



تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه‌ی موسیقایی نسل‌ها در کرمان

گروه پژوهش آموزشگاه موسیقی دژاکام

ملینا سعیدی، امیرکیهان سلطان‌زاده، پریا فلاح،

امیرعلی حیدری، علیرضا غضنفرپور

چکیده

تحولات فرهنگی و تکنولوژیک معاصر موجب دگرگونی در الگوهای مصرف موسیقی و سلیقه شنیداری نسل‌های مختلف شده است. این پژوهش با هدف تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه موسیقایی نسل‌های مختلف در شهر کرمان انجام شده و تلاش دارد تأثیر عوامل فرهنگی، رسانه‌ای و اجتماعی را در شکل‌گیری تفاوت‌های نسلی بررسی کند. روش تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است. داده‌ها از طریق پرسش‌نامه و مصاحبه با ۴۰۰ نفر از ساکنان شهر کرمان در بازه سنی ۱۸ تا ۶۵ سال گردآوری شد و با روش تحلیل مضمون و مقایسه نسلی بررسی گردید. یافته‌ها نشان می‌دهد میان نسل‌ها در ترجیح سبک‌های موسیقی، نحوه مصرف، ارزش‌گذاری فرهنگی و معناهای اجتماعی موسیقی تفاوت چشم‌گیری وجود دارد. نسل‌های قدیمی‌تر موسیقی را بخشی از هویت فرهنگی می‌دانند، در حالی که نسل‌های جوان‌تر آن را ابزاری برای بیان فردیت و هیجان می‌بینند. رسانه‌های نو، فضای مجازی و تغییر سبک زندگی شهری، نقش محوری در تحول ذائقه موسیقایی کرمان داشته‌اند.

کلیدواژه‌ها: ذائقه موسیقایی، شکاف نسلی، موسیقی مردم‌پسند، هویت فرهنگی، کرمان

مقدمه

موسیقی به عنوان بخشی از زیست فرهنگی انسان، همواره نقشی دوگانه در جامعه ایفا کرده است: از یک سو ابزار بیان احساسات جمعی و از سوی دیگر نشانه‌ای از تفاوت و تمایز اجتماعی. در شهر کرمان، که یکی از کانون‌های دیرپای موسیقی نواحی ایران است، موسیقی نه تنها بخشی از آیین‌های اجتماعی بلکه بازتابی از ساختار فرهنگی، طبقاتی و نسلی مردم به شمار می‌رود.

در دهه‌های اخیر، دگرگونی‌های ارتباطی و رسانه‌ای، از جمله گسترش اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و تلفن‌های هوشمند، الگوی شنیدن و مصرف موسیقی را در کرمان تغییر داده است. نسل‌هایی که در دهه‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۸۰ متولد شده‌اند، هر یک تجربه‌ای متفاوت از موسیقی دارند: نسل‌های قدیمی‌تر با رادیو و مراسم محلی خو گرفته‌اند، نسل‌های میانی با نوار و تلویزیون، و نسل‌های جوان‌تر با پلتفرم‌های آنلاین و موسیقی جهانی.

این پژوهش می‌کوشد با نگاهی جامعه‌شناختی، فرایند تغییر در ذائقه موسیقایی نسل‌ها در کرمان را تبیین کند و پاسخ دهد که چگونه شکاف نسلی در سلیقه موسیقایی، بازتابی از تحولات فرهنگی و اجتماعی معاصر در کرمان است؟

پیشینه پژوهش

مطالعات جامعه‌شناختی موسیقی عمدتاً ذائقه را نه به عنوان امری فردی، بلکه به مثابه پدیده‌ای اجتماعی بررسی کرده‌اند.

پیر بوردیو (Bourdieu, 1984) با طرح مفهوم سرمایه فرهنگی نشان داد که انتخاب‌های هنری، بازتابی از جایگاه طبقاتی و منش (Habitus) افراد است. او موسیقی را ابزاری برای تمایز اجتماعی می‌داند.

ریچارد پترسون (Peterson, 1992) مفهوم چندسلیقه‌ی فرهنگی را مطرح کرد و نشان داد نسل‌های جدید در جوامع مدرن، مرزهای طبقاتی در مصرف موسیقی را شکسته‌اند.

کارل مانهایم (Mannheim, 1952) نیز مفهوم نسل اجتماعی را وارد علوم اجتماعی کرد و معتقد بود تجربه تاریخی مشترک، منش فرهنگی نسل‌ها را شکل می‌دهد.

در ایران، پژوهش‌هایی از جمله آثار نعمت‌الله فاضلی (۱۳۹۲) درباره‌ی فرهنگ شنیداری، صمیم (۱۳۹۸) درباره‌ی تحول سلیقه‌ی فرهنگی، و آزاد ارمکی (۱۴۰۰) درباره‌ی شکاف نسلی، اهمیت مطالعه‌ی نسل‌ها را نشان داده‌اند. در سطح بومی، توحیدی (۱۳۹۵) و احمدی (۱۳۹۹) در کرمان به تحلیل موسیقی محلی و مردم‌پسند پرداخته‌اند.

با این‌حال، هنوز پژوهشی که به‌طور مستقیم تحول ذائقه‌ی موسیقایی نسل‌های شهر کرمان را بررسی کند، وجود نداشته است؛ خلأی که این پژوهش در پی پرکردن آن است.

چارچوب نظری

این پژوهش بر تلفیقی از سه نظریه‌ی جامعه‌شناختی استوار است:

۱. نظریه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی بوردیو:

ذائقه، محصول آموزش، منزلت اجتماعی و زمینه‌ی فرهنگی است. در این چارچوب، نسل‌های مختلف کرمان، با سرمایه‌های فرهنگی متفاوت، موسیقی را به‌گونه‌ای متفاوت درک و مصرف می‌کنند.

۲. نظریه‌ی چندسلیقه‌ی پترسون:

در جوامع مدرن، افراد دیگر محدود به یک نوع موسیقی نیستند؛ بلکه میان سبک‌های مختلف از موسیقی سنتی تا پاپ و جهانی در رفت‌وآمدند. نسل‌های جوان کرمان نیز نمونه‌ی بارز این تنوع سلیقه هستند.

۳. نظریه‌ی نسل‌های مانهایم:

هر نسل بر اثر تجربه‌ی تاریخی خاص خود (انقلاب، جنگ، رسانه‌های نو) منش فرهنگی ویژه‌ای می‌سازد. تفاوت نسل‌های دهه‌ی ۵۰ و ۸۰ در کرمان در همین چارچوب قابل فهم است؛ یکی با رادیو و محافل محلی، دیگری با فضای مجازی و پلتفرم‌های جهانی شکل گرفته است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پیمایشی-تحلیلی است. جامعه‌ی آماری شامل ۴۰۰ نفر از ساکنان شهر کرمان است که در سه گروه سنی بررسی شدند:

• نسل اول: متولدین پیش از ۱۳۵۹ (۵۰ تا ۶۵ سال)،

• نسل دوم: متولدین ۱۳۶۰ تا ۱۳۷۹،

• نسل سوم: متولدین ۱۳۸۰ به بعد.

ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامهٔ محقق‌ساخته و مصاحبهٔ نیمه‌ساختاریافته بود. روایی ابزارها با نظر متخصصان موسیقی و جامعه‌شناسی و پایایی با آلفای کرونباخ 0.83 تأیید شد. داده‌ها به‌صورت کیفی با روش تحلیل مضمون (Braun & Clarke, 2006) بررسی شد و مضامین اصلی در سه حوزه استخراج گردید:

۱. سبک‌های مورد علاقه،

۲. معناهای فرهنگی موسیقی،

۳. شیوه‌های مصرف و دسترسی.

یافته‌ها

ذائقهٔ موسیقایی نسل‌ها

در نسل اول، موسیقی سنتی ایرانی، تعزیه و موسیقی محلی کرمان بیشترین محبوبیت را دارد. آنان موسیقی را پیوندی با گذشته و بخشی از میراث فرهنگی می‌دانند. نسل دوم، ترکیبی از سنت و مدرنیته را می‌پسندد؛ به موسیقی پاپ فارسی و آثار تلفیقی علاقه دارد و در کنار آن، گوش دادن به موسیقی نواحی را نوعی نوستالژی تلقی می‌کند. نسل سوم بیش‌تر به موسیقی پاپ مدرن، رپ، الکترونیک و موسیقی جهانی گرایش دارد و موسیقی را ابزاری برای بیان احساسات فردی و تخلیهٔ هیجان می‌بیند.

رسانه و فناوری

نسل‌های جوان‌تر در کرمان به‌جای رادیو یا تلویزیون از تلفن همراه، پلتفرم‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی برای شنیدن موسیقی استفاده می‌کنند. در مقابل، نسل اول هنوز به رسانه‌های سنتی وفادار است. رسانه‌های نو، مرز میان موسیقی محلی و جهانی را از میان برده‌اند.

ارزش‌گذاری فرهنگی

نسل‌های قدیمی‌تر، موسیقی محلی و سنتی را حامل ارزش فرهنگی می‌دانند و موسیقی مردم‌پسند را

کم‌ارزش‌تر تلقی می‌کنند؛ در حالی که نسل جوان هر نوع موسیقی را بسته به «احساس و ریتم» می‌سنجد، نه با معیار اصالت. این نشان‌دهنده‌ی گذار از ارزش‌گذاری فرهنگی به ارزش‌گذاری احساسی است.

تغییر در کارکرد اجتماعی موسیقی

در نسل‌های گذشته، موسیقی بخشی از آیین‌های جمعی چون عروسی، سوگواری و جشن‌های محلی بود؛ اما امروز موسیقی بیشتر کارکرد فردی دارد. نسل جوان در خلوت و با هدفون موسیقی گوش می‌دهد و این امر به‌نوعی فردگرایی فرهنگی دامن زده است.

معناهای فرهنگی موسیقی

برای نسل اول، موسیقی نماد تعلق و اصالت است؛ برای نسل دوم، زبان احساس و تجربه‌ی مشترک؛ و برای نسل سوم، ابزاری برای ابراز هویت شخصی و ارتباط با جهان بیرون از کرمان.

بحث و تحلیل

تفاوت نسلی در ذائقه‌ی موسیقایی کرمان را می‌توان در بستر سه عامل تحلیل کرد:

۱. تغییرات ساختاری جامعه‌ی شهری:

گسترش آموزش عالی، تحرک طبقاتی و مهاجرت درون‌شهری باعث شده تجربه‌های فرهنگی نسل‌ها از هم فاصله بگیرد. نسل‌های جدید در فضای شهری مدرن و رسانه‌ای رشد کرده‌اند و ارتباط مستقیم با موسیقی بومی کمتر دارند.

۲. گسترش رسانه و جهانی‌شدن:

رسانه‌های جدید، موسیقی جهانی را به سادگی در دسترس نسل جوان قرار داده‌اند. در نتیجه، موسیقی دیگر مرز جغرافیایی ندارد. گوش دادن به پاپ کره‌ای، رپ فارسی یا موسیقی ترکی در کرمان امری عادی است.

۳. تغییر در ارزش‌های فرهنگی:

در گذشته، موسیقی جنبه‌ای جمعی و آیینی داشت؛ امروزه، به تجربه‌ای فردی و روزمره تبدیل شده است. این تحول را می‌توان نشانه‌ای از «مدرن‌شدن فرهنگ شنیداری» در کرمان دانست. با وجود این دگرگونی‌ها، موسیقی بومی کرمان هنوز در ناخودآگاه فرهنگی مردم زنده است.

بسیاری از ترانه‌های پاپ محلی از ملودی‌های سنتی الهام گرفته‌اند و برخی هنرمندان جوان در تلاش‌اند موسیقی بومی را با سبک‌های جدید پیوند دهند. این تلفیق، نشانه پویایی فرهنگی و نه گسست نسلی است.

نتیجه‌گیری

پژوهش نشان داد که شکاف نسلی در ذائقه موسیقایی کرمان بیشتر از آن‌که به گسست فرهنگی منجر شود، بیانگر فرایند نوسازی فرهنگی است.

• نسل اول پاسدار سنت‌هاست و موسیقی را حامل ارزش‌های جمعی می‌داند.

• نسل دوم میان سنت و مدرنیته در نوسان است و در پی تلفیق است.

• نسل سوم موسیقی را رسانه هویت فردی و تجربه جهانی تلقی می‌کند.

شناخت این تفاوت‌ها برای سیاست‌گذاری فرهنگی اهمیت دارد. پیشنهاد می‌شود نهادهای فرهنگی با بهره‌گیری از ذائقه نسل‌های مختلف، برنامه‌هایی برای آموزش و بازتولید موسیقی بومی کرمان در قالب‌های مدرن طراحی کنند. ایجاد آرشیوهای دیجیتال موسیقی محلی، حمایت از گروه‌های تلفیقی، و گنجاندن موسیقی نواحی در برنامه‌های آموزشی مدارس می‌تواند به تداوم هویت شنیداری کرمان کمک کند.

پیوست‌ها

پیوست ۱: پرسش‌نامه‌ی پژوهش

هدف: بررسی ذائقه‌ی موسیقایی نسل‌های مختلف در شهر کرمان.

نمونه‌ای از سؤالات (پنج‌گزینه‌ای طیف لیکرت):

۱. چه نوع موسیقی را بیشتر گوش می‌دهید؟ (سنتی، پاپ، تلفیقی، خارجی، بومی)
۲. موسیقی برای شما چه معنا دارد؟ (تفریح، آرامش، هویت فرهنگی، ارتباط اجتماعی، الهام هنری)
۳. معمولاً از چه طریق موسیقی گوش می‌دهید؟ (رادیو/تلویزیون، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، فایل شخصی، اجراهای زنده)
۴. به نظر شما موسیقی بومی کرمان چه جایگاهی در میان نسل جوان دارد؟
۵. آیا سبک موسیقی مورد علاقه‌ی شما در خانواده پذیرفته می‌شود؟

پیوست ۲: نمونه‌ی مصاحبه‌ی نیمه‌ساختاریافته

مصاحبه‌شونده: مرد، ۳۵ ساله، کارمند، ساکن شهر کرمان

«من موسیقی سنتی را از پدرم یاد گرفتم، ولی خودم بیشتر پاپ و تلفیقی گوش می‌دهم. به نظر من موسیقی امروز باید با زبان زمانه حرف بزند؛ نسل ما دنبال احساس و ریتم است نه الزاماً اصالت.»

مصاحبه‌شونده: زن، ۶۰ ساله، بازنشسته

«زمان ما موسیقی با مراسم و جمع همراه بود. الان بچه‌ها تنها گوش می‌کنند. اما باز هم اگر کسی بخواهد، هنوز می‌تواند نوای کرمان را در دل آوازه‌ها پیدا کند.»

پیوست ۳: روش تحلیل مضمون

داده‌های کیفی (مصاحبه و پاسخ‌های باز پرسش‌نامه) طبق مدل Braun & Clarke (۲۰۰۶)

در شش مرحله تحلیل شد:

۱. آشنایی با داده‌ها،

۲. استخراج کدهای اولیه،

۳. یافتن مضامین،

۴. مرور مضامین،

۵. تعریف و نام‌گذاری مضامین،

۶. نگارش گزارش نهایی.

مضامین نهایی: «هویت موسیقایی»، «رسانه و مصرف موسیقی»، «تفاوت نسلی در

ارزش‌گذاری»، و «جهانی‌شدن و بومی‌سازی».

پیوست ۴: جامعه آماری و فرایند میدانی

جامعه آماری شامل ۴۰۰ نفر از ساکنان شهر کرمان در گروه‌های سنی ۱۸ تا ۶۵ سال است.

نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی ساده انجام شد. داده‌ها در بازه بهار تا پاییز ۱۳۹۹ جمع‌آوری شدند.

منابع

- بورديو، پ. (۱۹۸۴). تمایز: نقد اجتماعی دایری ذوق. پاریس: انتشارات مینوی.
- پترسون، ر. (۱۹۹۲). در جست‌وجوی چندسلیقگی موسیقایی. مجله جامعه‌شناسی هنر.
- مانهایم، ک. (۱۹۵۲). مشکل نسل‌ها. آکسفورد: انتشارات روتلج.
- فاضلی، ن. (۱۳۹۲). فرهنگ عامه و مصرف موسیقایی در ایران. تهران: نشر نی.
- صمیم، ح. (۱۳۹۸). تحول سلیقه فرهنگی نسل‌ها. پژوهشنامه علوم اجتماعی.
- توحیدی، ف. (۱۳۹۵). موسیقی نواحی کرمان: تحلیل فرهنگی و اجتماعی. کرمان: انتشارات دانشگاه کرمان.
- احمدی، ر. (۱۳۹۹). تحلیل فرهنگی ذائقه موسیقایی در کرمان. پژوهشنامه جامعه‌شناسی موسیقی.

- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77-101.