

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به پاپ شدن نوحه (مطالعه موردی؛ دیدگاه عزاداران مرد هیئات عزاداری شهر خرم‌آباد در سال ۹۵ - ۹۴)

اکبر طالب‌پور*
مهین دریگوند**

چکیده

پژوهش حاضر، به بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به نوحه پاپ در میان جوانان هیئات عزاداری شهر خرم‌آباد پرداخته است. نمونه تحقیق شامل ۳۰۱ نفر از عزاداران هیئات ذکر شده می‌باشند که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. به منظور تبیین عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به نوحه پاپ از نظریات: فیش باین - آیزن، جورج گرنبر، ماکس وبر، پیر بوردیو، میلتون یینگر و تئودور آدورنو استفاده شده است. در این پژوهش تأثیر متغیرهای: شرکت در مراسم، ریتم موسیقی، شبکه‌های اجتماعی، عقلانیت ابزاری، ذائقه مصرف و پایگاه اجتماعی بر گرایش به نوحه پاپ سنجیده شد. برای تبیین نتایج از آمارهای توصیفی، جداول فراوانی، رگرسیون چندمتغیره استفاده شد. برای سنجش پایایی پرسش‌نامه، از ضریب آلفای کرونباخ و سنجش اعتبار ابزار اندازه‌گیری از اعتبار صوری استفاده شد. میزان آلفای کرونباخ پرسش‌نامه ۰/۸۰۶ بود که نشانگر پایابودن پرسش‌نامه است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد؛ شرکت در مراسم، شبکه‌های اجتماعی، ریتم موسیقی و عقلانیت ابزاری بر گرایش افراد به نوحه پاپ تأثیر دارند، در حالی که پایگاه اجتماعی و ذائقه افراد بر گرایش آن‌ها به نوحه پاپ تأثیری نداشتند.

کلیدواژه‌ها

ذائقه مصرف، ریتم موسیقی، شبکه‌های اجتماعی، عقلانیت ابزاری، گرایش به نوحه پاپ.

مقدمه و بیان مسئله

جامعه ایران، در حال گذار از جامعه سنتی است. اگر زمانی مدیریت جامعه براساس اخلاق، آموزه‌های دینی و مناسک دینی به شکل سنتی آن بود، امروزه موقعیت دین نه راه افول یا اضمحلال، بلکه راه تغییر را می‌پیماید. از وضعیت جدید دین و دین‌داری تعبیرهای متعدد کرده‌اند. یکی از این تعبیرها، سکولارشدن دین است که با نهادهای دینی که ظاهراً و به شکل سنتی، ثبات و نظم مبتنی بر آموزه‌های قوی دین دارند، متفاوت به نظر می‌رسد. به گفته دورکیم، دین، نظام یکپارچه‌ای از باورداشت‌ها و عملکردهای مرتبط به چیزهای مقدس است، این باورداشت‌ها و عملکردها، همه کسانی را که به آن عمل می‌کنند، در یک اجتماع اخلاقی واحد همبسته می‌کند. دین‌داری دارای چهار بعد: اعتقادی، مناسکی، عاطفی و پیامدی می‌باشد (دیلینی، ۱۳۸۷: ۱۵۲). مداحی یکی از شیوه‌های انجام مراسم دینی (بعد مناسکی دین‌داری)، در ایران سابقه طولانی دارد. از دیرباز، مداحان در کنار روحانیون برای ارشاد و هدایت مردم تلاش کرده و عامل انتقال مفاهیم مهم دینی، به‌طور خاص حادثه کربلا و نهضت امام حسین علیه السلام و یارانش بوده‌اند. با توجه به اهمیت مراسم و آیین‌های دینی در طول چهار دهه گذشته - از دهه ۱۳۵۰ تاکنون - تغییرات در این نوع عزاداری به‌لحاظ سبک و شیوه اجرا بسیار اهمیت دارد. به‌طور خاص، نوع استفاده از متون، چگونگی اجراء و نوع موسیقی، و همچنین نوع عمل مداحان در دهه‌های گذشته تغییر کرده است؛ این تغییرات به‌مرور رخ داده‌اند. اکنون به‌لحاظ تجربی دو پرسش زیر مطرح است: زمینه‌های تغییر مداحی به شکل جدید و عوامل مؤثر بر آن چیست؟ آیا مداحی به سبک‌های جدید و متنوع، به معنای تغییر مراسم از شکل سنتی به شکل مدرن است؟ تغییر در مداحی‌های موجود از سال‌های هفتاد به بعد، با مداحان جوان به اوج رسیده است. یافته‌ها، نشان می‌دهد که اولاً در دهه اخیر، سبک‌های جدید از نوحه‌خوانی شکل گرفته است که می‌تواند ساختار عزاداری را تغییر دهند و سرانجام به نقد عزاداری سنتی بینجامد؛ ثانیاً، گونه‌های متفاوت مداحی با حضور افراد نوحه‌خوان با شکل و روش‌های متفاوت، مراسم دینی را در قالب کالاهای فرهنگی (دینی) عرضه کرده است که با جلب مخاطب و مصرف‌کننده خاص موجب شکل‌گیری علاقه‌های جدید مذهبی شده است. شکل‌گیری بازار و مصرف جدید دینی، راه را برای کمرنگ کردن حساسیت‌های دینی در عزاداری

سنتی ایجاد می‌کند؛ ثالثاً، تنوع سبک‌ها و شیوه‌های متفاوت نوحه‌خوانی، امکان حضور افراد و گروه‌های اجتماعی متعدد با علاقه‌های متفاوت را فراهم کرده است؛ علاقه‌هایی که الزاماً به قلمروی دین و مناسک دینی تعلق ندارند. این نوع حضور، نقش افراد را در برابر ساختارها و نظم سنتی مهم کرده است و سرانجام موجب شکل‌گیری مقاومت‌هایی شده است که جامعه نیز به تدریج به تغییرهای ناشی از آن تن می‌دهد. اوج این وضعیت، مناسکی است سلیقه‌ای و گاه دنیایی (بهار، ۱۳۹۰: ۲۱۷-۲۱۶).

موسیقی پاپ^۱، که در اصل به معنی موسیقی عامه‌پسند^۲ می‌باشد، معمولاً در مقابل موسیقی کلاسیک و فولک (محلی) قرار می‌گیرد و از آن‌ها متمایز است. از اواخر دهه ۱۹۶۰ میلادی، موسیقی پاپ در جهان گسترش یافت و این سبک از موسیقی، به نوعی به موسیقی مسلط بین‌المللی تبدیل شد. موسیقی پاپ، به عنوان موسیقی‌ای تعریف می‌شود که به شکل تجاری تهیه شده یا هدف از تولید آن، کسب سود مالی است. هر چند این موسیقی را می‌توان در حیطه ایدئولوژی، و زیبایی‌شناسی هم به کار برد. اما در واقع، موسیقی پاپ، طوری طراحی شده که برای همه مخاطبین جالب باشد و از به کار بردن سلیقه خاصی، تبعیت ننماید. از منظر افراد زیادی همچون؛ برنت، دیوید روو، سیمون فریس، کیت نگویس و دیگران، موسیقی پاپ - با توجه به دو جنبه اعتراضی و کنترلی که دارد - امروزه در مرحله کالایی شدن قرار گرفته است و برای مخاطبین زیادی تولید می‌شود که تنها به دنبال کسب لذت بوده و به مفهوم فکر نمی‌کنند (بهار، ۱۳۹۰: ۲۱۰-۲۰۲).

یکی از عوامل مهم پیروزی انقلاب اسلامی و استقرار حاکمیت دینی، هیئت‌های مذهبی بوده‌اند که روحانیت در رأس آن‌ها بوده است اما پس از پیروزی انقلاب اسلامی، این روحانیون در تمامی عرصه‌های سیاسی کشور وارد شدند و برخی از آن‌ها در این پست جدید - چه در سمت‌های دولتی و کلیدی کشور و چه سمت‌های اجرایی پایین‌تر، دچار اشتباهاتی شدند که همین وضعیت، باعث تغییر دیدگاه مردم نسبت به مقام روحانیت شد و باعث شد که عامه مردم، این لغزش‌ها را به پای دین بنویسند و در نتیجه، جامعه از

1. pop music

2. popular

ارزش‌های نخستین انقلاب فاصله گیرد و نیز اعتماد عامه مردم نسبت به روحانیت کاهش یابد و چنان‌که مشاهده می‌شود، عامه مردم به‌جای روحانیون، با مداحان احساس نزدیکی بیشتری دارند.

در ایران، رواج موسیقی پاپ به‌طور آرام از سال ۱۳۶۸ شروع شده و از سال ۱۳۷۶ با رشد روزافزونی مواجه شده است، اما این روند تنها در حوزه موسیقی، باقی نمانده و به سایر حوزه‌ها نیز گسترش یافت. از حوزه‌هایی که در سال‌های اخیر، پذیرای موسیقی پاپ شده است، مداحی می‌باشد؛ به‌نحوی که با گسترش استفاده از این موسیقی، نوحه پاپ، جایگاه ویژه‌ای در کنار سایر انواع مداحی‌ها کسب کرده است. به نظر می‌رسد در سال‌های اخیر، این سبک از موسیقی در نوحه ایرانی، رواج بسیار زیادی پیدا کرده و با توجه به آزادی‌هایی که در عزاداری، به نوحه و مخاطبین آن داده می‌شود، می‌توان گفت: حجم بسیار زیادی از انرژی سرکوب‌شده جوانانی که به‌دنبال موسیقی پاپ بی‌قید و شرط هستند، در جریان عزاداری و از طریق نوحه با ریتم تند و مفاهیم پوچ و بی‌معنی تخلیه می‌شود. بنابراین از جنبه نظری، پاپ‌شدن نوحه به فرایندی اطلاق می‌شود که طی آن، نوحه با ریتم تند و به‌صورت ضربی و همراه شور ایفا می‌شود. طبیعی است که چنین نوحه‌ای از مفاهیم اصیل و سنتی تهی است.

نقش هیئت‌های مذهبی و جایگاه مردمی آن بر هیچ‌کس پوشیده نیست. شاید بزرگ‌ترین پایگاه دینی - ملی در جامعه اسلامی ما، هیئات و محافل مذهبی باشند. هر چه قدر، جایگاه و ارزش یک هیئت در میان مردم شناخته‌شده و والا باشد، میزان تأثیرگذاری آن بر مردم نیز بیشتر خواهد بود. حال اگر این هیئات، مروج نوحه با آموزه‌های دینی و اخلاقی باشند، عزادارانی نیز به این سمت گرایش پیدا خواهند کرد اما اگر نوحه پاپ بدون محتوای دینی و اخلاقی در هیئات ارائه شود، جوانان از آموزه‌های دینی فاصله خواهند گرفت. امروزه جریان عزاداری و سینه‌زنی میان جوانان از شکل سنتی و اصولی خود - که در قدیم رواج داشته - تقریباً به‌طور کلی خارج شده و از محتوای غنی و شکل وزین خود به شکل هیجانی و جوان‌پسند آن، که مصداق کاملاً برنامه‌شورزنی می‌باشد - گرایش پیدا کرده است. در دهه‌های اخیر به‌ویژه از دهه هفتاد به بعد، با ظهور موج گسترده‌ای از هیئات عزاداری، نوع خاصی از هیئات مطرح شدند که بیانگر ایجاد

تحولی عمیق در روند عزاداری سنتی بودند که هم به لحاظ ظاهر و شکل اجرا و هم به لحاظ محتوا از نوع سنتی آن متمایزند و نوع جدیدی از هیئات عزاداری محسوب می‌شوند. جدید بودن آن‌ها به واسطه خروج از هنجارهای سنتی عزاداری و استفاده از ریتم و آلات موسیقی متمایز و تکیه بر شورمندی و هیجان مذهبی بالا در میان جماعت عزادار است که توسط مداح رهبری می‌شود. این سبک از نوحه، از سوی محققین زیادی تحت عنوان نوحه پاپ معرفی شده است که با ریتم تند و محتوایی با استفاده از: (۱) کلمات کوچه و بازاری؛ (۲) استفاده از محاورات روزمره و غیر تخصصی (مانند: عشق زمینی و مجازی، کلمات سخیف و پست و عبارات سلطنتی و ...؛ (۳) وهم آلود جلوه دادن حادثه عاشورا و (۴) عاری بودن از آموزه‌های اخلاقی و تاریخی ارائه می‌شود. ارائه چنین نوحه‌هایی به طور حتم با سیره ائمه و متن مذهبی جامعه، فاصله زیادی دارد و حتی برخی مراجع به طور ضمنی از مداحین پاپ انتقاد کرده‌اند. حال مسئله این جاست که آیا واقعاً ماحصل سی سال حکومت دینی، باید این باشد که نوحه‌های سنتی به نوحه‌های پاپ تبدیل شوند و عاری از آموزه‌های دینی و اخلاقی شوند؟ همان‌طور که مبرهن است، بیشتر عزاداران هیئات مذهبی را جوانان تشکیل می‌دهند و این‌گونه مداحی‌ها نیز بر آن‌ها تأثیرگذار هستند. شهر خرم‌آباد یکی از شهرهای مذهبی و دارای تعصب دینی به‌ویژه نسبت به عاشورا و اجرای مناسک عاشورا می‌باشد که در چند سال اخیر نیز شاهد ورود نوحه‌های پاپ به مجالس این شهر و گرایش بیشتر جوانان به سمت این‌گونه هیئات و مداحی‌ها است. پژوهش حاضر درصدد است تا برخی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش جوانان به نوحه‌های پاپ را شناسایی و راه‌کارهایی را به منظور کاهش ضریب نفوذ این نوحه‌ها پیشنهاد دهد.

۱. پیشینه نظری

فیاض و رحمانی (۱۳۸۵)، مقاله‌ای با موضوع «مناسک عزاداری و گفتمان کربلا در دین‌ورزی اقشار فرودست شهری» با روش مشاهده مشارکتی، به بررسی سبک جدید مداحی و عزاداری پرداخته‌اند. نویسندگان، نتیجه‌گیری می‌کنند که گفتمان کربلا در صورت‌بندی جدید، وجه عرفانی، شورانگیز و ارجاع به درون را اصل قرار داده و تمام نمادها در بستر این جریان تولید و تفسیر می‌شوند. رفتار، کلام، نحوه مداحی و محتوای

مداحی مدرن با سازوکارهای درونی این گفتمان معنادار و دارای توجیه دینی و مقدس می‌شود که ممکن است درست نباشد.

کوثری (۱۳۸۷)، در کتاب درآمدی بر موسیقی مردم‌پسند، در فصل موسیقی پاپ دینی در ایران، اشاره دارد که رواج موسیقی پاپ در سومین دهه انقلاب، تنها در حوزه موسیقی نیست بلکه گسترش استفاده از آن در مداحی مراسم مذهبی هم به چشم می‌خورد. وی، معتقد است گسترش موسیقی پاپ دینی، نشانگر پیروزی مداحی به‌عنوان شکلی مردم‌پسند از عزاداری در دوران پس از انقلاب است. در زمان پیش از انقلاب، مداحان در سبک‌های سنتی نقش ثانویه را در عزاداری ایفا می‌کردند اما پس از انقلاب، به دلیل نیاز به ایجاد هیجان برای رزمندگان، کارکرد مستقلی در عزاداری پیدا کردند. این روند، پس از جنگ نیز ادامه یافت و مداحان به گروه مستقلی که شأن اجتماعی جدیدی پیدا کرده بودند، تبدیل شدند. عامل دیگری که بر تغییر جایگاه مداحان تأثیر زیادی داشت، ظهور پدیده هیئات پاپ مذهبی بود.

بهار و کاهیرده (۱۳۸۸)، در مقاله‌ای با عنوان «تحول نقش واعظ و مداح در اجرای مناسک عاشورا»، معتقدند که مداحان، عناصر اصلی گرداننده عزاداری هستند که الگوهای جدیدی از نمایش مذهبی را در قالب‌های نو و جذاب هنری عرضه می‌کنند. آن‌ها در تحقیق خود، ویژگی‌های متون مورد استفاده مداحان را با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا مورد بررسی قرار داده‌اند.

بهار (۱۳۹۰)، در کتاب مصرف و فرهنگ، به بررسی مصرف و موسیقی مذهبی در ایران پرداخته است و ضمن بررسی موسیقی پاپ، به کارکردهای تفریحی یا اعتراضی آن پرداخته است و در ادامه، مداحی در ایران را مورد بررسی قرار داده و تغییر جایگاه مداحی در ایران را با توجه به دو مقوله سکولار شدن و نوع جدید دینداری تشریح کرده است. او، نوحه را در ایران به دو نوع: سنتی و مدرن تقسیم کرده است و نوحه مدرن را تقریباً معادل نوحه پاپ ارزیابی کرده است. به نظر ایشان، عواملی همچون: عدم کنترل محافل مذهبی، روزمره شدن متن دینی و تغییر نسلی، از جمله عوامل مؤثر در شکل‌گیری مداحی مدرن بوده‌اند.

طالب‌پور (۱۳۹۳)، در مقاله‌ای با عنوان «پاپ‌شدن نوحه، ابزار نرم تقدس‌زدایی از

عزاداری؛ تحلیل تقارن محتوای نوحه پاپ»، نشان می‌دهد که عوامل زیادی در پاپ شدن نوحه دخالت دارند اما دو عامل از سایر عوامل مهم‌ترند: اولین عامل، استفاده از موسیقی پاپ غربی در اجرای نوحه؛ یعنی تغییر ریتم نوحه از ماژور به مینور می‌باشد؛ دومین عامل، استفاده از اصطلاحات خاص غیردینی با سبک محاوره‌ای به‌مثابه آزاد نمودن عزاداری از تقیدات مذهبی می‌باشد. هر دو عامل مذکور، در سال‌های اخیر با هوشمندی خاصی از طریق قدرت نرم بر عزاداران اعمال شده است. نتایج این تحقیق نشان داده است؛ اولاً تقارن معنی‌داری بین مفاهیم مرتبط با نوحه عاری از تقدس در بین نمونه‌های آماری هر دو زبان ترکی و فارسی وجود داشته است که این امر نشانگر فاصله گرفتن نوحه از متن مذهبی و تقدس‌زدایی از نوحه می‌باشد، ثانیاً همگرایی در بین نوحه‌های فارسی و ترکی در زمینه تقدس‌زدایی مشاهده شد.

الحیدری (۱۴۲۳ ق) عراقی، در تراجمیدیا کربلا: سوسیولوجیا الخطاب الشیعی به بررسی جامعه‌شناختی گفتمان شیعی در عراق به‌ویژه از خلال مناسک عزاداری پرداخته است. از نظر وی، مناسک مذهبی و به‌خصوص عزاداری به‌مثابه یک گفتمان دینی، بخش تفکیک‌ناپذیری از تشخیص و هویت اجتماعی شیعیان عراق را تشکیل می‌دهد. وی، در بخشی از اثر خود، از دلایل سیاسی- معیشتی زندگی شیعیان عراق و تأثیر آن بر رویکرد و گرایش آنها به مراسم عزاداری صحبت می‌کند.

فیشر^۱ (۱۹۸۰)، در کتاب ایران از مباحثه مذهبی تا انقلاب، از مفهوم «پارادایم کربلا»، به‌عنوان یک ساختار نمادین تاریخی در تشیع که در جریان انقلاب برجستگی یافت، همچنین از اهمیت این پارادایم و صورت‌بندی‌های برای حیات عاطفی ایرانیان، صحبت می‌کند. فیشر، در ادامه به نمادشناسی این پارادایم، کارکرد و نقش‌های گفتمان دینی تشیع و تفسیر منابع دینی می‌پردازد. او به وجوه هویتی این پارادایم برای تفکیک شیعه و سنی اشاره می‌کند. نویسنده، در فصل پنجم، به اهمیت این مناسک و پارادایم کربلا در زندگی روزمره شیعیان و تئوری سیاسی آنها اشاره می‌کند و نحوه ساماندهی آن را توسط مردم و گروه‌های مختلف بیان می‌کند.

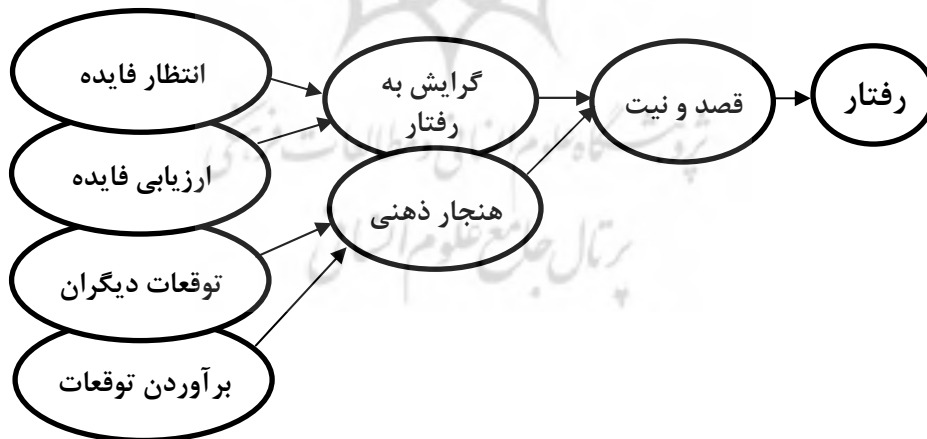
1. Fisher

۲. چارچوب تئوریک

تئوری فیش باین - آیزن^۱

فیش باین - آیزن، در پی یافتن یک تئوری برای تبیین رفتار، به نقش گرایش اشاره می‌کند. به نظر آنان، رفتار در پی زنجیره‌ای از عوامل به وجود می‌آید. حلقه ماقبل بروز رفتار، قصد و نیت انجام یک رفتار است و قصد و نیت هم به نوبه خود، تابع دو متغیر دیگر است: متغیر اول، «گرایش به سوی آن رفتار» که یک متغیر فردی و شخصی است و طی آن فرد، انجام یک رفتار را از نظر خود خوب یا بد ارزیابی می‌کند. متغیر دوم، «هنجار ذهنی» نفوذ و فشار اجتماعی را روی شخص برای انجام یک کار یا رفتار منعکس می‌کند. هنجار ذهنی خود به دو عامل تجزیه می‌شود؛ انتظار آنکه یک رفتار خاص از سوی دیگران چگونه ارزیابی شود و انگیزه فرد برای پیروی از انتظارات دیگران (رفیع پور، ۱۳۷۲: ۹-۱۱). در پژوهش حاضر، به منظور سنجش گرایش به استفاده از نوحه پاپ، عوامل مؤثر بر این گرایش مورد بررسی قرار گرفته است.

نمودار شماره ۱. مدل نظریه فیش باین - آیزن



1. Fishbain & Ayzan

نظریه کاشت یا پرورش

«نظریه کاشت» جرج گربرنر^۱، بر کنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز بر چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه آن است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه، ارتباط مستقیم وجود دارد. به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌ای خاص، باعث ایجاد تغییر نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. در واقع، نظریه پرورش با تعیین میزان و نوع برنامه‌های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر را مطالعه می‌کند تا به سازوکار و نحوه تأثیر دست پیدا کند (عباسی قادی و خلیلی کاشانی، ۱۳۹۰: ۸۰). در واقع، محور بحث گربرنر، این است که اهمیت تاریخی رسانه‌ها بیشتر در ایجاد شیوه‌های مشترک در انتخاب مسائل، موضوعات و چگونگی نگرستن به رخدادها است. این شیوه‌های مشترک، محصول استفاده از فناوری و نظام ارائه پیام است که نقش واسطه را بر عهده دارند و به دیدی مشترک و درک مشترک از جهان اطراف منجر می‌شود. گربرنر، محصول چنین فرایندی را کاشت الگوهای مسلط ذهنی می‌نامد. از نظر وی، رسانه‌ها متمایل به ارائه دیدگاه‌های هم‌شکل و کم و بیش یکسان از واقعیت اجتماعی هستند و مخاطبان آن‌ها براساس این چنین سازوکاری، فرهنگ‌پذیر می‌شوند. گربرنر، تا آن جا پیش می‌رود که می‌گوید: رسانه‌ها به دلیل نظم و هماهنگی که در ارائه پیام در طول زمان دارند، قدرت اثرگذاری فراوانی دارند؛ به طوری که باید آن‌ها را شکل‌دهنده جامعه دانست. گربرنر، بعدها در پاسخ به انتقادات وارده بر نظریه کاشت مبنی بر لحاظ‌نکردن سایر متغیرهای متداخل بر کاربران، این نظریه را مورد تجدید قرار داد. وی دو مفهوم «جریان اصلی» و «تشدید» را به این نظریه اضافه کرد. با این مفاهیم، این واقعیت‌ها در نظر گرفته می‌شود که میزان مواجهه با رسانه‌ای خاص، نتایج متفاوتی را برای گروه‌های اجتماعی مختلف در بردارد. جریان اصلی، هنگامی رخ می‌دهد که میزان مواجهه با رسانه، به تقارن دیدگاه‌ها در گروه‌ها منجر شود و تشدید، زمانی روی می‌دهد که اثر کاشت در گروه خاصی از جمعیت بیشتر شود (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴: ۳۹۲).

1. George Graebner

ماکس وبر^۱

وبر، از جمله اندیشمندانی است که به بررسی رابطه میان دین و پایگاه اقتصادی - اجتماعی پرداخته است. او، به پیوندهای میان انواع گوناگون دین و گروه‌های خاص اجتماعی و تأثیر انواع دیدگاه‌های مذهبی بر دیگر جنبه‌های زندگی اجتماعی به خصوص رفتار اقتصادی توجه کرده است. از نظر او، اساساً دین، پاسخی به دشواری‌ها و بی‌عدالتی‌های زندگی و کوششی برای توجیه ناکامی‌ها و در نتیجه، ابزاری برای توانمند کردن انسان‌ها با هدف کنار آمدن با مشکلات و ایجاد اعتماد به نفس به آن‌ها است. مفاهیم مذهبی در پی این واقعیت پدید می‌آیند که زندگی، به طور کلی مخاطره‌آمیز و نامطمئن است؛ زیرا انسان‌ها، برخی چیزها را آرزو می‌کنند ولی آرزوهایشان همیشه برآورده نمی‌شود. هم‌چنین، میان آنچه تصور می‌کنند که باید باشد و آنچه در عمل رخ می‌دهد، همیشه فاصله وجود دارد. تنش ناشی از این اختلاف، سرچشمه دیدگاه مذهبی است. نیکان و منصفان، همیشه کامروا نیستند؛ حال آن‌که بدکاران غالباً کامروا هستند. دین، کوششی برای کنار آمدن با این واقعیت‌های ناگوار است و انسان‌ها، تنها از طریق تماس مذهبی با جهان فراطبیعی باور می‌کنند که آرزوهای مادیشان ممکن است، برآورده شود. خوشبختی یا بدبختی - آنان که بختیار یا شوربخت‌اند - بسته به مقام‌هایی است که در جامعه در اختیار دارند. نابرابری‌ها، نه تصادفی بلکه جزئی از یک ساختار الگومند هستند. در نتیجه، رویکردهای مذهبی؛ گرایش به پیوستگی با گروه‌های مختلف جامعه دارند. گروه‌های گوناگون، دیدگاه‌های مذهبی کم‌وبیش متفاوتی دارند؛ زیرا مسائل متفاوتی را تجربه می‌کنند که ناشی از تفاوت میان چشم‌داشت‌ها و واقعیات تجربی‌اند. در نتیجه؛ به عقیده وبر، جامعه‌شناسی دین، در واقع بررسی روابط میان اقشار مذهبی و گروه‌های اجتماعی متفاوتی است که حاملان این افکارند (همیلتون، ۱۳۸۷: ۲۴۲).

1. Max Weber

پیر بوردیو^۱

در نظریه بوردیو، سبک زندگی که شامل اعمال طبقه‌بندی‌شده و طبقه‌بندی‌کننده فرد در عرصه‌هایی چون: تقسیم ساعات شبانه‌روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، اثاثیه و خانه، آداب سخن گفتن و راه رفتن است، در واقع، عینیت یافته ترجیحات افراد است. از یک سو، سبک‌های زندگی شیوه‌های مصرف عاملان اجتماعی‌ای است که دارای رتبه‌بندی‌های گوناگونی از جهت شأن و مشروعیت اجتماعی‌اند. این شیوه‌های مصرفی، بازتاب نظام اجتماعی سلسله‌مراتبی است؛ اما چنانچه بوردیو در کتاب تمایز بر حسب منطق دیالکتیکی، نشان می‌دهد، مصرف صرفاً راهی برای نشان‌دادن تمایزات نیست بلکه خود راهی برای ایجاد تمایزات نیز است (باکاک، ۱۳۸۱: ۹۶). ذائقه‌ها و ترجیحات زیباشناختی متفاوت، سبک‌های زندگی متفاوت را ایجاد می‌کنند. بنابراین سبک زندگی، محصول نظام‌مند منش است که از خلال رابطه دوجانبه خود با رویه‌های منش درک می‌شود و تبدیل به نظام نشانه‌هایی می‌گردد که به گونه‌ای جامعه‌ای مورد ارزیابی قرار گیرد (مثلاً به‌عنوان، قابل احترام، ننگ آور و ...) (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۷۲). چنانچه بوردیو اشاره می‌کند، مصرف به‌منزله نظامی از نشانه‌ها و نمادها مطرح است که کارکردهایی چون تمایزگذاری اجتماعی دارد که البته به نظر بوردیو، معنایش از همین تفاوت و تمایز ناشی می‌شود و چیزی جز آن نیست. از این رو، در بحث بوردیو، مصرف همانند پاسخ به نیازهای زیستی مطرح نمی‌شود، بلکه مصرف به‌منزله استفاده از نظامی از نشانه‌ها و نمادها مطرح است (همان: ۶۶). بوردیو، بر این نظر است که هیچ چیزی به روشنی سلیقه در موسیقی، نمی‌تواند موقعیت طبقه‌ای فرد را مشخص کند (شوکر، ۱۳۸۴: ۳۱). سلیقه، پایه‌ای برای گروه‌های اجتماعی به‌منظور تفاوت‌گذاری و فاصله‌گیری آنها از دیگران و تثبیت موقعیت‌های متغیر اجتماعی است. موسیقی، به‌طور مرسوم یکی از ابعاد حیاتی این روند بوده است (همان: ۲۶۶). سبک زندگی، متأثر از ذائقه و ذائقه، پیامد منش و منش نیز محصول جایگاه فرد در ساختارهای عینی اجتماعی است. جایگاه فرد در ساختار اجتماعی که مشخص‌کننده میزان بهره‌مندی وی از انواع سرمایه است، منش وی را شکل می‌دهد و منش نیز مولد دو نوع

1. peer Bourdieu

نظام است: یکی نظامی از رویه‌های ادراک و ارزیابی؛ یعنی همان ذائقه و دیگری نظامی از رویه‌های ایجادکننده اعمال قابل طبقه‌بندی که تعامل این دو نظام سبک زندگی را ایجاد می‌کند. از این رو است که فرآیندهای مصرفی، خود به منزله متغیری مستقل در ایجاد سلسله‌مراتب اجتماعی مطرح می‌باشند. بورديو، از رابطه دیالکتیکی شرایط و منش سخن می‌گوید که سبب تغییر در توزیع سرمایه و توازن رابطه قدرت در جامعه می‌شود و سیستمی از تفاوت‌های ادراک‌شده و دارایی‌های متمایز ایجاد می‌کند که در واقع، همان توزیع سرمایه نمادین و سرمایه مشروعی است که حقیقت عینی را تحریف می‌کند (بورديو، ۱۹۸۴: ۱۷۲).

تئودور آدورنو^۱

زمانی که آدورنو از موسیقی پاپ سخن می‌گوید، چند ویژگی مهم را برای آن توضیح می‌دهد که عبارتند از؛ نخست، استاندارد شدن این موسیقی که زمینه کالایی شدن را به تدریج برای مصرف‌کننده فراهم می‌کند. او از موسیقی با نام «فردیت دروغین و مجازی» یاد می‌کند. به نظر آدورنو، این موسیقی و ساختار آن، از پیش ساخته شده و طراحی آن پیش‌تر انجام شده است. دومین نکته‌ای که آدورنو به آن اشاره می‌کند، مربوط به شنونده منفعل موسیقی است. از نظر وی، پناه‌بردن به اشکالی مثل موسیقی پاپ، حس انفعالی را در شنونده ایجاد می‌کند که پایان ندارد و تکراری است و دنیایی را با این ویژگی ترسیم می‌کند. دل‌تنگی، انسان را وا می‌دارد که اوقات فراغتی داشته باشد که موزیک این لحظه‌های خوش را برای او فراهم می‌آورد. استوری، موسیقی پاپ را نوعی دیالکتیک مبهم می‌داند؛ یک واسطه تحکیمی دو طرفه و دوجانبه که وقتی مصرف‌کننده آن را مصرف می‌کند، نوعی حس سرگرمی و حواس‌پرتی و بی‌توجهی در او ایجاد می‌شود، در حالی که در دور برگشت مصرف، مصرف‌کننده بدون توجه و غفلت آن را تولید می‌کند؛ به عبارتی، مصرف موسیقی، سرانجام به اغفال مصرف‌کننده می‌انجامد. آدورنو، بی‌توجهی به امور واقع و ایجاد فراغت را سومین ویژگی موسیقی پاپ می‌داند. از نظر روان‌شناسی، مصرف

1. Theodor Adorno

موسیقی در مصرف کننده، این حس را به وجود می آورد که مصرف کننده خود را با نیازهایی که قدرت حاکم صلاح می داند، متصل کند و تطبیق دهد؛ یعنی مصرف کننده نمونه ای مطیع و هم وزن با نیازهای حاکم تولید می شود که به تدریج با قدرت هم احساس می شود. آدورنو، از این احساس پیوستگی، به «سیمان اجتماعی» تعبیر می کند (بهار، ۱۳۹۰: ۶۷-۶۸).

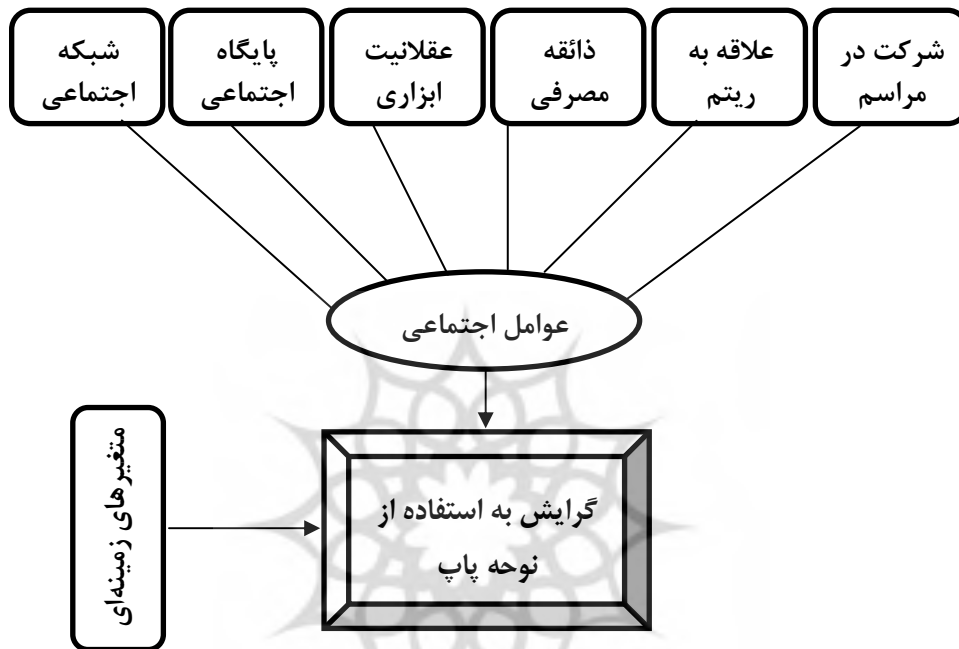
میلتون یینگر^۱

او با تأکید بر نقش دین در مشروعیت بخشی به گروه های نسبتاً کوچک، سعی در تبیین کارکرد دین در تقویت ارزش ها و قواعد اجتماعی دارد. وی، معتقد است که یکی از کارکردهای اساسی دین، حل مسائل بنیادی انسان و ارائه پاسخ ابطال ناپذیر به پرسش های معنابخشی و مفهومی بشر درباره هدف زندگی و تجربه مرگ است. از نظر یینگر، «امروزه برخلاف آنچه که تصور می شد، به وضوح می توان ناکارآمدی و ناتوانی علم تجربی در پاسخ گویی به این مسائل اساسی بشری را مشاهده کرد؛ لذا دین که برای کاهش اضطراب و معنابخشی بشر آمده است، عامل اصلی خلق ارزش ها و هنجارهای عملی برای معنایابی است» (یینگر، ۱۹۹۷: ۶۸). باید در نظر داشت که جوامع انسانی به میزان زیادی، نیازمند دستاویزی معرفتی برای تکیه بر آن و مشاهده جهان براساس آن هستند. یکی از دلایل اساسی ترس و وحشت آدمی در مواجهه با جهان پر رمز و راز طبیعی، عدم پیدایی دستاویزی قابل اطمینان برای تکیه بر آن و درک جهان پیرامون است. با تکیه بر کارکرد دین در پاسخ گویی به مسائل بشری، شاهد رفع اضطراب و کاهش نگرانی های انسان به دلیل گم شدن در مسیر و در نتیجه، بی عملی او هستیم. در واقع، دین با ارائه کارکردهای سه گانه تعیین وضعیت کنونی فرد و اجتماع، هدف نهایی و مسیر شناخت، کارکرد آرامش بخشی و حذف اضطراب را در فرد ایفا می کند (همان: ۸۸ - ۸۹). از نظر یینگر، «عضویت در گروه های دینی می تواند جایگاه ثابت و مشخصی را برای افراد پدید آورد که در مقایسه با سایر گروه های صنفی، کمتر ابزاری و آنی بوده و می تواند روابط مداوم، ثابت، غیر حساب گرانه و هنجارین را برای افراد به ارمغان آورد (رابرتسون، ۱۹۷۸: ۳۰۸).

1. Milton Yinger

مدل تحلیلی تحقیق

نمودار شماره ۲. مدل تحلیلی تحقیق



۳. روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق مبتنی بر روش کمی و پیمایش و از ابزار پرسش‌نامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. به لحاظ معیار زمان، مقطعی و همچنین از نظر میزان ژرفایی؛ پهنانگر است. واحد تحلیل، فرد و سطح تحلیل، خرد می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، کلیه عزاداران مرد هیئات عزاداری شهر خرم‌آباد در سال ۹۵ - ۹۴ که دارای برنامه هفتگی می‌باشند و تعداد آن‌ها در حدود ۷۶۰۰ نفر می‌باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برای سطح ۹۵ درصد و حداکثر پراکندگی، ۳۶۵ نفر محاسبه شده است. از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی ساده نیز استفاده شده است. پرسش‌نامه تحقیق شامل ۵۵ گویه می‌باشد که ۱۵ گویه مربوط به متغیر وابسته یعنی گرایش به نوحه پاپ می‌باشد، ۴

گویه مربوط به متغیر شرکت در مراسم، ۵ گویه مربوط به متغیر ریتم موسیقی، ۷ گویه مربوط به متغیر شبکه‌های اجتماعی، ۱۳ گویه مربوط به متغیر عقلانیت ابزاری، ۶ گویه مربوط به متغیر ذائقه مصرفی و ۵ گویه مربوط به متغیر پایگاه اجتماعی می‌باشد. در انتهای پرسش‌نامه، ۱ گویه برای سن، ۱ گویه برای وضعیت تأهل و ۱ گویه برای محل سکونت در نظر گرفته شده است. در این تحقیق، از اعتبار صوری برای سنجش روایی پرسش‌نامه و از ضریب آلفای کرونباخ، برای سنجش پایایی پرسش‌نامه استفاده شده است. آلفای کرونباخ محاسبه شده برای کل پرسش‌نامه، ۰/۸۰۶ می‌باشد و برای متغیر وابسته: گرایش به استفاده از نوحه پاپ، ۰/۸۲۲، و برای متغیرهای مستقل تحقیق: شرکت در مراسم ۰/۷۲۶، ریتم موسیقی ۰/۷۰۱، شبکه‌های اجتماعی ۰/۸۲۹، عقلانیت ابزاری ۰/۷۴۰، ذائقه مصرفی ۰/۷۳۷ و پایگاه اجتماعی ۰/۷۳۶ می‌باشد.

۴. یافته‌ها و نتایج تحقیق

نتایج یافته‌ها، نشان دهنده این است که از تعداد ۳۶۵ نفر پاسخ‌گو، ۶۳ درصد مجرد و ۳۶ درصد، متأهل بوده‌اند؛ همچنین ۸۱ درصد از پاسخ‌گویان، ساکن شهر و ۱۹ درصد، ساکن روستا بوده‌اند. ۴۱ درصد از افراد نمونه، بین سن ۱۸ - ۲۵ قرار گرفته‌اند و میانگین سنی پاسخ‌گویان ۲۸ سال بوده است. ۵۴ درصد پاسخ‌گویان، دارای مدرک لیسانس و ۴۶ درصد، دانشجو بوده‌اند. نتایج آمارهای توصیفی بیان می‌کند که میانگین متغیر وابسته، ۶۷ درصد می‌باشد و این نشان می‌دهد که نوحه‌ها به سمت پاپ شدن رفته‌اند. از بین متغیرهای مستقل، ریتم موسیقی با ۶۳ درصد و شبکه‌های اجتماعی با ۶۰ درصد، بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده‌اند. از بین ابعاد نوحه پاپ، بیشترین میانگین مربوط عبارات سخیف با ۸۸ درصد می‌باشد و کمترین میانگین مربوط به بعد آموزه‌های دینی با ۳۷ درصد می‌باشد و این نشان دهنده آن است که نوحه‌ها از آموزه‌های دینی، فاصله زیادی گرفته‌اند.

بررسی فرضیات

برای آزمون فرضیات از رگرسیون چند متغیره توأم استفاده شده است که نتایج در قالب جداول شماره ۱ و ۲ آورده شده است.

جدول شماره ۱. خلاصه مدل رگرسیونی تحقیق

ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد	دوربین واتسون
.۵۰۴	.۴۹۴	.۳۴۴۸۱	۱.۳۱۷

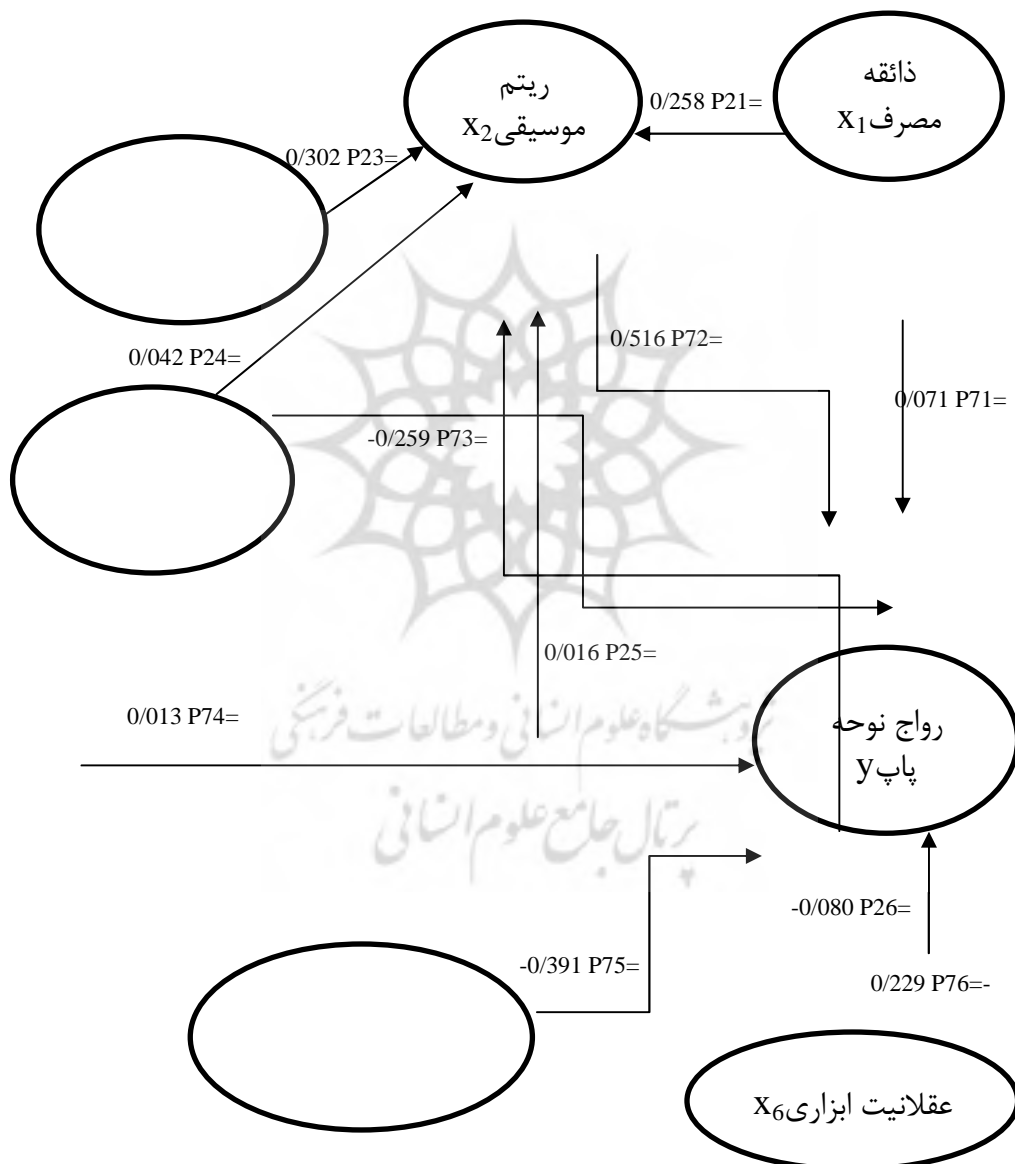
جدول شماره ۲. ضرایب رگرسیون

متغیرها	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	آماره t	سطح معناداری
	خطای استاندارد	آماره B			
مقدار ثابت	.۱۸۵	۳.۷۵۴		۲۰.۲۹۱	.۰۰۰
شرکت	.۰۳۶	-.۳۲۵		-۹.۰۰۱	.۰۰۰
ریتم	.۰۴۰	.۴۲۸		۱۰.۷۲۵	.۰۰۰
شبکه	.۰۳۳	-.۲۲۵		-۶.۷۸۹	.۰۰۰
عقلانیت	.۰۴۴	-.۲۳۰		-۵.۱۹۹	.۰۰۰
ذائقه	.۰۴۷	.۰۷۳		۱.۵۶۹	.۱۱۸
پایگاه	.۰۳۱	.۰۲۳		.۷۵۲	.۴۵۳

نتایج جدول شماره ۱، نشان می‌دهد؛ متغیرهای مستقل تحقیق حاضر، توانسته‌اند ۵۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته (گرایش به نوحه پاپ) را تبیین کنند. نتایج جدول شماره ۲، نشان می‌دهد که از بین ۶ متغیر مستقل، دو متغیر: ذائقه مصرفی و پایگاه اجتماعی، از نظر آماری معنادار نشده‌اند و این دو متغیر بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر نمی‌باشند. با توجه به مقدار بتا، متغیرهای؛ ریتم موسیقی با ۰/۵۱۶، شرکت در مراسم با ۰/۳۹۱، شبکه‌های اجتماعی با ۰/۲۵۹ و عقلانیت ابزاری با ۰/۲۲۹ به ترتیب بیشترین تأثیر را بر گرایش افراد به نوحه‌های پاپ داشته‌اند.

جدول تحلیل مسیر متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق؛ نتایج مربوط به تحلیل مسیر متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق در قالب نمودار شماره ۳ آورده شده است.

نمودار شماره ۳. نمودار تحلیل مسیر متغیرهای مستقل و وابسته



نتیجه‌گیری

بررسی‌های جدید و برجسته در موسیقی مردم‌پسند، منعکس‌کننده اهمیت کنونی موسیقی پاپ به‌عنوان پدیده‌ای فرهنگی در سطح جهان است که در کنار خود، صنعتی چند میلیارد دلاری را داراست و نیز فرهنگ مردمی نسل جوان را به سبک‌ها و شیوه‌های بسیار گوناگون تحت تأثیر قرار داده است. در موسیقی مردم‌پسند، تقابل بین هنر و تجارت در استفاده گسترده از واژه پاپ و راک خود را نشان می‌دهد؛ چیزی که روی شوکر از آن به‌عنوان فرآورده موسیقی برای مصرف توده در بازار یاد می‌کند. در سه دهه اخیر، یعنی از سال‌های هفتاد به بعد - سبک‌های جدیدی از نوحه‌خوانی شکل گرفته که سبب کم‌رنگ شدن عزاداری‌های سنتی شده است. در واقع، شاهد بروز و ظهور مداحی به شکل کاملاً تخصصی و حرفه‌ای هستیم که توانایی بالایی در جذب مخاطبین مجالس مذهبی داشته‌اند؛ موسیقی جذابی را در نوحه‌ها به کار می‌برند که بیشتر مردم‌پسند و ترانه‌های دلخواه مردم می‌باشند. این مداحی‌های جدید، به سبک مدرن و آغشته به موسیقی پاپ هستند؛ چراکه می‌خواهند مراسم دینی را در قالب کالاهای فرهنگی عرضه دارند و رضایت مخاطب را جلب کنند؛ همان‌طور که آدورنو واضح اصطلاح «صنایع فرهنگ» - معتقد است که: صنایع فرهنگی مشغول رقابت با یکدیگر هستند و کالاهای فرهنگی در یک شکل و رنگ باقی نمی‌مانند. بنابراین، می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که در حال حاضر، مداحی‌های سبک مدرن تبدیل به کالاهایی شده‌اند که شکل کارخانه‌ای پیدا کرده‌اند؛ یعنی تولید آن‌ها، وابسته به مصرف آن‌ها می‌باشد. در واقع، این دسته از مداحی‌ها، مطابق با ذائقه مخاطبین خود ارائه می‌شوند و در این میان، دین نادیده گرفته شده است که یک زنگ خطر برای دین و جامعه دینی تلقی می‌شود. محققین در پژوهش حاضر با توجه به عوامل مؤثر به گرایش به نوحه پاپ بر روی دیدگاه‌های هیئات عزاداری در شهر خرم‌آباد متمرکز شده‌اند تا دلایل گرایش نوحه‌ها به سمت پاپ‌شدن را مورد تجزیه و تحلیل علمی قرار دهد. بر این اساس، از پنج متغیر: عقلانیت ابزاری، شبکه‌های اجتماعی، پایگاه اجتماعی، ذائقه مصرف، ریتم موسیقی و شرکت در مراسم هیئات، به‌عنوان متغیرهای مستقل و تأثیرگذار بر گرایش به نوحه پاپ استفاده گردید. همچنین از ده بعد: داشتن ریتم تند، وجود عبارات سخیف، وجود عبارات تحریفی، وجود عبارات موهوم، وجود عبارات

احساسی - عاطفی، وجود واژه‌های سلطنتی، وجود عشق مجازی، عدم وجود آموزه‌های معرفتی، فقدان آموزه‌های اخلاقی و فقدان آموزه‌های دینی به‌عنوان معرف‌های نوحه پاپ استفاده شده بود. میانگین این ابعاد، نشان‌دهنده آن است که نوحه‌هایی که در آنها بیشتر از عبارات سخیف، موهوم و غیرقابل فهم، عبارات تحریفی و واژه‌های سلطنتی استفاده شده است، رغبت بیشتری را در میان جوانان ایجاد کرده‌اند. این وضعیت، نشانگر گرایش نوحه‌ها به سمت موسیقی مردم‌پسند بوده است و در واقع حاکی از آن است که در حال حاضر در جامعه هدف، نوحه‌ها چیزی را ارائه می‌دهند که طالب داشته باشد و آموزه‌های دینی کمتر مد نظر قرار گیرد. در تحقیق حاضر، به‌منظور سنجش گرایش به نوحه پاپ فرضیات شش‌گانه زیر مطرح شده بودند؛

- ۱- به نظر می‌رسد استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر می‌باشد.
- ۲- به نظر می‌رسد پایگاه اجتماعی بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر می‌باشد.
- ۳- به نظر می‌رسد عقلانیت ابزاری بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر می‌باشد.
- ۴- به نظر می‌رسد ذائقه مصرفی موسیقی (سنتی یا مدرن) بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر می‌باشد.

- ۵- به نظر می‌رسد میزان علاقه به نوع ریتم بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر می‌باشد.
 - ۶- به نظر می‌رسد شرکت در مراسم هیئت بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر می‌باشد.
- آزمون فرضیات تحقیق نشان دادند، تنها فرضیات: پایگاه اجتماعی (فرضیه دوم) و ذائقه مصرفی موسیقی (فرضیه چهارم) مورد تأیید قرار نگرفتند و بقیه فرضیات تأیید شدند. با توجه به عدم تأیید فرضیه دوم تحقیق درباره تأثیر پایگاه بر گرایش به نوحه پاپ - که مستخرج از نظریات وبر و مارکس بود - می‌توان ادعان کرد: گروه‌های گوناگون، دیدگاه‌های مذهبی کم‌وبیش متفاوتی دارند؛ زیرا مسائل متفاوتی را تجربه می‌کنند که ناشی از تفاوت میان چشم‌داشت‌ها و واقعیات تجربی‌اند. در نتیجه، به عقیده وبر، جامعه‌شناسی دین در واقع بررسی روابط میان اقشار مذهبی و گروه‌های اجتماعی متفاوتی است که حاملان این افکارند. نتایج این پژوهش، نشانگر این است که افراد در قشرهای مختلف به سمت نوحه‌های پاپ گرایش دارند اما این گرایش، بیشتر به سمت طبقه پایین کشیده شده است و شاید دلیل این امر هم این است که طبقه محروم جامعه از مسائل و

مشکلات زیادی رنج می‌برند و برای تخلیه احساسات خود به سمت نوحه‌ها با مضامین پاپ پناه برده‌اند تا بتوانند بخشی از مشکلات خود را این‌گونه حل کنند. همچنین با توجه به عدم تأیید فرضیه تأثیر ذائقه مصرفی موسیقی بر گرایش به نوحه پاپ، باید اذعان کرد که فرضیه فوق از نظرات بوردیو و اینگلهارت استخراج شده بود. بوردیو، معتقد است که ذائقه‌ها و ترجیحات زیباشناختی متفاوت، سبک‌های زندگی متفاوت را ایجاد می‌کنند. اینگلهارت، نیز نظریه دگرگونی ارزشی را مطرح می‌کند؛ به این صورت که گرایش نسبت به ارزش‌های فرامادی تقویت گردیده و نسل جدید به ارزش‌های فرامادی اولویت بیشتری می‌دهند. با توجه به این دیدگاه‌ها، می‌توان گفت که: سلیقه و ذائقه افراد نسبت به دهه‌های گذشته تغییر یافته است اما یافته‌های این پژوهش نشانگر این بوده‌اند که افراد با سلاقی و ذائقه‌های متفاوت به سمت نوحه‌های پاپ گرایش یافته‌اند؛ یعنی افرادی که با هروله کردن موافق نباشند یا با موسیقی پاپ نیز انس نداشته باشند اما به نوحه‌هایی با ریتم تند و ضربی و شور علاقه داشته باشند - این امر از منظر جامعه‌شناختی - نشانگر عمومیت یافتن نوحه پاپ در میان عزاداران می‌باشد که در صورت عدم کنترل، می‌تواند در آینده نوحه سنتی را به سوی زوال ببرد.

در بین متغیرهای جامعه‌شناختی مورد استفاده در این پژوهش، به ترتیب متغیرهای: ریتم موسیقی و شبکه‌های اجتماعی با حداقل ۱/۲۰ و ۱/۲۹ و حداکثر ۴/۸۰ و ۴/۷۱ و میانگین ۰/۶۳ و ۰/۶۰ درصد، بیشترین تأثیر را بر گرایش افراد به نوحه‌های پاپ دارا بوده‌اند. همچنین میانگین متغیر سن که ۲۸ سال می‌باشد، نشانگر این است که دامنه سنی افراد نمونه مورد مطالعه، جوان می‌باشد. با توجه به این موضوع که جوانان هر جامعه‌ای، بازوان نیرومند آن جامعه محسوب می‌شوند و پیشرفت هر جامعه‌ای منوط به قشر جوان است و نیز از آن‌جا که بیشترین افراد مشارکت‌کننده در مراسم عزاداری را جوانان تشکیل می‌دهند، گرایش آن‌ها به نوحه‌های پاپ و نیز کم‌رنگ شدن نوحه‌های سنتی و استفاده بیشتر از نوحه‌های آغشته به موسیقی پاپ، می‌تواند زنگ خطر برای جامعه تلقی گردد که در صورت تشدید در آینده، از یک سو تعلق دینی و دینداری مردم دچار انحرافات اساسی خواهد شد و از سوی دیگر، منجر به خالی شدن عرصه عزاداری محرم از واعظین روحانی و دین‌پژوه خواهد شد و در نهایت، دین به امر روزمره‌ای تبدیل می‌شود که حداقل در بعد اعتقادات،

جنبه فردی به خود خواهد گرفت. با توجه به نتایج تحقیق، می‌توان اذعان داشت: که امروز منبر، به‌عنوان قوی‌ترین رسانه شیعه، تضعیف شده است؛ چراکه دیگر مانند گذشته با حضور علما و مراجع بزرگ انجام نمی‌شود و به‌صورتی مستقل عمل می‌کنند و این هم به دلیل تعدد و گستردگی مجالس است که باعث کاهش نظارت روحانیون و علمای برجسته شده است. تحت تأثیر شرایط اجتماعی - سیاسی، یک‌سری تغییر و تحولات در مجالس و هیئات عزاداری رخ داده است. در شهر خرم‌آباد که همواره مجالس عزاداری امام حسین علیه السلام با حضور روحانیون و علما برقرار بوده است، در چند سال اخیر شاهد رشد و گسترش این مجالس و هیئات عزاداری هستیم و مشاهده می‌شود که روزبه‌روز مشارکت‌کنندگان این مجالس نیز بیشتر می‌شوند. بدیهی است که ادامه چنین روندی به هیچ وجه مطلوب نیست و می‌تواند پیامدهای جبران‌ناپذیری را در آینده به همراه داشته باشد. به‌منظور جلوگیری از این وضعیت، پیشنهادات زیر ارائه شده که در صورت کاربست، می‌توانند عرصه نوحه عزاداری را از وضعیت موجود نجات دهند:

روحانیون باسواد در مجالس عزاداری حضور بیشتری یابند و تذکرات لازم را به مداحان نوحه‌های پاپ بدهند. با توجه به نظریه‌های یینگر، اینگلهارت و دیگران، لازم است گفته شود؛ جریان تغییر ارزش‌ها در صورتی که از سوی افراد صاحب‌نظر، مورد مذاقه قرار گیرد، جامعه با آسیب‌های کمتری مواجه خواهد شد. در این زمینه لازم است آسیب‌های اشاعه نوحه پاپ به نسل جدید یادآوری شود.

یکی از ابزارهای اثرگذاری بر نسل جوان، اثرگذاری از طریق تلویزیون و رسانه‌های جمعی است. با توجه به این که تلویزیون، یک رسانه ملی است، ضروری است تا نسبت به پخش نوحه‌های سنتی اهتمام بیشتری بورزد و از اشاعه نوحه‌های پاپ در سطح جامعه جلوگیری کند. علاوه بر آن، لازم است متولیان نوحه سنتی، حضور بیشتری در رسانه‌ها و به‌ویژه فضای مجازی داشته باشند و در این عرصه نیز نسبت به تبلیغ نوحه‌های سنتی اقدام نمایند.

دانشجویان، قشر کثیری از اعضای جامعه هستند و همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد بیشتر عزاداران هیئت‌ها در شهر خرم‌آباد از قشر جوان و دانشجو بوده‌اند. به‌منظور

اثرگذاری ماندگار بر روی این قشر، لازم است با انجام کارهای فرهنگی آنان را به سوی نوحه‌های سنتی سوق داد. از مواردی که می‌تواند در این زمینه تاثیرگذار باشد، تقویت هیئات عزاداری دانشجویی از طریق تشکیل هیئات سنتی در درون دانشگاه‌ها و ترویج نوحه‌های سنتی است.



منابع

۱. احمدزاده کرمانی، روح‌الله (۱۳۹۰)، بازاندیشی در فرهنگ و رسانه، تهران: نشر چاپار.
۲. الحیدری، ابراهیم (۱۴۲۳)، تراجیدیا کربلا، بیروت: دارالکتاب الاسلامی.
۳. آرون، ریمون (۱۳۸۷)، مراحل اساسی سیراندیشه در جامعه‌شناسی، ترجمه: باقر پرهام، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۴. بهار، مه‌ری (۱۳۹۰)، مصرف و فرهنگ، تهران: انتشارات سمت.
۵. بهار، مه‌ری و نسیم کاهیرده (۱۳۸۸)، «تحول نقش واعظ و مداح در اجرای مناسک عاشورا (مطالعه موردی دزفول)»، نشریه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۱۶.
۶. باکاک، رابرت (۱۳۸۱)، مصرف، ترجمه: خسرو صبری، تهران: انتشارات شیرازه.
۷. دیلینی، تیم (۱۳۸۷)، نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی، ترجمه: بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی، تهران: نشر نی.
۸. رحمانی، جابر و ابراهیم فیاض (۱۳۸۵)، «گفتمان کربلا و مناسک عزاداری در دین‌ورزی اقشار فرودست شهری»، نشریه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۸.
۹. رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۲)، سنجش گرایش روستائیان به جهاد سازندگی، تهران: مرکز تحقیقات و بررسی مسایل روستایی، چاپ اول.
۱۰. جورج، ریتزر (۱۳۹۲)، نظریه جامعه‌شناختی: مارکس، دورکیم، وبر و زیمل، ترجمه: عزیزالله علیزاده، تهران: نشر فردوس.
۱۱. سورین، ورنر جوزف و جیمز تانکارد (۱۳۸۴)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه: علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران.
۱۲. شوکر، روی (۱۳۸۴)، شناخت موسیقی مردم‌پسند، ترجمه: محسن الهامیان، تهران: مؤسسه فرهنگی هنری ماهور.
۱۳. طالب‌پور، اکبر (۱۳۹۳)، «تقدس‌زدایی نرم از عزاداری با نوحه پاپ»، نشریه معرفت فرهنگی اجتماعی، سال ششم، ش ۱.

۱۴. کوثری، مسعود (۱۳۸۷)، درآمدی بر موسیقی مردم‌پسند، تهران: انتشارات طرح آینده.
۱۵. همیلتون، ملکوم (۱۳۸۸)، جامعه‌شناسی دین، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: انتشارات تبیان.
16. Bourdieu, P (1996), "The Rules of Art", Translated By Susan Emanuel, Polity Press
Voas, David & Crockett, Alasdair, (2005), Religion in Britain: Neither nor Belonging,
British Sociological Association, Vol 39 (1): 11-28.
17. Robertson. R (1978), "The Problem of the Two Kingdoms: Religion". Individual and
Society in the Work of J, Milton Yinger. Journal for the Scientific Study of Religion. 6(3):
606_313
18. Fischer. M (1980), Iran: from Religious Dispute to Revolution, London: Cambridge
19. Yinger. M (1977), "A Comparative Study of the Substructure of Religion". Journal For
the Scientific Study of Religion. 16(1): 67_ 86.

