



دانشگاه الزهراء (س)

دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد

پایان نامه

جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد

رشته علوم اجتماعی - جامعه شناسی

مطالعه جامعه‌شناختی مصرف موسیقی زیرزمینی در بین جوانان

استاد راهنما

دکتر منصوره اعظم آزاده

دانشجو

الهه جعفری

اسفند ماه ۱۳۹۰

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

دانشگاه الزهراء (س)

دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد

پایان نامه جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد

رشته علوم اجتماعی – جامعه‌شناسی

مطالعه جامعه‌شناختی مصرف موسیقی زیرزمینی در بین جوانان

استاد راهنما

دکتر منصوره اعظم آزاده

استاد مشاور

دکتر محسن گودرزی

دانشجو

الهه جعفری

اسفند ماه ۱۳۹۰

چکیده

بررسی مصرف موسیقی زیرزمینی در بین جوانان موضوع پژوهش حاضر است. در این پژوهش سعی شده است با استفاده از روش نظریه‌ی مبنایی به این سوال پاسخ داده شود که جوانان چه معنایی را به موسیقی زیرزمینی نسبت می‌دهند؟ فرایند معنادهی به موسیقی چگونه صورت می‌گیرد و چه عواملی بر این معنا اثر دارند. دلیل انتخاب موسیقی زیرزمینی را می‌توان این‌گونه بیان کرد که موسیقی یکی از منابع فرهنگی و مصرفی مهم جوانان است که، آنان در فراغت خود زمان زیادی را صرف آن می‌کنند. بنظر می‌رسد آنان با موسیقی هویت خود را تعریف می‌کنند، بین خود و بزرگسالان تمایز قائل می‌شوند و زندگی خود را در موسیقی می‌بینند. آنان موسیقی را بازتاب واقعیات زندگی خود می‌دانند. از سوی دیگر موسیقی زیرزمینی دارای ویژگی‌های خاصی است که هیچ‌گونه نظارت و محدودیتی در آن وجود ندارد و به راحتی در اختیار جوانان قرار می‌گیرد. در محتوای موسیقی زیرزمینی مضامین اعتراضی و گاه غیراخلاقی نیز دیده می‌شود. نقش مهم موسیقی برای جوانان، مصرف زیاد موسیقی توسط جوانان و ویژگی‌های خاص موسیقی زیرزمینی اهمیت بررسی این مسئله بیشتر بیان می‌کند.

محقق روشن می‌سازد موقعیت مصاحبه‌شوندگان و نیز انتظارات آنان از شنیدن موسیقی چگونه بر بنا ساختن معنا بدست آنان اثر می‌گذارد. هریک از مصاحبه‌شوندگان با توجه به انتظاراتی که از شنیدن موسیقی دارند و لذتی که از این طریق کسب می‌کنند معنای زیبایی‌شناسی را به موسیقی نسبت می‌دهند. زیبایی‌شناسی به لذتی که فرد از موسیقی کسب می‌کند اشاره دارد. برخی از مصاحبه‌شوندگان زیبایی را به فرم و برخی به محتوای موسیقی نسبت می‌دهند و این به موقعیت متزلزل افراد بستگی دارد. مصاحبه‌شوندگان از دید موقعیتی که در آن قرار دارند موسیقی را دارای معنای زیبایی‌شناسی می‌دانند.

واژگان کلیدی: موسیقی زیرزمینی، معنادهی، زیبایی‌شناسی، موقعیت متزلزل

فهرست مطالب:

۱. فصل اول

- ۱-۱ مقدمه ۲
- ۲-۱ مسئله پژوهش ۴
- ۳-۱ ضرورت پژوهش ۹
- ۴-۱ اهداف پژوهش ۱۲

۲. فصل دوم

- ۱-۲ مقدمه ۱۴
- ۲-۲ موسیقی زیر زمینی ۱۴
- ۲-۱-۲ ویژگی های موسیقی زیر زمینی ایران ۱۵
- ۳-۲ جامعه شناسی موسیقی ۱۶
- ۳-۱-۲ تعریف جامعه شناسی موسیقی ۱۸
- ۳-۲-۲ موسیقی و زندگی روزمره ۱۹
- ۴-۲ موسیقی و جوانان ۲۰
- ۵-۲ مخاطب و مخاطب پژوهی ۲۳
- ۶-۲ رهیافت پژوهش ۳۲
- ۷-۲ پیشینه پژوهش ۳۳

۳. فصل سوم

- ۱-۳ مقدمه ۳۹
- ۲-۳ روش تحقیق کیفی ۴۱
- ۳-۳ نظریه مبنایی ۴۳

۳-۳-۱	عناصر نظریه مبنایی	۴۵
۳-۳-۲	فرایند ساختن نظریه مبنایی	۴۷
۳-۴	معیار کیفیت	۵۳
۳-۵	انتخاب نمونه	۵۸
۳-۶	ابزار پژوهش	۶۲
۳-۷	گردآوری داده ها	۶۳
۳-۸	تحلیل داده ها	۶۵

۴. فصل چهارم

۴-۱	تحلیل داده ها	۷۰
۴-۲	فرایند کدگذاری	۷۰
۴-۲-۲	کدگذاری محوری	۹۲
۴-۲-۳	کدگذاری انتخابی	۹۷
۴-۳	عملیاتی کردن روش	۱۰۵
۴-۴	مقایسه یافته های پژوهش با اندیشه های سایرین	۱۱۴

۵. فصل پنجم

	نتیجه گیری	۱۱۹
	فهرست منابع	۱۲۴

۶. پیوست ها

فهرست جداول

- ۱- جدول ۱-۳ مراحل و گام های فرایند ساخت نظریه مبنایی..... ۴۸
- ۲- جدول ۲-۳ اطلاعات مصاحبه‌شوندگان ۶۱
- ۳- جدول ۳-۳ مفاهیم ۶۶
- ۴- جدول ۴-۳ مقولات ۶۷
- ۵- جدول ۱-۴ مفاهیم سازنده مقوله موسیقی تثبیت کننده‌ی موقعیت فرد در گروه..... ۷۸
- ۶- جدول ۲-۴ مفاهیم سازنده مقوله اعتراض..... ۸۳
- ۷- جدول ۳-۴ مفاهیم سازنده مقوله موسیقی تسکین دهنده..... ۸۶
- ۸- جدول ۷-۴ موقعیت متزلزل سنی ۱۰۴
- ۹- جدول ۸-۴ موقعیت متزلزل جنسی ۱۰۴
- ۱۰- جدول ۹-۴ موقعیت متزلزل اجتماعی..... ۱۰۵

فهرست نمودارها

۱- نمودار مقولات ۹۱

۲- نمودار زیبایی شناسی ۹۷

فصل اول

کلیات

مقدمه

مطالعه جامعه‌شناختی مصرف موسیقی به دلایل متعدد اهمیت دارد. موسیقی بخشی از فعالیت هنری انسان است و شاید بیش از هر محصول هنری دیگری، آدمیان در زندگی روزمره خود در معرض شنیدن موسیقی هستند. رسانه‌ها هر لحظه از موسیقی برای ارسال پیام و تقویت تاثیر پیام‌های خود استفاده می‌کنند. چشم انداز استفاده از موسیقی نیز در حال تغییر است. افراد قادرند موسیقی را از اینترنت، حامل‌های صوتی مختلف و در حجم‌های 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. در ضمن، همه انسان‌ها کم و بیش از موسیقی برای پر کردن لحظات فراغت خود استفاده می‌کنند. به یک معنا، بخش عمده‌ای از زندگی ما با شنیدن موسیقی درآمیخته است (به نقل از فاضلی، ۲۰۱۳: ۸۴). موسیقی به دلیل درآمیختگی و حضور پر رنگ در زندگی روزمره ما هم بر زندگی ما تاثیر می‌گذارد و هم تاثیر می‌پذیرد. از آن جا که موسیقی تا این حد در زندگی درآمیخته و بر خلاقیت، احساسات مثبت و منفی، بیماری‌های روانی و کنش‌های آسیب‌شناختی، رفتارهای جنسی و بسیاری اعمال انسانی و مقولات اجتماعی موثر است، از منظر جامعه‌شناختی می‌توان به بررسی رابطه متقابل بین موسیقی و جامعه نظر انداخت. یکی از این منظرها شیوه ارتباط مخاطب با موسیقی است و زمینه‌هایی که موجب این تاثیرات می‌شوند. در مطالعه موسیقی بر این نکته تاکید می‌شود که موسیقی توسط افراد و گروه‌های مختلفی استفاده و درک می‌شود. انسان‌هایی فعال با روابط، هویت‌ها و گروه‌های متفاوت، که موسیقی را در ساختارها و متن‌های مختلف زندگی خود بکار می‌برند.

یکی از انواع نوظهور موسیقی که طرفداران بسیار زیادی در بین جوانان، در مدت زمانی کم پیدا کرده است، موسیقی زیرزمینی است. تعاریف متعددی برای موسیقی زیرزمینی ارائه شده است. اما در ایران موسیقی زیرزمینی تعریف دیگری دارد. در واقع در ایران هر قطعه موسیقی که نتواند مجوز وزارت ارشاد برای ورود به بازار رسمی را بگیرد، موسیقی زیرزمینی نام می‌گیرد و گروه‌های تولیدکننده این نوع موسیقی‌ها را گروه‌های زیرزمینی می‌گویند. البته نباید فراموش کرد، عدم مجوز به یک قطعه موسیقی و زیرزمینی شدن آن، دلیلی بر

تکثیر و توزیع آن موسیقی در تعداد محدود و کم مخاطب بودن آن نیست، بلکه برعکس بعضی قطعات موسیقی زیرزمینی رکورد تکثیر در کشور را شکسته‌اند. به‌عنوان مثال بعضی آهنگ‌های «محسن نامجو» توانسته‌اند رکورد تکثیر بیش از یک میلیون نسخه را بشکنند و یا بسیاری از آهنگ‌های «رپ فارسی» میزان دانلود چند صد هزار در اینترنت داشته‌اند (خادمی، ۲: ۱۳۸۹). ارقامی که برای بازار رسمی موسیقی کشور ارقامی بزرگ به شمار می‌آیند. امروزه در ایران بسیاری از موسیقی‌هایی که در سبک‌های پاپ، متال، راک، رپ و هیپ هاپ تولید می‌شوند، در زمره موسیقی زیرزمینی به شمار می‌آیند و به صورت زیرزمینی تکثیر و توزیع می‌شوند.

در زمینه بررسی مصرف موسیقی در کشور ما کارهای معدودی صورت گرفته است. از میان این اندک تحقیقات توجه اصلی معطوف به، ذائقه و سلیقه مخاطبان، نوع شناسی و تیپولوژی انواع موسیقی مورد پسند مخاطبان و رابطه آن با پایگاه اجتماعی و سبک زندگی و دیگر عوامل موثر است. در حالی که در بین کارهای انجام شده توجه به مخاطب، معنایی که مخاطب به موسیقی نسبت می‌دهد و لذتی که مصرف موسیقی برای او در پی دارد، دیده نمی‌شود. انگیزه‌های مخاطب از مصرف موسیقی و تاثیر آن بر مصرف موسیقی از نکاتی است که نباید از آن غافل شد. نوع معنایی که هر مخاطب به موسیقی نسبت می‌دهد تابعی از معانی ذهنی مخاطب است. همه مخاطبان یک موسیقی مشخص معنای واحدی را به آن نسبت نمی‌دهند.

مطالعه درباره مخاطبان رسانه‌ها به طور کلی با نکاتی چون چه کسی، چه چیزی، کجا، چگونه و چرایی مصرف از سوی افراد و گروه‌های اجتماعی سروکار دارد. مطالعات مربوط به مخاطب‌های موسیقی زیر زمینی، منعکس‌کننده وضعیت جوانان در جامعه است. به دو دلیل موسیقی زیرزمینی منعکس‌کننده‌ی وضعیت جوانان است، یکی به دلیل ویژگی خاص موسیقی زیر زمینی است، (متن موسیقی زیر زمینی بیان‌کننده‌ی مسائل و مشکلات جوانان است و فضای زندگی جوانان را توصیف می‌کند) و از سویی دیگر مخاطبان این موسیقی، متن را با توجه به بسترهایی اجتماعی و فرهنگی خود معنا می‌کنند.

در این پژوهش سعی شده است با بررسی موسیقی مورد مصرف و نوع مصرف مخاطبان، فرایند معنادهی مخاطب به موسیقی مورد ارزیابی قرار گیرد و بررسی گردد چگونه مخاطبان با توجه به تجارب خود که تحت

تأثیر زمینه‌ها و بسترهای زندگی آنان است به موسیقی زیر زمینی معنا می‌دهند. در این معنادهی به موسیقی چه عناصری بیشتر مورد توجه مخاطب است؟ مخاطب بیشتر به ظاهر و فرم موسیقی توجه دارد یا متن اشعار و محتوای آن؟

۲-۱ مسئله پژوهش

گسترش شبکه‌های ارتباطی در سطح جهان موجب شده است تا رسانه‌ها نقش عمده‌ای در اشاعه‌ی فرهنگ مدرن در جامعه ایفا کنند. علی‌رغم کنترل و مراقبت سیاست‌گذاران و متولیان فرهنگی جامعه و تلاش وافر نهادهای جامعه پذیرکننده در جهت پرورش جوانان ایرانی براساس معیارها، ارزش‌ها و هنجارهای سنتی و اسلامی، برخی از جوانان ایرانی تعریف دیگری از هویت، به هنجار بودن و زندگی مطلوب دارند. آن‌ها براساس این تعاریف به سبک‌های زندگی خاصی تمایل دارند که گاه با هنجارها و ارزش‌های رسمی و مورد انتظار جامعه فاصله دارد. این گروه از جوانان وجوه تمایز خود را در سبک، کنش، ذائقه و سبک زندگی متفاوت خود متجلی می‌سازند و به نحوی سلیقه و سبک خود را بیان می‌کنند.

یکی از عرصه‌هایی که جوانان در آن تمایزات خود را نشان می‌دهند در کالاهای فرهنگی مورد استفاده‌شان است. امروزه مصرف به یکی از مهم‌ترین مسائل برای فهم جامعه مبدل شده است (کاظمی، ۱۳۸۷: ۱۴۳). از میان کالاها و منابع فراغتی که افراد جوامع معاصر به کمک آن‌ها هویت‌های خود را در جریان زندگی روزمره‌شان برمی‌سازند (بنت، ۱۳۸۶: ۱۹۲)، موسیقی نقش مهمی را ایفا می‌کند. در متن و زمینه‌ی جوامع معاصر، موسیقی بخش جدایی‌ناپذیر منظره‌ی صوتی روزمره‌ی ما است که در متن و زمینه‌های اجتماعی گوناگون به گوش می‌رسد.

موسیقی امروزه در بخش عمده‌ای از زندگی جوانان حضور دارد. آنان موسیقی را در پس زمینه زندگی روزمره‌ی خود قرار داده‌اند و موسیقی در اکثر فعالیت‌هایشان حضور دارد و به‌همین دلیل کوهن (۱۹۹۳) از نقش مهم موسیقی در زندگی روزمره و ساختار جامعه یاد می‌کند (Solomon.T, 2005:2).

جوانان اشکال و سبک‌های موسیقایی را به منزله پایه‌ای برای هویت خویش جذب و ابداع می‌کنند. هر کدام از جوانان سبک خاصی از این موسیقی را دنبال می‌کنند. برخی با استفاده از این نوع موسیقی نوعی سیاست

ضد فرهنگ رسمی را تصدیق می‌کنند. برخی این موسیقی را بازنمایی اجتماع خود میدانند و به دلیل هم ذات‌پنداری با موضوعات آن، این موسیقی را مورد ستایش قرار می‌دهند (شوکر، ۱۹۹۴). یکی از موسیقی‌هایی که در زندگی جوانان به تازگی حضوری پررنگ یافته، موسیقی زیرزمینی است.

موسیقی که نسبت به موسیقی‌های موجود دیگر دارای ویژگی‌های منحصر به فرد است. موسیقی زیرزمینی در ایران موسیقی است که با موسیقی‌های هم‌نام خود در دیگر نقاط جهان متفاوت است. در چشم‌اندازی جهانی، موسیقی زیرزمینی به آن نوع موسیقی اطلاق می‌شود که برخلاف جریان تجاری رایج در صنعت موسیقی حرکت می‌کند. اما موسیقی زیرزمینی در ایران به هر موسیقی گفته می‌شود که نتواند از مجراهای قانونی مجوز کسب کند. این موسیقی تنها نقطه مشترکی که با معنای جهانی موسیقی زیرزمینی دارد، معنای اعتراضی بودن آن است (کوثری، ۱۳۸۸: ۱۲۸).

نداشتن مجوز از سوی مراجع قانونی و وزارت ارشاد برای این آثار به معنای محدود شدن و منتشر نشدن نیست بلکه، این موسیقی در برخی موارد توانسته است رکورد بهترین آثار رسمی و دارای مجوز را نیز بشکند.

از این جهت نیز نداشتن مجوز اهمیت می‌یابد که هیچ‌گونه نظارت و کنترلی بر این موسیقی و محتوای تولیدی آن وجود ندارد. توزیع این موسیقی از طریق اینترنت، تلفن همراه و سایر دستگاه‌های صوتی به راحتی صورت می‌گیرد. محتوای این موسیقی گستره موضوعی زیادی دارد، درباره مسائل سیاسی، اجتماعی، روابط عاشقانه و بسیاری موضوعات دیگر ترانه ساخته می‌شود و قدرت جذب مخاطبان زیاد با سلاقی گوناگون را دارد.

نتایج بدست آمده از نظرسنجی‌ها درباره مصرف موسیقی در ایران نقش گسترده‌ی موسیقی را برای مخاطبان نشان می‌دهد، بخش بزرگی از مصرف‌کنندگان موسیقی را جوانان تشکیل می‌دهند. نتایج بدست آمده از نظرسنجی درباره الگوی استفاده از موسیقی در بین نوجوانان و جوانان نشان می‌دهد، ۷۵/۷ درصد در حد «زیاد» و ۲۱/۵ درصد در حد «کم» به موسیقی علاقه دارند. از میان نوجوانان و جوانان علاقه‌مند به موسیقی (۹۷/۲ درصد کل پاسخگویان) ۴۷/۸ درصد به طور متوسط روزانه کمتر از ۲ ساعت از اوقات خود را

صرف گوش دادن به موسیقی می‌کنند. ۴۹ درصد از آنها از طریق «دوستان» از موسیقی و ترانه‌های جدید مطلع می‌شوند. نتایج حاکی از آن است که ۷۲/۵ درصد نوجوانان و جوانان علاقه‌مند به موسیقی معمولاً «به تنهایی» موسیقی گوش می‌دهند و ۵۲/۴ درصد آثار جدید موسیقی را «از اطرافیان امانت می‌گیرند». ۷۳/۸ درصد نیز ترانه و موسیقی مورد علاقه خود را از طریق «CD یا نوار صوتی» گوش می‌دهند (مرکز آمار و نظرسنجی صدا و سیما).

در پژوهشی دیگر که توسط محمدخانی‌ملکوه، فردین علیخواه در مرکز تحقیقات صدا و سیما انجام شده است نتایج جالب توجهی را ارائه می‌شود، از جمله اینکه ۳۱ درصد پاسخگویان بین ۲ تا ۴ ساعت در روز به موسیقی گوش می‌دهند، ۴۰ درصد علاقه‌مندان به موسیقی، موسیقی پاپ تولید داخل کشور را می‌شنوند و قریب به ۶۰ درصد پاسخگویان تقسیم‌بندی مجاز و غیرمجاز موسیقی‌های موجود را قبول دارند. مسئله قابل توجه در این آمارها میزان بالای استفاده جوانان و نوجوانان از انواع موسیقی است.

مسئله قابل تامل در این آمارها میزان بالای مصرف موسیقی در بین جوانان است و اینکه موسیقی غیر مجاز در بین جوانان بیشتر از موسیقی مجاز رواج دارد. دسترسی به موسیقی در بین جوانان بیشتر از طریق دوستان صورت می‌گیرد (از طریق اینترنت، موبایل) و در نتیجه کنترلی خاصی بر پخش موسیقی زیر زمینی وجود ندارد.

بخش بزرگی از موسیقی مورد علاقه جوانان، موسیقی رپ یا موسیقی زیرزمینی است. موسیقی زیرزمینی یا متقابل، مجموعه‌ای از سبک‌های موسیقی است که معمولاً با سبک زندگی و ارزش‌های طبقه متوسط دنیای سرمایه‌داری در تضاد است (شوکر، ۱۹۸۴: ۳).

از سوی دیگر اصطلاحاتی همچون مخاطبان فعال و سبک زندگی در صدد اعطای قدرت به فرد برای انباشت تصاویر و متون و اشیاء از معناهای فرهنگی است که وجه مشخصه‌ی زندگی روزمره در مدرنیته‌ی اخیر است. طبق این استدلال، چنین قدرتی خود را در سطح امور محلی عیان می‌سازد، یعنی در بستر تجربه زیسته روزمره. عقیده بر این است که این تجربه زیسته به صورت قالبی عمل می‌کند که افراد از آن برای معنادادن به منابع فرهنگی استفاده می‌کنند. معنادادن به منابع فرهنگی بخشی از استراتژی‌های افراد برای معنا

دارکردن زندگی روزمره است. و از این جهت، این استراتژی‌ها نسبت مستقیم با صورت معرفت محلی دارند و از آنها می‌توان به آن معانی ذهنی دست یافت. از طرفی تحلیل مصرف موسیقی مورد مصرف جوانان می‌تواند به روشن شدن زوایای متعدد هویت‌یابی و اجتماعی شدن آنان بیانجامد. با توجه به آمارهای مذکور مبنی بر استقبال زیاد جوانان از موسیقی و به خصوص موسیقی زیرزمینی و ویژگی‌های خاصی که برای این موسیقی بیان می‌شود، بررسی این موضوع ضروری به نظر می‌رسد. ویژگی‌هایی چون فراوانی زیاد موسیقی، در دسترس بودن موسیقی، ارزانی موسیقی برای تولیدکننده موسیقی و مصرف‌کننده، اعتراضی بودن، کاربرد کلمات رکیک در موسیقی، شهرت زیاد خواننده‌های رپ‌خوان در بین مخاطبان، محدوده سنی رپرها و مخاطبان آنان (۱۲-۲۲ سال)، بیان مسائل روز جامعه در موسیقی، نحوه توزیع موسیقی در بین مخاطبان، میزان بالای عمومیت و محبوبیت موسیقی در بین جوانان و همچنین نقش مهم موسیقی در هویت‌یابی و اجتماعی شدن جوانان بررسی این موسیقی را ضروری می‌سازد.

همانطور که بیان شد معنادادن به منابع فرهنگی بخشی از استراتژی‌های افراد برای معنادارکردن زندگی روزمره است که دلالت بر استراتژی‌های ذهنی افراد در زندگی روزمره دارد که ناشی از موقعیت افراد است. با بررسی معنادهی جوانان به موسیقی می‌توانیم به منابع فکری آنان در زندگی و جایگاه و موقعیت آنان در زندگی آشنا شویم.

با توجه به تمام مباحث ذکر شده در رابطه با اهمیت بررسی موسیقی زیرزمینی، نقش موسیقی در زندگی جوانان و تبدیل شدن موسیقی به عنوان منبع فرهنگی جوانان به بررسی معانی که مخاطب به این موسیقی نسبت می‌دهد می‌پردازیم.

فرض ما در این پژوهش بر این است که مصاحبه‌شوندگان در موقعیت‌های متفاوتی قرار دارند در نتیجه معنایی که هریک از آنان به موسیقی نسبت می‌دهد با توجه به موقعیتی که در آن قرار دارد متفاوت می‌باشد.

سوال اصلی که ما در این پژوهش به دنبال پاسخگویی بدان هستیم این است که مصاحبه‌شوندگان چه معنایی را به موسیقی زیرزمینی نسبت می‌دهند؟ منظور از معنا شیوه‌ی سخن گفتن، ارزش‌گذاری و قضاوتی است که مصاحبه‌شونده در سخن گفتن خود به موسیقی نسبت می‌دهد. سخن گفتن فرد دلالت بر معنایی

ذهنی فرد نسبت به موسیقی دارد. که این معنا نیز خود براساس بسترها و زمینه‌های اجتماعی و زندگی فرد شکل می‌گیرند و سبب می‌شوند تا هریک از مصاحبه‌شوندگان معنایی خاص را به موسیقی نسبت دهند.

برای پاسخ به این سوال اصلی باید به سوالات فرعی زیر پاسخ گفت :

انواع معانی که مخاطبان به موسیقی نسبت می‌دهند، کدامند؟

چه عواملی بر معنادهی مخاطب به موسیقی تاثیرگذار است؟

در مواجهه مصاحبه‌شونده با موسیقی کدام یک از عناصر فرم و محتوا برای او دارای معنا است؟

آیا جایگاه و موقعیت مخاطب بر نوع معنادهی او تاثیرگذار است؟

۳-۱ ضرورت پژوهش

سخن گفتن از اهمیت و معنای موسیقی در زندگی روزمره به معنای فراگذشتن از مسائل مربوط به آهنگ سازی و خلاقیت موسیقی دانان است. موسیقی از چند جهت یا در چند سطح به زندگی روزمره شکل می‌دهد، «مشارکت» در موسیقی همان قدر که از طریق دخالت فعال در فرآیند تولید موسیقی صورت می‌پذیرد از طریق کردوکارهای مصرف موسیقی نیز انجام می‌گیرد (بنت،^۱ ۲۰۰۰:۶۰).

موسیقی‌هایی چون راک اند رول نقش مهمی در برساختن و ابراز کردن هویت ایفا می‌کند. موسیقی‌هایی نظیر رپ که از طریق رسانه‌های نوین ارتباطی پخش می‌شوند موجب پیدایش شکل‌های نوین اجتماعات فرامکانی شده است که به تجربه‌های مشترک جوانان در زمینه مشکلات اجتماعی، عاطفی و مربوط است و به شکل‌گیری صور نوین همدلی و همبستگی متقابل که بصورت نمادین از طریق استفاده مشترک از متون موسیقایی تحقق می‌یابد، انجامیده است.

نقش مهم موسیقی برای مخاطبان آن از یکسو و گسترش تکنولوژی‌های در دسترس مخاطبان نیز از سوی دیگر لزوم بررسی مخاطبان را بیشتر می‌کند. دسترسی آسان به تکنولوژی‌های ارتباطی قدرت انتخاب مخاطب را بیشتر کرده است و نگاه به مخاطب را تغییر داده است. مخاطب منفعل دیروز مخاطب نیست که، در مقام مشارکت‌کننده فعال در برساختن معنا تاثیر قابل توجهی دارد.

¹ Bennett, A

در رویکردهای جدیدی چون مطالعات فرهنگی اهمیت بیشتر را به مخاطب می دهند ، در حالیکه در نظریه های گذشته ، اهمیت و تاکید اصلی بر معیارهای مرتبط با رسانه (سازمان و محتوا) بود(منتظر قائم، ۱۳۸۷:۳۱). مخاطب جهان متفاوتی دارد و تفاسیر متمایزی از نمادها صورت می دهد . او در جهان خود زندگی می کند . نمادهای دریافتی خود را براساس معانی موجود در جهان خود درک می کند. نه اینکه جهان رسانه و تولید کننده آن او را بر اساس معانی خودشان هدایت کنند (همان).

عدم توجه به واقعیت‌های مصرف رسانه ای مخاطبان و نوع رفتارهای مخاطب باعث می‌شود تولیدکنندگان پیام‌های رسانه‌ای به خطا بروند و نظام ارتباطی از اهداف خود منحرف شود. بحث‌های مطرح شده در رابطه با نقش موثر موسیقی در زندگی افراد و همچنین تاثیر موسیقی زیرزمینی در بر ساختن هویت ضرورت مطالعه مخاطبان و بسترهای اجتماعی ای که مصرف و دریافت معنا در آن صورت می گیرد را برای ما بیشتر می کند . در نتیجه توجه به سلايق موسیقایی مخاطبان و همچنین فرایند مصرف و دریافت معنا مهم است .

اما نکته مهم در بحث بررسی مخاطبان موسیقی اینست که ما نباید مخاطبان را گروهی یکسان، با شرایط یکسان و همگن فرض کنیم؛ مخاطبان موسیقی افرادی با ویژگی‌های متفاوت و در شرایط متفاوت سنی، جنسی، طبقه ای و... قرار دارند، در نتیجه معنایی که هر کدام از این مخاطبان به موسیقی نسبت می دهند متفاوت است. کارکردی که موسیقی برای هر کدام از این افراد دارد تحت تاثیر معنایی است که این افراد به موسیقی نسبت می دهند و معنا نیز خود متاثر از جایگاه فرد در جامعه و بستر اجتماعی افراد است.

ما در این تحقیق قصد بررسی چگونگی معنا کردن و معنا بخشی به متن موسیقی زیرزمینی در بین جوانان را داریم. از سخن تامپسون در اینجا بهره می بریم که می گوید : " مصرف همواره شامل افراد معینی است که در متن و زمینه های اجتماعی – تاریخی مشخصی قرار دارند ، و از منابعی که در دسترس آنهاست برای معنا دادن به پیام ها و دخالت دادن آنها در زندگی هایشان استفاده می کنند . و این پیام ها غالبا در این فرایند مصرف تغییر شکل می یابند چون افراد آنها را با متن و زمینه های زندگی روزانه تطبیق می

دهند" (Thompson, 1995:174).

نکته ای که در این نقل قول از تامپسون بطور ضمنی وجود دارد این است که ما نیازمند درک خصوصیات بسترهای اجتماعی فرد به عنوان بستر تجربه های زندگی هستیم که نقش مهمی در چگونگی واکنش های افراد به محصولات رسانه ها و چگونگی معنا کردن آنها دارد. فرض ما این است که مخاطبان در ارتباط با پس زمینه و تجارب اجتماعی خود و جماعت هایی که در آن هستند، موسیقی را درک می کنند. در نظریات و رویکردهای گذشته مخاطبان را افرادی منفعل و رسانه های جمعی را ابزاری تلقی می کرد که برای تأثیر یا کنترل مخاطب به کار می رود. اما از نظر رویکردهای جدیدی چون مطالعات فرهنگی همه ی متون، موضوع خوانش های متعددی هستند که به رویکردها و سوژه ی جایگاه های خواننده بستگی دارد. اعضای جنسیت ها، طبقات، نژادها، ملیت ها، مذاهب، سلیقه های جنسی و ایدئولوژی های سیاسی متمایز تمایل دارند که متون را به صورت متفاوت قرائت کنند، و مطالعات فرهنگی می تواند روشن کند که چرا مخاطبان متفاوت، متون را به روش های متنوع و گهگاه متضادی تفسیر می کنند. در واقع یکی از مزیت های مطالعات فرهنگی، تمرکز بر دریافت مخاطبان است. هرچند بعضی محدودیت ها و مشکلاتی همراه با رویکردهای مطالعات فرهنگی استاندارد درباره مخاطب وجود دارد.

۴-۱ اهداف پژوهش

هدف اصلی

شناخت مصرف موسیقی زیرزمینی در بین جوانان و عوامل تاثیرگذار بر معنادهی آنان به موسیقی زیرزمینی

سایر اهداف

۱. شناخت انواع معانی که به موسیقی نسبت داده می شود
۲. شناخت زمینه ها و بسترهایی که دریافت معنا در آن صورت می گیرد
۳. توصیف جایگاه و موقعیت مخاطبان موسیقی و نقش آن بر فرایند معنادهی
۴. بررسی عوامل تاثیرگذار بر فرایند معنادهی مانند جنسیت، سن، موقعیت اجتماعی

فصل دوم

ادبیات نظری

۱-۲ مقدمه

اگر چه در روش نظریه مبنایی محقق با نظریات موجود به سراغ پدیده‌ها نمی‌رود و بدون پیش فرض نظری کار خود را شروع می‌کند، اما یک توصیف خوب از زمینه پژوهش و رویکرد محقق در پژوهش حاضر لازم به نظر می‌رسد. لذا در ابتدای این فصل توصیفی خواهیم داشت از موسیقی زیرزمینی، ویژگی‌های آن و سپس به شرح جامعه‌شناسی موسیقی که زمینه پژوهش حاضر است و نقش موسیقی در زندگی روزمره و در زندگی جوانان که مخاطبان اصلی موسیقی زیرزمینی هستند، می‌پردازیم. سپس به بررسی اهمیت نقش مخاطب، رویکردهای مخاطب پژوهی و مطالعات مخاطب محور می‌پردازیم. بخش آخر این فصل مروری خواهد بود بر پژوهش‌های پیشین در مورد موسیقی زیرزمینی.

۲-۲ موسیقی زیر زمینی

در چشم اندازی جهانی، موسیقی زیرزمینی به آن نوع موسیقی اطلاق می‌شود که برخلاف جریان تجاری رایج در صنعت موسیقی حرکت می‌کند. بدین معنا که گروه‌های فعال در این حوزه ترجیح می‌دهند استقلال هنری خویش را حفظ کرده و از نظر ذائقه هنری دنباله روی شرکت‌های بزرگ موسیقی نشوند. چراکه در صنعت موسیقی روز، این شرکت‌ها و شبکه‌های تجاری موسیقی مانند ام‌تی‌وی^۲، سونی بی‌ام‌جی، یونیورسال و وارنر هستند که ذائقه موسیقایی توده مردم را شکل می‌دهند و الزاماً این نوع موسیقی از نوع پرمحتوا نیست و بیشتر پر زرق و برق و عامه‌پسند است. موسیقی زیرزمینی محدود به سبک خاصی نمی‌شود و هر موسیقی که به طور مستقل و بدون تاثیر بازار تولید شود می‌تواند موسیقی زیرزمینی نامیده شود. البته واضح است که این گروه‌ها خود به مرور زمان می‌توانند به نیروی محرک صنعت موسیقی تبدیل شوند، همچون پینک فلوید، تول و بسیاری از گروه‌های معروف دیگر که از دل همین موسیقی زیرزمینی بیرون آمده‌اند (Negus, 1996)، (Krimis, 2000)، (Hayes, 2004)، (Adorno, 1991) (خادمی، ۱۳۸۹).