

نوجوان و موسیقی:

ذائقه مصرف موسیقایی در بین دختران نوجوان*

سیده متین سید حسینی^۱، افسانه کمالی^۲، پیام روشنفکر^۳

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۰۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۰۷)

چکیده

موسیقی در زندگی انسان‌ها، به‌ویژه در دوره نوجوانی، نقشی مهم دارد و نوجوانان زمان زیادی را به گوش دادن به آن اختصاص می‌دهند. این پژوهش با رویکرد کیفی و انجام مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۲۵ دختر نوجوان، به بررسی دلایل گوش دادن آن‌ها به موسیقی و سبک‌ها و خواننده‌های مورد علاقه‌شان می‌پردازد. تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون انجام شد و در چهار محور اصلی دسته‌بندی گردید: ذائقه موسیقایی، الگوی مصرف، انگیزه‌ها و تمایزات نسلی. یافته‌ها نشان داد که گوش دادن به موسیقی یکی از فعالیت‌های اصلی نوجوانان در اوقات فراغت است. بیشتر آن‌ها به موسیقی پاپ غربی، کی‌پاپ و پاپ قدیمی ایرانی علاقه‌مند بودند. متن و محتوای آهنگ‌ها برایشان اهمیت زیادی داشت و سبک رپ فارسی طرفداران کمتری داشت. نتایج این پژوهش نقش پررنگ موسیقی را در زندگی دختران نوجوان مورد مطالعه نشان می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: موسیقی، نوجوان، دختران، مصرف موسیقی، ذائقه موسیقایی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

Doi: <https://doi.org/10.22034/jss.2025.2061578.1902>

• علمی - پژوهشی

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

M.hoseyni@alzahra.ac.ir

۲. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

A.kamali@alzahra.ac.ir

۳. استادیار مرکز تحقیقات مدیریت رفاه اجتماعی، دانشگاه علوم توانبخشی و سلامت اجتماعی، تهران، ایران.

Pa.roshanfekr@uswr.ac.ir

مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره هجدهم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۳، ص ۷۸-۵۷

مقدمه و بیان مسئله

موسیقی یکی از کهن‌ترین و اثرگذارترین محصولات فرهنگی بشر است که از ابتدای زندگی انسان همراه او بوده است. انسان‌ها در طول تاریخ از انواع مختلف موسیقی بهره گرفته‌اند و این پدیده توانایی تاثیرگذاری بر جنبه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی را داراست، از لحظات شخصی کوچک گرفته تا سطوح گسترده‌تر اجتماعی. موسیقی می‌تواند در شکل‌گیری هویت، فرهنگ و رفتارهای اجتماعی نقش داشته باشد (ایشروود^۱، ۲۰۱۸). در واقع، موسیقی بخش جدایی‌ناپذیر از تجربه انسانی است و حتی در مراحل نخستین زندگی حضور دارد (سوامیناتان و شلنبرگ^۲، ۲۰۱۵). همان‌طور که دی‌نورا بیان می‌کند، «اولین موسیقی‌ای که می‌شنویم، درون رحم است» (دی‌نورا^۳، ۲۰۰۰: ۷۷). این موضوع نشان می‌دهد که موسیقی نه تنها محدود به یک دوره سنی خاص نیست، بلکه از پیش از تولد تا پایان زندگی همراه انسان است. امروزه نیز با توسعه فناوری‌های نوین و گسترش سیستم‌های پخش، موسیقی به بخشی جدانشدنی از زندگی روزمره تبدیل شده است. رنتفرو^۴ (۲۰۱۲) اشاره می‌کند که موسیقی در همه‌جا حضور دارد و افراد ساعت‌های زیادی از وقت خود را صرف شنیدن موسیقی می‌کنند. در خانه، محل کار، باشگاه، فروشگاه‌ها، مراکز خرید، کافه‌ها و رستوران‌ها موسیقی پخش می‌شود و بخشی از زندگی روزمره افراد را شکل می‌دهد. حتی در تبلیغات تلویزیونی، فیلم‌ها و هنگام سفر با وسایل نقلیه یا پیاده‌روی، موسیقی همراه انسان است.

امروزه موسیقی بیش از گذشته در زندگی روزمره افراد جاری شده است. تغییرات فناورانه در ابزارهای شنیداری باعث شده‌اند تا موسیقی به آسانی در دسترس باشد و در هر زمان و مکان همراه افراد باشد به گونه‌ای که برخی پژوهشگران آن را «به آسانی آب» توصیف کرده‌اند (کوسک و لئونهارد^۵، ۲۰۰۵ نقل شده از مالونی^۶، ۲۰۲۱: ۱۵). این فراگیری و سهولت دسترسی، موسیقی را به رسانه‌ای با ظرفیت‌های متنوع تبدیل کرده است، رسانه‌ای که هم نقش سرگرم‌کننده دارد و هم نقش ارتباطی و اجتماعی. در همین راستا، بیچرانلو (۱۳۹۳: ۱۰۲) از «رسانه موسیقی» سخن می‌گوید و آن را در کنار دیگر رسانه‌های تاثیرگذار قرار می‌دهد.

1. Isherwood
2. Swaminathan & Schellenberg
3. DeNora
4. Rentfrow
5. Kusek & Leonhard
6. Maloney

همچنین، موسیقی دارای کارکردهای اجتماعی مهمی نیز هست. هارگریوز و نورث^۱ - که از نخستین کسانی بودند که اهمیت موسیقی را در زندگی روزمره تشخیص دادند و پایه‌گذار بسیاری از پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی موسیقی محسوب می‌شوند (رنت فرو، ۲۰۱۲) - بر این باورند که موسیقی کارکردهایی گوناگون در زندگی انسان دارد که بسیاری از آن‌ها اساساً اجتماعی‌اند. به گفته آن‌ها، موسیقی می‌تواند امکان ارتباط بین افراد با پیشینه‌های فرهنگی متفاوت، حتی در غیاب زبان مشترک را فراهم کند (هارگریوز و نورث، ۱۹۹۷: ۱). از همین منظر، موسیقی اغلب به‌عنوان نقطه آغاز گفت‌وگو، شکل‌گیری روابط یا گردهمایی‌های خودجوش در مکان‌های عمومی عمل می‌کند.

اگرچه موسیقی در تمام گروه‌های سنی کاربرد دارد، اما نوجوانان بیش از دیگر گروه‌ها به موسیقی گوش می‌دهند (فورچو^۲، ۲۰۱۳). کریستنسن و رابرتز^۳ (۱۹۹۸) معتقدند موسیقی در زندگی نوجوانان نقش پررنگ‌تری دارد (به نقل از فورچو، ۲۰۱۳). پژوهش‌ها نشان داده‌اند که نوجوانان به طور میانگین روزانه تا سه ساعت موسیقی گوش می‌دهند و در کل دوره نوجوانی، بیش از ۱۰۰۰۰ ساعت موسیقی مصرف می‌کنند (رابرتس^۴ و همکاران، ۲۰۰۹؛ تارانت^۵ و همکاران، ۲۰۰۰؛ زیلمن و گان^۶، ۱۹۹۷) به نقل از میراندا، ۲۰۱۳). از آن‌جا که نوجوانان بخش قابل‌توجهی از وقت خود را صرف گوش دادن به موسیقی می‌کنند، می‌توان آن‌ها را شنوندگانی متخصص در نظر گرفت (میراندا، ۲۰۱۳). این میزان مصرف، نوجوانان را به شنوندگانی فعال و حرفه‌ای تبدیل می‌کند که در فعالیت‌های روزمره خود با موسیقی «حاطه شده‌اند» (بکمن^۷، ۲۰۱۳: ۹۵).

نوجوانان ایرانی نیز مانند نوجوانان سایر نقاط جهان موسیقی را به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره خود پذیرفته‌اند. با این حال، در ایران با وجود حضور پررنگ موسیقی در زندگی روزمره نوجوانان، مطالعات بومی به ویژه با رویکرد کیفی درباره تجربه‌های زیسته دختران نوجوان همچنان بسیار محدود است. دختران نوجوان، به‌عنوان گروهی که در مرحله شکل‌گیری هویت فردی قرار دارند و به شدت تحت تاثیر تغییرات اجتماعی و فرهنگی هستند، می‌توانند دریچه‌ای مهم برای درک نقش موسیقی در فرآیندهای هویت‌یابی، مصرف فرهنگی و تعاملات اجتماعی باشند.

- 1 . Hargreaves & North
- 2 . Forchu
- 3 . Christensen & Roberts
- 4 . Robert
- 5 . Tarrant
- 6 . Zillmann & Gan
- 7 . Beckmann

برای بررسی این نقش و فهم بهتر تجربه‌های موسیقایی نوجوانان، لازم است ابتدا «ذائقه مصرف موسیقایی» به‌عنوان مفهوم محوری پژوهش روشن شود. در این پژوهش، اصطلاح «ذائقه مصرف موسیقایی» به مجموعه‌ای از ترجیحات، الگوها و انگیزه‌های دختران نوجوان در انتخاب، گوش دادن و درگیر شدن با موسیقی اشاره دارد. این مفهوم شامل سبک‌های موسیقایی محبوب، خوانندگان مورد علاقه، انگیزه‌های شنیدن موسیقی (مانند تنظیم هیجان، گذران فراغت) و میزان مصرف روزانه، می‌شود. موسیقی، به‌عنوان رسانه‌ای فراگیر، در زندگی نوجوانان نقشی کلیدی ایفا می‌کند و مطالعه‌ی ذائقه مصرف موسیقایی دختران نوجوان، می‌تواند به فهم عمیق‌تری از مصرف فرهنگی آنان بیانجامد. این مطالعه دخترانی را از مناطق مختلف ایران دربر می‌گیرد و به یک شهر یا استان خاص محدود نبوده است. هدف اصلی، بررسی این پرسش است که آیا تفاوت در بافت و زمینه‌های زیستی می‌تواند به تفاوت در الگوهای مصرف موسیقی منجر شود یا خیر؟ در این راستا، این پژوهش به دنبال پاسخ به سوالات زیر است:

- انگیزه‌های دختران نوجوان برای گوش دادن به موسیقی چیست؟
- ذائقه موسیقایی آنان شامل چه سبک‌ها و خوانندگانی است؟
- میزان مصرف موسیقی در روز چقدر است و موسیقی چه نقشی در اوقات فراغت آن‌ها دارد؟

مطالعات پیشین

پروایی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «زنان و مصرف موسیقی؛ سنخ‌شناسی ذائقه موسیقایی زنان» به بررسی الگوهای مصرف موسیقی در میان زنان پرداخت. یافته‌های این مطالعه نشان داد که زنان در مصرف موسیقی، طیفی گسترده از مخاطبان تصادفی و پراکنده، فراغت‌طلب و هیجان‌طلب، تا مخاطبان هویت‌طلب، اعتراضی، مهارت‌پیشه و معناگرا دربر می‌گیرند. به بیان دیگر، زنان دارای ذائقه موسیقایی واحدی نیستند، بلکه این ذائقه بر پایه پیش‌زمینه‌های فردی و اجتماعی آنان شکل می‌گیرد و همین امر، بر ماهیت اجتماعی ذائقه موسیقایی و وابستگی آن به پیشینه فرهنگی و اجتماعی مخاطبان دلالت دارد. افزون بر این، در الگوهای مصرف موسیقی زنان، جنبه‌های کارکردی موسیقی بیش از جنبه‌های زیبایی‌شناختی و معناگرای آن برجسته است.

درباره‌ی مصرف موسیقی نیز حیدرپناه و همکاران (۱۳۹۶) و بیچرانلو و خرمی‌شاد (۱۴۰۱) الف و ب) مطالعاتی انجام داده‌اند که در ادامه به توضیح هر یک پرداخته خواهد شد:

حیدرپناه و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی عوامل مرتبط با مصرف موسیقی جوانان شهر تهران»، به بررسی جایگاه موسیقی در زندگی جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله این شهر

پرداختند. نتایج نشان داد که موسیقی بخش مهمی از اوقات فراغت جوانان را به خود اختصاص داده و نقشی پررنگ در زندگی آنان ایفا می‌کند. با توجه به این که بخش عمده موسیقی مصرفی دارای کلام است، پیام‌های نهفته در آن بر ذهن جوانان اثرگذار بوده و تا حد زیادی خوراک فکری آنان را شکل می‌دهد.

بیچرانلو و خرمی‌شاد (۱۴۰۱ الف) در پژوهشی با عنوان «مصرف موسیقی دختران نوجوان زیسته در بافت دینی؛ همه‌چیز خواری یا انتخاب‌گری؟» دریافتند که این گروه از دختران، در ظاهر، مصرف موسیقی متنوعی دارند. بسیاری از آنان خود را انتخاب‌گر و غیرهمه‌چیز خوار توصیف می‌کنند؛ ما واکاوی دقیق‌تر الگوهای مصرف نشان می‌دهد که آنچه انتخاب‌گری تصور می‌شود، در واقع «توهم انتخاب‌گری» است؛ زیرا تنوع مصرف موسیقایی آنان شباهت زیادی به ذائقه افراد همه‌چیز خوار فرهنگی دارد. همچنین بیچرانلو و خرمی‌شاد (۱۴۰۱ ب) در مقاله «دریافت دختران نوجوان زیسته در بافت فرهنگی دینی از مصرف موسیقی» نشان دادند که دریافت این نوجوانان از موسیقی، تحت تاثیر عوامل خانوادگی، اجتماعی و نوع نگاه به دین شکل می‌گیرد. برخی از آنان حتی مداحی را نیز به‌عنوان شکلی از موسیقی تلقی می‌کنند.

در مورد اینکه چرا و چگونه نوجوانان به موسیقی گوش می‌دهند پژوهش‌هایی صورت گرفته است که در ادامه بیان شده‌اند:

نورث و همکاران (۲۰۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان «اهمیت موسیقی برای نوجوانان» نشان دادند که موسیقی برای بیشتر نوجوانان جایگاهی محوری دارد و می‌تواند نیازهای اجتماعی، عاطفی و شناختی آن‌ها را برآورده سازد. بکمن (۲۰۱۳) به مطالعه «روایت‌هایی در مورد چگونگی استفاده نوجوانان از موسیقی به عنوان یک منبع سلامتی در زندگی روزمره» پرداخت. او دریافت که موسیقی می‌تواند در نقش منبعی فردی برای تنظیم احساسات و نیز منبعی اجتماعی برای ساخت هویت و جامعه‌پذیری عمل کند. نوجوانان از موسیقی به‌عنوان راهبردی برای مواجهه با طیف گسترده‌ای از چالش‌های روزمره بهره می‌برند و بدین ترتیب، موسیقی را می‌توان ابزاری برای پرورش سلامت روانی و اجتماعی آنان دانست. حسنا و رینجانی^۱ (۲۰۲۲) در مطالعه «نقش موسیقی در زندگی نوجوانان» گزارش کردند که سبک پاپ بیش از سایر سبک‌ها مورد علاقه نوجوانان است. یافته‌های آن‌ها نشان داد موسیقی می‌تواند خلق‌وخو و هیجانات نوجوانان را تحت تاثیر قرار دهد، به‌گونه‌ای که نقش آن در زندگی روزمره بسیار گسترده و چندبعدی ارزیابی می‌شود. در مورد انواع سبک‌های

موسیقی‌هایی که نوجوانان گوش می‌دهند نیز چن^۱ (۲۰۱۸) مطالعه‌ای با عنوان «تاثیر سبک‌های مختلف موسیقی بر نوجوانان». به بررسی اثر سبک‌هایی چون جاز، هیپ‌هاپ، پاپ و کلاسیک بر توانایی‌های شناختی، آرامش، سطح استرس، خلق‌و‌خو و انرژی نوجوانان پرداخت. نتایج نشان داد که هر یک از این سبک‌ها، به درجات مختلف، موجب بهبود انرژی، کاهش استرس، بهبود خلق‌و‌خو و افزایش احساس آرامش می‌شوند.

اگرچه در پژوهش‌های داخلی به موضوع موسیقی پرداخته شده است، تمرکز عمده آن‌ها بر گروه سنی جوانان بوده است. در میان محدود پژوهش‌هایی که به بازه سنی نوجوانان پرداخته‌اند، دو مطالعه بیچرانلو و خرمی‌شاد (۱۴۰۱ الف و ب) جایگاه ویژه‌ای دارند، با این حال، تاکید این مطالعات صرفاً بر بافت مذهبی بوده و سایر زمینه‌های فرهنگی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. پژوهش حاضر با رویکردی گسترده‌تر، تلاش کرده است تا بافت‌های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، تحصیلی و خانوادگی متنوع را در نظر گیرد و تجربه‌های نوجوانانی با پیشینه‌های گوناگون را بررسی کند.

ملاحظات نظری

مصرف موسیقی و الگوهای طبقاتی ذائقه: از بورديو تا پیترسون

بورديو تمایزهای اجتماعی را در قالب مجموعه‌ای از کنش‌های اجتماعی، سلیقه‌های فردی و عادت‌واره‌های اجتماعی تبیین می‌کند. او در کتاب «تمایز» بر این نکته تاکید دارد که طبقات مختلف اجتماعی، بسته به میزان سرمایه‌ها، عادت‌واره‌ها و جایگاه طبقاتی‌شان، سبک‌ها و سلیقه‌های موسیقایی متفاوتی دارند. از نگاه بورديو، طبقات بالای جامعه که از سرمایه فرهنگی بیشتری برخوردارند، گرایش به مصرف فرهنگی نخبه‌گرایانه و متعالی دارند. این تمایزها به وضوح در سبک موسیقی مورد علاقه و شیوه شنیدن آن‌ها قابل مشاهده است (پروایی، ۱۴۰۰). بر اساس دیدگاه بورديو، طبقات اجتماعی با پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالاتر، در محیط‌هایی رشد می‌کنند که کنش فرهنگی متعالی به‌عنوان ابزاری برای تمایز طبقاتی رواج دارد. در نتیجه، ذائقه موسیقایی آن‌ها نیز در راستای این فرهنگ شکل می‌گیرد و به سراغ سبک‌های موسیقی متعالی و با منزلت می‌روند. در مقابل، طبقات اجتماعی با موقعیت اقتصادی و اجتماعی پایین‌تر که در معرض چنین الگوهای فرهنگی قرار ندارند، بیشتر به سبک‌های موسیقی عامه‌پسند یا کم‌منزلت گرایش دارند (فاضلی، ۱۳۸۴).

در بحث الگوهای طبقاتی مصرف موسیقی، نظریه ریچارد پیترسون به‌عنوان یکی از دیدگاه‌های مهم و رقیب جدی نظریه بورديو شناخته می‌شود. بورديو بر وجود سلسله‌مراتب عمودی در ذائقه‌های فرهنگی تاکید دارد، به‌گونه‌ای که جامعه را به‌سان استوانه‌ای فرهنگی می‌بیند که در بالای آن، طبقات نخبه با ذائقه‌های فرهنگی متعالی و در پایین، طبقات فرودست با ذائقه‌های عامه‌پسند قرار دارند. از نظر بورديو، ذائقه ابزاری برای بازتولید تمایزات طبقاتی است. در مقابل، پیترسون معتقد است که در شرایط معاصر، الگوی مصرف فرهنگی شکلی متفاوت یافته و به‌جای یک هرم عمودی، ما با هرم معکوسی مواجهیم. در بالای این هرم معکوس، نخبگان اجتماعی قرار دارند که هرچند از نظر تعداد اندک‌اند، اما تنوع گسترده‌ای از سبک‌های موسیقایی و فرهنگی را مصرف می‌کنند. آن‌ها نه تنها به سبک‌های نخبه‌گرایانه، بلکه به انواع سبک‌های عامه‌پسند نیز گرایش دارند. در سوی دیگر، در پایین هرم، طبقات فرودست با گزینه‌های فرهنگی محدودتر و دامنه مصرف محدودتری از سبک‌های هنری قرار دارند (فاضلی، ۱۳۸۴). پیترسن و سیمکاس (۱۹۹۲) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که ذائقه‌ی هنری طبقات بالای جامعه دچار تحول شده و دیگر صرفاً به مصرف سبک‌های متعالی و نخبه‌گرایانه محدود نمی‌شود، بلکه از تنوع بالایی برخوردار است. به بیان دیگر، اقشار فرادست جامعه به‌جای تمرکز صرف بر ژانرهای خاص و نخبه‌پسند، به طیفی گسترده از سبک‌های موسیقایی - از موسیقی کلاسیک گرفته تا ژانرهای عامه‌پسند-گرایش دارند، این پدیده به عنوان «همه‌چیزخواری» شناخته می‌شود. در مقابل، اقشار فرودست جامعه بیشتر دارای سلیقه تک‌خواری هستند، به این معنا که مصرف فرهنگی آن‌ها محدود به تعداد اندکی از سبک‌های موسیقایی است. با این حال، نمی‌توان به‌طور کامل تاثیر پایگاه اجتماعی را در شکل‌گیری ذائقه‌ی موسیقایی نادیده گرفت. به این معنا که افراد دارای پایگاه اجتماعی فرادست، به‌طور معمول دارای ذائقه‌ای موسیقایی متنوع، ترکیبی و گسترده‌تر هستند (پروایی، ۱۴۰۰).

این تحول در الگوهای مصرف فرهنگی نشان می‌دهد که با وجود اهمیت سرمایه فرهنگی و طبقه اجتماعی، دیگر نمی‌توان ذائقه موسیقایی را صرفاً به صورت سلسله‌مراتبی و یک‌بعدی تبیین کرد. به ویژه در عصر جهانی‌شدن، فناوری‌های نوین و رسانه‌های دیجیتال، تنوع انتخاب‌ها و تاثیرگذاری‌های فرهنگی بسیار پیچیده‌تر شده است. بنابراین، نظریه بورديو گرچه پایه‌ای مهم برای فهم ساختارهای طبقاتی ذائقه موسیقایی فراهم می‌کند، اما نمی‌تواند به تنهایی تمامی پیچیدگی‌های فرهنگی و تغییرات نوین را توضیح دهد. در پژوهش حاضر، بهره‌گیری همزمان از چارچوب بورديو برای درک تاثیر سرمایه فرهنگی و جایگاه اجتماعی و همچنین توجه به دیدگاه

پیترسون درباره تنوع و ترکیب‌پذیری ذائقه، به فهم بهتر و جامع‌تر الگوهای مصرف موسیقی در میان دختران نوجوان ایرانی کمک خواهد کرد.

انگیزه‌های گوش دادن به موسیقی: نظریه‌ی استفاده و خشنودی

نظریه‌ی استفاده و خشنودی با رویکردی کارکردگرایانه به رسانه‌ها و ارتباطات می‌نگرد و بر این باور است که مهم‌ترین نقش رسانه‌ها، پاسخگویی به نیازها، خواسته‌ها و انگیزه‌های مخاطبان است. بر اساس این نظریه، مخاطبان نه تنها منفعل نیستند، بلکه کنشگرانی فعال‌اند که با توجه به ارزش‌ها، علایق شخصی و نقش‌های اجتماعی خود، به‌طور آگاهانه رسانه‌ها و محتوایی را انتخاب می‌کنند که بتواند رضایت و خشنودی آن‌ها را تامین کند. در این چارچوب، مصرف رسانه‌ای بیشتر به‌عنوان فرآیندی هدفمند و انتخاب‌محور در نظر گرفته می‌شود (مهدی زاده، ۱۳۹۰). اصل اساسی این نظریه آن است که مخاطبان فعالانه و آگاهانه رسانه‌ها را بر اساس نیازها و علایق خود انتخاب و مصرف می‌کنند (لونسدیل و نورث^۱، ۲۰۱۱). به‌عبارت‌دیگر، اگر مخاطب بتواند از طریق رسانه‌ها که موسیقی نیز می‌تواند یکی از آن‌ها باشد، به محتوای مورد نظر خود دست یابد، به رضایتمندی خواهد رسید.

این نظریه برای نخستین بار توسط کاتز (۱۹۵۹) مطرح شد و با این پرسش آغاز می‌شود که «افراد چه استفاده‌ای از رسانه‌ها می‌کنند؟» (سورین و تانکارد، ۱۳۸۸). پاسخ کوتاه به این پرسش آن است که مردم از رسانه‌ها برای کسب راهنمایی، آرامش، سازگاری با محیط، دریافت اطلاعات و شکل‌گیری هویت شخصی بهره می‌گیرند (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۱۰۴ نقل شده در مهدی زاده، ۱۳۹۰).

مک کوایل، بلومر و براون (۱۹۷۲) چهار دسته نیاز برای استفاده از رسانه‌ها را شناسایی کرده‌اند:

۱. نظارت: نیاز به شناخت اتفاقات دنیای اطراف،
۲. هویت شخصی: نیاز به شناخت خود،
۳. روابط شخصی: نیاز به ارتباط و تعامل با دیگران و
۴. گریز: نیاز به فرار، سرگرمی و آرامش (لونسدیل و نورث، ۲۰۱۱).

در این چارچوب، موسیقی نیز به‌عنوان یک رسانه نقش مهمی در پاسخ‌گویی به این نیازها ایفا می‌کند. موسیقی می‌تواند به افراد کمک کند تا هویت خود را شکل دهند، دوستانی بیابند، زمینه‌ای برای گفت‌وگو و تعامل فراهم سازند، احساس آرامش را تجربه کنند و حتی در برخی موقعیت‌ها از

فشارهای زندگی روزمره فاصله بگیرند. همچنین، موسیقی یکی از ابزارهای سرگرمی ارزان و در دسترس برای پر کردن اوقات فراغت محسوب می‌شود. در نتیجه، اگر موسیقی بتواند نیازهای مخاطب را پاسخ دهد، به رضایتمندی او نیز منجر خواهد شد. مخاطبان نیز در انتخاب موسیقی، معمولاً به صورت فعالانه عمل می‌کنند و بر اساس سلیقه و میل شخصی خود، سبک‌ها یا قطعات خاصی را انتخاب می‌کنند.

برای تحلیل مصرف موسیقی در میان دختران نوجوان ایرانی، در این پژوهش از ملاحظات نظری طبقاتی مانند دیدگاه‌های بوردیو و پیترسون در کنار نظریه‌ی استفاده و خشنودی بهره گرفته شده است، زیرا چنین رویکردی امکان آن را فراهم می‌سازد که هم تاثیر ساختارهای اجتماعی و طبقاتی مورد توجه قرار گیرد و هم انگیزه‌ها، انتخاب‌گری فردی و نیازهای روانی و اجتماعی این گروه سنی تحلیل شود. در واقع این شیوه، چشم‌اندازی چندبعدی و واقع‌گرایانه برای فهم پیچیدگی‌های مصرف موسیقی در یک گروه اجتماعی خاص فراهم می‌کند.

روش پژوهش

این پژوهش با رویکرد کیفی انجام شده و داده‌ها با روش تحلیل مضمون به شیوه کلارک و براون بررسی شده‌اند. داده‌ها از طریق مشاهده، مصاحبه و گفت‌وگوهای شفاهی گردآوری شده و تمرکز بر معانی و تفسیرهایی بوده است که مشارکت‌کنندگان ارائه می‌دهند (محمدپور، ۱۴۰۰). جامعه پژوهش شامل ۲۵ دختر ۱۵ تا ۱۸ ساله (پایه‌های متوسطه دوم) ساکن مناطق مختلف کشور بود (جدول ۱). برای جمع‌آوری داده‌ها، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته به صورت حضوری یا آنلاین انجام شد. مدت زمان هر مصاحبه بین ۳۰ تا ۶۰ دقیقه متغیر بود. پیش از شروع مصاحبه، شرکت‌کنندگان فرم رضایت‌نامه را تکمیل کردند و برای حفظ محرمانگی، از اسامی مستعار استفاده شد.

جدول ۱. مشخصات مشارکت‌کنندگان^۱

ردیف	نام	سن	پایه تحصیلی	رشته تحصیلی	محل زندگی
۱	آرشینا	۱۷	یازدهم	طراحی لباس و دوخت	تهران
۲	پرتو	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	تهران
۳	دیانا	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	تهران
۴	نورا	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	کرمان
۵	دلارام	۱۷	دوازدهم	ریاضی فیزیک	آذربایجان شرقی

۱. اسامی مستعار هستند.

ردیف	نام	سن	پایه تحصیلی	رشته تحصیلی	محل زندگی
۶	یاسمین	۱۸	دوازدهم	علوم انسانی	گیلان
۷	ری‌را	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	بندرعباس
۸	ماهک	۱۵	دهم	ریاضی فیزیک	آذربایجان شرقی
۹	ثمین	۱۶	دهم	طراحی لباس و دوخت	تهران
۱۰	آرتمیس	۱۵	دهم	هوش مصنوعی	تهران
۱۱	روژینا	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	تهران
۱۲	سارا	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	خراسان جنوبی
۱۳	آرشیدا	۱۶	یازدهم	ریاضی فیزیک	فارس
۱۴	ملورین	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	آذربایجان غربی
۱۵	آلا	۱۵	دهم	علوم تجربی	گلستان
۱۶	سوفیا	۱۶	دهم	ریاضی فیزیک	تهران
۱۷	رونیکا	۱۵	دهم	علوم انسانی	کرمان
۱۸	تارا	۱۷	یازدهم	طراحی لباس و دوخت	خراسان رضوی
۱۹	نیکی	۱۸	دوازدهم	علوم تجربی	خوزستان
۲۰	پرنیان	۱۷	دوازدهم	علوم تجربی	البرز
۲۱	روبینا	۱۸	دوازدهم	ریاضی فیزیک	تهران
۲۲	روشا	۱۶	دوازدهم	ریاضی فیزیک	تهران
۲۳	آدرینا	۱۷	دوازدهم	علوم انسانی	تهران
۲۴	مانلی	۱۶	دهم	انیمیشن	تهران
۲۵	شایلین	۱۵	دهم	علوم انسانی	مرکزی

روش نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی با رویکردهای کمی تفاوت دارد، زیرا هدف، عمق‌بخشی به فهم پدیده و نه تعمیم آماری نتایج است. بر این اساس، در این مطالعه از نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد تا تنوع حداکثری مشارکت‌کنندگان از نظر شرایط اقتصادی، اجتماعی، مذهبی، تحصیلی و خانوادگی رعایت شود.

سوالات مصاحبه به گونه‌ای طراحی شد که برای نوجوانان روشن و قابل فهم باشد. در آغاز مصاحبه، اطلاعات عمومی شامل سن، پایه و رشته تحصیلی و محل زندگی پرسیده شد. سپس سوالاتی در مورد ذائقه موسیقایی، الگوهای مصرف و انگیزه‌های گوش دادن به موسیقی مطرح شد. پس از گردآوری داده‌ها، متن مصاحبه‌ها پیاده‌سازی و کدگذاری شد و در ادامه، الگوهای تکرار شونده بر اساس سوالات و مسئله پژوهش استخراج گردید.

برای سنجش اعتبار و روایی پژوهش، از معیارهای لینکلن و گوبا استفاده شد، این معیارها شامل اعتمادپذیری، باورپذیری، اطمینان‌پذیری، انتقال‌پذیری و تصدیق‌پذیری هستند. یکی از راهکارهای پیشنهادی آنان برای افزایش باورپذیری، حضور طولانی‌مدت پژوهشگر در میدان و انجام مشاهده مداوم است (فلیک، ۱۳۹۶). در این پژوهش، محقق طی دو سال با نوجوانان در ارتباط بود، موسیقی‌هایی که دنبال می‌کردند و فعالیت‌های مرتبطشان را مشاهده می‌کرد، و در محیط‌های مختلف حضور می‌یافت تا رفتارها، تعاملات و فعالیت‌های آنان را رصد کند. این همراهی به صورت غیررسمی و با هدف درک بهتر زمینه فرهنگی و اجتماعی مصرف موسیقی انجام شد؛ با این حال، داده‌های اصلی پژوهش از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری و تحلیل گردید. علاوه بر این، سوالات مصاحبه و کدهای استخراج‌شده با نظر اساتید حوزه اعتبارسنجی شد.

تحلیل یافته‌های این پژوهش براساس روش تحلیل مضمون انجام شده است. برای انجام این تحلیل ابتدا نکات مهم گردآوری شد، در مرحله دوم، گروه بندی داده‌های مشترک صورت گرفت و به هر کدام کدی داده شد و در نهایت در مرحله سوم، کدها دسته‌بندی و در چهار مضمون اصلی و تعدادی مضامین پایه قرار گرفتند.

یافته‌ها

در این پژوهش، ذائقه‌ی مصرف موسیقایی دختران نوجوان در چهار مضمون اصلی و تعدادی مضامین پایه دسته‌بندی و سازمان‌دهی شدند (جدول ۲):

جدول ۲. دسته‌بندی مضامین پژوهش

مضمون اصلی	مضمون فرعی	توضیح کوتاه
انگیزه‌های گوش دادن به موسیقی: موسیقی به مثابه پناهگاه	فضای آرامش‌بخش موسیقی	محیط حمایتی و کاهش استرس
	موسیقی و همدلی هیجانی	بازنمایی احساسات
	موسیقی به مثابه فاصله‌گیری از واقعیت	فضای گریز از فشار
ذائقه‌ی موسیقایی دختران نوجوان	ترجیحات نوجوانان در سبک و زبان موسیقی	ذائقه چندگانه موسیقایی
	عناصر مورد توجه در موسیقی پاپ غربی	ریتم و محتوای جذاب
	نگرش نوجوانان به موسیقی پاپ ایرانی	محبوبیت پاپ قدیمی عدم جذابیت پاپ جدید
	کی‌پاپ: موسیقی همه‌چی تمام	دارای محتوا، ریتم و جلوه بصری
	موسیقی: همیشه و هر لحظه	زندگی موسیقی‌محور

مضمون اصلی	مضمون فرعی	توضیح کوتاه
الگوی مصرف موسیقی	موسیقی و رقص به مثابه گذراندن اوقات فراغت	زندگی و تجربه روزمره با موسیقی و رقص
تمایزات نسلی در انتخاب موسیقی	-	تفاوت سبک‌ها میان اعضای خانواده

۱. انگیزه‌های گوش دادن به موسیقی: موسیقی به مثابه پناهگاه

گوش دادن به موسیقی فراتر از یک فعالیت تفریحی روزمره است. برای بسیاری از نوجوانان، موسیقی نقش پناهگاهی روانی را ایفا می‌کند که نه تنها به آرامش ذهنی آن‌ها کمک می‌کند، بلکه امکان تخلیه هیجانی، تجربه همدلی و گریز موقت از فشارهای زندگی روزمره را نیز فراهم می‌سازد.

۱-۱. فضای آرامش بخش موسیقی

موسیقی به عنوان ابزاری موثر در تنظیم هیجان، نقش برجسته‌ای در کاهش اضطراب و استرس ایفا می‌کند. این پدیده با ایجاد فضایی امن و آرامش بخش، فضایی برای تجدید انرژی روانی فرد فراهم می‌آورد. چنین آرامش بخشی فراتر از تسکین موقتی است و می‌تواند به عنوان منبعی حمایتی، فرد را در مقابله با فشارها و چالش‌های زندگی توانمند می‌سازد.

شایلین: «اولش برای حالت این بود که مثلاً اوکی به عنوان به تفریح ازش {موسیقی} استفاده کنم ولی بعدش که چند دفعه سعی کردم مثلاً از موسیقی برای کارای دیگه بزنم مثل کارهای مدرسه، نمی‌تونستم، چون آرامشی که آرامش عمیقی وارد می‌کرد و هیچ چیزی دیگه‌ای نمی‌تونست {اینو} برام جبران کنه مثلاً در روز حداقل بتونم دو تا آهنگ گوش می‌دم چون اگه گوش نکنم شبا سردرد دارم».

نیکو: «{موسیقی} باعث می‌شه که برای به مدتی از استرس‌هام و ناراحتی‌هام دور بشم و تمام ذهنمو بذارم روی آهنگ گوش کردن و لذت ببرم از اون آهنگی که دارم گوش می‌دم».

۱-۲. موسیقی و همدلی هیجانی

موسیقی قادر است احساساتی را بازنمایی کند که بیان آن‌ها با کلمات به تنهایی دشوار است. شنیدن موسیقی به فرد امکان می‌دهد تا هیجانات درونی خود را بدون نیاز به بیان لفظی تجربه و درک

کند. این فرآیند منجر به ارتباطی عمیق میان شنونده و موسیقی می‌شود که فهم و پذیرش احساسات را تسهیل و فراهم می‌کند.

آرشینا: «موسیقی انگار ... احساسات رو بهتر {انتقال می‌ده}. احساساتو بهت انتقال می‌ده،... یعنی اگه یه موسیقی غمگین گوش بدی یعنی تو داری اون غم توی موسیقیو حس می‌کنی یا اون شادی توی موسیقی رو حس می‌کنی یا یه وقتی که یه آهنگ واسه دوستی می‌خونی اون حس محبت و دوستی رو توی اون آهنگ حس می‌کنی».

روژینا: «به نظر من موسیقی اولین راه برقراری تماس با احساسات آدماست، احساس می‌کنم اگه به کسی احساساتو نمی‌تونی توضیح بدی و نشون بدی موسیقی اولین راهه».

۳-۱. موسیقی به مثابه فاصله‌گیری از واقعیت

موسیقی به عنوان یک فضای امن، به فرد این امکان را می‌دهد که از فشارها و نگرانی‌های زندگی روزمره فاصله بگیرد. این گریز از واقعیت، فرصتی برای پاک‌سازی ذهن از آشفتگی‌ها و بازیابی انرژی روانی است. موسیقی مانند مکانی امن و همیشه در دسترس، بستری مناسب برای مقابله با استرس‌ها، تنظیم خلق و خو و بازسازی روانی فراهم می‌کند.

آدرینا: «کلا موسیقیو که به خاطر علاقه زیادم گوش می‌دم یعنی باعث می‌شه که از دنیایی که توشم دنیایی که توش زندگی می‌کنم حواسم یه ذره پرت بشه و حس خوبی می‌گیرم».

سوفیا: «صداهاى تو مغز آدمو خاموش می‌کنه، میدونی؟»

فکرت کلامی‌ره سمت اون آهنگ. حالا مثلاً هر موسیقی باشه، مثلاً بی‌تی‌اس باشه، چه می‌دونم یه خواننده دیگه باشه بی‌کلام باشه، فرق نداره. کلا موسیقی از نظر من و واسه خود شخص من باعث شده که یه ذره از درگیری‌های فکری نجات پیدا کنم».

۲. ذائقه‌ی موسیقایی دختران نوجوان

۱-۲. ترجیحات نوجوانان در سبک و زبان موسیقی

مطالعه نشان می‌دهد که دختران نوجوان طیف گسترده‌ای از سبک‌های موسیقی را دنبال می‌کنند که شامل پاپ، متال، هیپ‌هاپ، راک و موسیقی کلاسیک می‌شود. هرچند رپ نیز مخاطبانی دارد، اما به‌ویژه رپ فارسی با مخالفت‌هایی مواجه است و برخی از شرکت‌کنندگان تمایلی به این سبک نشان ندادند. با این حال، موسیقی پاپ محبوب‌ترین سبک میان نوجوانان است. علاوه بر این، علاقه

به موسیقی به زبان‌های مختلف مانند انگلیسی، اسپانیایی، عربی، روسی، ایتالیایی و کره‌ای نیز مشاهده شد، که نشان‌دهنده تنوع زبانی و سبکی در ذائقه موسیقایی آن‌ها است. آرشیدا: «هر موسیقی رو به جز رپرهای جدید ایرانی که آهنگ‌هاشون واقعا چرتو پرتو. هر موسیقی که باهاش حال کنم گوشش می‌کنم. اصلا برام مهم نیست که خواننده‌اش کی باشه یا کجایی باشه».

پرتو: «من از همه سبک و همه کشورها آهنگ گوش می‌دم حالا چه ایرانی باشه، عربی باشه، تایلندی باشه، ترکیه‌ای باشه، حتی روسی باشه. هیچ فرقی نداره واسم. همین که من با اون ریتم حال بکنم {گوش می‌دم} و صد البته متن آهنگ خیلی مهمه. اگر من با یه آهنگی حال بکنم که دیگه کلا اون آهنگه رو تا همیشه گوش می‌دم».

تارا: «با رپ فارسی خیلی کنار نمیام چون یه ریتم تکراریه همش. همون تکرار می‌شه. بعد خواننده هم اصلا مشخص نیست چی داره می‌گه. من واقعا نمی‌فهمم به چه زبونی داره حرف می‌زنه».

در واقع، برای نوجوانان، سبک یا زبان موسیقی اهمیت چندانی ندارد، بلکه عوامل دیگری مانند محتوا و ریتم آهنگ نقش تعیین‌کننده‌ای در جذب آن‌ها دارند. این ویژگی‌ها هستند که باعث می‌شوند نوجوانان به یک قطعه موسیقی علاقه‌مند شوند. به همین دلیل، در رپ فارسی و همچنین در بخش‌هایی از موسیقی پاپ فارسی جدید، که در ادامه به آن پرداخته خواهد شد، نوجوانان کمتر احساس هم‌ذات‌پنداری می‌کنند و این موضوع موجب کاهش تمایل آن‌ها به این سبک‌ها می‌شود.

۲-۲. عناصر مورد توجه در موسیقی پاپ غربی

مشارکت‌کنندگان به موسیقی پاپ غربی علاقه داشتند و خوانندگان متعددی را دنبال می‌کردند که در این میان، تیلور سوئیفت و لانا دل ری بیش از سایرین مورد توجه و محبوبیت قرار داشتند. پاپ غربی به دلیل جنبه‌های ملودیک، ریتم، و تا حدودی معنا و محتوایی برای نوجوانان جذاب است. بنابراین، برای اینکه یک آهنگ بتواند نوجوانان را به خود جذب کند، باید علاوه بر داشتن ملودی دلنشین، حامل پیامی مناسب باشد.

روبینا: «موزیک‌هایی که لیریک قشنگی داره {گوش می‌دم} مثلا لئونارد کوهن که خب یه سری لیریکاش خیلی قشنگ و دوست داشتنین گوش می‌دم... گاهی اوقات یه سری راک گوش می‌دم یه سری آهنگ‌های راک که خیلی آزاردهنده نباشه برام...».

آرتمیس: «همیشه سبکی که گوش می‌دم برام خاصه چون من می‌دونم اون موزیکی که دارم گوش می‌دم فرکانس‌های خیلی مستقیمی می‌تونه وارد مغز من بکنه و اثر زیادی می‌تونه برام بذاره برای همین همیشه وسواسیت خرج می‌دم برای گوش کردن به موسیقی‌هایی که می‌خوام گوش بکنم».

۲-۳. نگرش نوجوانان به موسیقی پاپ ایرانی

اکثر مشارکت‌کنندگان به موسیقی پاپ ایرانی نسل قدیم مانند ابی، هایده، گوگوش و... علاقه‌مند بودند و این آثار را گوش می‌دادند. هرچند این موسیقی‌ها ممکن است برای بسیاری از دوستان یا سایر نوجوانان جذاب نباشند یا مورد پسند قرار نگیرند، اما از نظر آن‌ها ترکیبی از متن‌های قوی، صدای دلنشین و ریتم مناسب، این آثار را برایشان خاص و جذاب کرده است. به عبارت دیگر، این مجموعه ویژگی‌ها، موسیقی پاپ قدیمی ایرانی را برای آن‌ها به پدیده‌ای با ارزش تبدیل می‌کند. در مقابل، بسیاری از شرکت‌کنندگان نسبت به موسیقی پاپ ایرانی نسل جدید علاقه‌ای نشان ندادند. به نظر آن‌ها، این موسیقی اغلب دارای ریتم‌هایی تکراری و مشابه است و از نظر محتوایی ضعیف، بی‌مفهوم یا گاه دارای مضامین غمگین و نامناسب است که مانع از ارتباط عاطفی آن‌ها با این آثار می‌شود. با این حال، برخی مشارکت‌کنندگان، خوانندگان خاصی از نسل جدید را به دلیل کیفیت بهتر صدای آن‌ها، متن‌های عمیق‌تر و ریتم‌های متنوع‌تر دنبال می‌کنند. حامیم و شروین حاجی‌پور به عنوان نمونه‌هایی از این گروه، بیشترین نظرات مثبت را در میان نوجوانان به خود اختصاص داده‌اند. با این همه، به طور کلی، موسیقی پاپ ایرانی نسل جدید هنوز نتوانسته است جایگاه قابل توجه و را در میان نوجوانان شرکت‌کننده به دست آورد. این موضوع نشان می‌دهد نوجوانان به دنبال موسیقی‌ای هستند که بتواند هیجان، معنا و انرژی مثبت را به آن‌ها منتقل کند، چیزی که در بسیاری از آثار جدید کمتر دیده می‌شود. بنابراین، این ترجیح موسیقایی فراتر از سلیقه ساده است، بلکه این انتخاب نشان‌دهنده جنبه‌های مهم‌تری مثل احساساتشان، سلیقه هنری‌شان و بخشی از هویتی است که در حال شکل‌گرفتن است. یعنی موسیقی به آن‌ها کمک می‌کند تا خودشان را بهتر بشناسند و نشان دهند که چه کسی هستند.

رونیکا: «منظورم از آهنگ ایرانی که دوستش دارم آهنگ قدیمی ایرانی هست چون که معتقدم آهنگ‌های جدید...دیگه چرت شدن اکثرا... نه معنی دارن نه محتوا دارن، نه ریتم دارن. مثل آهنگ‌های قدیمی معنیو عشقو ریتم رو ندارن اکثرا. خصوصا آهنگ‌های رپ ایرانی جدید. اما به سری خواننده‌های حالا جدیدم داریم که من خیلی دوستشون دارم آقای حامیم، ... و آقای شروین

حاجی پور رو هم خیلی دوست دارم خانم سوگند... رو خیلی دوست دارم ... اما کلا موسیقی ایرانی، همون موسیقی قدیم رو خیلی دوست دارم ...».

یاسمین: «می‌تونم بگم واقعا محتواهای موسیقی پاپ ایران رو به هلاکته. همیشه به این اعتراض دارم که چرا نمی‌تونیم یه کم حواسمون باشه به موسیقیمون... محتواهای موسیقی ایران خلاصه شده توی موی یار و پیچش ابرو و زیبایی طرف و... یا یه جور دیگه خیانت کردنو چرا رفتی، من تنهام از اینجور حرفاست. چرا همه‌ی موضوعات زوم شده روی روابط غیر شرعی؟ اصلا اینو بیخیال بابا، تکراریه. آهنگای ماکان بند همشون همینجورین، بسه دیگه آقا، عه...».

۴-۲. کی پاپ: موسیقی همه چی تمام

تمامی مشارکت‌کنندگان این پژوهش تجربه‌ی شنیدن موسیقی کی پاپ را داشتند و آن را واجد تمامی عناصر و کیفیت‌هایی می‌دانستند که از نظر آنان در موسیقی پاپ ایرانی نسل جدید غایب است. از نگاه دختران نوجوان، کی پاپ سبکی است با محتوایی متنوع و سازگار با ذائقه‌ی سنی آنان، به‌گونه‌ای که موضوعات و دغدغه‌های خاص نوجوانی را بازتاب می‌دهد. ویژگی‌ای که به گفته‌ی آنان در دیگر سبک‌های دیگر کمتر به چشم می‌خورد. در کنار این جنبه‌های محتوایی، مشارکت‌کنندگان به کیفیت صوتی و فنی بالای آثار نیز اشاره داشتند و صدای خوانندگان کی پاپ را قوی و حرفه‌ای توصیف کردند، عاملی که نشانه‌ای از سطح بالای مهارت آنان است. ریتم‌های متنوع و جلوه‌های بصری چشمگیر، از جمله در موزیک‌ویدئوها، از دیگر عناصر جذابیت کی پاپ در نظر آنان بود، عناصری که در مجموع این سبک را به انتخابی متمایز و دلخواه برای این گروه سنی تبدیل کرده‌اند.

ملورین: «کی پاپ جذابیت‌های مخصوص خودشو داره که تو بقیه موسیقی‌ها کم دیده می‌شه. تو کی پاپ ریتم تکراری و یا شبیه هم وجود نداره. بیشتر ام‌وی‌ها تئوری و رقص خودشونو دارن که عاشق اینم. رقص‌های کی پاپ خیلی جالبن برام. صدای خواننده‌ها به نظرم خیلی عالین. تو گروه‌های کی پاپ صداهای متفاوتی تو یک آهنگ دیده می‌شن که باعث می‌شه به نظرم آدم خسته نشه ... ام‌وی‌های هالیوود جذابیتی ندارن اکثرا دارای صحنه‌های نامناسب و لی کی پاپ اینطور نیست. خیلی کم دیده می‌شه صحنه‌های نامناسب باشه ...».

دلارام: «کی پاپ یک پک کامله و هر چیزی که دنبالش باشی توش هست یعنی از نظر سبک موسیقی اینا هر سبکی دارن از پاپ و راک اند رولو هیپ‌هاپ. موسیقی‌هاشون تم داره، محتوا داره،

محتوای سطحی و عمیق. پوشش‌ها و استایل‌هاشون نسبت به اون فضا و محتوای آهنگ متفاوت و خوبه. روش فکر می‌شه و استایل‌هاشون به نسبت غربی‌ها مناسب‌تره...».

آرتمیس: «نوع موسیقیش جوریه که واقعا آرامش‌بخشه. واقعا هدف و معنی خاصی داره، انگیزه بالایی داره ... واقعا برام جالبه و همیشه ریتم‌ها و آواهایی که داره یه چیز متفاوته و ... بچه‌های ما هم همه تنوع طلبین و ۱۰۰ درصد دنبالشون می‌رن.»

۳. الگوی مصرف موسیقی

۳-۱. موسیقی: همیشه و هر لحظه

برای بسیاری از نوجوانان مشارکت‌کننده، موسیقی نه صرفاً یک سرگرمی، بلکه بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره است، حضوری دائمی که لحظات تنهایی و فعالیت‌های روزمره را پر می‌کند. برخی از آنان بیان کردند که موسیقی تقریباً در تمام طول روز با آنهاست و به‌عنوان پس‌زمینه‌ای مداوم برای انجام کارها حضور دارد. در روایت آن‌ها، موسیقی جایگاهی هم‌راستا با نیازهای اساسی دارد، چیزی شبیه اکسیژن که نبودش دور از تصور است.

در این میان، تنها شمار اندکی از مشارکت‌کنندگان گفته‌اند که زمان مشخص و محدودتری برای گوش دادن به موسیقی در نظر دارند، معمولاً کمتر از یک ساعت در روز. با این حال، حتی در این موارد نیز، موسیقی بخشی معنادار از برنامه‌ی روزانه‌شان را شکل می‌دهد.

فصل تابستان، با فراهم آوردن فراغت بیشتر، فضایی مناسب‌تر برای غرق شدن در دنیای موسیقی فراهم کرده است. ابزارهایی مانند هدفون و هندزفری نیز نقش مهمی در این امر دارند، چرا که امکان تجربه‌ی شخصی و بی‌وقفه از موسیقی را در هر مکان و زمانی فراهم می‌کنند. برای برخی از آنان، حضور دائمی هدفون در گوش نه تنها نشانه‌ی علاقه، بلکه بازتاب دهنده‌ی سبک زندگی موسیقی‌محورشان است، سبکی که در آن، صدا و ریتم در شکل‌گیری زیست‌جهان نوجوانی نقش مهمی دارد.

آرشینا: «حداقل اینجوری بگم که ۲۳ ساعتش واقعا {موسیقی} گوش می‌دم چون من بیست و چهاری هدفون توی گوشمه یا هندزفری توی گوشمه. دیگه این چند سال {اینقدر} هدفونو هندزفری توی گوشم بوده یه موقع مامانم صدام می‌کنه هدفون صداس زیادها {ولی} حس می‌کنم برمی‌گردم، می‌گم بله.»

پرتو: «موسیقی زیاد گوش می‌دم می‌شه گفت ۵ ساعت در روز شاید یا بیشتر. اگر مثلا فیلم ببینم، شاید فقط تو اون موقعیتو گوش ندم یا وقتی که خوابم ... با هر کاری که می‌خوام انجام بدم {موسیقی گوش می‌دم}».

مانلی: «خیلی زیاد {آهنگ گوش می‌دم}، نمی‌دونم چند ساعت می‌شه ولی من همه کارامو با موسیقی انجام می‌دم (خنده) جز موقعی که خوابم، دارم درس می‌خونم یا با خانواده‌ام، دارم آهنگ گوش می‌دم».

۲-۳. موسیقی و رقص به مثابه گذران اوقات فراغت

اوقات فراغت یکی از مهم‌ترین زمان‌ها در زندگی هر فرد است، وقتی که آدم از کارها و وظایف روزمره جدا می‌شود و می‌تواند به کارهایی بپردازد که واقعا دوستشان دارد. آنچه در این زمان می‌گذرد، بازتابی از سلیقه، نیازها و سبک زندگی هر شخص است. برای دختران نوجوانی که در این مطالعه شرکت کرده‌اند، چیزی که بیشتر از هر چیز دیگری در اوقات فراغتشان معنا پیدا می‌کند، موسیقی و رقص است. در واقع موسیقی و رقص فراتر از صرف تفریح، بخشی مهم از تجربه زیسته‌شان محسوب می‌شود.

مشارکت‌کنندگان به فعالیت‌های متنوعی برای گذران اوقات فراغت اشاره کردند، از تماشای فیلم و سریال گرفته تا جست‌وجو در فضای مجازی، مطالعه کتاب و سایر سرگرمی‌ها، اما در میان همه‌ی این گزینه‌ها، موسیقی جایگاه برجسته‌تری داشت، حضوری دائمی، دم‌دست و کم‌هزینه. برای بسیاری از آنان، گوش دادن به موسیقی نه تنها راهی برای پر کردن اوقات فراغت، بلکه تجربه‌ای آرامش‌بخش و لذت‌آفرین بود که با ساده‌ترین امکانات، در هر لحظه امکان‌پذیر می‌شد.

در کنار موسیقی، رقص نیز از فعالیت‌هایی بود که اغلب دختران نوجوان به آن اشاره داشتند. رقص برای آنان تنها یک حرکت جسمی نبود، بلکه شکلی از تخلیه انرژی بود. این فعالیت، اغلب به صورت تفریحی یا تمرینی در اوقات فراغت انجام می‌شد رقص، بی‌تردید در پیوندی تنگاتنگ با موسیقی معنا می‌یابد، و در زیست‌جهان این نوجوانان، این دو هم‌زمان هم وسیله‌ی سرگرمی بودند و هم ابزار شکل‌دهی به احساسات، هیجانات و هویت شخصی.

آلا: «تو اوقات فراغتم تو کانال‌های تلگرامی می‌چرخم. بعضی مواقع هم آهنگ کی‌پاپ می‌ذارم و باهاش می‌رقصم».

ملورین: «نوی اوقات فراغتم دوست دارم بیرون برم مخصوصا عصرها و توی غروب خورشید بیرون باشم، آهنگ گوش بدم و برقصم، به طبیعت برم و با حیوانات و طبیعت ارتباط برقرار کنم».

روبینا: « چون خیلی اوقات می‌شه که از صبح تا غروب یا چه می‌دونم ۵ ۶ ساعت پشت میز داشتم کارایی نوشتنی و اینجوری انجام می‌دادم، ترجیح میدم که مثلاً به فعالیت فیزیکی داشته باشم که اونم ترجیحم مثلاً دنسایی کی پایه چون حدوداً بلدمشون خیلی وقت نیاز نیست صرف کنم واسشون. به فعالیت فیزیکیه. به جور انگار مثلاً نیاز دارم به کار فیزیکی که انجام بدم.»

۴. تمایزات نسلی در انتخاب موسیقی

به جز تعداد معدودی از مشارکت‌کنندگان که به دلیل باورهای مذهبی یا فضای خانوادگی، موسیقی در زندگی روزمره‌شان چندان جایی نداشت، بیشتر آن‌ها از حضور پررنگ موسیقی در خانه‌هایشان گفتند. در روایت‌هایشان، موسیقی نه صرفاً یک سرگرمی، بلکه بخشی از بافت زندگی خانوادگی بود و به عنوان پس‌زمینه در لحظات روزمره جریان داشت. پدران معمولاً شنونده‌ی موسیقی پاپ ایرانی نسل‌های پیشین بودند، مانند ابی، هایده یا مهستی که نوستالژی نسل آن‌ها را شکل داده‌اند و با سبک‌های تازه‌تر چندان احساس نزدیکی نمی‌کردند. مادران نیز اغلب در ذائقه موسیقایی با پدران همسو بودند، هرچند در مواردی اندک، نگاهی به آهنگ‌های شادتر یا آثار خوانندگان جدیدتر نیز داشتند. خواهرها و برادرها اما، نگاه گشوده‌تری به سبک‌های متنوع‌تر داشتند. با این حال، در لحظاتی که خانواده کنار هم قرار می‌گرفت، مثلاً هنگام سفر با خودرو در موسیقی به پلی میان نسل‌ها تبدیل می‌شد، معمولاً موسیقی‌ای انتخاب می‌شد که برای همه آشنا و خوشایند بودند و می‌توانستند لحظه‌ای مشترک و خوش‌خاطر برایشان بسازند.

پرتو: « آره خانواده من اهل موسیقین. موسیقی کلاسیک گوش می‌دن، قدیمی گوش می‌دن بیشتر، ولی خب از آهنگ‌های جدیدم اگر خوششون بیاد جایی بشنوند اونا رو هم گوش می‌دن. خواننده‌های مورد علاقه‌شونم بیشتر قدیمیان دیگه مثل ابی، داریوش، معین، هایده، مهستی اینا رو دوست دارن. ... بیشتر سعی می‌کنم که آهنگ‌های مورد علاقه اونا رو بذارم چون که خب اینجوری هم که شاید از آهنگ‌های من خوششون نیاد و خب توی اون مدتی که توی ماشینیم بذار مثلاً به چیز بذارم که هممون دوستش داریم و باهاش حال می‌کنیم.»

روشا: « چه مادرم چه پدرم چه خواهرم اهل موسیقی هستند. پدرم غمگین و سبک قدیمی گوش می‌ده مثل آهنگ‌های حمیرا، مهستی یا معین. مادرم آهنگ‌های شاد، قدیمی یا جدید فرقی نمی‌کنه، فقط شاد {باشه}. خواهرمم هر آهنگی که من برایش می‌ریزم {گوش می‌ده}».

یاسمین: «توی ماشین خب آهنگایی گوش میدیم که مامان و بابا خوششون میاد ولی وقتی با داداشم میرم بیرون پلی لیست من روشنه.»

اگرچه دختران نوجوان سبک‌های موسیقی مورد علاقه خود را دنبال می‌کنند، اما موسیقی‌هایی که والدینشان گوش می‌دهند، که عمدتاً شامل پاپ ایرانی نسل قدیم است نیز برای آن‌ها جذاب است. با این حال، در مسیر شکل‌گیری هویتشان، بسیاری از نوجوانان آگاهانه به سراغ سبک‌هایی می‌روند که با سلیقه موسیقایی خانواده تفاوت دارد. این تفاوت در انتخاب موسیقی، بخشی از تلاش نوجوان برای نشان دادن استقلال و هویت متفاوتشان است.

نتیجه‌گیری

این پژوهش نشان داد که موسیقی برای دختران نوجوان ایرانی صرفاً یک سرگرمی گذرا نیست، بلکه بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره‌ی آنان است. گوش دادن به موسیقی یکی از اصلی‌ترین فعالیت‌های آنان در اوقات فراغت محسوب می‌شود و بسیاری از نوجوانان حتی زندگی بدون موسیقی را دشوار می‌دانند. موسیقی برای این گروه سنی سازوکاری حیاتی برای رسیدن به آرامش، تخلیه‌ی هیجان و مدیریت فشارهای روانی است و به آن‌ها کمک می‌کند برای مدتی از مشکلات و محدودیت‌های زندگی فاصله بگیرند. این یافته‌ها اگرچه با مطالعات نورث و همکاران (۲۰۰۰) همسوست که نشان داده‌اند نوجوانان موسیقی را به دیگر فعالیت‌های درون‌خانه‌ای، به استثنای تماشای تلویزیون، ترجیح می‌دهند، اما با این تفاوت که در بستر ایران، محدودیت‌های مالی و فرهنگی و دسترسی آسان به موسیقی، آن را به مهم‌ترین شکل فراغت تبدیل کرده است. نوجوانان، حتی در مناطق دورافتاده، دسترسی به موسیقی دارند و این موضوع باعث شده موسیقی به عاملی مهم در ساختار روزمره و آرامش روانی آنان بدل شود.

یافته‌های این پژوهش همچنین نشان می‌دهد که سبک پاپ و به‌ویژه موسیقی کی‌پاپ جایگاهی ویژه یافته‌اند. برخلاف کلیشه‌های رایج، نوجوانان ایرانی نه موسیقی والدین خود را کاملاً کنار می‌گذارند و نه صرفاً جذب خوانندگانی چون تتلو یا ساسی مانکن می‌شوند. مهم‌ترین معیار آن‌ها کیفیت محتوا و ریتم موسیقی است. آن‌ها موسیقی‌ای را ترجیح می‌دهند که تنها بازناب غم یا عشق نباشد، بلکه آرامش، انرژی مثبت و معانی متناسب با دغدغه‌هایشان را منتقل کند. در واقع نوجوانان ایرانی انتخاب‌های موسیقایی هوشمندانه دارند و کیفیت محتوا، ریتم و تناسب با نیازهای روانی و اجتماعی، معیارهای اصلی آن‌هاست. این موضوع با نظریه «استفاده و خشنودی» نیز همخوانی دارد، نوجوانان فعالانه موسیقی را انتخاب می‌کنند و آن را به ابزاری برای آرامش، تخلیه می‌کنند و موسیقی را به ابزاری برای معنا دادن به جهانشان بدل می‌سازند. همان‌گونه که برخی محققان اشاره کرده‌اند، موسیقی برای جوانان همچون «هوایی است که تنفس می‌کنند» و «کلیدی

برای رفع فقدان معنا» و «ابزاری فعال برای شکل‌دهی هویت فردی و جمعی است» (اوبلا، ۲۰۰۰: ۴۱ نقل شده از بکمن، ۲۰۱۳: ۹۵؛ بنسون، ۲، ۲۰۰۸ نقل شده از لونی، ۳، ۲۰۰۹: ۱۴؛ کاشمن، ۴، ۱۹۹۵: ۹۱ نقل شده از ویلیامز، ۲۰۰۶: ۱۷۴).

در حوزه نظری، بر خلاف نظر بوردیو که ذائقه را به طبقه و سرمایه فرهنگی مرتبط می‌داند، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که آن‌ها با وجود تفاوت‌های اجتماعی و اقتصادی، به سبک‌های متنوعی گوش می‌دهند و انتخابشان بیش از آنکه بازتاب طبقه‌ی اجتماعی باشد، متأثر از نیازهای روانی و هیجانی است. در بافت اجتماعی ایران، محدودیت‌های مالی و فرهنگی سبب شده موسیقی جایگاهی ویژه‌تر از سایر اشکال فراغت پیدا کند.

بنابراین، می‌توان گفت موسیقی در زندگی نوجوانان ایرانی نه تنها ابزار فراغت، بلکه سرمایه‌ی فرهنگی-عاطفی برای مواجهه با چالش‌های روزمره است. این یافته‌ها بیانگر آن است که سیاست‌های فرهنگی و آموزشی باید به نقش بنیادین موسیقی در زیست نوجوانان توجهی جدی‌تر داشته باشند، به‌ویژه در مواجهه با سبک‌های نوینی همچون کی‌پاپ که ظرفیت بالایی در پاسخ‌گویی به نیازهای نسل جدید دارد.

منابع

- بیچرانلو، عبدالله (۱۳۹۳). «رسانه موسیقی و جوانان ایرانی؛ با تمرکز بر موسیقی در تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی زبان». *فصل‌نامه علمی رسانه*، ۲۵ (۲)، ۱۰۱-۱۱۹.
- بیچرانلو، عبدالله و خرمی شاد، زینب (۱۴۰۱ الف). «مصرف موسیقی دختران نوجوان زیسته در بافت دینی؛ همه چیزخواری یا انتخاب‌گری؟». *فصل‌نامه علمی رسانه*، ۳۳ (۴)، ۵-۲۵.
- بیچرانلو، عبدالله و خرمی شاد، زینب (۱۴۰۱ ب). «دریافت دختران نوجوان زیسته در بافت فرهنگی دینی از مصرف موسیقی». *فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۱۵ (۴)، ۱-۲۹.
- پروائی، شیوا (۱۴۰۰). «زنان و مصرف موسیقی؛ پژوهشی کیفی درباره ذائقه‌ی موسیقایی زنان». زن در فرهنگ و هنر، ۱۵ (۱)، ۱-۲۷.
- سورین، ورنر جی و تانکارد، جیمز دبلیو. (۱۳۸۸). *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه: علی‌رضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

حیدرپناه، حمید، بهیان، شاپور و وحید، فریدون (۱۴۰۰). «نقش رسانه های جدید در جهت دهی به مصرف موسیقی جوانان». *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۷(۲۸)، ۳۳۹-۳۷۴.

فاضلی، محمد (۱۳۸۴). «جامعه‌شناسی مصرف موسیقی». *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱(۴)، ۲۷-۵۳.

فلیک، اووه (۱۳۹۶). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه: هادی جلیلی. تهران: نشر نی.

محمدپور، احمد (۱۴۰۰). *ضد روش*. تهران: نشر لوگوس.

مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۹۰). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه انتقادی*. تهران: انتشارات همشهری.

- Beckmann, H. B. (2013). "Music, adolescents and health: Narratives about how young people use music as a health resource in daily life". *Centre for Music and Health Publication Series*, 6, 95-116.
- Chen, J. R. (2018). "The impact of different genres of music on teenagers". *Int J Psychol Stud*, 10(4), 42.
- DeNora, T. (2000). *Music in Everyday Life*. Cambridge University Press.
- Forchu, I. I. (2013). "Music preferences and behavioural patterns of adolescents in Enugu town, Nigeria: Implications for development". *Res. Human. Soc. Sci*, 3(4), 57-66.
- Hargreaves, D. J., & North, A.C. (1997). *The social psychology of music*. Oxford University Press.
- Husna, N. N., & Rinjani, D. (2022). "The Role Of Music In The Life Of Teenagers". *Jurnal Seni Musik*, 11(1), 19-25.
- Isherwood, H. (2018). How music affects society. Thesis. School of Social Sciences, PRIFYSGOL BANGOR University. 10.13140/RG.2.2.26680.49920
- Lonie, D. I. (2009). Musical identities and health over the youth-adult transition. PhD Thesis, University of Glasgow
- Lonsdale, A. J., & North, A. C. (2011). "Why do we listen to music? A uses and gratifications analysis". *British Journal of Psychology*, 102(1), 108-134.
- Maloney, L. (2021). Music Like Water: Exploring the Functions of Music Through Thematic Bibliometric Analysis and Comparative ESM Study, PhD Thesis, University of York.
- Miranda, D. (2013). "The role of music in adolescent development: much more than the same old song". *International Journal of Adolescence and Youth*, 18(1), 5-22.
- North, A., Hargreaves, D., & O'Neill, S. (2000). "The importance of music to adolescents". *British Journal of Educational Psychology*, 70, 255-272.
- Rentfrow, P. J. (2012). "The role of music in everyday life: Current directions in the social psychology of music". *Social and personality psychology compass*, 6(5), 402-416.
- Swaminathan, S., & Schellenberg, E. (2015). "Current Emotion Research in Music Psychology". *Emotion Review*, 7, 189-197.
- Williams, J. P. (2006). "Authentic identities: Straightedge subculture, music, and the internet". *Journal of contemporary ethnography*, 35(2), 173-200