

بازشناسی فرایندهای اجتماعی تأثیرگذار بر ذائقه موسیقایی

هما زنجانی‌زاده اعزازی^{۱*}، نادر صنعتی شرق^۲، الهام محمدی^۳

چکیده

این پژوهش برای دستیابی به الگوهای مصرف موسیقی دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد و عوامل اجتماعی مؤثر بر ذائقه موسیقایی آنان صورت گرفته است. درباره ارتباط میان توزیع اجتماعی ذائقه‌های مصرف فرهنگی و تمایزات طبقاتی دو نظریه شاخص وجود دارد. در یک سو، پیروان بوردیو^۴ که معتقدند طبقات اجتماعی بالا، ذائقه موسیقایی بالا دارند و افراد طبقات اقتصادی و اجتماعی پایین به ژانرهای کم‌منزلت گوش می‌دهند. در سوی دیگر، پیروان پیترسون^۵ معتقدند ذائقه طبقات بالا التقاطی و ذائقه طبقات پایین تک‌بعدی است. در این پژوهش، بر آن بودیم تا، با استفاده از روش‌های کیفی، تأثیر بسترهای فرهنگی و اجتماعی گوناگون و نقش عاملیت را در مواجهه با این بسترها، ژرف‌کاوانه بررسی کنیم. این نوشتار برآمده از تحقیقی است که، با بهره‌گیری از تکنیک مصاحبه عمیق، به مطالعه ذائقه موسیقایی یازده دانشجویی پرداخته است که هر یک تقریباً طرفدار یکی از سبک‌های معروف موسیقی بودند. یافته‌های پژوهش حاضر حکایت از آن داشت که هرچند تئوری‌های مرتبط با ذائقه موسیقی در بعضی از موارد تأیید می‌شود، به نظر می‌رسد در جامعه ایران متغیرهای متعدد دیگری نیز وجود دارند که ذائقه موسیقایی افراد را متأثر می‌کنند، نظیر گروه‌های مرجع، ساز منتخب فرد، گروه همسالان، تأثیرات بصری (جذابیت موزیک‌ویدئو برای مخاطب)، شخصیت خواننده و دانش موسیقایی.

واژه‌های کلیدی: بوردیو، پیترسون، تمایز، تمایز افقی، ذائقه موسیقی.

پذیرش: ۱۳۹۱/۶/۲۰

دریافت: ۱۳۹۰/۱۲/۱۵

homa009@yahoo.com
sanatinader@yahoo.com
emohamadi11@yahoo.com
4. Bourdieu, Pierre
5. Peterson, Richard

۱. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد،
۲. استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد،
۳. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه پیام نور مرکز مشهد.

بیان مسئله

تا کنون، دربارهٔ ذائقهٔ موسیقایی افراد و عواملی که آن را متأثر می‌سازد، مطالعات نظری و تجربی فراوانی به انجام رسیده است. مع الوصف این تحقیقات نتایج همسویی را عرضه نمی‌کنند. برای مثال، کوهن ون^۱ پژوهشی در کشور هلند با عنوان «تمایز اجتماعی در الگوهای ذائقهٔ موسیقایی» در سال ۲۰۰۱ انجام داد که نتیجهٔ آن با نظریهٔ پیترسون مطابقت می‌کند. فیلیپ کلانژن^۲ هم در سال ۲۰۰۷ پژوهش خود را با عنوان «آیا تمایز منسوخ شده: بررسی مفهوم ذائقهٔ موسیقایی التقاطی در فرانسهٔ معاصر» به سامان رساند و نظریهٔ پیترسون را تأیید کرد [۷]. در مقابل، یافته‌های تحقیق الن وارد، دیوید رایت و مادست گایو کال در انگلستان همچنان مؤید نظریهٔ بورديو است [۸]. در ایران نیز نتایج متفاوتی مشاهده شده است. برای نمونه، رضا صمیم در پایان‌نامهٔ خود میان پایگاه اجتماعی و میزان مصرف موسیقایی رابطهٔ مثبت و معنادار به‌دست آورده است [۳]. در حالی که محمد فاضلی در پژوهش خود با عنوان «بررسی تجربی فعالیت موسیقایی و مصرف موسیقی در شهر تهران» لزوم بازنگری در نظریهٔ طبقاتی مصرف فرهنگی را، حداقل در خصوص جامعهٔ ایران، خاطرنشان می‌سازد [۴].

نظر به نتایج متفاوت و گاه متضاد به‌دست آمده و قدرت تبیین اندک برخی از متغیرها نظیر سرمایهٔ فرهنگی، برخی از پژوهشگران پیشنهاد کرده‌اند که، با بهره‌جستن از روش‌های کیفی، به عوامل دیگری نظیر عاملیت در بررسی ذائقهٔ موسیقایی توجه شود [۴، ص ۱۵۶].

بر این اساس، با توجه به گسترش فناوری‌های ارتباطی و دسترسی آسان‌تر به منابع موسیقایی و نیز ویژگی‌های خاص جامعهٔ ایران مانند بافت مذهبی و سنتی آن، این تحقیق کوشش کرده است تا با انجام پژوهش کیفی، مکانیسم‌های علی مؤثر بر ذائقهٔ موسیقایی افراد را واکاوی و از این رهگذر تئوری‌های مطرح این حوزه را مجدداً ارزیابی کند و به این سؤال پاسخ دهد که این تئوری‌ها تا چه حد می‌توانند الگوی مصرف موسیقی افراد را توضیح دهند.

سلیقهٔ موسیقایی افراد در آیینۀ مطالعات تجربی و نظری

پژوهش دربارهٔ جامعه‌شناسی موسیقی ادوار گوناگونی را پشت سر گذاشته است. در آغاز قرن بیستم و تحت تأثیر مکتب شیکاگو، بررسی موسیقی راهی برای بازنمایاندن تجربهٔ مردم و به‌ویژه پیوستن مهاجران به زندگی روزمرهٔ آمریکایی بود. پس از آن، پژوهش‌گران توجه خاصی به تولید موسیقی کردند. مسئله این بود که چگونه موسیقی‌دانان در شبکه‌ای از ارتباطات اجتماعی و با برداشت از زمانه و دنیای اجتماعی، نوع خاصی از موسیقی را تولید می‌کنند. به‌عبارت دیگر، کانون توجه این نسل از تحقیقات چگونگی تأثیرگذاردن دنیای اطراف بر موسیقی‌دانان و کار آن‌ها بود [۹].

1. Van Eijk, Koen

2. Philip Coulangeon

در ادامه، نوبت به نقدهای گزنده آدورنو به موسیقی پاپ رسید. آدورنو موسیقی پاپ را ابزاری برای ایجاد و بازتولید کنترل‌های اقتدارگرایانه می‌دانست که با تمرکززدایی و نیز تکرار یک قطعه، ذائقه افراد را مبتذل می‌سازد و آن‌ها را به دوران کودکی باز می‌گرداند [۱۰].

با ظهور مکتب بیرمنگام در انگلیس، نسل جدیدی از تحقیقات درباره موسیقی آغاز شد. مکتب مطالعات فرهنگی بیرمنگام با ترکیبی از تاریخ اجتماعی انگلیسی، نظریه نوماکسیستی فرانسوی، و کار میدانی سعی می‌کرد نشان دهد جوانان چگونه خرده‌فرهنگ‌های خود را در چارچوب موسیقی درک می‌کنند. به عبارتی، سؤال این بود که موسیقی چگونه یک هویت جمعی به نام خرده‌فرهنگ را به صورت یک کلیت بازتاب می‌کند و در دسترس تجربه گروه قرار می‌دهد [۹].

در کنار مطالعات کیفی پیروان مکتب مطالعات فرهنگی، برخی محققان در ابتدای دهه ۱۹۷۰ با امکان‌پذیر شدن پردازش‌های رایانه‌ای متمایل شدند تئوری‌های مرتبط با جامعه‌شناسی موسیقی را مطرح کنند و بیامایند. بورديو تأثیرگذارترین متفکر این جریان بود. وی بر این باور بود که اعضای یک گروه طبقاتی مشخص سبک زندگی یکسان و یکنواختی دارند که ناشی از شباهت سرمایه فرهنگی اعضای این طبقه است. همچنین ساختار رفتار مصرف فرهنگی هر فرد براساس ترکیب سرمایه فرهنگی طبقاتی وی و جایگاه وی در سلسله مراتب طبقاتی شکل می‌گیرد. بنابراین دو گزاره، بورديو به این نتیجه رسید که میدان‌های فرهنگی ساختاری عمودی دارند و طبقات بالا، که فرض می‌شود از سرمایه فرهنگی بیش‌تر و پراچ‌تری برخوردارند، سبک زندگی و مصرف فرهنگی متعالی‌تر و با پیچیدگی نخبه‌گرتری را برمی‌گزینند. در عوض، طبقات پایین سرمایه فرهنگی کم‌تر و الگوی مصرف فرهنگی عامه‌پسندتری دارند. این تفاوت‌ها نیز به نوبه خود در مصرف ژانرهای فرهنگی گوناگون توسط طبقات بالا و پایین جامعه خود را نمایان می‌سازد [۹].

در مقابل، گروهی از محققان مفروضات بورديو را به چالش کشیدند. برخی از منتقدان، با حفظ مفهوم کانونی نظریه بورديو، تلاش کردند تا این نظریه را جرح و تعدیل کنند. برای مثال، دیمگیو معتقد بود که نمی‌توان خط تمایزات طبقاتی ذائقه‌های فرهنگی را به‌دقت ترسیم کرد. همبستگی‌هایی میان ذائقه‌ها و جایگاه‌های طبقاتی وجود دارد، اما این همبستگی‌ها ضعیف است و الگوی توزیع طبقاتی ذائقه‌ها نیز دقیق و تعریف‌شده و مشخص نیست [۱۱]. گروهی نیز عنوان کردند که در دنیای جدید میدان‌های فرهنگ افقی شده است. بنابراین، در بررسی ذائقه موسیقایی افراد، توجه به دیگر تمایزات اجتماعی شایان اهمیت است. در این راستا، ترینکنس^۱ از سه نوع سرمایه فرهنگی متعالی، پاپ و قومی سخن گفت. به اعتقاد وی، در عرصه سرمایه فرهنگی متعالی، طبقه عنصری تعیین‌کننده است. در زمینه سرمایه فرهنگی پاپ، طبقه و قومیت به یکسان تأثیر دارند و سرمایه فرهنگی قومی تحت تأثیر قومیت است. به‌علاوه، مصرف فرهنگی قومیت‌هایی که هنوز در جریان فرهنگ مسلط جامعه حل نشده‌اند بیش از آنکه بر مبنای الگوهای طبقاتی باشد، بر مبنای قومیت تمایز می‌یابد [۱۲].

1. Trienekens

از معروف‌ترین منتقدانی که نظریهٔ بورديو را دربارهٔ تمایز طبقاتی بازبینی کرده، ریچارد پیترسون است. وی بر آن است که در اوضاع فعلی جهان، الگوی قرارگرفتن ذائقه‌های فرهنگی هر می معکوس است. در بالای هرم، نخبگان قراردارند که حجم اجتماعی اندکی دارند ولی تعداد و نوع ژانرهای هنری و فرهنگی‌ای که مصرف می‌کنند بسیار است. در پایین هرم نیز طبقات پایین با تنوع محدود ژانرهای مصرفی قرارگرفته‌اند. به عبارتی، نوع ژانرها و تمایز دقیق میان محتوای ژانرها نیست که ذائقهٔ طبقات بالا و پایین را از هم جدا می‌کند، بلکه تنوع و تعداد ژانرهاست که چنین می‌کند. در نظر وی، ذائقهٔ طبقات بالادستی التقاطی^۱ و ذائقهٔ طبقات پایین تک‌بعدی^۲ است [۱۳].

چنان‌که ملاحظه می‌شود، با وجود همهٔ انتقادات، تمامی نظریه‌های یادشده این پیش‌فرض را پذیرفته‌اند که ذائقهٔ موسیقایی افراد وابسته به موقعیت اجتماعی آن‌هاست. برخی از منتقدان با رد این نظر اظهار کرده‌اند که ذائقه‌های فرهنگی و ایده‌ها و الگوهای مصرف فرهنگی بخشی از یک نگاه اخلاقی، اجتماعی، و ارزش‌های فرهنگی گسترده‌ترند و به این سادگی نمی‌توان آن‌ها را به جایگاه‌های طبقاتی در هر زمان و مکانی ربط داد. بنابراین، رابطهٔ مشاهده‌شده میان مصرف فرهنگی و جایگاه طبقاتی، که بورديو از آن سخن می‌گوید، بیش از حد وابسته به اوضاع فرهنگی و اجتماعی دههٔ ۱۹۶۰ در پاریس است [۱۴].

گروه دیگری از منتقدان این مسئله را مطرح کرده‌اند که بورديو، با تأکید بر ماهیت طبقاتی ذائقه‌ها، تأثیر عوامل شخصی نظیر میزان مدنیت فرد، احساسات جمعی، تکنیک‌های مدسازی [۱۵]، دوری‌های دینی، و تقلید [۴] را در شکل‌دادن به ذائقه‌ها به فراموشی سپرده است.

بر اساس این انتقادات، نسل جدیدی از پژوهش‌های جامعه‌شناسی موسیقی، با محور قرار دادن عاملیت، انجام شد. در این تحقیقات، موسیقی یک نقشهٔ ذهنی، تکنولوژی ابراز خود، و منبعی برای معانی زندگی روزمره و مدیریت هویتی تلقی می‌شود. در این دیدگاه جدید، موسیقی فقط رسانه‌ای دربارهٔ جهان تصور نمی‌شد بلکه منبعی برای ساختن جهان نیز بود. بنابراین، دیگر مهم نبود که موسیقی چه رازهایی را کشف می‌کند یا دربارهٔ جهان چه اطلاعاتی می‌رساند، بلکه مهم این بود که موسیقی چه کارهایی را امکان‌پذیر ساخته و برای شنوندگانش چه معنایی دارد [۹].

نهایتاً باید اشاره کرد که هم‌زمان با گسترش نگرش‌های فمینیستی در علوم اجتماعی و تقویت مباحثات جهانی شدن و نظریه‌های پست‌مدرنیستی مصرف فرهنگی، نسل دیگری از پژوهش دربارهٔ موسیقی به ظهور رسیده است. در این نسل از مطالعات، جنسیت و نقش زنان در موسیقی، رابطهٔ فضای شهری و مصرف فرهنگی، تأثیر جهانی شدن در موسیقی و خصوصاً موسیقی‌های محلی در کانون مباحثات جامعه‌شناسی موسیقی قرارگرفت. این نسل خصایص انتقادی فراوانی

1. Omnivores

2. Univores

دارد. تعلق نظری این نسل به فمینیسم، پست‌مدرنیسم و نوعی نقد جهانی‌شدن در عرصه فرهنگ و از میان رفتن صور فرهنگی محلی وجه انتقادی آن را تقویت کرده است [۹].

با دقت در سیر تاریخی مطالعات نظری و تجربی درباره ذائقه موسیقی، می‌توان به این نتیجه رسید که، هم‌زمان با پیچیدگی و تنوع روزافزون تعاملات افراد در سطوح ملی، محلی، و جهانی، پژوهشگران بیش از پیش به این نتیجه می‌رسند که ذائقه محصول پراکسیس اجتماعی عاملیت و ساختار است. بنابراین، شناخت سلاقی موسیقایی افراد در گرو درک نحوه مواجهه آن‌ها با بسترهای فرهنگی، اجتماعی، و اقتصادی خاصی است که در آن زندگی می‌کنند.

چارچوب مفهومی

از مجموع مطالعات نظری و تجربی درباره ذائقه موسیقایی افراد، چنین برداشت می‌شود که، در مقام توصیف، دو دسته نظریه وجود دارد. گروهی بر این باورند که در میان گروه‌ها و دسته‌های اجتماعی گوناگون همسانی ذائقه وجود دارد. در مقابل، گروهی نیز بر آن‌اند که در جهان معاصر بیش از پیش سلاقی موسیقایی افراد گونه‌گون شده است. چان و گلدثروب دسته اول را، که عمدتاً بر محور تئوری تمایز بورديو استوار شده است، نظریه‌های هم‌سایقی و گروه دوم را، که عمدتاً در انتقاد به تئوری بورديو شکل گرفته است، نظریه‌های دگرسایقی نام نهاده‌اند قاسمی و صمیم، (۱۳۸۷).

در مقام تبیین نیز، تئوری بورديو همچنان کانون توجه بسیاری از نظریات است. برخی مانند پترسون تأثیر تمایزات طبقاتی را در ذائقه افراد می‌پذیرند اما این تأثیر را محدود و محصور به گروه‌های فرودست می‌کنند. برخی دیگر به این نتیجه رسیده‌اند که تمایزات دیگر اجتماعی نظیر قشربندی‌های قومی و نژادی نیز می‌تواند نقش مؤثری در شکل‌گیری ذائقه موسیقایی افراد داشته باشد. در برابر این نظریات، برخی از محققان بر این باورند که انواع تمایزات افقی و عمودی در برابر عوامل فردی و زمینه‌ای نظیر نظام ارزش‌های فردی، استعداد، تقلید و نظایر آن سهم بیشتری در شکل دادن به ذائقه فرد ایفا می‌کند.

با توجه به بحث‌های مطرح‌شده، پرسش آغازین این پژوهش صورت شفاف‌تری به خود می‌گیرد. اکنون می‌توان پرسید که:

الف) آیا تمایزات طبقاتی بر ذائقه موسیقایی افراد مؤثر است؟

ب) آیا مکانیسم تأثیرگذاری طبقه اجتماعی افراد (در صورت تأثیرگذاری) بر ذائقه آن‌ها همانند آن چیزی است که بورديو به آن اشاره کرده است؟

ج) در صورتی که ذائقه موسیقایی افراد برخاسته از خاستگاه طبقاتی آن‌ها نباشد چه عوامل دیگری ذائقه آن‌ها را شکل می‌دهد و از طریق چه مکانیسمی این فرایند محقق می‌شود؟

روش‌شناسی

انتخاب روش: اوورمان^۱ مدعی است که روش کمی فقط روشی به‌صرفه برای تولید داده است؛ درحالی که روش‌های کیفی قادرند تبیین‌های علمی و حقیقی از واقعیات عرضه کنند (فلیک^۲، ۱۳۸۸: ۳۹). در مورد این اظهار نظر حرف و حدیث بسیار است، اما با توجه به این‌که تا کنون تئوری‌های مطرح‌شده در خصوص ذائقه موسیقایی افراد، در بسترهای گوناگون فرهنگی و اجتماعی، قدرت تبیین متفاوتی داشته‌اند و نیز مطالعات اخیر توجه بیش از پیشی به نقش عوامل زمینه‌ای و پراکسیس عاملیت با این بسترها نشان داده‌اند برخی از محققان پیشنهاد کرده‌اند که از روش‌های مورد‌محو برای کشف مکانیسم‌های علی اثرگذار بر این پدیده استفاده شود [۱۶].

انتخاب راهبرد: با توجه به هدف این پژوهش، ارزیابی تئوری‌های مربوط به ذائقه موسیقایی افراد از نمای نزدیک‌تر، مطالعه موردی توضیحی^۳، ابزاری^۴ و جمعی^۵ مناسب‌ترین راهبرد پژوهشی این تحقیق است. بین^۶ بر آن است که وقتی پژوهشگران به دنبال کشف روابط علی میان پدیده‌ها هستند، مطالعه موردی توضیحی مناسب‌ترین راهبرد پژوهشی است [۱۷]. از سویی دیگر، با توجه به دسته‌بندی [۱۸] پژوهش حاضر از نوع مطالعه موردی ابزاری است. چرا که به جای تمرکز محقق بر موردهای خاص و بر درک بهتر موقعیت‌ها و تئوری‌های توضیح‌دهنده آن موقعیت‌ها استوار شده است. نهایتاً پژوهش ما طبق دسته‌بندی برخی از پژوهشگران [۱۹] از نوع مطالعات موردی جمعی است چرا که درصد است، با بررسی موارد گوناگون، وجوه مشترک و متفاوت آن‌ها را دریابد.

تکنیک گردآوری اطلاعات

به علی چند، شیوه مصاحبه عمیق را برای گردآوری اطلاعات برگزیدیم. نخست این‌که در این شیوه نوعی شراکت و مفاهمه^۷ ضمنی هست که غالباً در سایر شیوه‌های گردآوری اطلاعات نیست. به این ترتیب، هرگونه سوءتفاهم از سوی مصاحبه‌گر یا مصاحبه‌شونده می‌تواند به سرعت مشخص و برطرف شود و این چیزی است که در مورد تکمیل پرسشنامه و اجرای آزمون امکان‌پذیر نیست. علاوه بر آن، در تکنیک مصاحبه عمیق، سرعت و کیفیت نسبی مصاحبه‌های رودررو بالاست و، از نظر هدایت مسیر مذاکره، این نوع مصاحبه بسیار انعطاف‌پذیر است [۱، ص ۱۵۵].

انتخاب موارد: فرد هالیدی می‌گوید محیط پژوهش باید دارای حسی از حد و مرز باشد، تأمین‌کننده انواع داده‌های مربوط و مرتبط باشد، از غنای کافی برخوردار باشد، به اندازه کافی کوچک باشد و دسترسی به محیط امکان‌پذیر باشد

1. Oevermann, U.
2. Flick, Uwe
3. Explanatory case study
4. Instrumental case study
5. Collective case study
6. Yin

[۱، ص ۵۶]. بر این اساس، به علت ارتباطی که با کانون موسیقی دانشجویی دانشگاه فردوسی مشهد داشتیم، جامعه هدف خود را دانشجویان این دانشگاه قرار دادیم.

از سویی دیگر، هدف پژوهش حاضر این بود که مکانیسم‌های علی مؤثر در ذائقه‌های موسیقایی مصاحبه‌شونده‌ها را واکاوی کند و از این رهگذر دیالوگی میان تئوری‌های این حوزه پژوهشی و واقعیت‌های موجود برقرار کند. بنابراین، با استفاده از راهبرد نمونه‌گیری هدفمند- انتخاب موارد غنی از اطلاعات- به دنبال افرادی بودیم که به یکی از چند ژانر مهم موسیقی (سنتی، کلاسیک، پاپ، رپ، راک و موسیقی مقامی) گرایش داشتند. در این راستا، از طریق کانون موسیقی، نمونه‌هایی را که تیپ‌های شاخص ژانرهای یادشده بودند شناسایی و، از طریق پیامک و تلفن، زمان‌مصاحبه را هماهنگ کردیم. لازم به ذکر است که در بعضی موارد انتخاب نمونه‌ها به روش گلوله برفی بود و در مواردی که امکان پیدا کردن نمونه مناسب نبود نمونه‌ها با معرفی از طریق روابط دوستانه و فامیلی انتخاب شدند. ماحصل این تلاش‌ها، مصاحبه عمیق با یازده دانشجویی بود که در ژانرهای کلاسیک، سنتی، پاپ، راک، رپ، و موسیقی مقامی فعالیت داشتند. **ابزار گردآوری داده‌ها** در این مطالعه ضبط صوت بود که با هماهنگی قبلی مصاحبه‌شونده استفاده کردیم. وقتی زمان مصاحبه را با مصاحبه‌شوندگان هماهنگ می‌کردیم، اطلاعاتی کلی درباره مصاحبه به آن‌ها می‌دادیم و می‌گفتم نیاز است صدای آنان ضبط شود. همچنین، بعد از هر مصاحبه و تقریباً بلافاصله پس از آن، داده‌های ضبط‌شده را رونوشت‌برداری و کنش‌ها و تعاملات مشاهده شده را ثبت می‌کردیم. در عین حال، تلاش کردیم که احساسات و لحن صدای مخاطب و حالات گوناگون بیان وی هنگام مصاحبه را نیز درج کنیم.

هر مصاحبه معمولاً یک ساعت و نیم تا دو ساعت به طول می‌انجامید. برقراری ارتباط با مصاحبه‌شوندگان روند تقریباً زمانبری بود. با توجه به آشنا نبودن دانشجویان با این روش، لازم بود برای آن‌ها مختصری از موضوع تحقیق، روش آن و مقایسه آن با روش کمی و تکمیل پرسشنامه، که همه مصاحبه‌شوندگان قبلاً آن را تجربه کرده بودند، بگوییم. موضوع برای دانشجویان جذابیت داشت. و اکثر مصاحبه‌شوندگان بعد از پایان مصاحبه از آن رضایت داشتند و برای اینکه به آن‌ها فرصت داده شده بود صحبت‌هایشان را، آن‌گونه که می‌خواستند، بیان کنند متقابلاً تشکر می‌کردند. سعی در برقراری ارتباط صادقانه و دوستانه باعث شد که مصاحبه‌شوندگان به راحتی نظرات و تجربیات خود را اظهار کنند. قبل از مصاحبه به دانشجویان اعلام کردیم که با اینکه سؤالات درباره موسیقی است اگر سؤالی را دوست نداشتند می‌توانند پاسخ ندهند و اینکه اسم و مشخصات آنان کاملاً محرمانه خواهد ماند. در حین مصاحبه نیز اگر پاسخگو در مورد خاصی تمایلی به اظهار نظر نداشت از کنار آن گذشتیم.

نهایتاً شایان ذکر است از آنجاکه در مصاحبه عمیق ارتباط صمیمانه‌تری با مخاطب برقرار می‌شود، مصاحبه‌شونده احساسات درونی خود را بازگو می‌کرد، بنابراین در مواردی که احساس کردیم سؤال کردن از وضعیت سرمایه اقتصادی و فرهنگی خانواده باعث اشکال اساسی در برقراری ارتباط با مخاطب خواهد شد به‌طور بسیار ضمنی و از سایر صحبت‌های مصاحبه‌شونده طبقه اجتماعی وی را تقریبی تعیین کردیم.

سؤال‌های مصاحبه: در طراحی فرایند مصاحبه و سؤال‌های آن، موضوعاتی را که باید سؤال می‌شد از پیش معین و سعی کردیم طی مصاحبه به موضوعات پیش‌بینی شده پاسخ دهیم. بنابراین، مصاحبه را با سؤالی کلی درباره فعالیت موسیقایی مصاحبه‌شونده، برای تشخیص ذائقه و ژانر موسیقایی مورد علاقه‌اش، آغاز می‌کردیم. به تقاطعی یا یک‌بعدی بودن ذائقه فرد، تغییر ذائقه احتمالی، موسیقی‌هایی که مورد علاقه او نبودند و عوامل مؤثر در انتخاب نوع موسیقی توجه داشتیم و سعی کردیم مواردی از جمله طبقه اجتماعی، سرمایه فرهنگی، دانش موسیقایی، باورهای دینی و ارزش‌های خانوادگی، تأثیر فرد مرجع، تأثیر رسانه‌ها و همچنین احساسات فرد در هنگام شنیدن موسیقی، کاربردهای موسیقی در زندگی روزمره فرد، و روش‌های دسترسی به موسیقی مد نظر قرار گیرد. در عین حال، سؤال‌ها به صورت باز مطرح شد و راه برای هرگونه یافته غیرمنتظره و برنامه‌ریزی‌نشده باز بود و گردآوری داده‌ها تا زمانی که وجوه اصلی داده‌ها جنبه تکراری بیابند ادامه یافت. در پایان، از مصاحبه‌شوندگان می‌پرسیدیم اگر به جای مصاحبه‌گر باشند، برای دستیابی به عوامل مؤثر در ذائقه موسیقایی، چه سؤالی خواهند پرسید که بدین ترتیب مصاحبه‌شوندگان فعالانه‌تر در این تعامل شرکت کردند و بعضاً مواردی را بیان کردند که در مصاحبه‌های بعدی مورد پرسش و مورد نظر قرار گرفت.

تحلیل داده‌ها

پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها و تبدیل آن‌ها به متن، پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان را، با استفاده از شیوه‌های کدگذاری آزاد و محوری اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸)، برای تلخیص داده‌ها، رمزگذاری کردیم. بدین ترتیب، دلالت‌های مضمونی گفته‌های مصاحبه‌شوندگان در قالب مقوله‌های مشخص دسته‌بندی شد.

اعتبار^۱ و پایایی^۲ پژوهش

پیش از پرداختن به بحث اعتبار و پایایی این پژوهش، لازم به ذکر است که برخی از پژوهشگران مانند لینکلن و گوبا (۱۹۸۵) با به کار بردن این اصطلاحات در تحقیقات کیفی مخالفاند. آن‌ها مفهوم اعتبارپذیری^۳ را جایگزین کیفی معیار اعتبار درونی کرده‌اند. این معیار به درجه اعتماد به واقعی بودن یافته‌ها برای شرکت‌کنندگان در پژوهش و زمینه‌ای که این پژوهش در آن انجام شده است بستگی دارد [۱].

برای تأمین اعتبارپذیری این پژوهش، از دو ابزار بازرسی خارجی^۴ (نظارت اساتید راهنما و مشاور بر مراحل تحقیق) و تبادل نظر با هم‌تایان^۵ (افرادی که سرکاری با این پژوهش نداشتند) استفاده کردیم. اعتبار بیرونی تحقیق، که

1. Validity
2. Reliability
3. Credibility
4. External Audits
5. Peer debriefing

معادل آن در پژوهش‌های کیفی انتقال‌پذیری است، برای این پژوهش کاربردی نداشت، زیرا ما به دنبال تعمیم‌پذیری نتایج تحقیق خود نبودیم، بلکه هدف کشف عوامل محتمل مؤثری بود که در بستر فرهنگی - اجتماعی ایران در ذائقه افراد مؤثر است. پایایی یافته‌ها نیز، که با عنوان قابلیت اعتماد^۱ در پژوهش‌های کیفی از آن یاد می‌شود، از طریق تهیه مسیرنمای حسابرسی^۲ محقق شد. بدین ترتیب که جزئیات هر مرحله از تحقیق را ثبت و ضبط کردیم و نهایتاً در اختیار فردی خارج از پژوهش قرار دادیم تا بازرسی شود.

یافته‌ها

ماحصل تحلیل داده‌های این تحقیق در جدول ۱ آمده است. از آنجا که از هدف‌های این پژوهش بررسی تئوری تمایز بودیدو است، میزان تطابق سلیقه موسیقایی فرد با خانواده‌اش را مد نظر قرار داده‌ایم. دو ستون دیگر جدول به عوامل مؤثر در ذائقه مشارکت‌کنندگان اختصاص دارد. مهم‌ترین عامل ذکر شده را مقوله محوری مصاحبه قرار دادیم و دیگر موارد را جزو مقولات زمینه‌ای ثانوی دسته‌بندی کردیم. این مقولات عبارتند از:

تأثیر گروه مرجع

از عواملی که تقریباً همه مشارکت‌کنندگان به نحوی بر آن تأکید داشتند تأثیرپذیری از «دیگران مهم» بود. فریبا از این موارد بود. دانشجوی رشته جامعه‌شناسی که در خانواده‌ای سنتی پرورش یافته بود. سه‌تار می‌زند و به موسیقی سنتی و به‌ویژه استاد شجریان تعصب خاصی داشت. با اینکه خانواده با نوازندگی‌اش مشکل داشتند با شور و حرارت به فراگیری موسیقی می‌پرداخت. پرسیدیم تحت تأثیر کسی به وادی هنر وارد شده، پاسخ داد برادر بزرگ‌ترش که مهندس برق است، بسیار اهل مطالعه است، نویسندگی می‌کند و روحیاتش نیز با او شباهت بیش‌تری دارد. بنابراین، تأثیر زیادی نیز روی علایق او داشته است. مورد دیگر فاطمه دانشجوی الهیات بود که تحت تأثیر پدر و برادر بزرگ‌ترش به موسیقی پاپ علاقه‌مند شده بود: «بادم می‌یاد که بابام... یا داداشم می‌گفتن این‌ها سلطان صدا هستن و این‌ها...»

اساتید موسیقی نیز از جمله دیگران مهمی بودند که روی ذائقه موسیقایی برخی از مشارکت‌کنندگان اثر گذاشته بودند. علی از این موارد بود. وی دانشجوی زبان انگلیسی، آهنگساز، و نوازنده پیانو بود. در بخشی از صحبت‌هایش اشاره کرد: «چیزی که در واقع منو به این سمت کشوند، در واقع اساتیدی بود که اطرافم بودن، کسانی که موسیقی رو در واقع به معنی درستش کار می‌کردن...».

1. Dependability
2. Auditing trail

جدول ۱. خلاصه نتایج تحقیق

دیگر مقولات مورد اشاره به عنوان عوامل زمینه‌ای مؤثر در ذائقه	مقوله محوری (مهم‌ترین عامل مؤثر در ذائقه)	تطابق ذائقه فرد با ذائقه خانواده	ذائقه موسیقایی غالب	خواستگاه طبقاتی خانواده	
دیگری مهم (برادر)، مطابقت سبک موسیقی با فضای سنتی عرفانی مورد علاقه فرد، تشویق استادان	تماشای موزیک‌ویدئو و کنسرت موسیقی	مطابقت داشت	سنتی	متوسط	فریبا
استادان موسیقی، فضای خاصی که سبک خاص ایجاد می‌کند (رنگ و بوی اخلاقی ذائقه)	شرکت در گروه موسیقی مدرسه و تأثیر ساز خاص و ژانرهای وابسته	تقریباً مطابقت داشت	کلاسیک	متوسط	علی
مقبولیت ظاهر خواننده، تبلیغات، هم‌نوایی با جمع (تأثیر گروه همسال)	دیگران مهم	مطابقت تا حدودی	پاپ	متوسط	فاطمه
گروه همسالان، مطابقت نوای ساز خاص با فضای عرفانی مورد علاقه فرد	خانواده و حضور در فضای اجرای زنده موسیقی	مطابقت داشت	سنتی	بالا	آرش
گروه مرجع (استادان موسیقی)، جذابیت موزیک‌ویدئو، خاطره‌انگیز بودن سبک خاص	شرکت در کلاس‌های موسیقی ساز خاص، در واقع تأثیر ساز در گرایش به سبک خاص	ابتدا مطابقت	کلاسیک	متوسط	ناهید
تمایز هویت (تمایز افقی) جایگاه اجتماعی سبک خاص، ایدئولوژی‌ای که یک ژانر خاص موسیقی ارائه می‌کند	گروه همسالان	عدم تطابق	راک	متوسط	مسعود
نیاز به کسب هویت مستقل و متفاوت از خانواده، ساختارشکنی، ابراز وجود، نظر استادان (دیگری مهم)	بیان اعتراض	عدم تطابق	راک	متوسط	همایون

ادامه‌ی جدول ۱. خلاصه نتایج تحقیق

موقعیت اجتماعی خواننده، گروه همسالان، معرفیت یک سبک خاص، هیجان و جذابیت موزیک ویدئو	بیان اعتراض	عدم تطابق	رپ	متوسط	سعید
دیگری مهم	سرمایه فرهنگی قومی	مطابقت داشت	ستی	پایین	محسن
نیاز به ابراز وجود، تشویق خانواده و فراهم کردن شرایط برای فراگیری موسیقی	دیگری مهم	مطابقت داشت	کلاسیک	بالا	بابک
ساختار شکنی و خاص و متمایز کردن فرد	همذات‌پنداری با خواننده	عدم تطابق	راک	متوسط - پایین	کمال

در کنار خانواده و اساتید موسیقی، گروه همسالان نیز از دیگران مهمی بودند که نقش مؤثری در شکل‌گیری ذائقه افراد ایفا کرده بودند. مسعود از این موارد بود. وی که دانشجوی مهندسی عمران و علاقه‌مند به موسیقی راک بود گفت: «همون دوران راهنمایی یادمه اولین بار متالیکا به دستم رسید، بعد خوشم آمد...».

مسعود اشاره کرد که در میان گروه دوستان شنیدن این موسیقی ارزش خاصی دارد: «اکسلوسیوه...چی بهش می‌گن؟ یک جور فضای روشنفکری شده، من اگه گوش بدم مثلاً روشنفکترم»، «استایل خوبی داره که من متال باز باشم».

با دقت در موارد یادشده می‌توان این فرض را مطرح کرد که خاستگاه طبقاتی افراد به شرطی می‌تواند منشأ تمایز ذائقه‌های موسیقایی باشد که دیگران مهمی که فرد تحت‌تأثیر آن‌ها قرار می‌گیرد از همان طبقه و نیز نماینده سلیقه موسیقایی آن طبقه باشند.

ذائقه موسیقایی متأثر از سرمایه فرهنگی قومی

مصاحبه با محسن نوازنده دوتار آشکار کرد که گاه ذائقه موسیقایی نمایان‌گر سرمایه فرهنگی قومی فرد است. محسن دانشجوی ریاضی محض بود و در خانواده‌ای پرورش یافته بود که سلیقه مسلطش موسیقی مقامی بود، دانشجوی و خانواده تک‌سلیقه‌ای بودند. سلیقه‌ای که بر اساس قومیت قوام یافته بود. «اول دوتار رو از برادرم یاد گرفتم، بعدش خودم هم کار کردم، پدر بزرگم هم استاد دوتار هستن»، «دوتار چون ساز محلی خود منطقه ما بود» همان‌گونه که ملاحظه می‌کنید

ذائقه در اینجا ابزاری برای تمایز عمودی و طبقاتی نیست بلکه نوعی تمایز افقی و هویتی است. نکته‌ای که ترینکس نیز بدان اشاره کرده است.

ذائقه موسیقایی در جایگاه ابزار اعتراض

از مقولات درخور توجهی که برخی از مشارکت‌کنندگان اظهار می‌داشتند، اعتراض بود. به مورد همایون دقت کنید. وی دانشجوی عمران، نوازنده گیتار الکتریک و علاقه‌مند به سبک راک بود. خانواده‌اش تلاش می‌کرد تا وی را به ژانر سنتی متمایل سازد اما، به‌خاطر تضاد فرهنگی و ارزشی بین دانشجو و خانواده، موسیقی ابزاری برای شکل‌گیری هویت ممتاز و غالب در مقابل خانواده شده بود.

«مادرم... سرزنش همیشگی و یکسره‌ای به من داشت و درگیری که به صورت مسلسل‌وار با هم داشتیم ... یک جوری به خاطر جبهه‌گیری ... چون مادرم اینجور می‌گه پس من فکر کنم نه پس عکسش درسته». آنچه مشخص است موسیقی برای همایون ابزاری برای تمایز فردی و اعتراضی علیه خانواده و جامعه بود. «حالا ممکنه این جوری باشه که در من هم فقط جبهه‌گیری به‌وجود بیاد». خانواده سعی داشته تا ذائقه دانشجو را به سمت ژانر سنتی متمایل سازد. جایی که قدرت شکل گرفته، مقاومت نیز در برابر آن ایجاد شده و در این مورد سلیقه موسیقایی ابزاری برای مقاومت بوده است. ملاحظه می‌شود مفهوم خطی که بورديو در مورد تأثیر سرمایه فرهنگی طبقاتی بر ذائقه موسیقایی به آن توجه دارد در اینجا مفهومی دیالکتیکی به خود گرفته است.

اعتراض صرفاً به خانواده افراد محدود نمی‌شود. گاهی این اعتراض جنبه سیاسی-اجتماعی به خود می‌گیرد. اظهارات سعید در همین راستاست. وی دانشجوی مهندسی مکانیک و طرفدار موسیقی رپ بود. فرد معترضی بود و دغدغه مسائل اجتماعی و سیاسی را داشت. خود را فرد اجتماعی و برون‌گرایی می‌دانست. سعید در گفته‌هایش اشاره می‌کرد که «رپ، بیان‌کننده اون درد و رنج و مسائل اجتماعیه». به دلیل اعتراض‌هایی که در وجودش داشته به سوی موسیقی رپ گرایش پیدا کرده بود: «رپ خوندن مال درده، مال یک قشر پایین جامعه است ... انگار حرف‌های دل منو می‌زنه، من آروم می‌شم.»

تأثیر آشنایی فرد با سازی خاص

از مقولات جالب اظهارات برخی از مشارکت‌کنندگان، تأثیر آشنایی افراد با سازی بود که می‌نواختند. علی (همان دانشجوی زبان انگلیسی) گفت که «یکی از دلایلی که در واقع من وارد موسیقی کلاسیک شدم، همین ساز اولی بود که انتخاب کردم و خوب با همون ساز هم موندم». ناهید دانشجوی مهندسی کشاورزی از دیگر موارد تأییدکننده این مقوله بود. ذائقه موسیقایی وی قبل از آشنایی با ساز ویولن، همانند خانواده‌اش، پاپ بود. اما از زمانی که با ویولن آشنا شده بود به موسیقی سنتی علاقه ویژه‌ای پیدا کرده بود. فریبا (مورد اول) نیز گفت که ابتدا یادگیری سنتور را دنبال کرده اما بعد از آشنایی با سه‌تار، سراغ ساز دیگری نرفته است.

تأثیر دیدن اجرای موسیقی

بابک دانشجوی زیست‌شناسی و نوازنده پیانو و گیتار بود. به عنوان فردی که در ژانر کلاسیک فعالیت می‌کند برای مصاحبه معرفی شد. از موارد جالب توجهی که می‌توان بدان اشاره کرد تأثیر دیدن نوازندگی دوستش در دوران کودکی بود. این نکته در صحبت‌های برخی دیگر از مشارکت‌کنندگان نیز منعکس شده بود. آن‌ها به خاطره رفتن به کنسرت موسیقی و یا دیدن موزیک‌ویدئو اشاره کردند و تأثیر آن را روی ذائقه خود تأیید می‌کردند.

تأثیر ذائقه‌های فرهنگی هنری دیگر

در مصاحبه با فریبا، مشارکت‌کننده اول، به مقوله فرعی دیگری برخوردیم. فریبا گرایش خاصی به ادبیات عرفانی داشت و موسیقی سنتی و به‌ویژه سه‌تار می‌توانست این علایق عرفانی را برآورده سازد. همین امر سبب شده بود گرایش خاصی به سه‌تار داشته باشد. بنابراین، می‌توان گفت که گاهی دیگر سلاقی هنری و فرهنگی فرد می‌تواند ذائقه موسیقایی او را تحت تأثیر قرار دهد.

تأثیر همذات‌پنداری با خواننده

کمال، آخرین مشارکت‌کننده ما، به نکته جالبی اشاره کرد. وی دانشجوی روانشناسی و نوازنده گیتار بود و سبک اصلی خود را راک می‌دانست. از ۲۳ سالگی، در پی آشنایی با خواننده‌ای که ظاهر، صدا، و افکارش را بسیار نزدیک به خود یافته، به سبک این خواننده، «راک شرقی» (به بیان خود فرد)، علاقه‌مند و مقلد وی شده بود: «به خاطر اینکه اون خواننده از لحاظ ظاهری خیلی شباهت به من داره یعنی شعرهایی که می‌خونه دقیقاً عقاید منه، کارهایی که من می‌خواستم انجام بدم...». در این مورد، همذات‌پنداری فرد با خواننده مورد علاقه‌اش کل ذائقه موسیقایی پیشین وی را تحت الشعاع قرار داده بود. «من اصلاً موسیقی راک، موسیقی متالو قبلاً خودم متنفر بودم»، «از زمانی که با این خواننده آشنا شدم یعنی هم به شدت به این خواننده علاقه‌مند شدم، هم سبکش که راکه». ملاحظه می‌شود که چگونه فردیت، درونیات، و مسائل ناشناخته می‌تواند در ذائقه موسیقایی فرد تأثیر بگذارد. این مورد کاملاً نشان می‌دهد که تحلیل و بررسی ذائقه موسیقایی گاهی ما را به سرزمین ناشناخته‌ها می‌برد و همیشه باید این انتظار را داشته باشیم که تحت تأثیر عامل ناشناخته‌ای ذائقه موسیقایی فرد تغییر کند یا به گذشته بازگردد.

بحث و نتیجه‌گیری

هنگام طرح مسئله تحقیق و نیز بیان چارچوب مفهومی پژوهش اشاره کردیم که تئوری تمایز طبقاتی محور ادبیات نظری و تجربی حوزه مطالعاتی جامعه‌شناسی موسیقی بوده است. اکنون در انتهای این پژوهش یافته‌های خود را در برابر مدعیات نظری نظریه تمایز قرار می‌دهیم. نخستین مطلبی که باید به آن اشاره کنیم این است که از میان یازده موردی که با آن‌ها مصاحبه کردیم تنها در یک مورد (آرش) ذائقه موسیقایی فرد کاملاً متأثر از طبقه اجتماعی وی و ابزاری

برای تمایز بود. مصاحبه با ده مورد دیگر ما را به این نتیجه رساند که احتمالاً مفهوم ذائقه موسیقایی در ایران معمولاً ابزاری برای ایجاد تمایز فرهنگی طبقاتی نیست و عوامل دیگری در شکل‌گیری ذائقه افراد مؤثر است. عواملی مانند گروه همسالان، تشویق اساتید موسیقی، آشنایی با یک ساز خاص، همذات‌پنداری با خواننده، دیدن اجراهای موسیقی، و اعتراض و مقاومت علیه اقتدار خانوادگی و اجتماعی، همه و همه بیانگر این نکته است که ذائقه موسیقایی فرد، بیش از آنکه جلوه‌گاه جایگاه فرد در یک ساختار معین باشد، محصول پراکسیس وی در درون این ساختار است. ذائقه فرد امری از پیش تعیین‌شده نیست بلکه برآیند تعامل همه‌جانبه ویژگی‌های فردی و خاستگاه اجتماعی اوست.

نکته دیگر مکانیسم تأثیرگذاری خاستگاه اجتماعی روی ذائقه افراد است. این مکانیسم صرفاً از طریق تمایزگذاری میان ما و آن‌ها نیست، بلکه این تأثیرگذاری می‌تواند از طریق فرصت‌هایی باشد که یک ساختار در اختیار فرد قرار می‌دهد. برای مثال، یکی از مشارکت‌کنندگان ما (علی) اشاره کرد که حضور در یک مدرسه غیرانتفاعی خاص و شرکت در گروه‌های موسیقی در دبیرستان به وی امکان علاقه‌مندی به موسیقی کلاسیک را داده است. البته ظاهراً حضور در یک مدرسه غیر انتفاعی نیز معنای طبقاتی دارد، اما به واقع در این مورد خانواده آگاهانه به دنبال ایجاد تمایز نبوده است. بلکه فقط برای وی امکان دستیابی به علاقه‌اش را فراهم کرده بود. فراموش نکنیم که در جامعه ما کم نیستند افرادی که مانند علی واقعاً به نواختن پیانو علاقه وافر دارند اما هیچ‌گاه جایگاه اجتماعی‌اشان اجازه فکر کردن به آن را نمی‌دهد. بنابراین، گاه خاستگاه طبقاتی افراد از مسیر فرصت‌سازی و فرصت‌سوزی و نه از رهگذر تمایز، ذائقه هنری آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

نهایتاً به نکات بالا اضافه می‌کنیم که اگر ذائقه ابزاری برای تمایزبایی اجتماعی باشد، این تمایز فقط در شکل تمایز طبقاتی جلوه‌گر نمی‌شود. گاه افراد سلیقه موسیقایی خود را چون ابزاری برای بیان هویت اجتماعی ممتازشان به کار می‌گیرند. هویت یک فرد معترض یا وابسته به یک گروه قومی خاص به بهترین نحو به وسیله سلیقه موسیقایی وی منعکس می‌شود. در اینجا نیز موسیقی ابزاری برای ایجاد برتری یا پرهیز از کهنتری اجتماعی نیست بلکه راهی برای بیان خویشتن خویش است. به عبارت دیگر، موسیقی همیشه ابزار مرزبندی‌های اجتماعی نیست بلکه در برخی موارد، راهی است برای ابراز مرزهایی که میان افراد و اجتماعات وجود دارد.

منابع

۱. حریری، نجلا (۱۳۸۵). اصول و روش‌های پژوهش کیفی. تهران، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات.
۲. شریعتی، سارا. «وضعیت هنر و زن در ایران». زنان.
۳. صمیم، رضا (۱۳۸۶). قشربندی اجتماعی در مصرف فرهنگی با تمرکز بر مصرف موسیقایی در شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.

۴. فاضلی، محمد (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی مصرف موسیقی. تهران.
۵. فاضلی، محمد (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. قم، صبح صادق.
۶. قاسمی، وحید (۱۳۸۱). «سنجش گرایش جوانان به انواع موسیقی در شهر اصفهان»، فرهنگ اصفهان، ویژه‌نامه، ص ۷۱.
7. Chan Tak, Wing and Goldthorpe, John H (2007) Social stratification and cultural consumption: Music in England, *European Sociological Review*, 23(1):1-19;
8. Philip Coulangeon; Yannick Lemel(2007). "Is 'distinction' really outdated? Questioning the meaning of the omnivorization of musical taste in contemporary France". Volume 35, Issues 2-3, Pages 93-111.
9. Alan Ward; David Wright; Modesto Gayo-cal (2008). "the omnivorous orientation in the UK". vol.36, pages 148-165.
10. David Grazian (2004). "Opportunities for ethnography in the sociology of music". *Poetics*, 32, pp. 197-210
11. John Jackson (2000). "Youth and popular music business: 10 key issues for the industry and society to consider". www.bus.cqu.edu.au/Faculty/news/documents/youth&popmusic.pdf.
12. Paul DiMaggio (1987). "Classification in art". *American Sociological Review*, 52, pp. 440-45.
13. Sandra Trienekens (2002). "colorful distinction: The role of ethnicity and ethnic orientation in cultural consumption". *Poetics*, 30, pp. 281-298.
14. Richard Peterson; Roger Karen (1996). "change highbrow taste: from snob to omnivore". *American Sociological Review*, 61, pp. 900-907.
15. Koen Van Eijk (2001). "Social differentiation in musical taste pattern". *Social Forces*, vol. 79, No.3, pp. 1163-1184.
16. Ian Woodward; Michael Emmision (2001). "From aesthetic principles to collective sentiments: The logics of everyday judgments of taste". *Poetics*, 29, pp. 295-316.
17. Julian Tanner; Mark Asbridge; Scot Wortley (2008). "Our favorite melodies musical consumption and lifestyle". *The British Journal of Sociology*, Vol. 59, Iss. 1, p. 117.
18. R. K. Yin (2003). *Case study research: Design and methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
19. R. E. Stake (1995). *The art of case study research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
20. P. Baxter (2008). *Qualitative Case Study Methodology: Study Design and Implementation for Novice Researchers*. The Qualitative Report.
21. Coulangeon, Philip (2003), social stratification of musical taste . the cultural legitimacy model in question, *Revue française de sociologie*, vol.44,issue 1, pages 3-33+197+199+201
22. Dolfma, Wilfred (1999) The consumption of music and the expression of VALUES: a social economic explanation for the advent of pop music, *The american Journal of economics and sociology*. vol.58, Iss.4; pg. 1019, 28pgs

23. Eijck, Koen van (2001), Social Differentiation in Musical Taste Patterns, *Social Forces*, Volume 79, Number 3, pp. 1163-1185
24. Lee, Steve, Musical Stratification(2007), Explaining the Aesthetic Mobility of Music Genres, PHD dissertation
25. López-Sintas, Jordi and Garcia-Alvarez, Maria Ercilia and Filimon, Nela(2008), Scale and periodicities of recorded music consumption: reconciling Bourdieu's theory of taste with facts, *The Sociological Review*, Vol 56, Iss 1, pg 78–101