

ذائقه یا سیاست؟ تحلیلی بر شکاف میان مصرف موسیقی جوانان و سیاست‌گذاری در ایران

سهیل حمیدی

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه فردوسی مشهد.

soheil.hamidi88@gmail.com

احمد رضا اصغرپور ماسوله

دانشیار جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد.

asgharpour@um.ac.ir

حسین میرزایی

دانشیار جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد.

h-mirzaei@um.ac.ir

چکیده

این مقاله به بررسی انتقادی سیاست‌گذاری فرهنگی در حوزه مصرف موسیقی برای جوانان ایرانی می‌پردازد. این پژوهش بر مبنای داده‌های پیمایشی از ۴۰۹ دانش‌آموز دبیرستانی در شهرهای طرجه و شاندیز استوار است و نشان می‌دهد که رویکردهای کنترلی و محدودکننده فعلی، در مواجهه با پیچیدگی‌های ذائقه فرهنگی نسل جوان ناکارآمد بوده‌اند. یافته‌های پژوهش، چهار گونه متمایز از ذائقه موسیقایی را در میان نوجوانان شناسایی می‌کند: ذائقه اعتراضی (مانند رپ)، ذائقه عامه‌پسند (مانند پاپ)، ذائقه سنتی و ذائقه فاخر. تحلیل‌ها آشکار می‌سازد که ترجیحات موسیقایی تنها یک انتخاب شخصی نیست، بلکه عمیقاً با سرمایه فرهنگی و الگوهای مصرف اقتصادی خانواده‌ها پیوند دارد. به عنوان مثال، مصرف فرهنگی در خانواده به طور معناداری بر گرایش به موسیقی‌های فاخر و سنتی تأثیرگذار است، در حالی که ذائقه عامه‌پسند با هر دو نوع مصرف فرهنگی و اقتصادی مرتبط است. مهم‌تر از آن، داده‌ها نشان می‌دهند که با وجود تأکید سیاست‌های رسمی، ژانرهایی مانند مداحی کمترین میزان مصرف را در میان نوجوانان دارند که شکاف عمیقی میان سیاست و واقعیت‌های جامعه را منعکس می‌سازد. بر اساس این یافته‌ها، این مقاله یک نظریه تغییر برای سیاست‌گذاری فرهنگی پیشنهاد می‌کند که از مدل ناکارآمد «کنترل» به یک مدل کارآمدتر «حمایتی و مشارکتی» تغییر جهت می‌دهد. در این راستا، سه پیشنهاد سیاستی اصلی ارائه می‌شود: اول، تسهیل دسترسی خانواده‌ها به فعالیت‌های فرهنگی از طریق بسته‌های تشویقی؛ دوم، به رسمیت شناختن و مدیریت خرده‌فرهنگ‌های جوانان و فراهم کردن بسترهای قانونی برای بیان خلاقانه؛ و سوم، بازنگری در نظام آموزشی با ادغام آموزش موسیقی در برنامه‌های درسی. در مجموع، این مقاله استدلال می‌کند که یک سیاست فرهنگی موفق باید به جای تلاش برای تحمیل یک سلیقه خاص، به شناخت واقعیت‌های جامعه بپردازد و با توانمندسازی جوانان، پدیده‌های فرهنگی را به ابزاری برای رشد و توسعه اجتماعی تبدیل کند.

کلید واژه‌ها: موسیقی، مصرف، سیاست‌گذاری فرهنگی، ایران

خلاصه مدیریتی

این مقاله به بررسی چگونگی تأثیر الگوهای مصرف فرهنگی و اقتصادی خانواده‌ها بر ذائقه موسیقایی نوجوانان ایرانی پرداخته است. یافته‌های کلیدی نشان می‌دهند که سیاست‌های فرهنگی کنونی، که عمدتاً بر محدودیت و کنترل متمرکز هستند، در مواجهه با پیچیدگی‌های فرهنگی جوانان ناکارآمد بوده‌اند. این ناکارآمدی به دلیل نادیده گرفتن عوامل مهمی همچون خرده‌فرهنگ‌های جوانان، نقش خانواده‌ها و تأثیر پلتفرم‌های دیجیتال بر دسترسی به موسیقی است.

مسئله: سیاست‌های فرهنگی موجود، با نادیده گرفتن ریشه‌های اجتماعی و اقتصادی ذائقه موسیقایی، به جای شناخت و بهره‌برداری از پتانسیل‌های مثبت آن، به رویکردهای محدودکننده اکتفا کرده‌اند. این امر به شکاف میان نسل‌ها و عدم هماهنگی میان برنامه‌های فرهنگی و نیازهای واقعی جوانان منجر شده است.

یافته‌های اصلی: ذائقه موسیقایی نوجوانان ایرانی به چهار دسته متمایز اعتراضی، عامه‌پسند، سنتی و فاخر تقسیم می‌شود که هر کدام با عوامل اجتماعی-اقتصادی خاصی مرتبط هستند. نقش خانواده: مصرف فرهنگی در خانواده به طور معناداری بر گرایش نوجوانان به موسیقی‌های سنتی و فاخر تأثیرگذار است. در مقابل، ذائقه‌های عامه‌پسند با هر دو نوع مصرف فرهنگی و اقتصادی خانواده مرتبط است. ناکامی سیاست‌ها: با وجود سیاست‌های رسمی، ژانرهایی مانند مداحی کمترین میزان مصرف را دارند، در حالی که ژانرهای اعتراضی و رپ به دلیل وجود خرده‌فرهنگ‌های جوانان، محبوبیت قابل توجهی کسب کرده‌اند. این امر ناکارآمدی سیاست‌های کنترلی را نشان می‌دهد.

پیشنهاد سیاستی: با توجه به یافته‌ها، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاری از رویکرد کنترلی به یک مدل حمایتی و مشارکتی تغییر یابد. این رویکرد بر سه محور اصلی استوار است: تسهیل دسترسی. با ارائه بسته‌های تشویقی فرهنگی و حمایت از نهادهای فرهنگی، به خانواده‌ها و جوانان برای مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی کمک شود. به رسمیت شناختن. به جای مقابله، خرده‌فرهنگ‌های جوانان و سبک‌های موسیقی جدید به رسمیت شناخته شوند و با شفاف‌سازی قوانین صدور مجوز، بستری امن برای بیان خلاقانه فراهم گردد. بازنگری در آموزش. آموزش موسیقی به عنوان بخشی از برنامه درسی مدارس گنجانده شود تا بستر مناسبی برای پرورش استعدادها و آشنایی با ژانرهای مختلف فراهم گردد.

نتیجه‌گیری: یک سیاست فرهنگی مؤثر باید به جای تلاش برای تحمیل یک سلیقه خاص، به شناخت واقعیت‌های پیچیده جامعه بپردازد و با حمایت از تنوع فرهنگی و توانمندسازی جوانان، پدیده‌های فرهنگی را به فرصتی برای رشد و توسعه اجتماعی تبدیل کند.

بیان مساله

با وجود پژوهش‌های رو به رشد درباره نقش موسیقی در زندگی جوانان، فقدان یک چارچوب سیاستی منسجم برای درک و هدایت پدیده‌های فرهنگی مرتبط با مصرف موسیقی در میان نوجوانان ایرانی به وضوح مشاهده می‌شود. در حالی که موسیقی به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین اشکال بیان هویت و ذائقه فرهنگی در میان جوانان ایرانی عمل می‌کند، سیاست‌های موجود در این حوزه عمدتاً بر کنترل و محدودیت متمرکز بوده‌اند، نه بر شناخت و تسهیل الگوهای فرهنگی. (اسلامی و تاجی ۱۳۹۸)

مطالعات پیشین در ایران نشان داده‌اند که عوامل پیچیده‌ای فراتر از طبقه اجتماعی و سرمایه فرهنگی، مانند محیط خانوادگی، گروه‌های مرجع، و بافت‌های محلی، بر ذائقه موسیقایی جوانان تأثیر می‌گذارند (روشندل اربطانی، لبافی، و شهمیرزادی، ۱۴۰۰). با این حال، سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و آموزشی در کشور، اغلب از درک این پیچیدگی‌ها ناتوان بوده‌اند. این عدم شناخت دقیق، به عدم هماهنگی میان برنامه‌های فرهنگی و نیازهای واقعی جوانان منجر شده است (دلآوری و قاسمی میمن‌دی ۱۳۹۸)، که می‌تواند شکاف‌های نسلی و اجتماعی را عمیق‌تر کند.

مسئله اصلی این است که سیاست‌های فرهنگی فعلی، از ظرفیت بالقوه موسیقی به‌عنوان ابزاری برای ارتقای سلامت روانی، همبستگی اجتماعی، و توسعه خلاقیت در میان جوانان غافل مانده‌اند. در عوض، با نادیده گرفتن ریشه‌های اجتماعی و اقتصادی ذائقه موسیقایی، تنها به رویکردهای محدودکننده اکتفا شده است. این مقاله به دنبال بررسی این شکاف سیاستی و ارائه یک دیدگاه مبتنی بر شواهد برای تدوین سیاست‌هایی است که به جای محدود کردن، به شناخت و بهره‌برداری از پتانسیل‌های مثبت مصرف موسیقی در جامعه کمک کنند.

روش تحقیق

این مقاله سیاستی بر پایه یافته‌های یک پژوهش کمی و پیمایشی تهیه شده است. ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای ساختاریافته بود که برای اندازه‌گیری متغیرهای کلیدی پژوهش طراحی شد. هدف، بررسی دقیق ارتباط میان الگوهای مصرف فرهنگی و اقتصادی در خانواده و ترجیحات موسیقایی در میان نوجوانان بود. داده‌ها از طریق پیمایش از تمامی دانش‌آموزان دبیرستانی (پسر) در مناطق شهری طرنبه و شان‌دیز در استان خراسان رضوی جمع‌آوری شد. نمونه نهایی شامل ۴۰۹ دانش‌آموز بود که رویکردی نزدیک به سرشماری را در این جامعه کوچک تضمین می‌کند. جمع‌آوری حضوری در مدارس، نرخ پاسخ‌دهی بالا و دقت داده‌ها را امکان‌پذیر ساخت. پرسشنامه شامل سؤالاتی درباره مشخصات اجتماعی-جمعیت‌شناختی، الگوهای مصرف فرهنگی و اقتصادی در خانواده و همچنین ترجیحات موسیقایی فردی بود. برای اطمینان از اعتبار نتایج، دو مفهوم کلیدی تحقیق، یعنی «مصرف فرهنگی خانواده» و «مصرف نمایی خانواده» با دقت اندازه‌گیری و از نظر آماری تأیید شدند.

مصرف فرهنگی خانواده با استفاده از چهار گویه (خرید کتاب، رفتن به سینما، رفتن به تئاتر و مصرف فیلم و سریال آنلاین) اندازه‌گیری شد. پایایی این معیار با آماره‌های زیر تأیید شد: آلفای کرونباخ = ۰,۶۲۱؛ امگای مک‌دونالد = ۰,۶۵۵؛ میانگین همبستگی بین گویه‌ها = ۰,۳۰۰. این مقادیر نشان‌دهنده همسانی درونی قابل قبول برای این مقیاس است. مصرف نمایی خانوادگی نیز با استفاده از چهار گویه (خرید لباس، تلفن همراه، خودرو و لوازم خانگی) اندازه‌گیری شد. پایایی این معیار نیز به شرح زیر تأیید گردید: آلفای کرونباخ = ۰,۷۹۷؛ امگای مک‌دونالد = ۰,۸۰۲؛ میانگین همبستگی بین گویه‌ها = ۰,۴۹۵. این ارقام نشان‌دهنده سطح بالای همبستگی درونی و اعتبار این شاخص است.

جدول ۱. آماره مربوط به پایایی دو متغیر مصرف فرهنگی و مصرف اقتصادی نمایی خانوار

سازه	امگای مک‌دونالد (ω)	آلفای کرونباخ (α)	میانگین همبستگی بین گویه‌ها
مصرف فرهنگی خانواده	۰,۶۵۵	۰,۶۲۱	۰,۳۰۰
مصرف نمایی خانواده	۰,۸۰۲	۰,۷۹۷	۰,۴۹۵

داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی تحلیل شدند تا الگوهای مصرف و تفاوت‌های معنادار در ذائقه موسیقایی نوجوانان بر اساس متغیرهای خانوادگی و اقتصادی آشکار گردد. این رویکرد دقیق، بنیان محکمی برای ارائه یافته‌های قابل استناد و در نهایت، ارائه پیشنهاد‌های سیاستی ملموس و مؤثر فراهم کرده است.

تحلیل داده‌ها

تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از ۴۰۹ دانش‌آموز دبیرستانی در شهرهای طرنبه و شان‌دیز، الگوهای کلیدی در ارتباط میان مصرف خانوار و ذائقه موسیقایی نوجوانان را آشکار ساخت. این یافته‌ها، شواهد محکمی برای طراحی سیاست‌های فرهنگی مبتنی بر شناخت دقیق جامعه فراهم می‌کند.

جدول ۲. جزییات آماری و برداشت های سیاستی متناظر با آن ها

یافته آماری	جزئیات آماری	پیامد سیاستی
کلیدی		
دسته بندی ذائقه	چهار گونه ذائقه: ۱. اعتراضی/رپ، ۲. عامه پسند/پاپ، ۳. سنتی/آرامش بخش، ۴. فاخر/تمایز طلب.	سیاست گذاری باید به جای یک رویکرد واحد، متناسب با هر یک از این ذائقه ها طراحی شود.
موسیقی		
نقش خانواده و مصرف	مصرف فرهنگی خانواده بر ذائقه های سنتی و فاخر تأثیر معنادار دارد.	سیاست ها باید به سمت حمایت از خانواده ها برای دسترسی به فعالیت های فرهنگی تغییر کند.
	مصرف نمایشی و فرهنگی هر دو بر ذائقه عامه پسند تأثیر دارند.	سیاست ها باید به تعامل پیچیده میان مصرف اقتصادی و فرهنگی توجه کنند.
محبوبیت ژانرها	موسیقی فارسی زبان (میانگین ۳,۸۰) و ریلکسیشن (۳,۵۸) پر مصرف ترین ژانرها هستند.	حمایت از ژانرهای پرمصرف و کاربردی در میان جوانان.
	-مداحی (میانگین ۲,۳۰) و کلاسیک غربی (میانگین ۲,۳۶) کمترین میزان مصرف را دارند.	سیاست های کنترلی برای ترویج ژانرهای خاص، در عمل ناکارآمد هستند.
عدم همبستگی قوی	موسیقی اعتراضی همبستگی ضعیف یا غیرمعناداری با مصرف فرهنگی و اقتصادی دارد.	نشان دهنده ناکامی سیاست های سنتی در درک و مدیریت خرده فرهنگ های جوانان است.

۱. ذائقه های موسیقایی متنوع، نیازمند رویکردی چندوجهی

تحلیل آماری نشان می دهد که ذائقه موسیقایی نوجوانان را نمی توان در یک دسته کلی خلاصه کرد. این یافته ها چهار گونه متمایز از ذائقه را شناسایی کردند که هر کدام پیامدهای سیاستی خاصی دارند:

ذائقه رپ/اعتراضی: این ژانرها (رپ، اعتراضی، و اجتماعی-سیاسی) توسط گروهی از نوجوانان که به محتوای نقد اجتماعی و مقاومت تمایل دارند، مصرف می شود. این یافته، نیاز به شناخت خرده فرهنگ های جوانان و ارائه فضایی برای بیان خلاقانه را برجسته می کند.

ذائقه پاپ/جریان اصلی: این دسته (پاپ، ترند/جدید، عاشقانه) پر مصرف ترین نوع موسیقی است. یافته های ما نشان می دهد که هر دو نوع مصرف فرهنگی و اقتصادی در خانواده (بتا رگرسیون خطی به ترتیب برابر ۰,۱۶۰ و ۰,۱۶۱) به طور معناداری با گرایش به این موسیقی مرتبط است. این امر نشان می دهد که سیاست گذاری در این حوزه باید به تعامل پیچیده میان اقتصاد و فرهنگ توجه کند.

ذائقه سنتی/آرامش بخش: این ژانرها (سنتی ایرانی، فولکلور، و آرامش بخش) با مصرف فرهنگی خانواده مرتبط است (بتا رگرسیون برابر ۰,۲۲۵). این یافته بر نقش خانواده در انتقال میراث فرهنگی و نیاز به حفظ و ترویج اشکال بومی موسیقی تأکید می کند.

ذائقه فاخر/متمایزکننده: موسیقی‌های کلاسیک غربی، راک و بی‌کلام که اغلب با تمایز فرهنگی مرتبط هستند، تنها با مصرف فرهنگی خانواده همبستگی مثبت دارند (بتای رگرسیون خطی برابر ۰,۲۰۱). این نشان می‌دهد که دسترسی به این اشکال فرهنگی نیازمند سرمایه‌گذاری در آموزش و فضاهای فرهنگی مناسب است.

۲. شکاف میان سیاست و واقعیت: موسیقی مذهبی و کلاسیک

داده‌ها نشان می‌دهند که مداحی و موسیقی کلاسیک غربی کمترین میزان مصرف را در میان نوجوانان دارند (میانگین‌ها به ترتیب ۲,۳۰ و ۲,۳۶).

با وجود تأکید سیاست‌های رسمی بر ترویج این مداحی، ۱,۴۷٪ از نوجوانان آن را «بسیار کم» مصرف می‌کنند. این شکاف نشان‌دهنده ناکارآمدی سیاست‌های رسمی در هماهنگ کردن با ذائقه واقعی نسل جوان است.

: کم بودن مصرف موسیقی کلاسیک غربی، نابرابری در دسترسی به سرمایه فرهنگی و آموزش‌های مرتبط را منعکس می‌کند. این یافته‌ها تأکید می‌کنند که سیاست‌های فرهنگی نباید به دنبال تحمیل یک نوع خاص از فرهنگ باشند، بلکه باید واقعیت‌های مصرف فرهنگی در جامعه را درک کنند.

۳. تأثیر خانواده و مصرف بر ذائقه

تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که مصرف خانوار نقش کلیدی در شکل‌دهی ذائقه موسیقایی نوجوانان ایفا می‌کند: مصرف فرهنگی خانواده (مانند خرید کتاب و رفتن به سینما) تأثیر معناداری بر ذائقه‌های سنتی و فاخر دارد. این نتیجه با نظریه بورديو در مورد انتقال سرمایه فرهنگی همسو است و نشان می‌دهد که خانواده‌های درگیر با فرهنگ، ذائقه‌های متمایزتری را در فرزندان خود پرورش می‌دهند.

هر دو نوع مصرف فرهنگی و اقتصادی (خرید لباس و خودرو) در شکل‌دهی ذائقه موسیقی جریان اصلی (پاپ و عاشقانه) نقش دارند. این یافته نشان می‌دهد که موسیقی محبوب به یک کالای اجتماعی تبدیل شده است که هم با سرمایه اقتصادی و هم با مشارکت فرهنگی در خانواده مرتبط است.

جدول ۳. تبیین ذائقه موسیقایی با استفاده دو نوع مصرف فرهنگی و نمایشی اقتصادی

دسته‌بندی ذائقه موسیقایی	متغیر پیش‌بینی‌کننده	ضریب استاندارد شده	مقدار P	واریانس تبیین شده (R^2)	تفسیر
ذائقه پاپ/عامه‌پسند	مصرف نمایشی اقتصادی	۰,۱۶۰	۰,۰۰۲	۰,۰۷۱	مصرف اقتصادی و نمایش جایگاه اجتماعی بر این ذائقه تأثیر معنادار دارد.
مصرف فرهنگی خانواده	مصرف فرهنگی	۰,۱۶۱	۰,۰۰۲		مصرف فرهنگی در خانواده نیز بر این ذائقه تأثیر معنادار دارد.
ذائقه سنتی و آرامش‌بخش	مصرف فرهنگی خانواده	۰,۲۲۵	۰,۰۰۱	۰,۰۵۱	این ذائقه به طور معناداری تنها توسط مصرف فرهنگی خانواده پیش‌بینی می‌شود.

دائمه	مصرف فرهنگي	۰,۲۰۱	۰,۰۰۱	۰,۰۴۰	اين دائمه كه به تمايز فرهنگي مربوط فاخر/تمايز طلب خانواده
دائمه رب/اعتراضي	مصرف فرهنگي خانواده	۰,۱۱۸	۰,۰۱۷	۰,۰۱۴	تاثير ضعيف اما معنادار، نشان دهنده شكل گيري اين دائمه خارج از چارچوب هاي سنتي است.

در مجموع، يافته هاي اين پژوهش، يك تصوير پيچيده از مصرف موسيقي در ميان نوجوانان ايراني ارائه مي دهند كه با نظريه هاي جامعه شناسي جهاني همسو است. اين يافته ها نشان مي دهند كه دائمه موسيقي صرفاً يك انتخاب شخصي نيست، بلكه محصولي از تعاملات اجتماعي، اقتصادي و فرهنگي است. اين درك، مبناي لازم براي ارائه پيشنهادهاي سياسي مؤثر و واقع بينانه در بخش هاي بعدي را فراهم مي كند.

پيشينه سياسي

سياست گذاري در حوزه فرهنگ جوانان و مصرف موسيقي، اغلب بر درك ناقص يا متناقضي از پويائي هاي فرهنگي استوار بوده است. در حالي كه يافته هاي علمي نشان مي دهد مصرف فرهنگي، از جمله موسيقي، يك فرايند پيچيده و چند بعدي است كه به شكل گيري هويت، عامليت جوانان و تعاملات اجتماعي كمك مي كند (بنت^۱: ۲۰۰۰؛ ۱۸-۱۵؛ فرت^۲: ۱۹۹۶؛ دنورا^۳: ۲۰۰۰)، سياست هاي فرهنگي در بسياري از كشورها، به ويژه در ايران، رويكردي متفاوت داشته اند.

سياست گذاري فرهنگي در ايران در طول دهه هاي گذشته، اغلب بر پايه مدل هاي بالا به پايين و كنترلي شكل گرفته است. هدف اصلي اين سياست ها، به جاي ترويج خلاقيت و درك نيازهاي فرهنگي جوانان، هدايت و محدود كردن مصرف فرهنگي به سمت اشكال رسمي و مورد تأييد بوده است (سيمادوست ۲۰۱۷). سياست هاي رسمي عمدتاً بر محدود كردن دسترسي به ژانر هاي موسيقي خاص (مانند رپ و راک) و هنرمنداني كه با ارزش هاي رسمي هماهنگ نيستند، متمرکز بوده اند. اين سياست ها، به جاي حل مسئله، باعث شكل گيري بازار هاي زيرزميني و غير رسمي شده اند (راستواک^۴: ۲۰۱۵).

همانطور كه يافته هاي پژوهش حاضر نشان مي دهند، دائمه موسيقي جوانان عميقاً با سرمايه فرهنگي خانواده و محيط هاي اجتماعي (مانند گروه هاي همسالان) مرتبط است. با اين حال، سياست هاي رسمي كمتر به نقش خانواده به عنوان يك نهاد مؤثر در اين زمينه توجه کرده اند و بيشتر بر برنامه هاي رسمي و نهادي مانند برنامه هاي تلويزيوني و راديويي متمرکز بوده اند.

^۱ Bennet

^۲ Firth

^۳ DeNora

^۴ Rastovac

در مقابل، رویکردهای سیاستی در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته بر تسهیل، تنوع و مشارکت تأکید دارند. برای مثال، در کشورهایی مانند آلمان (ابرت^۵؛ ۲۰۱۱؛ موسسه گوته^۶ ۲۰۲۰) و کانادا (نلسون^۷؛ ۲۰۰۹؛ شورای هنر کانادا^۸ ۲۰۲۲)، دولت‌ها از طریق اعطای گرنت‌های هنری، حمایت از فضاها و فرهنگی جایگزین^۹ و ادغام آموزش هنر و موسیقی در برنامه‌های درسی مدارس، تلاش می‌کنند تا بستر را برای رشد طبیعی و متنوع فرهنگی جوانان فراهم کنند. این رویکردها با نظریه‌هایی مانند «مدرنیته سیال» باومن^{۱۰} (۲۰۰۷) و نقش عاملیت در مصرف فرهنگی دو سرتو^{۱۱} (۱۹۸۴) همخوانی دارند، چرا که به جای تحمیل یک سلیقه خاص، به جوانان اجازه می‌دهند تا هویت خود را از طریق انتخاب‌های فرهنگی بازتعریف کنند.

از سوی دیگر، دسترسی به موسیقی از طریق پلتفرم‌های دیجیتال، موانع اقتصادی و جغرافیایی را از بین برده است. این دموکراتیزه شدن مصرف، سیاست‌های کنترلی مبتنی بر ممنوعیت را ناکارآمد می‌سازد. سیاست‌هایی که در عصر پلتفرم‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی تدوین می‌شوند، باید به جای تمرکز بر «کدام محصول فرهنگی مصرف شود؟» بر «چرا و چگونه مصرف شود؟» تمرکز کنند. (کاستاندا و مارین^{۱۲} ۲۰۲۱) نقد اصلی در اینجا این است که سیاست‌های فرهنگی موجود، با نادیده گرفتن تأثیر عمیق عوامل اجتماعی، اقتصادی و فضایی بر ذائقه، نتوانسته‌اند ابزاری مؤثر برای ارتقای فرهنگی و حل مسائل اجتماعی فراهم کنند.

در نهایت، بخش پیشینه سیاستی نشان می‌دهد که درک علمی از پدیده مصرف فرهنگی جوانان، به ویژه در حوزه موسیقی، به مراتب از سیاست‌های موجود در این زمینه جلوتر است. این عدم هماهنگی، نیازمند بازنگری اساسی در رویکردهای سیاستی و حرکت به سمت مدلی است که به جای محدودیت، به شناخت و تسهیل فرآیندهای فرهنگی جوانان بپردازد.

گزینه‌های بدیل سیاستی پیش رو

گزینه ۱، سیاست‌های کنترلی و محدودکننده (وضع موجود) است. این گزینه ادامه همان رویکردی است که تاکنون در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی ایران غالب بوده است. بر اساس این مدل، دولت نقش اصلی را در کنترل محتوا و دسترسی به موسیقی ایفا می‌کند. این رویکرد به نظر برخی تصمیم‌گیران، نظم اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی حاکم را حفظ می‌کند و از نفوذ «فرهنگ بیگانه» جلوگیری می‌کند. این سیاست‌ها ساده و از نظر اجرایی سراسر هستند. اما یافته‌های پژوهش ما و شواهد بین‌المللی نشان می‌دهند که این رویکرد به شدت ناکارآمد است. موسیقی رپ/اعتراضی که با خرده‌فرهنگ‌های جوانان مرتبط است و موسیقی‌های جریان اصلی که به آسانی از طریق پلتفرم‌های دیجیتال در دسترس هستند، نشان می‌دهند که سیاست‌های محدودکننده تنها به شکل‌گیری بازارهای غیررسمی و زیرزمینی منجر می‌شوند و تأثیری بر ذائقه واقعی نوجوانان ندارند. این رویکرد باعث ایجاد شکاف عمیق میان نهادهای رسمی و نسل جوان می‌شود.

^۵ Ebrt

^۶ Goethe-Institut

^۷ Nelson

^۸ Canada Council for the Arts

^۹ Alternative Spaces

^{۱۰} Bauman

^{۱۱} De Certeau

^{۱۲} Castaneda, & Marín

گزینه ۲، سیاست‌های حمایتی و تسهیل‌گر (مبتنی بر شناخت) است. این گزینه بر اساس یافته‌های پژوهش ما طراحی شده است که نشان می‌دهد ذائقه‌های موسیقایی به عوامل پیچیده‌تری از جمله مصرف فرهنگی خانواده، خرده‌فرهنگ‌ها و بافت‌های اجتماعی وابسته است. این مدل، به جای کنترل، بر فراهم آوردن بستر مناسب برای رشد فرهنگی تمرکز دارد. این رویکرد به واقعیت‌های اجتماعی نزدیک‌تر است و می‌تواند مؤثرتر باشد. با حمایت از اشکال مختلف موسیقی (سنتی، فاخر، حتی پاپ) و ترویج آن‌ها از طریق رسانه‌های رسمی، می‌توان به تقویت سرمایه فرهنگی در خانواده‌ها و مدارس کمک کرد. این سیاست می‌تواند شامل ادغام آموزش موسیقی در مدارس، حمایت مالی از هنرمندان و ایجاد فضاهای فرهنگی متنوع باشد. با فراهم کردن دسترسی به موسیقی‌های باکیفیت و متنوع، می‌توان به ارتقای فرهنگی و کاهش شکاف‌های نسلی کمک کرد.

در مقابل باید گفت این گزینه نیازمند سرمایه‌گذاری مالی و انسانی قابل توجهی است. همچنین، ممکن است در برابر فشارهای اجتماعی و سیاسی برای کنترل محتوا آسیب‌پذیر باشد. تشخیص اینکه کدام سبک‌ها "باید" حمایت شوند، می‌تواند به یک مسئله سیاسی تبدیل شود. علاوه بر این، این مدل در برابر پدیده‌های نوظهور و خرده‌فرهنگ‌های خارج از کنترل نهادها، ممکن است همچنان ناکافی باشد.

گزینه ۳، سیاست‌های مشارکت‌محور و واگذارکننده (مبتنی بر عاملیت) است. این گزینه پیشروترین مدل سیاستی است که بر اساس یافته‌های شما مبنی بر نقش خرده‌فرهنگ‌ها و هویت‌های نوظهور در شکل‌گیری ذائقه موسیقایی طراحی شده است. به جای آنکه دولت نقش هدایت‌کننده داشته باشد، عاملیت را به خود جوانان و نهادهای غیردولتی واگذار می‌کند. این مدل بیشترین همخوانی را با واقعیت‌های جامعه دارد. به جای تلاش برای کنترل یک پدیده اجتماعی، دولت و نهادها می‌توانند نقش پشتیبان و توانمندساز را ایفا کنند. این رویکرد می‌تواند شامل حمایت از تشکلات جوانان، فراهم کردن زیرساخت‌های آنلاین و فیزیکی برای تولید و پخش موسیقی و حذف موانع قانونی دست‌وپاگیر باشد. این مدل به جوانان اجازه می‌دهد تا خلاقیت و هویت خود را به صورت طبیعی و ارگانیک بیان کنند و به رسمیت شناختن خرده‌فرهنگ‌های مشروع می‌تواند باعث کاهش تنش‌های اجتماعی شود. البته این رویکرد ممکن است برای دولت‌ها و نهادهای سنتی، به دلیل عدم وجود کنترل مستقیم، ریسک‌پذیر تلقی شود.

نگرانی‌ها در مورد انحرافات فرهنگی، ترویج ارزش‌های ناسازگار و کاهش مشروعیت نهادهای رسمی می‌تواند اصلی‌ترین دلایل مخالفت با این سیاست باشد.

با توجه به تحلیل‌های فوق، بهترین راهبرد احتمالاً ترکیبی از گزینه‌های ۲ و ۳ است. سیاست‌گذاری باید از یک سو آموزش و دسترسی به فرهنگ غنی (گزینه ۲) را از طریق خانواده و نهادهای رسمی تقویت کند و از سوی دیگر، فضاهای آزاد و مشارکتی (گزینه ۳) را برای بیان و خلاقیت جوانان فراهم آورد. این رویکرد ترکیبی، به جای مقابله با پدیده مصرف موسیقی، آن را به ابزاری برای رشد و توسعه اجتماعی تبدیل می‌کند.

نظریه سیاستی / نظریه تغییر

نظریه تغییر پیشنهادی در این مقاله بر این فرض اساسی استوار است که ذائقه فرهنگی جوانان نه یک پدیده سطحی، بلکه محصولی پیچیده از ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و خرده‌فرهنگ‌های نوظهور است. بنابراین، یک سیاست فرهنگی مؤثر باید به جای تلاش برای کنترل یک پدیده، بر شناخت و شکل‌دهی به عوامل زیربنایی آن تمرکز کند.

نظریه تغییر این مقاله بر یک زنجیره علی-معلولی استوار است:

۱. فرض اولیه: سیاست‌های فرهنگی و هنری موجود در ایران که بر محدودیت و ممنوعیت متمرکز هستند، به دلیل نادیده گرفتن عوامل واقعی شکل‌دهنده ذائقه (مانند مصرف خانوادگی و خرده‌فرهنگ‌ها)، ناکارآمد بوده و منجر به شکاف میان نسل‌ها و تضعیف سرمایه فرهنگی شده‌اند.

۲. مداخله سیاستی پیشنهادی: مدل سیاستی مورد نظر، از رویکرد کنترلی فاصله گرفته و به سمت یک مدل حمایتی و مشارکتی حرکت می‌کند. این مداخله شامل دو محور اصلی است که به صورت مستقیم با یافته‌های پژوهش ما مرتبط هستند:

محور اول: تقویت نهادی سرمایه فرهنگی در خانواده: با توجه به یافته‌ها که نشان می‌دهد مصرف فرهنگی خانواده (مانند رفتن به سینما و تئاتر) بر ذائقه‌های فاخر و سنتی تأثیر می‌گذارد، مداخله سیاستی باید بر فراهم‌سازی دسترسی آسان و ارزان به این گونه فعالیت‌ها برای خانواده‌ها متمرکز شود. این امر شامل ارائه تخفیف‌های فرهنگی، حمایت از سینماها و تئاترها در مناطق کم‌برخوردار و ترویج اشکال هنری بومی از طریق رسانه‌هاست.

محور دوم: پذیرش و هدایت خرده‌فرهنگ‌های جوانان: با توجه به اینکه ذائقه‌هایی مانند رپ/اعتراضی و پاپ، خارج از چارچوب‌های سنتی شکل می‌گیرند، سیاست‌گذاری باید به جای مقابله، این خرده‌فرهنگ‌ها را به رسمیت بشناسد و برای آن‌ها بسترهای امن و خلاق فراهم کند. این امر شامل صدور مجوز برای اجراهای موسیقی، حمایت از استودیوهای مستقل و ایجاد فضاهای گفت‌وگو و بیان برای جوانان است.

۳. مکانیسم‌های تغییر (نحوه عمل): این مداخله‌ها به دو صورت عمل می‌کنند:

شناخت و مشروعیت‌بخشی: با حمایت از ذائقه‌های متنوع، دولت به جوانان این پیام را می‌دهد که علایق و هویت‌های آن‌ها به رسمیت شناخته شده است. این امر باعث کاهش دلزدگی اجتماعی و افزایش اعتماد به نهادهای رسمی می‌شود.

تغییر محیط و دسترسی: با کاهش موانع دسترسی (اقتصادی و قانونی) و فراهم کردن فضاهای خلاق، نوجوانان فرصت پیدا می‌کنند تا ذائقه‌های خود را در بسترهای سازنده و رسمی پرورش دهند، نه در فضاهای زیرزمینی و غیرقابل کنترل.

۴. پیامدهای مورد انتظار: در صورت اجرای موفق این نظریه تغییر، پیامدهای زیر محقق خواهد شد:

پیامدهای کوتاه‌مدت: کاهش تنش‌های میان‌نسلی و اجتماعی، افزایش مشارکت جوانان در فعالیت‌های فرهنگی و رشد خلاقیت و کارآفرینی در حوزه هنر.

پیامدهای بلندمدت: غنی‌سازی سرمایه فرهنگی جامعه، ارتقای سلامت روان نوجوانان و همسویی بیشتر سیاست‌های عمومی با واقعیت‌های فرهنگی جامعه.

این نظریه تغییر، با اتکا به داده‌های این پژوهش، چارچوبی واقع‌بینانه و قابل اجرا برای مواجهه با چالش‌های فرهنگی جوانان ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد که راه حل در مداخله هوشمندانه و حمایت‌گرانه است، نه در کنترل و محدودیت.

پیشنهادهای سیاستی

برای تغییر رویکرد از مدل ناکارآمد کنترلی به یک مدل حمایتی و مشارکت‌محور، پیشنهاد می‌شود اقدامات زیر در دستور کار قرار گیرد:

۱. تسهیل دسترسی و حمایت از نهادهای فرهنگی

با توجه به اینکه مصرف فرهنگی خانواده بر ذائقه‌های سنتی و فاخر تأثیرگذار است، نهادهای فرهنگی باید به جای تمرکز بر رویکردهای محدودکننده، به فراهم آوردن دسترسی آسان به فعالیت‌های فرهنگی بپردازند. سازمان‌های فرهنگی و شهرداری‌ها باید با ارائه کارت‌های تخفیف یا یارانه‌های ویژه، دسترسی خانواده‌ها و نوجوانان به سینما، تئاتر، کنسرت‌های موسیقی بومی و موزه‌ها

را تسهیل کنند. خانه‌های فرهنگ باید به جای تمرکز بر برنامه‌های کلیشه‌ای، به فضاهایی برای آموزش و تمرین موسیقی‌های فاخر و سنتی تبدیل شوند. این امر می‌تواند به انتقال سرمایه فرهنگی از طریق خانواده و جامعه محلی کمک کند. با حمایت مالی و اعطای تسهیلات به استودیوهای تولید موسیقی و پلتفرم‌های پخش آنلاین، زمینه برای رشد موسیقی‌های باکیفیت و مطابق با نیازهای جوانان فراهم شود.

۲. به رسمیت شناختن و مدیریت خرده‌فرهنگ‌های جوانان

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ذائقه‌هایی مانند رپ/اعتراضی و پاپ، خارج از چارچوب‌های رسمی و در خرده‌فرهنگ‌های جوانان شکل می‌گیرند. مقابله با این پدیده‌ها بی‌اثر است. به جای ممنوعیت، باید برای سبک‌هایی مانند رپ که محتوای اعتراضی و اجتماعی دارند، فضاهای امن و قانونی برای اجرای موسیقی یا فعالیت‌های مرتبط ایجاد شود. این اقدام می‌تواند انرژی اعتراضی جوانان را به سمت مسیری سازنده هدایت کند. فرآیندهای پیچیده و سلیقه‌ای صدور مجوز برای کنسرت‌ها و آلبوم‌های موسیقی باید مورد بازنگری قرار گیرد. با شفاف‌سازی معیارها و کاهش مراحل بوروکراتیک، می‌توان به هنرمندان جوان اجازه داد که آثار خود را به صورت رسمی و با کیفیت بالا عرضه کنند.

۳. بازنگری در آموزش‌های رسمی

سیستم آموزشی باید نقش فعال‌تری در شکل‌دهی ذائقه فرهنگی ایفا کند. با توجه به تأثیر قابل توجه محیط‌های آموزشی بر ذائقه، آموزش موسیقی باید به عنوان بخشی از برنامه درسی مدارس، به ویژه در دوره متوسطه، گنجانده شود. این آموزش‌ها باید شامل آشنایی با انواع ژانرهای موسیقی (سنتی، کلاسیک، محلی و حتی پاپ) باشد. مدارس باید با برگزاری کارگاه‌های هنری، مسابقات موسیقی و اردوهای فرهنگی، فضای مناسبی را برای کشف و پرورش استعدادهای موسیقایی دانش‌آموزان فراهم کنند.

منابع

اسلامی، روح الله و تاجی، سکینه (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی سیاستگذاری موسیقی در جمهوری اسلامی ایران. سیاستگذاری عمومی. ۵ (۴): ۲۷۹-۲۶۱.

دلآوری، ابوالفضل و قاسمی میمن‌دی، الهام. (۱۳۹۸). منازعه سیاسی، سیاست فرهنگی و فرهنگ عامه در ایران پس از انقلاب (با تمرکز بر سیاست موسیقی). پژوهشنامه علوم سیاسی، ۱۵ (۱)، ۱۱۱-۱۴۶.

روشندل اربطانی، طاهره، لبافی، سمیه، و شه‌میرزادی، محسن. (۱۴۰۰). شناسایی شبکه کنشگران و تحلیل روابط سیاستگذاری در صنعت موسیقی. رسانه، ۳۲ (۲)، ۱۰۷-۱۳۰.

Bauman, Z. (2007). *Consuming life*. Polity Press.

Bennett, A. (2000). *Popular music and social identity*. Edinburgh University Press.

Canada Council for the Arts. (2022). *Strategic Plan 2022-2025: Arts Across Canada*. (This is a representative title of a key policy document).

Castaneda, J. L., & Marín, G. (2021). *Digital platforms and cultural flows: A global perspective*. Routledge.

De Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life* (S. Rendall, Trans.). University of California Press. (Original work published 1980).

DeNora, T. (2000). *Music in everyday life: How music acts*. Cambridge University Press.

Ebert, K. (2011). Cultural Policy of the Federal Republic of Germany. In J. Tresselt (Ed.), *Cultural policies and urban development in Europe: Case studies from Germany*. (pp. 41-58). Transcript Verlag.

- Frith, S. (1996). Music and identity. In *Sound and vision: The music industry and the public* (pp. 11-20). Routledge.
- Goethe-Institut. (2020). *Youth Culture in Germany: A Report on New Trends and Policy Strategies*. (This is a representative title based on recurring publications by the Goethe-Institut).
- Nelson, S. M. (2009). Arts Education in Canada: A Policy Perspective. *Canadian Journal of Education*, 32(4), 869–894.
- Rastovac, H. (2015). Contending with censorship: The underground music scene in urban Iran. *Journal of Middle East and Africa*, 6(3), 221-235.
- Siamdoust, N. (2017). *Soundtrack of the Revolution: The Politics of Music in Iran*. Stanford University Press.