کند. بررسی تحول و عقلانی شدن موسیقی غربی و انواع دستگاه ها و سازه های آن از دیگر جنبه های کار وبر است. با این حال، آثار وبر در ارتباط با هنر بیشتر از منظر رابطه هنر و عقلانی شدن نوشته شده اند، تا این که به دنبال کشف روابط متقابل میان هنر و ساخت اجتماعی باشند(رحمتی و مرادی، ۱۳۸۹: ص ۱۰).

به نظر وبر، حتی در قلمروهایی چون موسیقی نیز غرب رهیافت عقلانی تری داشته است. همه این قضایا باعث تولید بیشتر می شدند، وبر، این قضیه را در تضادی که میان عقلانیت صوری و عقلانیت ذاتی قائل می شود، نشان داده شده است. تعقیب منظم سود در جهان سرمایه داری، از طریق محاسبه دقیق هزینه در برابر بازده، به معنای صوری ممکن است بسیار عقلانی باشد، اما ضرورتاً عقلانیت ذاتی به بار نمی آورد، زیرا ممکن است هدف ها و نیازهای انسانی و نیازهای کل جامعه را برآورده نکند. عقلانیت صوری، کاری با ارزش ها ندارد، حال آن که عقلانیت ذاتی، متضمن مواضع ارزشی است. عقلانیت یک چیز، به معنای ذاتی آن بستگی به ارزش های مورد اعتقاد آدم ها دارد و هر آنچه به این معنا و از این دیدگاه عقلانی است، ممکن است در معنا و از دیدگاه دیگر عقلانی نباشد(همیلتون، ۱۳۸۹: ص ۲۴۴).

با توجه به نظریه وبر، جوامعی نظیر جامعه ما در رهیافت خود به همه قلمروهای کار و زندگی، اعم از قلمرو دینی، فرهنگی- هنری موسیقی، اجتماعی و اقتصادی دارای عقلانیتی ذاتی بوده و متضمن مواضع ارزشی است و جامعه ای است که در صدد برآورده کردن هدف ها و نیازهای انسانی و نیازهای کل جامعه می باشد. همچنین تأکید وبر بیشتر بر محتوای ذهنی نظام های اعتقادی است و دین را به عنوان بعد محوری فرهنگ قلمداد می کند.

گیرتس به دین به عنوان بخشی از یک نظام فرهنگی نگاه می کند. مقصود او از فرهنگ «الگویی از معانی است که در راستای تاریخ انتقال می یابد و از طریق نمادها تجسم پیدا می کند و یا نظامی از مفاهیم است که به انسان ها به ارث می رسد و به صورت های نمادین بیان می شود». به گفته گیرتس، دین به منزله بخشی از یک فرهنگ، با نمادهای مقدس و کارکردهای آنها سر و کار دارد، تا روحيات آدم ها، یعنی آهنگ، خصلت و کیفیت زندگی، سبک اخلاقی و زیبایی شناختی و حالت زندگی آنها را با جهان بینی شان، یعنی همان تصویری که از واقعیت عملکرد اشیاء دارند و فراگیرترین اندیشه های آنها درباره نظم، ترکیب کند(همیلتون، ۱۳۸۹: ص ۲۶۶).

گیرتس دو عنصر را از هم جدا می کند: یکی روحيات آدم ها و دیگری جهان بینی شان.

نمادهای مقدس، یا به عبارت دیگر همان دین، در ایجاد تصویر آدم‌ها از جهان و مرتبط ساختن آن با روحيات شان، نقش مهمی برعهده دارد. نمادهای مقدس، روحيات آدم‌ها را از جهت عقلی منطقی جلوه می‌دهد، زیرا این روحيات را به صورت شیوه‌ای از زندگی نشان می‌دهد که با محتوای جهان بینی آنها تطبیق آرمانی دارد. به عبارت دیگر، جهان بینی انسان‌ها موجب کننده است، زیرا چنان ساخته شده است که با شیوه‌ی بالفعل زندگی همخوانی دارد. در نتیجه، روحيات و جهان بینی، متقابلاً همدیگر را تأیید می‌کنند (همان، ۲۶۶). نظریه‌ی گیرتس بیانگر این است که جهان بینی انسان‌ها یعنی دین که از واقعیت‌ها سرچشمه می‌گیرد و روحيات آدم‌ها یعنی زیبایی شناختی و هنر متقابلاً همدیگر را تأیید می‌کنند و می‌توانند بر یکدیگر تأثیر متقابل داشته باشند. در دیدگاه بورديو، فرهنگ موسیقایی، به لحاظ تعریف اجتماعی اش، چیزی فراتر از قدری دانش و تجربه همراه با توانایی سخن گفتن در باب آن هاست. موسیقی «معنوی ترین» هنر در میان هنرهای معنوی است و عشق به موسیقی ضامن معنویت است. به نظر بورديو فقط کافی است به این بیندیشیم که این روزها به کمک صورت غیر دینی (مثلاً روانکاوانه) زبان دینی، چه ارزش فوق العاده‌ای به مجموعه‌ی واژگان مربوط به «گوش دادن» می‌دهند. همان طور که تنوع بی شمار روح موسیقی و «موسیقی روح» شهادت می‌دهد، موسیقی با «ژرف ترین» «درونیات» پیوند دارد و همه‌کنسرت‌ها مقدسند. در دنیای بورژواهایی که رابطه‌ی خویش به عامه‌ی مردم را چونان رابطه‌ی روح و جسم تلقی می‌کنند، «بی‌اعتنایی به موسیقی» بدون شک باز نمود نوعی زمختی و نافرهیختگی ماده پرستانه به شمار می‌آید. ولی این همه‌ی ماجرا نیست. موسیقی به معنای واقعی کلمه ناب و «محض» است. موسیقی چیزی نمی‌گوید و چیزی برای گفتن ندارد و در واقع هرگز هم کارکرد ابرازگری ندارد، موسیقی نقطه‌ی مقابل نمایش است، که حتی در پالوده‌ترین شکل‌های خود نیز همچنان حاوی پیام اجتماعی است که فقط بر اساس آشنایی مستقیم و عمیق با ارزش‌ها و چشم داشت‌های مخاطبانش می‌تواند این پیام را برساند. موسیقی باز نمود افراطی‌ترین و مطلق‌ترین شکل نفی دنیا، و خصوصاً نفی دنیای اجتماعی است که روحیه‌ی بورژوازی معمولاً از همه‌ی هنرها طلب می‌کند (بورديو، ۱۳۹۰: ص ۴۵). بنا براین به نظر بورديو موسیقی در چارچوب مفهوم ذائقه قرار می‌گیرد که صبغه‌ی طبقاتی دارد.

لیبرالیست‌ها اعتقاد دارند گسترش رسانه‌های جمعی، نه تنها کنترل زندگی انسانها را بیشتر نخواهند کرد، بلکه زمینه‌های قدرت یابی انسانها را در برابر دولت و سازمان‌ها بیشتر خواهد کرد. آنها با تأکید بر رکن چهارم بودن رسانه‌ها معتقدند رسانه‌های جمعی یک نوع آگاهی جهانی نسبت به ارزشهای مشترک بشری و عمدتاً ارزشهای لیبرال پدید می‌آورند که این امر زمینه‌های رشد دموکراسی در جوامع دیگر را نیز تقویت خواهد کرد (بشیر، بصیریان جهرمی، ۱۳۸۵: ص ۱۴۵). بنا به نظر نیل پستمن، فرهنگ رسانه‌ای برای جذب مخاطبان بیشتر و افزایش قدرت نفوذ

و سود خود، هر روز شیوه‌های نمایشی و چشم‌اندازهای پیچیده و فنی جدیدتری به کار می‌گیرد. چند رسانه‌ای‌های جدید تبدیل به بخشی از تصنیف پر از استعاره و مجاز و تخیل فرهنگ تکنولوژیک شده است و در عین حال، وجه نمایشی فرهنگ رسانه‌ای را برجسته و پر رنگ می‌کند. مهم‌تر از همه این‌که تنشها و برخوردهای اجتماعی و سیاسی در صفحات فرهنگ رسانه‌ای ظاهر می‌شوند. این فرهنگ، از یک سو انرژی و زمان روزافزونی به هدر می‌دهد و از سوی دیگر، موضوعات بیشتری برای تخیل، رؤیابافی، مدل‌سازی فکری و رفتاری، هویت‌سازی فراهم می‌آورد (بشیر، بصیربان جهرمی، ص ۱۴۰).

ژان بودریار، صاحب نظر مشهور پست مدرن دربارهٔ رسانه‌ها، معتقد است، گسترش رسانه‌ها و تقویت فناوری ارتباطی، جهانی را به وجود می‌آورد که در آن تشخیص آنچه که واقعیت است از آنچه که واقعیت نیست، ناممکن است. از این رو انسانها در یک جامعهٔ پست مدرن با فرا واقعیتها و نه واقعیتها مواجه‌اند. او می‌گوید: رسانه‌ها، اطلاعاتی بیش از حد ارائه می‌کنند و این کار چنان صورت می‌گیرد که مخاطبان را در پاسخگویی باز می‌دارد. وی ادامه می‌دهد، امروزه توده‌ها راه تخریب رسانه‌ها را یافته‌اند و این همانا استراتژی سکوت یا انفعال است. بودریار معتقد است که امروزه (در عصر رسانه‌ها)، تحریف جای حقیقت را گرفته و دنیای حقیقی در حد صفحه تلویزیون تقلیل پیدا کرده است. او می‌گوید، فرهنگ رسانه‌های جمعی الکترونیک، معانی واقعی را زیر و رو کرده و در این عصر واقعیت جایش را به واقعیت مفرط واگذار کرده است (همان، ص ۱۴۷).

چهارچوب نظری پژوهش

هر یک از نظریه‌های مطرح شده در رابطه با دین و موسیقی، از جنبه‌های متفاوتی رابطهٔ این دو پدیده را مورد توجه قرار داده‌اند. لذا ما نیز جهت تبیین رابطهٔ دینداری، رسانه و میزان گرایش به موسیقی از نظریهٔ وبر، دورکیم، بوردیو و نظریهٔ پست مدرنیستی بودریار استفاده خواهیم کرد. وبر معتقد است که برای علمی که سرو کارش با معنای ذهنی کنش است، قابلیت توصیف، مستلزم به چنگ آوردن مجموعه‌ای است از معناها که جریانی واقعی از یک کنش قابل تفسیر جزئی از آن است. وبر به عنوان نقطه آغازی توجه خود را به سوی دو الگوی متعارض عمل جلب کرد: کنش مبتنی بر ارزش که محرک آن باورها و اهداف فرهنگی مانند جستجوی رستگاری از راه دین است. این جا پای باورهای وجدانی و آگاهانه به ارزش - به خاطر خود ارزش در رابطه با شکل اخلاقی، زیبایی‌شناختی، دینی و غیره از همین رفتار به میان می‌آید. بر عکس، کنش مبتنی بر هدف بر اساس معیار کارآیی حرکت می‌کند. در این کنش‌ها محاسبه وسایلی که دقیقاً برای نیل به اهداف مشخص مورد نیاز است ضروری است، ولی از قابلیت دریافت دستوره‌های والای معنوی و اهداف فرهنگی اثری به چشم نمی‌خورد. وبر به دین به عنوان بعد محوری فرهنگ اشاره می‌کند و تاکیدش بیشتر بر محتوای ذهنی نظام‌های تجریدی ایمانی و اعتقادی است (اسمیت، ۱۳۸۳: ص ۳۳).

پس بنا به نظر وبر، اعتقادات و عواطف دینی کنش‌هایی مبتنی بر ارزش هستند که با معنای ذهنی سروکار دارند و می‌توانند افراد را به خاطر خود آن ارزش به حرکت در بیاورند و عامل این حرکت، از نظر وبر همان باورها (اعتقادات دینی)، عواطف و اهداف فرهنگی می‌باشند، بدین معنی که هر چه انگیزه یک فرد برای برآوردن یک ارزش، بیشتر باشد، حرکت و گرایش فرد برای برآوردن آن ارزش، با استفاده از الگوهای متعارض کمتر خواهد بود. بنابراین بر اساس این دیدگاه می‌توان مفاهیم اعتقادی و عاطفی دین را به عنوان اهداف فرهنگی استنباط نمود.

از نظر دورکیم، اعمال ملموس نظیر انجام عبادات و آداب دینی، قدرت صرفاً ایده آل نظام‌های نمادین را، تکمیل می‌کند. او خاطر نشان کرده که جوامع گوناگون هر از چندی به تناوب با برپایی آداب دینی گرد هم می‌آیند تا نیازشان را به نیایش امور مقدس و لاهوتی برآورده سازند. این رویدادها متضمن به کار گرفتن تن‌ها و نمادهایند و یکپارچگی جامعه را به وسیله نزدیک کردن مردم به یکدیگر محقق می‌کنند. آنها به کمک موسیقی، آوازه‌ها و خواندن اوراد، به ایجاد هیجان عاطفی جمعی یا شور و غلیان دسته جمعی دست می‌زنند. این امر نوعی حس نیرومند تعلق گروهی ایجاد می‌کند. دورکیم معتقد است که هیچ جامعه‌ای وجود ندارد که لازم نداند در فواصل منظم زمانی احساسات و آرمان‌های جمعی را به علامت حفظ آنها و تصدیق دوباره آنها به نمایش بگذارد چه اینها هستند که عناصر سازنده وحدت و شخصیت یک جامعه را تشکیل می‌دهند. جامعه ضمناً می‌داند که این بازسازی معنوی و اخلاقی امکان ندارد جز به وسیله گرد هم آیی‌های مکرر و بر پا کردن تجمعات و جلساتی که در آنها افراد به اتفاق به تاکید مجدد بر احساسات جمعی خویش پردازند (اسمیت، ۱۳۸۳: ص ۲۹).

دورکیم معتقد است که، دین چیزی یکسره اجتماعی است. بازنمایی‌های مذهبی، بازنمایی‌هایی جمعی هستند که واقعیت‌های جمعی را بیان می‌کنند مناسب شیوه‌ای برای عمل هستند که در جریان گروه‌های جمعی ظاهر می‌شوند و قرار است که حالات ذهنی خاصی را در این گروه‌ها تحریک، حفظ، یا از نو خلق کنند. بنابراین اگر این مقولات، خاستگاهی مذهبی دارند، باید وارد این سرشت مشترک تمام واقعیت‌های مذهبی شده باشند آن‌ها باید امور اجتماعی و محصول اندیشه جمعی باشند (دورکیم و تامپسن، ۱۳۸۸، ص ۱۹۱).

با توجه به این دیدگاه می‌توان گفت که مناسب دینی به عنوان بازنمایی‌های جمعی باعث یکپارچگی جامعه می‌شوند و این یکپارچگی ممکن است با اجرای مناسب دینی از طریق گرایش‌های فرهنگی (موسیقی) صورت گیرد. بنابراین ما مفهوم مناسب دینی را از این نظریه اخذ نموده‌ایم. با توجه به اندیشه نظری بوردیو می‌توان گفت که صورت‌های دینی موسیقی باعث تقویت باورها و ارزش‌های دینی می‌شوند و هر چه پیوند موسیقی با درونیات انسان بیشتر و عمیق‌تر باشد، بیشتر باعث تعمیق و تقویت باورها و ارزش‌های معنوی می‌شود. به علاوه بوردیو گرایش‌های

هنری و سنخ های آن را در چارچوب مفهوم ذوق بررسی می کند که به نظر او این ویژگی عمیقاً متأثر از فرهنگ طبقاتی است

بر اساس دیدگاه بودریار، فرهنگ پسامدرن، فرهنگ وانمایی و شبیه سازی است که اشاره به تولید انبوه آثار فرهنگی و هنری در عصر تولید مکانیکی دارد. به نظر وی، دیگر نمی توان میان اصل و رونوشت آثار هنری و فرهنگی تمیز داد، دیگر نسخه اصلی فیلم و نوار موسیقی معنا ندارد و این همان فرایند شبیه سازی و وانمایی است (خرازی محمودوندی آذر، ۱۳۸۶: ص ۴۴). با توجه به نظریه بودریار می توان گفت که در عصر رسانه ها، رسانه ها صورت بخش و شکل دهنده روابط، کردارهای اجتماعی و اشکال متفاوت فرهنگی از جمله، گرایش های فرهنگی - هنری می باشند. بنابراین بر اساس این دیدگاه می توان مفهوم رسانه ها را استنباط نمود. بنا بر آن چه گفته شد می توان فرضیه های ذیل را مطرح ساخت.

اهداف و فرضیه های تحقیق:

- به نظر می رسد بین گرایش به مناسک دینی و میزان گرایش فرد به موسیقی رابطه وجود دارد.
- به نظر می رسد بین گرایش به مناسک فردی و میزان گرایش فرد به موسیقی رابطه وجود دارد.
- به نظر می رسد بین گرایش به مناسک جمعی و میزان گرایش فرد به موسیقی رابطه وجود دارد.
- به نظر می رسد بین گرایش به وجه اعتقادی دین و میزان گرایش فرد به موسیقی رابطه وجود دارد.
- به نظر می رسد بین گرایش به وجه عاطفی دین و میزان گرایش فرد به موسیقی رابطه وجود دارد.
- به نظر می رسد بین میزان استفاده از ماهواره و میزان گرایش به موسیقی رابطه وجود دارد.
- به نظر می رسد بین میزان استفاده از اینترنت و میزان گرایش به موسیقی رابطه وجود دارد.
- به نظر می رسد بین میزان استفاده از ویدئو و میزان گرایش به موسیقی رابطه وجود دارد.
- به نظر می رسد بین میزان استفاده از رسانه ام.پی. ۳ پلیمر و میزان گرایش به موسیقی رابطه وجود دارد.

روش تحقیق:

روش مورد استفاده در این پژوهش، روش پیمایشی است و برای گردآوری داده ها از تکنیک پرسشنامه استفاده گردیده است. اعتبار پرسشنامه صوری است. همچنین اعتبار سازه ی ابزار با استفاده از تکنیک آماری تحلیل عامل مورد بررسی قرار گرفت که نتایج آن در جدول شماره ۱ آمده است. نتایج نشان می دهد که به طور کلی، گویه های دینداری و رسانه بر بیش از یک عامل بار می شوند. سه متغیر مناسک دینی، مناسک فردی (خواندن نماز، روزه گرفتن، رفتن به زیارت، خواندن دعاها و زیارت ها، خواندن قرآن) و مناسک جمعی (شرکت در مراسم عزاداری، جشن های مذهبی، نماز جماعت، نماز جمعه و مراسم ادعیه و زیارت ها)، حول عامل اول بیشترین واریانس

میزان گرایش به موسیقی را تبیین می کنند. رسانه های ماهواره، اینترنت، ویدئو و ام. پی. ۳ پلیر حول عامل دوم بیشترین واریانس متغیر وابسته را تبیین می کنند و دو متغیر اعتقاد دینی و عواطف دینی، متغیرهایی هستند که حول عامل سوم بیشترین واریانس متغیر وابسته را تبیین می کنند.

جدول شماره (۱): متغیرهای مؤثر بر میزان گرایش به موسیقی همراه با بار عاملی و اشتراک مقادیر

متغیر	اشتراک	درصد واریانس	عامل ۱	عامل ۲	عامل ۳
مناسک دینی	۱۵۴	۱۸/۹	۱۹۴	-۰/۰۶	-۱۱
مناسک فردی	۱۷۵	۵/۹	۱۸۵	۱/۰۱	۱۱۶
مناسک جمعی	۱۸۳	۸/۲	۱۸۶	۱/۱۴	۱۰۲
اعتقاد دینی	۱۳۵	۱/۳۵	۱۰۹	-۰/۰۱	۱۸۳
عواطف دینی	۱۶۵	۵/۱۱	۱۲۴	۱/۱۲	۱۷۰
ماهواره	۱۹۰	۷/۰۴	-۱۱	۱/۵۵	۱۰۱
اینترنت	۱۰۰	۵/۶	۱۳۳	۱/۶۳	۱۳۳
ویدئو	۱۰۰	۳/۷	۱۰۸	۱/۶۷	۱۲۳
ام. پی. ۳		-۱/۶	۱۰۸	۷۲	۱۰۰۰

پایایی ابزار نیز با استفاده از آماره آلفای کرونباخ بررسی و تأمین شد. مقدار آلفای کرونباخ برای گویه های طیف دینداری برابر با ۰/۸۴، برای گویه های طیف میزان استفاده از رسانه ها برابر با ۰/۶۶ و برای گویه های طیف میزان گرایش به موسیقی برابر با ۰/۸۰ می باشد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه دانشجویان دانشگاه حکیم سبزواری تشکیل می دهند. تعداد کل جامعه آماری مطابق آمار اعلان شده توسط معاونت آموزشی ۶۰۱۰ نفر می باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده کردیم و تعداد ۳۸۵ نفر، با استفاده از روش حجم نمونه کوکران انتخاب گردیده و به صورت تصادفی مورد مصاحبه قرار گرفتند. برای پر کردن پرسشنامه از شیوه نمونه گیری طبقه ای استفاده شده است به طوری متناسب با تعداد دانشجویان در هر دانشکده نمونه ای تصادفی انتخاب شده و مورد مصاحبه قرار گرفتند. بدین ترتیب تعداد ۳۸۵ پرسشنامه تکمیل گردید.

تعریف متغیرها

مناسک دینی: منظور از مناسک، اعمال دینی مشخص است که انتظار می رود پیروان هر دین به جا آورند (توسلی و مرشدی، ۱۳۸۵، ص ۱۰۳). مناسک دینی یا عملی با گویه های خواندن نماز، روزه گرفتن، رفتن به زیارت، خواندن دعاها و زیارت ها، خواندن قرآن، شرکت در مراسم عزاداری و

جشن های مذهبی، نماز جماعت، نماز جمعه و مراسم ادعیه و زیارت ها عملیاتی می شود که این گویه ها در قالب طیف لیکرت سنجیده شده و ضریب آلفای کرونباخ برای گویه های این طیف برابر با ۰/۸۳ است.

اعتقاد دینی: منظور از اعتقاد دینی، باورهایی است که انتظار می رود پیروان آن دین به آن ها اعتقاد داشته باشند (همان، ص ۱۰۳). باورهای دینی با گویه های اعتقاد به خدا، روز قیامت و حساب و کتاب، توسل به خدا و برگزیدگان او در سختی ها، حوادث طبیعی به عنوان بلا یا آزمایش الهی عملیاتی می شود. این گویه ها در قالب طیف لیکرت سنجیده شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای گویه های این طیف برابر با ۰/۷۹ است.

عواطف دینی: عواطف دینی، تصورات و احساسات مربوط به برقراری رابطه با وجود مقدس را شامل می شود (همان، ص ۱۰۳). عواطف دینی یا تجربی با گویه هایی مثل احساس نزدیکی به خدا، احساس پوچی و بی هدف بودن زندگی بدون اعتقادات دینی، ترس از خدا به هنگام ارتکاب گناه، احساس توبه برای جبران گناه و احساس آرامش معنوی به هنگام رفتن به اماکن متبرکه عملیاتی می شود. این گویه ها نیز در قالب طیف لیکرت سنجیده شده و ضریب آلفا برای گویه های این طیف برابر با ۰/۷۰ می باشد.

میزان استفاده از رسانه ها: رسانه ها، وسایلی را در برمی گیرد که توانایی انتقال پیام های ارتباطی را دارند. در این پژوهش، چهار رسانه ماهواره، اینترنت، ویدئو و ام.پی. ۳ پلیر مد نظر است که برای سنجش هر یک از این متغیرها، از یک گویه در پرسشنامه استفاده شده است. گویه های مربوط به این متغیرها در قالب طیف لیکرت (هرگز تا خیلی کم) سنجیده شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای گویه های این طیف برابر با ۰/۶۶ می باشد.

میزان گرایش به موسیقی: میزان گرایش به موسیقی با هفت گویه موسیقی جزء جدایی ناپذیر زندگی است، بدون موسیقی نمی توانم زندگی کنم، انسان نیازی به موسیقی ندارد، گوش دادن به موسیقی اتلاف وقت است، موسیقی غذای روح است، گوش دادن به موسیقی کار افراد مبتذل و منفی است و موسیقی یکی از راههای خوب برای پر کردن اوقات فراغت است، عملیاتی می شود. این سوالات در قالب طیف لیکرت مطرح شده و ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۰ می باشد.

یافته های پژوهش

نتایج نشان می دهد که در نمونه مورد مطالعه پژوهش، پایبندی دانشجویان به مناسک دینی در حد پایین است. به عبارت دیگر، ۴۷ درصد از دانشجویان در حد پایین، ۲۲/۹ درصد در حد متوسط و ۳۰/۱ درصد در حد بالا اعمال دینی را به جا می آورند و از این میان، میزان پایبندی دانشجویان به اعمال فردی خواندن نماز و قرآن و روزه گرفتن، رفتن به زیارت، خواندن دعاها و زیارت ها و مراسم

ادعیه در حد متوسط است. به طوری که ۳۱/۹ درصد در حد پایین، ۴۴/۹ درصد در حد متوسط و ۲۳/۱ درصد در حد بالا پایبند به اعمال فردی دینی می باشند. و از میان اعمال جمعی و اجتماعی دینی، میزان مشارکت دانشجویان، مانند شرکت در مراسم عزاداری و جشن های مذهبی و شرکت در نماز جمعه و جماعت، پایین تر از حد متوسط است. به طوری که ۵۱/۲ درصد از دانشجویان در حد پایین ۲۸/۶ درصد در حد متوسط و ۲۰/۳ درصد در حد بالا اعمال جمعی و اجتماعی دینی را به جا می آورند. باور دینی دانشجویان را می توان در حد بالایی ارزیابی کرد، به طوری که ۴۴/۷ درصد در حد بالا، ۲۷/۵ درصد در حد متوسط و ۲۷/۸ درصد در حد پایین پایبند به باورهای دینی می باشند. میزان تصورات و احساسات دینی دانشجویان را نیز می توان در حد پایین ارزیابی کرد، به طوری که ۳۸/۲ درصد در حد پایین، ۲۷ درصد در حد متوسط و ۳۴/۸ درصد در حد بالا، تصورات و احساسات دینی به آنها دست می دهد.

میزان گرایش دانشجویان به موسیقی را می توان در حد پایین ارزیابی کرد، چنانکه مشاهده می شود ۴۸/۸ درصد از دانشجویان در حد پایین، ۱۴/۳ درصد در حد متوسط و ۳۶/۹ درصد در حد بالا، به موسیقی گرایش دارند.

جدول شماره ۲: توزیع درصد پاسخگویان بر حسب میزان دینداری و میزان گرایش آنان به موسیقی

متغیر	پایین	متوسط	بالا
مناسک دینی	۴۷	۲۲/۹	۳۰/۱
مناسک فردی	۳۱/۹	۴۴/۹	۲۳/۱
مناسک جمعی	۵۱/۲	۲۸/۶	۲۰/۳
اعتقاد دینی	۲۷/۸	۲۷/۵	۴۴/۷
عواطف دینی	۳۸/۲	۲۷	۳۴/۸
میزان گرایش به موسیقی	۴۸/۸	۱۴/۳	۳۶/۹

جدول شماره سه، میزان استفاده دانشجویان از ماهواره را برای گوش دادن به موسیقی نشان می دهد، شواهد بیان می کند که میزان استفاده پاسخگویان از ماهواره برای گوش دادن به موسیقی در حد متوسط به پایین است و تعداد خیلی کمی در حد متوسط به بالا از این رسانه برای گوش دادن به موسیقی استفاده می کنند.

جدول شماره ۳: توزیع درصد پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از ماهواره

طبقات گویه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	فراوانی تجمعی
هرگز	۲۰۹	۵۴/۳	۵۴/۳	۵۴/۳
کم	۶۷	۱۷/۴	۱۷/۴	۷۱/۷
متوسط	۵۳	۱۳/۸	۱۳/۸	۸۵/۵
زیاد	۲۷	۷	۷	۹۲/۵
خیلی زیاد	۲۹	۷/۵	۷/۵	۱۰۰
کل	۳۸۵	۱۰۰	۱۰۰	

جدول شماره چهار بیان می کند که اکثر پاسخگویان در حد متوسط به پایین، از اینترنت برای گوش دادن به موسیقی استفاده می کنند. فقط ۱۰/۹ درصد در حد زیاد و ۶/۸ درصد دانشجویان در حد خیلی زیاد از این رسانه برای گوش دادن به موسیقی استفاده می کنند.

جدول شماره ۴: توزیع درصد پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از اینترنت

طبقات گویه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	فراوانی تجمعی
هرگز	۱۵۰	۳۹	۳۹	۳۹
کم	۹۴	۲۴/۴	۲۴/۴	۶۳/۴
متوسط	۷۳	۱۹	۱۹	۸۲/۳
زیاد	۴۲	۱۰/۹	۱۰/۹	۹۳/۲
خیلی زیاد	۲۶	۶/۸	۶/۸	۱۰۰
کل	۳۸۵	۱۰۰	۱۰۰	

جدول شماره ۵ بیان می کند که میزان استفاده پاسخگویان از ویدئو، در حد متوسط به بالا است و داده ها نشان می دهد که تعداد افرادی که پایین تر از حد متوسط از این رسانه برای گوش دادن به موسیقی استفاده می کنند از تعداد افرادی که در حد متوسط به بالا از ویدئو استفاده می کنند، کمترند.

جدول شماره ۵: توزیع درصد پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از ویدئو

طبقات گویه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	فراوانی تجمعی
هرگز	۵۲	۱۳/۵	۱۳/۵	۱۳/۵
کم	۹۳	۲۴/۲	۲۴/۲	۳۷/۷
متوسط	۸۰	۲۰/۸	۲۰/۸	۵۸/۵
زیاد	۱۱۱	۲۸/۸	۲۸/۸	۸۷/۳
خیلی زیاد	۴۹	۱۲/۷	۱۲/۷	۱۰۰
کل	۳۸۵	۱۰۰	۱۰۰	

جدول شماره شش نشان می دهد که میزان استفاده پاسخگویان از رسانه ام پی ۳ در حد متوسط به بالا است و تعداد افرادی که از این رسانه برای گوش دادن به موسیقی استفاده می کنند، از تعداد افرادی که از طریق ماهواره، اینترنت و ویدئو به موسیقی گوش می دهند، بیشتر هستند. این نشان دهنده این است که میزان استفاده از رسانه ام پی ۳ در بین دانشجویان به دلیل قابل حمل بودن، از سه رسانه دیگر یعنی ماهواره، اینترنت و ویدئو قوی تر است.

جدول شماره ۶: توزیع درصد پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از رسانه Mp3

طبقات گویه	فراوانی	درصد	درصد معتبر	فراوانی تجمعی
هرگز	۷۳	۱۹	۱۹/۱	۱۹/۱
کم	۷۲	۱۸/۷	۱۸/۸	۳۷/۹
متوسط	۶۷	۱۷/۴	۱۷/۵	۵۵/۴
زیاد	۹۳	۲۴/۲	۲۴/۳	۷۹/۶
خیلی زیاد	۷۸	۲۰/۳	۲۰/۴	۱۰۰
کل	۳۸۳	۹۹/۵	۱۰۰	

توزیع پراکندگی متغیر وابسته پژوهش، توزیعی نرمال است که ویژگی های آن به شرح جدول شماره ۷ می باشد. میانگین نمره میزان گرایش پاسخگویان به موسیقی ۲۵/۴ است که حداکثر نمره ممکن ۳۵ و حداقل ممکن ۹ اخذ شده است، با توجه به این که میانه از میانگین بالاتر است، می توان دریافت که اکثر پاسخگویان بیش تر از حد میانگین، به موسیقی گرایش دارند.

جدول شماره ۷: توزیع پراکندگی متغیر میزان گرایش به موسیقی

متغیر	تعداد	میانگین	میانه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی	حداقل مشاهده شده	حداکثر مشاهده شده
میزان گرایش به موسیقی	۳۸۵	۲۵/۴۳	۲۶	۵/۲۰	-/۴۶	/۰۷	۹	۳۵

آزمون تک متغیره فرضیه ها

جدول شماره ۸ نتایج آزمون همبستگی پیرسون میان متغیرهای مستقل مناسک دینی، اعتقاد دینی، عواطف دینی و متغیر وابسته میزان گرایش به موسیقی، میزان تأثیر گذاری و رابطه دین با میزان گرایش به موسیقی را نشان می دهد. همان گونه که از داده های جدول بر می آید متغیر مناسک دینی رابطه معکوس و معناداری را با میزان گرایش به موسیقی نشان می دهد و فرضیه مربوط به رابطه این متغیر با متغیر وابسته تأیید می گردد. همچنین رابطه مناسک فردی و جمعی نیز با میزان گرایش به موسیقی معکوس و معنادار است و همبستگی $-۰/۲۵۴$ نشان می دهد که میزان تأثیر گذاری مناسک جمعی بیشتر از مناسک فردی است. بدین معنی که، هر چه مشارکت جمعی و اجتماعی در رابطه با اعمال دینی بیشتر شود، از میزان گرایش به موسیقی کاسته خواهد شد و هر چه میزان مشارکتهای جمعی و اجتماعی دینی کمتر شود، بر میزان گرایش به موسیقی افزوده خواهد شد. اما بین متغیرهای اعتقاد دینی و عواطف دینی با میزان گرایش به موسیقی رابطه ای مشاهده نشد و فرضیه مربوط به این متغیرها با متغیر وابسته مورد تأیید قرار نگرفت.

جدول شماره ۸: آزمون همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته میزان گرایش به موسیقی

سطح معناداری (Sig)	ضریب همبستگی R	آماره متغیر
۰/۰۰۰	-/۲۲۵	مناسک دینی (فردی و جمعی)
۰/۰۰۱	-/۱۶۷	مناسک فردی
۰/۰۰۰	-/۲۵۴	مناسک جمعی
۰/۲۶۳	-/۰۵۷	اعتقاد دینی
۰/۲۴۶	-/۰۵۹	عواطف دینی

جدول شماره ۹ نتایج آزمون همبستگی پیرسون میان متغیرهای مستقل ماهواره، اینترنت، ویدئو، ام.پی.۳ و متغیر وابسته پژوهش، میزان تأثیر گذاری و رابطه رسانه ها با میزان گرایش به

موسیقی را نشان می دهد. داده های جدول بیان می کند که رسانه های ماهواره، اینترنت، ویدئو و ام.پی.۳ رابطه مثبت و معناداری را با میزان گرایش به موسیقی دارند و فرضیه مربوط به این متغیرها با متغیر وابسته تأیید می گردد. بعلاوه همبستگی رسانه ام.پی.۳ (۰.۴۰۲) با میزان گرایش به موسیقی نشان می دهد که رابطه این متغیر با متغیر وابسته، از سایر متغیرها (ماهواره، اینترنت، ویدئو) قوی تر است.

جدول شماره ۹: آزمون همبستگی بین میزان استفاده از رسانه ها و میزان گرایش به موسیقی

آماره متغیر	R ضریب همبستگی	(sig) سطح معنی داری
ماهواره	۰.۳۲۳	۰.۰۰۰
اینترنت	۰.۱۳۹	۰.۰۰۶
ویدئو	۰.۳۹۹	۰.۰۰۰
Mp3	۰.۴۰۲	۰.۰۰۰

آزمون همبستگی جزئی

جدول شماره ۱۰: همبستگی جزئی متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش بر حسب مقادیر متفاوت متغیرهای آزمون (کنترل) نشان می دهد که رابطه بین ابعاد سه گانه مناسکی دین و گرایش به موسیقی، با کنترل تحصیلات پدر و مادر و درآمد خانواده یکسان باقی می ماند و تعامل آماری بین این متغیرها وجود ندارد یا به عبارتی، رابطه اولیه مناسک دینی، فردی، جمعی و میزان گرایش به موسیقی ناشی از اثر تحصیلات پدر و مادر و درآمد خانواده نیست.

جدول شماره ۱۰: همبستگی جزئی متغیرهای مناسک دینی، فردی، جمعی و میزان گرایش به موسیقی بر حسب مقادیر متفاوت تحصیلات پدر و مادر و درآمد خانواده

متغیر مستقل	متغیر وابسته	همبستگی صفر	متغیر آزمون (کنترل)	همبستگی جزئی
مناسک دینی	میزان گرایش به موسیقی	-۰/۲۲	تحصیلات پدر و مادر	-۰/۲۲
			درآمد	-۰/۲۲
مناسک فردی	میزان گرایش به موسیقی	-۰/۱۶	تحصیلات پدر و مادر	-۰/۱۶
			درآمد	-۰/۱۶
مناسک جمعی	میزان گرایش به موسیقی	-۰/۲۵	تحصیلات پدر و مادر	-۰/۲۵
			درآمد	-۰/۲۴

بحث و نتیجه گیری

فرهنگ علاوه بر هنرها و ادبیات، شامل نظام ارزش ها، سنت ها و باورها نیز می شود. فرهنگ انسان را برای اندیشیدن درباره خویش توانا می سازد. فرهنگ، همان چیزی است که ما را موجوداتی انسانی، عقلانی، انتقادی و به لحاظ اخلاقی متعهد می سازد. انسان از طریق فرهنگ خود را بیان می کند، خود را به مثابه طرحی ناتمام باز می شناسد، شناخت هایش را به بحث می گذارد، دائماً معانی جدید می جوید و چیزهایی خلق می کند که وی را به تعالی می رساند (فاضلی، ۱۳۸۶: ص ۱۷۷). دین خواهی و هنر دوستی در فطرت انسان قرار دارند زیرا نیاز درونی به پرستشگری و زیبایی، نیازهای دیرین انسان بوده اند: انسان، ذاتاً دارای خوی نیایشگری و پرستندگی است (باوندیان، ۱۳۸۷: ص ۶۹).

در این پژوهش به تبیین میزان گرایش به موسیقی پرداخته و رابطه آن را با دینداری و رسانه مورد بررسی قرار دادیم. یافته های پژوهش، نشان داد که کمترین میزان پایبندی، به اعمال و مناسک جمعی دین و بیشترین میزان پایبندی، به وجه اعتقادی دین اختصاص می یابد. به علاوه میزان استفاده پاسخگویان از رسانه ام. پی. ۳ پلیر به دلیل قابل حمل بودن، بیشتر از سایر رسانه ها، یعنی ماهواره، اینترنت، و ویدئو بوده است.

نتایج بدست آمده از این تحقیق نشان داد که، بین مناسک دینی و میزان گرایش به موسیقی رابطه معکوس و معناداری وجود دارد. همچنین رابطه مناسک فردی و جمعی نیز با میزان گرایش به موسیقی معکوس و معنادار است و همبستگی -۰/۲۴- نشان می دهد که میزان تأثیرگذاری مناسک جمعی بیشتر از مناسک فردی است. آزمون تک متغیره فرضیه ها نشان داد که بین

متغیرهای اعتقاد دینی و عواطف دینی با میزان گرایش به موسیقی رابطه ای وجود ندارد. دیدگاه وبر نیز در مورد دو الگوی متعارض عمل یعنی کنش مبتنی بر ارزش و کنش مبتنی بر هدف، نشان دهنده این است که هر چه انگیزه افراد برای بر آوردن ارزشهای آگاهانه معنوی و دینی بیشتر باشد، گرایش و حرکت افراد برای به دست آوردن آن ارزشها با استفاده از الگوهای متعارض عمل کمتر خواهد بود (اسمیت، ۱۳۸۳: ص ۳۳). به نظر می رسد در دهه های اخیر که تفکر دینی در جامعه از قدرت تعیین کنندگی بیشتری برخوردار شده است به رواج احکام دینی پرداخته که بخشی از آن حرمت موسیقی است. دینی که در عرصه جامعه به مدیریت می پردازد وجه مناسکی پر رنگی به خود می گیرد و کسانی که بیشتر پذیرای این مناسک هستند و گرایش بیشتری به این دین دارند بالطبع احکام آن از جمله حرمت موسیقی را لحاظ می کنند و گرایش کمتری به موسیقی دارند و به گفته ی وبر حرمت افراد برای به کسب ارزش های متعارض کمتر خواهد بود. بنابراین نظریه گیرتز در رابطه با دو عنصر روحيات آدم ها (هنر) و جهان بینی شان (دین) که بیانگر تأیید متقابل دین و هنر است (همیلتون، ۱۳۸۹: ص ۲۶۶) در مورد این دسته از پاسخ گویان صدق نمی کند. از طرفی تغییر و تحولات روز افزون جامعه ی ایران باعث شده که سنخ های دیگر دینداری و تأکید بر ابعاد اعتقادی و عاطفی نیز بیشتر شود. این امر به ویژه در مورد دانشجویان که متأثر از فرهنگ عقلانی و انتقادی فضای علمی هستند بیشتر صدق می کند. یافته های جدول شماره ۲ مؤید این امر است به طوری که درصد دانشجویانی که دارای جهت گیری اعتقادی و عاطفی به دین در سطح بالا، هستند به ترتیب ۴۵ و ۳۵ درصد است حال آن که درصد دانشجویانی که واجد جهت گیری مناسکی به دین هستند حدود ۳۰ درصد است.

این یافته ها در تحقیقات پیشین از جمله در تحقیق رحمتی و مرادی (۱۳۸۹) نیز تأیید شده است و نتایج آن در رابطه با توزیع اجتماعی الگوی مصرف در زمینه بررسی سلیقه های هنری مردم شهر تهران حاکی از آن است که بین میزان دینداری و سلیقه موسیقایی افراد رابطه معکوس و معناداری وجود دارد.

به علاوه آزمون همبستگی، نشان داد که بین میزان استفاده از رسانه های ماهواره، اینترنت، ویدئو و ام. پی. ۳ پلیمر و میزان گرایش به موسیقی رابطه ای مثبت و معنادار وجود دارد. یا به عبارتی هر چه میزان استفاده از رسانه های (اینترنت، ماهواره، ویدئو و ام. پی. ۳ پلیمر) بیشتر باشد، میزان گرایش به موسیقی نیز بیشتر خواهد بود.

اندیشه نظری بودریار، در مورد فرهنگ رسانه ای نشان دهنده این است که رسانه ها شکل دهنده روابط، کردارهای اجتماعی و اشکال متفاوت فرهنگی از جمله، گرایش های فرهنگی □ هنری می باشد (محمد وندی آذر، ۱۳۸۸: ص ۴۴). لیبرالها نیز معتقدند که رسانه های جمعی، یک نوع آگاهی جهانی، نسبت به ارزش های مشترک بوجود می آورد (بشیر، بصیریان جهرمی، ۱۳۸۴:

ص ۱۴۵).

پژوهش خادمی (۱۳۸۸)، در رابطه با رسانه‌ها بیانگر این است که رادیو و تلویزیون و فروشگاه‌ها به عنوان اصلی‌ترین محل عرضه موسیقی مجاز کشور، زیر ۳۰ درصد از نیاز مخاطبان را پاسخ می‌دهد، ماهواره و اینترنت نیز به عنوان محل عرضه موسیقی غیر مجاز، به همین میزان، یعنی چیزی حدود ۳۰ درصد از نیاز مخاطبان را برآورده می‌سازد.

به طور کلی می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که با توجه به این که موسیقی از یک کشش و جاذبه‌صوری برخوردار است و ادراک آن مبتنی بر احساس و عاطفه است، گرایش به آن در چارچوب دینداری مناسبی کمتر و در چارچوب دینداری عاطفی و اعتقادی بیشتر است.

پیشنهاد:

بر اساس نتایج بدست آمده از این پژوهش، رابطه‌ای مثبت و معنادار بین میزان استفاده از رسانه‌های ماهواره، اینترنت، ویدئو و ام. پی. ۳ پلیر با میزان گرایش به موسیقی مشاهده شد. در عصر فناوری‌های نوین و با توجه به نظریه‌های پست مدرنیستی می‌توان گفت که رسانه‌ها و فرهنگ به عنوان گفتمان می‌توانند شکل دهنده روابط و کردارهای اجتماعی باشند و در واقع سازنده شیوه‌های نوین زندگی می‌باشند و رسانه ابزاری است که از طریق آن می‌توان فرهنگ و ارزش‌های مشترک یک جامعه را گسترش داد. بنابراین، متصدیان امور می‌توانند در چارچوب نظام ارزشی جامعه، ارزش‌های فرهنگی - هنری جامعه را از طریق این رسانه‌ها گسترش دهند.

منابع فارسی

- ۱- اسمیت، فیلیپ (۱۳۸۳) درآمدی بر نظریه فرهنگی، ترجمه حسن پویان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها.
- ۲- باوندیان، علیرضا (۱۳۸۷) تأملات فرهنگی و هنری، مشهد: شاملو، چاپ اول.
- ۳- بوردیو، پی (۱۳۹۰) تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر ثالث، چاپ اول.
- ۴- توسلی، غلامعباس و مرشدی، ابوالفضل (۱۳۸۵) «بررسی سطح دینداری و گرایش دینی دانشجویان، مطالعه موردی: دانشگاه صنعتی امیر کبیر»، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره هفتم، شماره ۴، صص ۹۶-۱۱۸.
- ۵- بشیر، حسن و بصیریان جهرمی، حسین (۱۳۸۴) فرهنگ رسانه ای و سیاست فرهنگی، مطالعه تطبیقی در کشورهای توسعه یافته و کمتر توسعه یافته، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، صص ۱۶۱-۱۳۹.
- ۶- جلائی پور، حمیدرضا (۱۳۸۶) «نقد اجتماعی روشن فکری دینی در ایران»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، صص ۷۸-۵۱.
- ۷- جمشیدیها، غلامرضا و طلوعی، وحید (۱۳۸۸) «ملاحظه ای تاریخی درباره مناسبات جامعه شناختی نهادهای دین و هنرها»، جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، سال اول، شماره ۲، صص ۳۵-۷.
- ۸- خادمی، ح. (۱۳۸۸)، بررسی ویژگی‌های پدیده اجتماعی موسیقی رپ فارسی و میزان محبوبیت آن در ایران با تاکید بر جوانان ۱۲ تا ۲۹ ساله شهر تهران، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال پنجم، شماره ۱۶، صص ۲۵-۵۵.
- ۹- خرازی محمد وندی آذر، زهرا (۱۳۸۶) دیپلماسی رسانه ای رویکرد پسامدرنیسم در روابط بین‌الملل نسبت به تأثیرات نوین بر دیپلماسی، فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی، سال سوم، شماره ۱۵، صص ۳۹-۶۱.
- ۱۰- دیلینی، تیم (۱۳۸۸) نظریه های کلاسیک جامعه‌شناسی، ترجمه بهرنگ صدیقی/وحید طلوعی، تهران: نشر نی، چاپ دوم.
- ۱۱- دورکیم، امیل و تامپسن، کنت (۱۳۸۸) جامعه‌شناسی، ترجمه شهناز مسمی پرست، تهران: نشر نی، چاپ اول.
- ۱۲- دادگران، محمد (۱۳۸۷)، مبانی ارتباطات جمعی، انتشارات فیروزه، چاپ یازدهم.
- ۱۳- رحمتی، محمد مهدی و مرادی سجاد (۱۳۸۹) «توزیع اجتماعی الگوی مصرف (بررسی سلیقه های هنری در شهر تهران)»، جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، سال دوم، شماره ۱، صص ۳۲-۵.
- ۱۴- صانعی، پرویز (۱۳۷۲) جامعه‌شناسی ارزشها، تهران: کتابخانه گنج دانش، چاپ اول.

- ۱۵- فاضلی، محمد (۱۳۸۶) «تصویری از سبک زندگی فرهنگی جامعه دانشجویی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۱، صص ۱۹۸-۱۷۵.
- ۱۶- گولد، جولیوس و ویلیام ل. کولب (۱۳۸۴) فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه محمد جواد زاهدی و گروهی از مترجمان، تهران: انتشارات مازیار، چاپ دوم.
- ۱۷- گودرزی، سعید (۱۳۸۸) کاربرد آمار در علوم اجتماعی: همراه با دستورات SPSS و نحوه تفسیر خروجی ها، تویسرکان: دانشگاه آزاد اسلامی (تویسرکان)، تهران: انتشارات جامعه شناسان.
- ۱۸- محمودی، سید علی (۱۳۸۵) فلسفه استقلال نهاد دین، دانش، هنر و ادبیات از دولت، مجموعه مقالات سمینار نقد و بازاندیشی گفتمان دینی، چاپ اول.
- ۱۹- مریجی، شمس الله (۱۳۸۷) عوامل مؤثر در انحراف از ارزش ها، تهیه کننده: مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، قم: انتشارات دفتر عقل، چاپ دوم.
- ۲۰- هینیک، ناتالی (۱۳۸۴) جامعه شناسی هنر، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، تهران: انتشارات آگاه، چاپ اول.
- ۲۱- همیلتون، ملکم (۱۳۸۹) جامعه شناسی دین، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر ثالث، چاپ دوم.

منابع انگلیسی

- 22- Devine, Kyle (2011), The Popularity of Religious Music and The Religiosity of Popular Music, Institute of Comparative Studies In literature, Art & Culture, Scottish Music Review, Carleton University, Vol. 2, No. 1, pp 1-22.
- 23- Lobert, Anja (2012), Fandom as a Religious Form: On The Reception of Pop Music by Cliff Richard Fans in Liverpool, Cambridge University, Vol. 31, pp 125-141.
- 24- Penman, Joshua. Becker, Judith (2009), Religious Ecstatic, Deep Listeners, and Musical Emotion, Empirical Musicology Review, University of Michigan, Vol. 4, No 2. pp 49-70.
- 25- Travis Stephen, p., 1999, social, Economic and political As pects of music and digital media, computer music jurnal, vol. 23, No,1. pp. 49-56.