



Studying cultural changes in the framework of music journalism

Ahmad Afrooz¹ 

1. Department of Media Management, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran.
E-mail: Afrooz.Ahmad@gmail.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 11 July 2022

Received in revised form 23
July 2022

Accepted: 19 August 2022

Published online: 21
September 2022

Keywords:

artistic media,
cultural communication,
Music journalism,
music,
journalistic function

ABSTRACT

Objective Music journalism is a practice that evaluates and judges' music and its developments. This dimension of journalism focuses on criticizing the nature, effects and methods of music as a facet of intellectual-cultural activities. Based on this, the role of music on the cultural changes of the society and of course the listening culture of the audience, public opinion and also its background can be clearly seen and analyzed due to the social changes in this type of journalism. Criticism is the key word in the field of journalism, so music journalism can also provide useful information and data for the study of cultural and perhaps social processes. Consequently, music is also a universal and universal media that has the ability to influence popular culture, and based on this, its field of study can be analyzed in the field of cultural studies. Therefore, in this research, the researcher investigates the role of music and its journalism position on the cultural and communicative changes of the audience with a descriptive-analytical method and a critical perspective. Examining the data obtained from this approach shows that music can be a way to understand the communication culture of countries, places and cultures and connect these social elements together, provided that the rights of the audience are respected. In addition, music changes the boundaries of art and popular culture, and at the same time, depending on the perspective of the journalism included in it, it can become a tool for the development of social subcultures.

Methods: Using the "descriptive and analytical" method, the current research obtains its sources and information from documentary and library sources, which, of course, with the approach of obtaining new and comprehensive sources and citing current cultural and media analyzes, is not only descriptive Rather, it finally comes to the position of analysis. Therefore, he explores the subject of the research with an explanatory view and reaches a conclusion in the framework of the discussion.

Results: Examining the data obtained from this approach shows that music can be a way to understand the communication culture of countries, places and cultures and connect these social elements together, provided that the rights of the audience are respected. In addition, music changes the boundaries of art and popular culture, and at the same time, depending on the perspective of the journalism included in it, it can become a tool for the development of social subcultures. Unfortunately, there is no more formal and advanced journalism training in this field. In general, the development of music journalism in other national spaces and its role in the cultural changes of a society has rarely been considered.

Cite this article: Afrooz Ahmad. (2022). Studying cultural changes in the framework of music journalism. *News Science*, 11 (42), 11-32





مطالعه تغییرات فرهنگی در چارچوب کارکرد روزنامه‌نگاری موسیقی

احمد افروز^۱

۱. گروه مدیریت رسانه، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی سمنان، سمنان. رایانامه: afrooz.ahmad@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	روزنامه‌نگاری موسیقی رویه‌ای است که به ارزیابی و قضاوت درباره موسیقی و تحولات آن می‌پردازد. این بُعد از ژورنالیسم بر نقادی ماهیت، اثرات و شیوه‌های موسیقایی به‌عنوان یک وجه از فعالیت‌های فکری-فرهنگی متمرکز می‌شود. بر این اساس هم نقش موسیقی بر تغییرات فرهنگی جامعه و البته فرهنگ شنیداری مخاطب، افکار عمومی و نیز پساگرد آن را به‌واسطه تحولات زیست‌جمعی در این نوع روزنامه‌نگاری می‌توان به عینه دید و به تحلیل نشست. نقد، کلیدواژه عرصه روزنامه‌نگاری است بنابراین ژورنالیسم موسیقی نیز می‌تواند اطلاعات و داده‌های مفیدی را برای مطالعه فرآیندهای فرهنگی و شاید اجتماعی در اختیار بگذارد. بالتبع موسیقی نیز رسانه‌ای است عام‌پذیر و عام‌الشمول که قابلیت تأثیرگذاری بر فرهنگ عامه را دارد و بر همین اساس می‌توان حوزه مطالعه آن را در میدان مطالعات فرهنگی به تحلیل نشست. بنابراین محقق در این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و نگاهی انتقادی، به بررسی نقش موسیقی و جایگاه ژورنالیسم آن بر تغییرات فرهنگی و ارتباطی مخاطب می‌پردازد. بررسی داده‌های حاصل از این رویکرد نشان می‌دهد که موسیقی به شرط رعایت حقوق مخاطب می‌تواند راهی برای درک وسیع از فرهنگ ارتباطی کشورها، مکان‌ها و فرهنگ‌ها باشد و این عناصر اجتماعی را به‌هم پیوند دهد. مضافاً اینکه موسیقی دست به تغییر مرزهای هنر و فرهنگ عامه می‌زند و در عین حال بسته به بازروایت ژورنالیسم محصور در آن قادر است ابزاری درجهت تحولات خرده‌فرهنگ‌های اجتماعی شود.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۴/۲۰	
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۵/۱	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۵/۲۸	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۶/۳۰	
کلیدواژه‌ها: ارتباطات فرهنگی، رسانه‌های هنری، ژورنالیسم موسیقی، کارکرد روزنامه‌نگاری، موسیقی،	

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

استناد: افروز احمد (۱۴۰۱). مطالعه تغییرات فرهنگی در چارچوب کارکرد روزنامه‌نگاری موسیقی. علوم خبری، ۱۱ (۴۲)، ۳۲-۱۱.



مقدمه

هنر به عنوان یکی از مظاهر فرهنگی می‌تواند بخشی از زندگی افراد بوده و ارزش‌های اساسی زندگی را کیفیت شرطی بخشید در واقع می‌توان این‌گونه بیان کرد که موسیقی به‌عنوان یکی از شاخه‌های اصلی حوزه هنر از عناصر مهم تشکیل دهنده فرهنگ می‌باشد، از سوی دیگر رسانه‌ها در دوران کنونی بخش جدایی‌ناپذیر از زندگی مخاطبان شده و جوامع و ملل مختلف در دنیای اطلاعاتی و ارتباطی امروز بخش عظیمی از فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه خود و دیگر جوامع را از طریق رسانه‌ها دریافت می‌کنند، به عبارتی بخش عظیمی از جامعه‌پذیری مخاطبان از طریق رسانه‌ها صورت می‌پذیرد و روزنامه‌نگاری موسیقی تأثیر مهمی بر استقرار فرهنگ موسیقی داشته است. روزنامه‌نگار موسیقی اغلب به عنوان آفت تجارت موسیقی معرفی شده که البته این دیدگاه منفی در کلیت صنعت روزنامه‌نگاری نیز موجود بوده تا جایی که در سلسله مراتب آرنولد (Storey 2003) وجود دارد با این وجود ژورنالیسم موسیقی اغلب به شکل ابزاری در نظر گرفته می‌شوند و در ساختار مطبوعات خبری، جایی که خطوط تعیین‌کننده با وضوح بیشتری مشخص است، اغلب روزنامه‌نگاری موسیقی به عنوان یک امر نادیده گرفته می‌شوند.

امروزه روزنامه‌نگاری موسیقی شاخه‌ای بدون آموزش یا بدون مهارت روزنامه‌نگاری در رویکردهای مطالعه روزنامه‌نگاری باقی مانده به گونه‌ای که نونس (۲۰۰۴: ۱۳۲) استدلال می‌کند "روزنامه‌نگاری موسیقی در هر دو حوزه روزنامه‌نگاری و فرهنگ و به وضوح در بخش روزنامه‌نگاری فرهنگی نسبتاً بی‌ارزش شده است". با این حال، شوکر (۲۰۰۱) پیشنهاد کرده است که روزنامه‌نگاری موسیقی و مطبوعات موسیقی مرتبط در سرمایه‌گذاری موسیقی با اهمیت فرهنگی ضروری است. در یک تجربه روزنامه‌نگاری و از طریق تجزیه و تحلیل گفتمان، توماتیس نشان می‌دهد که چگونه این مطبوعات از آنچه یک گفتمان روزنامه‌نگاری نوآورانه بوده و برای مخاطبان جوان جذاب می‌باشد می‌توان استفاده کرد. او نتیجه می‌گیرد که با تحلیل گفتمان در چنین نشریات «توده‌ای»، می‌توان فهمید که جوامع نسلی خاص چگونه موسیقی را تفسیر و ارزش قائل شده‌اند. در این مقاله نگاهی خواهیم انداخت به روزنامه‌نگاری موسیقی و نقش و اهمیت آن در توسعه هنر موسیقی و جایگاه آن در تغییرات فرهنگی.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های کمی در موضوع این مقاله تاکنون منتشر شده است. سیمون واریال (۲۰۱۲) در مقاله موسیقی، روزنامه‌نگاری، و مطالعه تغییرات فرهنگی به نقش نقد در روزنامه‌نگاری فرهنگی اشاره کرده است. وی با بیان اینکه پیامدهای روش شناختی مطالعه نقد از منظر فراملی را مورد بحث قرار خواهد داد ابراز می‌دارد که نقد را می‌توان با نگاه کردن به آن مطالعه کرد. جک پادربورن و مارتین جیمز (۲۰۱۴) در مقدمه سرمقاله روزنامه‌نگاری موسیقی نقش اصلی روزنامه‌نگاری موسیقی عامه پسند را در ساخت معنا از فرم موسیقی مورد بررسی قرار داده‌اند. آنان چنین عنوان داشته‌اند که در چنین زمینه‌هایی، خود روزنامه‌نگاری موسیقی فکری تأثیر مهمی در استقرار فرهنگ موسیقی عامه به عنوان یک موضوع دانشگاهی داشته است.

محمد فاضلی (۱۳۸۴) در مقاله‌ای تحت عنوان جامعه‌شناسی مصرف موسیقی به بررسی نقش و تأثیر موسیقی بر تغییرات فرهنگی از نگاه جامعه‌شناسی پرداخته است.

در مجموع می‌توان گفت مطالعات کمی در این خصوص انجام شده است و از این حیث منابع کافی در اختیار

پژوهشگران نیست.

روش

پژوهش فعلی با دستمایه قرار دادن روش «توصیفی و تحلیلی»، منابع و اطلاعات خود را از منابع اسنادی و کتابخانه‌ای به‌دست می‌آورد که البته با رویکرد دستیابی به منابع تازه و جامع و استناد به تحلیل‌های روز فرهنگی و رسانه‌ای، خود نیز نه فقط در مقام توصیف بلکه نهایتاً در مقام تحلیل برمی‌آید. بنابراین با نگاه تبیینی موضوع پژوهش را به کنکاش می‌گذارد و در چارچوب بحث دست به نتیجه‌گیری می‌زند.

۱- درباره روزنامه‌نگاری موسیقی

حرفه روزنامه‌نگاری (Journalism) عبارت است از گردآوری، ارزیابی، تحلیل گفتمان، نقدگری (Criticism)، ویرایش و نشر اخبار، گزارش‌ها (Reportages)، مقالات مرتبط و اطلاعات مهم روزمره و جاری برای روزنامه‌ها، مجلات، تلویزیون و یا رادیو که اغلب با مشورت و راهنمایی سردبیران و یا تهیه‌کنندگان صورت می‌گیرد. این در حالیست که در گذشته، روزنامه‌نگاران گزارش‌های خود را تنها به خبرنگارها، بخش‌نامه‌ها، روزنامه‌ها و فصل‌نامه‌ها ارایه می‌کردند، اما امروزه با پیشرفت‌های فن‌شناختی، روزنامه‌نگاری به جرگه دیگر رسانه‌ها، نظیر رادیو، فیلم‌های مستند، فیلم‌های خبری، تلویزیون و اینترنت پیوسته است. از این رو می‌توان چنین عنوان کرد که روزنامه‌نگاری موسیقی روبه‌ای است که به تولید قضاوت و ارزیابی درباره موسیقی می‌پردازد و مهم‌ترین رویکرد این نوع روزنامه‌نگاری انجام نقد بر محصولات تولیدی بوده و به عنوان دیگر اشکال نقد، به «فرهنگ» به معنای «آثار و شیوه‌های فعالیت فکری و به ویژه هنری» می‌پردازد (ویلیامز ۱۹۹۳، صص ۸۷-۹۳). در این تعریف نقد به عنوان مهم‌ترین کارکرد روزنامه‌نگاری موسیقی عنوان شده است در واقع می‌توان این‌گونه بیان کرد که امروزه روزنامه‌نگاری از اهمیت دوچندانی برخوردار است به طوری که هم روزنامه‌نگاری موسیقی و هم نقد در علوم اجتماعی و انسانی مورد توجه فزاینده‌ای قرار گرفته اند.

نقد همچنین داده‌های مفیدی را برای مطالعه فرآیندهای اجتماعی-فرهنگی بزرگتر (مانند تغییر مرزهای بین هنر و فرهنگ عامه) و مطالعه روش‌های قابل قبول اجتماعی که از طریق آن مرزهای اولویت‌های فرهنگی «مشروع» ترسیم و توجیه می‌شوند، فراهم می‌کند، که این مسئله گاهی اوقات بازتولید اجتماعی موجود است. نقد همچنان ژانر روزنامه‌نگاری غالب است نقد را می‌توان با نگاهی به زمینه‌های نهادی و فضاهای اجتماعی که میان معانی، عملکرد روزنامه‌نگاران و فضای ملی-تاریخی میانجیگری می‌کنند، مطالعه کرد.

با این حال، با در نظر گرفتن تعریف بوردیو از حوزه اجتماعی به طور کلی، نقد را می‌توان حداقل از پنج منظر مختلف تحلیل کرد:

(الف) تمایز داخلی مطبوعات موسیقی به عنوان یک حوزه.
(ب) روابط حوزه در کل (یا برخی از بازیگران آن) با سایر حوزه‌های اجتماعی واقع در همان فضای ملی (مثلاً حوزه سیاسی).

(ج) روش‌هایی که میدان در کل (یا برخی از بازیگران آن) در جریان‌های فراملی کالاهای فرهنگی (مانند موسیقی جاز و پاپ آمریکایی) واسطه می‌شوند.

(د) شباهت‌ها و تفاوت‌های بین رشته‌های واقع در فضاهای ملی مختلف (مثلاً تفاوت‌ها و شباهت‌های بین اشکال قابل مقایسه روزنامه‌نگاری موسیقی ایتالیایی، بریتانیایی و آمریکایی در لحظات تاریخی معین).

(ه) روش‌هایی که میدان در کل (یا برخی از بازیگران آن) در زمینه‌های مصرف احتمالی واسطه می‌شوند.
به طور کلی باید خاطر نشان کرد که روزنامه‌نگاری موسیقی و سایر اشکال نقد در ارتباط با گردش جهانی کالاهای فرهنگی تأثیر بسزایی دارند. همچنین، از روزنامه‌نگاری موسیقی برای مطالعه فرآیندهای تاریخی و نقد اجتماعی فرهنگی بزرگ‌تر استفاده شده است، مانند راه‌هایی که مرزهای بین هنر (یعنی فرهنگ عالی) و فرهنگ عامه تغییر کرده و دوباره تعریف می‌شوند (لیندبرگ و همکاران ۲۰۰۵). همه این مسائل را می‌توان در مطالعه ژورنالیسم موسیقی به عنوان یک رسانه فراملی به طور متمرکزی بررسی کرد. روزنامه‌نگاری موسیقی حجم زیادی از تخیل جهانی را بسیج می‌کند و موسیقی را به درک وسیع‌تر از دیگر کشورها، مکان‌ها و فرهنگ‌ها و همچنین به مفاهیم جدید فضای «قومی-ملی» خود پیوند می‌دهد (Regev 2007).

پیشینه روزنامه‌نگاری موسیقی را می‌توان در سه دوره بررسی کرد: دوره نخست؛ از سال ۱۷۰۰ تا سال ۱۹۰۰ میلادی، یعنی مقارن با اواخر دوره باروک (Baroque) تا آخر دوره رمانتیک (Romantic)، دوره مدرن؛ از سال ۱۹۰۰ تا سال ۱۹۵۱ میلادی، یعنی مقارن با دوره مدرن (Modern) و دوره معاصر؛ از سال ۱۹۵۱ میلادی تا کنون، که مقارن با تغییر و تحول در فن‌شناسی ضبط صدا و پیدایش عصر الکترونیک، دیجیتال و دنیای مجازی است.

۱-۱- نگاهی به روزنامه‌نگاری فرهنگی

با توجه به رشد ساختاری و محتوایی فرهنگ در جوامع مختلف و به تبع آن خرده فرهنگ‌ها و رفتارهای ذیل آن تولید محتوا تحت عنوان روزنامه‌نگاری فرهنگی به شدت مورد توجه قرار گرفته است. این در حالی است که تغییر شکل رسانه‌ها از چاپی به دیجیتال و قواعد مربوط به آن شکل تولیدات رسانه‌ای را نیز دست‌خوش تغییر کرده است. لزوم رو از مزایای عصر دیجیتال برای رسانه‌ها رشد فزاینده تعداد آنها است که با بهره‌گیری از درگاه‌های مختلف در بستر اینترنت به فعالیت پرداخته و برای بقا و دیده شدن به رقابت نفس‌گیر می‌پردازند. البته به نظر می‌رسد افزایش رقابت بین رسانه‌ها، پراکندگی مخاطبان رسانه‌ها و کاهش خوانندگان روزنامه‌های چاپی منجر به تولید اخبار کارآمدتر و گرایش به سبک زندگی یا روزنامه‌نگاری خدماتی می‌شود (ایده و نایت ۱۹۹۹؛ کریستنسن ۲۰۱۲).

این ممکن است به گرایش‌های حرفه روزنامه‌نگاران فرهنگی مرتبط باشد، زیرا به نظر می‌رسد نسل‌های جوان از طریق برنامه‌های تحصیلی در روزنامه‌نگاری یا مطالعات رسانه‌ای به جای مطالعه گسترده در علوم انسانی وارد این حرفه می‌شوند (Hovden and Knapskog, 2015). البته نمی‌توان از این نکته غافل شد که در روزنامه‌نگاری فرهنگی، این به ظاهر تمرکز بر اخبار و سرگرمی به جای انتقاد جدی از هنر و پاسخگویی به نیازهای خواننده تبدیل شده است (هلمن و جاکولا ۲۰۱۱؛ وربورد و یانسن ۲۰۱۵). محققان تغییری را به سمت تلقی محصولات فرهنگی به عنوان کالاهای مصرفی به جای مصنوعات فرهنگی نشان داده‌اند (جانسون ۲۰۰۲؛ کریستنسن و از ۲۰۱۲)، و حضور رو به رشد روزنامه‌نگاری به جای رویکرد زیبایی‌شناختی به روزنامه‌نگاری هنری (هلمن و جاکولا ۲۰۱۱). کریستنسن (۲۰۱۰) استدلال می‌کند که روزنامه‌نگاری فرهنگی کنونی برای نشان دادن پیوستاری بین فرهنگ، سبک زندگی و مصرف توسعه یافته است.

به گفته اید و نایت (۱۹۹۹، ۵۲۶)، رسانه‌های خبری در دموکراسی‌های بازار پیشرفته به طور فزاینده‌ای وظیفه «خدمات روزنامه‌نگاری» را بر عهده گرفته‌اند چرا که محتوا، قالب تمایل دارند با دنیای زندگی روزمره مخاطبان تنظیم شوند. مطالعات مرتبط نشان داده است که با گذشت زمان، مطبوعات به شکل فزاینده‌ای به اشکال فرهنگی محبوب مانند موسیقی عامه پسند، فیلم و داستان‌های تلویزیونی نسبت به هنرهای عالی سنتی مانند موسیقی کلاسیک، ادبیات و تئاتر اولویت داده‌اند (Janssen T, Verboord 2011; Janssen, Kuipers 1999). بدینسان توسعه این را به عنوان نشانه‌ای از زوال روزنامه‌نگاری فرهنگی جدی می‌دانند (کریستنسن ۲۰۱۰). با این حال، این تغییر در توجه روزنامه‌نگاری لزوماً به معنای کاهش مستقیم استانداردهای مورد تأیید روزنامه‌ها نیست.

Janssen و Verboord (2015) دریافتند که در حالی که روزنامه‌ها به طور فزاینده‌ای نیازهای خوانندگان امروز را با تمرکز بیشتر بر فرهنگ عامه برآورده می‌کنند، این روند لزوماً با افزایش دیدگاه‌های سبک زندگی همراه نیست. علاوه بر این، بسیاری از اشکال فرهنگ عامه تاکنون چارچوب‌های نهادی را توسعه داده‌اند که به شدت شبیه به چارچوب‌های هنرهای عالی است (یانسن، کوپرز، و وربورد ۲۰۱۱).

بررسی‌های علمی نشان می‌دهد که برای مثال، موسیقی و فیلم عامه پسند چگونه به اشکال فرهنگی متنوعی که شامل محصولات هنری می‌شود رها شده‌اند (باومن ۲۰۰۱؛ ون ونروویج و اشموتر ۲۰۱۰). در بخش‌هایی مانند موسیقی عامه پسند، موسیقی راک، فیلم و داستان‌های تلویزیونی، بخش‌های هنرمندانه‌تری متمایز شده‌اند (Regev 1994; Baumann 2001; Van Venrooij and Schmutz 2010; Lavie 2014). به این ترتیب، به اصطلاح "جنگ فرهنگی" در روزنامه‌ها، مبارزه بین اصول هنر عالی و فرهنگ تجاری، ممکن است در قالب‌های فرهنگی بین آنها رخ دهد.

هلمن و جاکولا (۲۰۱۱، ۷۸۵) پیشنهاد می‌کنند که روزنامه‌نگاران فرهنگی اکنون تمایل دارند به جای پارادایم زیبایی‌شناختی به پارادایم روزنامه‌نگاری تکیه کنند و به‌عنوان نمایندگان حوزه روزنامه‌نگاری در حوزه هنری به جای نمایندگان حوزه هنری در روزنامه عمل می‌کنند. در حالی که رویکرد زیبایی‌شناختی حول تحلیل عمیق گذشته‌نگر و نقد نظری توسط یک متخصص می‌چرخد، رویکرد روزنامه‌نگاری شامل گزارش‌های عینی و آموزنده توسط روزنامه‌نگاران غیرمتخصص است و شامل ژانرهای مختلف روزنامه‌نگاری است. این که آیا این تغییر تمرکز را می‌توان به سادگی به عنوان نشانه‌ای از کاهش در

روزنامه‌نگاری جدی فرهنگی درک کرد یا نه یک سؤال جدی است. همچنین قلمروهای مختلف آنچه معمولاً «فرهنگ مردمی» نامیده می‌شود از نیمه دوم قرن بیستم رها شده است. این ژانرها چارچوب‌های نهادی را توسعه داده‌اند که بی‌شبهت به هنرهای عالی نیست، از جمله حمایت گسترده دولت از صنایع فرهنگی، جوایز معتبر، جشنواره‌ها و بورس تحصیلی دانشگاهی (Janssen, Kuipers, and Verboord 2011).

۱-۲- روزنامه‌نگاری فرهنگی رو به افول است؟

با شروع عصر دیجیتال و روند رشد رسانه‌های اینترنتی بحران روزنامه‌نگاری بیش از پیش مشهود شد. از سوی دیگر تجاری سازی صنعت رسانه در دهه‌های گذشته منجر به رقابت شدیدی شده است از این رو مخاطبان پراکنده توسط رسانه‌های آنلاین از روزنامه‌ها دور می‌شوند و نشریات مجبور به یافتن رویکردهای جدید و کارآمد برای موضوعات روزنامه‌نگاری می‌شوند (هلمن و جاکولا ۲۰۱۱) همین مسئله یک سؤال اساسی را مطرح می‌کند: آیا روزنامه‌نگاری فرهنگی رو به افول است؟ برای پاسخ به این پرسش می‌توان وضعیت این نوع روزنامه‌نگاری را در دهه اخیر مورد ارزیابی قرار داد. در یک جامعه مصرفی پیچیده و تحت تأثیر روابط نزدیک بین تبلیغ‌کنندگان و مطبوعات، مهمترین خدماتی که روزنامه‌نگاری ارائه می‌کند راهنمایی‌هایی در رابطه با موضوعات مصرف و مصرف‌گرایی است (کریستنسن و از ۲۰۱۲).

دیده می‌شود که روزنامه‌ها به‌جای اطلاع‌رسانی به شهروندان، به مصرف‌کنندگان توصیه می‌کنند و روزنامه‌نگاران از اتخاذ «موقعیت آموزشی آشکارا در برابر مخاطبان خود» اجتناب می‌کنند (ایده و نایت ۱۹۹۹، ۵۲۷) و از گفتمان محبوب‌تری استفاده می‌کنند که با توجه به وضعیت پوشش هنری و فرهنگی، محققان پیامدهای مختلفی از این روندها را مشاهده می‌کنند. از سوی دیگر، تجاری‌سازی روزنامه‌نگاری فرهنگی، همراه با فرآیندهای طبقه‌بندی فرهنگی در اواخر قرن بیستم (DiMaggio 1991, 1992) به این معنی است که در حالی که پوشش کلی فرهنگی در حال کاهش است، اشکال فرهنگی که عموماً به عنوان فرهنگ عامه طبقه‌بندی می‌شوند، برجسته می‌شوند (Heilbrun 1997, Janssen 1999, Janssen, Kuipers, and Verboord 2011, Verboord and Janssen 2015).

۱-۳- کارکردهای روزنامه‌نگاری در حوزه فرهنگی

همواره این خبرنگاران فرهنگی بودند که به عنوان دروازه‌بانان مهم عرصه فرهنگی در این امر نقش مهمی ایفاء کرده‌اند. آنها با اعمال اصول هنری عالی و معیارهای زیبایی‌شناختی در فرهنگ پاپ، محصولات و زیرژانرهای ارزشمند فرهنگی را از هم‌تایان کمتر خود متمایز کردند و از این طریق به این اشکال فرهنگی به عنوان یک کل مشروعیت بخشیده‌اند (Schmutz et al 2010). بنابراین، افزایش توجه و ارزیابی انتقادی آنها از آلبوم‌های موسیقی یا سریال‌های تلویزیونی را نمی‌توان صرفاً به‌عنوان عدم جدیت در روزنامه‌نگاری فرهنگی تلقی کرد، بلکه ممکن است نشان‌دهنده اعتلای فرهنگ عامه باشد. این که آیا واقعاً چنین است یا نه بستگی به این دارد که روزنامه‌نگاران به کدام نوع یا زیرژانر توجه کنند و چگونه این کار را انتخاب کنند. با این حال، به نظر نمی‌رسد که این رشد تعداد مقالات روزنامه‌ها به عنوان مثال درباره فیلم‌ها، نشان‌دهنده افول مستقیم روزنامه‌نگاری فرهنگی جدی باشد. در این موارد، نشان داده شده است که مطبوعات اصول هنر را در مورد آنچه که به طور سنتی فرهنگ پاپ تلقی می‌شود، به کار می‌گیرند (هیگس و پتروا ۲۰۰۶؛ کرستن و بیلی ۲۰۱۲؛ کرستن ۲۰۱۴)، و در نتیجه به ایجاد تمایز و مشروعیت کلی آن کمک می‌کنند.

۲- نقش روزنامه‌نگاری در توسعه موسیقی

روزنامه‌نگاری موسیقی رویه‌ای است که به تولید قضاوت و ارزیابی درباره موسیقی می‌پردازد. مانند انواع دیگر نقد، به «فرهنگ» به معنای «آثار و عملکردها» می‌پردازد (ویلیامز ۱۹۹۳، صص ۸۷-۹۳). مطالعات مختلف گزارش می‌دهند که روزنامه‌نگاری

فرهنگی به طور فزاینده‌ای بر خدمات و سرگرمی به جای پوشش هنری جدی تمرکز می‌کند. مطبوعات به طور فزاینده‌ای فرهنگ عامه را بر هنرهای عالی سنتی اولویت می‌دهند. با این حال، این تغییر در توجه ژورنالیستی لزوماً به معنای کاهش مستقیم استانداردهای زیبایی‌شناختی نیست، زیرا اشکال فرهنگی رایج مانند فیلم در دهه‌های گذشته در امتداد اصول هنر عالی توسعه یافته‌اند.

۲-۱- موسیقی، فرهنگ و مردم

هنر زبان مشترک و ملموس ملل مختلف جهان است که می‌تواند باعث ارتباط و همبستگی تمدن‌ها و اقوام مختلف گیتی گردد و شاید بتوان یکی از ناب‌ترین مفاهیم هستی را به آن اطلاق کرد. هنرکوششی است برای ایجاد یک عالم ایده‌آل، یک عالم تصور و عواطف بی‌آلایش در کنار عالم واقعی (سید صدر، ۲۳۳۳: ۲). بدیهی است که هنر انواع مختلفی دارد و یکی از این انواع موسیقی است. به موسیقی زبان احساسات گفته می‌شود، این یک استعاره نابجا و غیرمعقول نیست. موسیقی همچون زبان، مقاصد از معنای ارتباطی دارد. همچون زبان یک قواعد، یک ترکیب و یک بدیع دارد. نوع متفاوتی از زبان است، کلمات به هم پیوسته‌اند و صداها روان و لمس‌ناپذیرند (ماچلیس ۱، ۲۳۱۳: ۵). موسیقی جنبه‌های گوناگونی را در بر می‌گیرد و ابعاد چندگانه دارد. می‌توان موسیقی به مثابه دانش اجتماعی، متن اجتماعی، واقعیت اجتماعی، موسیقی به مثابه هنر، موسیقی به مثابه زبان، موسیقی به مثابه رسانه و موسیقی به مثابه صنعت را مورد پژوهش قرار داد (علیزاده، ۲۳۳۲؛ فاضلی ۲۳۳۱) و همچنین دارای انواع مختلفی است که مخاطبان و مقاصد مختلفی دارد. موسیقی مردم‌پسند یکی از انواع موسیقی است که در معنای کلی موسیقی مردم‌پسند، آن نوع موسیقی‌ای است که مخاطب آن وسیع‌ترین بخش شنوندگان باشد (شوکر، ۲۳۳۱). این نوع موسیقی در یک معنای خاص آن (به‌ویژه در آغازده بیستم) موسیقی طبقه‌ی کارگر بود. معنای امروزی آن مجموعه‌ای از انواع مختلف موسیقی است که باهم تفاوت‌های هنری دارند بسیاری از انواع موسیقی که با این عنوان معرفی می‌شوند موردعلاقه‌ی همه‌ی مردم نیستند بلکه صرفاً شماری از جوانان آن هم درسین خاصی از زندگی خود به این انواع دل بسته‌اند. سلیقه‌ی موسیقایی به امور متفاوت و متنوع فرهنگی و اقتصادی وابسته است و دشوار بتوان از موسیقی مردم‌پسند حتی به‌عنوان موسیقی‌ای که اکثریت مردم به آن علاقه دارند حرف زد. با این همه اصطلاح «موسیقی مردم‌پسند» دیگر رایج شده است (احمدی، ۲۳۳۳: ۱۱۱).

۲-۲- درباره موسیقی و ارتباطات اجتماعی

موسیقی ابزاری انسانی است که به صورت گسترده در جوامع بشری کارکرد دارد. به این معنا که اگر تصور کنیم موسیقی یک فرهنگ برای فرهنگی دیگر به طور کامل قابل درک نباشد، اما کارکردی که به صورت عمومی می‌توان برای موسیقی متصور شد در فرهنگ‌های متفاوت ویژگی‌های مشترک دارد. مطالعات مربوط به نقش موسیقی در اجتماع، اثرگذاری آن را در حکم یک عامل ارتباط انسانی و نقش آن در شکل‌گیری ساختار یک جامعه را «جامعه‌شناسی موسیقی» می‌نامند. ارتباط اجتماعی از طریق موسیقی منحصر به افراد درون یک جامعه نیست. در مواردی که امکان ارتباط افراد یک جامعه با جامعه دیگر مستقیماً وجود ندارد، موسیقی یکی از ابزارهایی بوده است که تمدن‌های مختلف را به هم پیوند داده است و بین آنها رابطه برقرار کرده است. ارتباطات متقابل اجتماعی می‌تواند شامل ارتباط یک گروه یا طبقه اجتماعی با گروه یا طبقه دیگر نیز بشود.

۲-۳- نقش موسیقی در تغییرات فرهنگی

در ابتدا شاید این موسیقی بوده که از فرهنگ مردم نشات می‌گرفت و آینه‌ای از آداب و رسوم و اتفاقات زمان خود بود اما به مرور و با گذشت زمان کم‌کم موسیقی بخشی از فرهنگ هر مرز و بوم شد و به عنوان رکنی از ارکان جامعه بر فرهنگ، تأثیر انکارناپذیری گذاشت. فرهنگ عبارت است از اندیشه مشترک یا ویژگی‌های فکری یک جامعه یا ملت. فرهنگ موروثی نیست و وجود مستقل از خود ندارد و در همه‌ی زمان‌ها از نسلی به نسل دیگر انتقال یافته و به‌عنوان یک ساختار اجتماعی شناخته می‌شود. به طور کلی می‌توان گفت که هم فرهنگ بر موسیقی اثر می‌گذارد و هم موسیقی بر فرهنگ و این که تأثیر کدام یک بیشتر

است بستگی به عوامل متعددی دارد و بسیار نسبی است. معمولاً هنرمندان و به ویژه شاعران از پیشگامان تأثیرگذاران بر تحولات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی بوده‌اند. این عده به علت داشتن تفکری متفاوت، خلاق و در عین حال برخوردار از ذوق هنری همواره درد جامعه را بهتر درک کرده و در قالب شعر و موسیقی از بطن جامعه، مشکلات و معضلات روز سخن گفته‌اند. موسیقی نشأت گرفته از احساس افراد بوده پس به سادگی بر احساسات دیگران تأثیر می‌گذارد و در صورت برخوردار از جذابیت و خلاقیت کافی به مرور در جامعه تسری یافته و بر سطحی وسیع‌تر تأثیر می‌گذارد و فرهنگ را دست‌خوش تغییراتی هرچند اندک می‌کند. این تغییرات کوچک در طی زمان رشد کرده و تغییرات اساسی را در هر فرهنگی شکل می‌دهد. تأثیر موسیقی معمولاً بر نسل جوان بیش از سایر اقشار جامعه است. سبک موسیقی مورد علاقه افراد می‌تواند نشان دهنده طبقه فرهنگی آنها نیز باشد، لذا سبک پوشش، گویش، رفتار و... همه و همه نشان از میزان گره‌خوردگی عمیق فرهنگ و موسیقی دارد. موسیقی برای مدت طولانی تنها خاص فرهنگ هر نقطه‌ای از این کره خاکی بود اما به مرور و با گسترش مرزها و حرکت به سمت دهکده جهانی، موسیقی تبدیل به ابزاری برای انتقال فرهنگ به نقاط دور دست شد. موسیقی با حرکت خود در میان ملل مختلف، فرهنگ خود را نیز یدک می‌کشد و آن را با فرهنگ و موسیقی آن ناحیه تلفیق می‌کند و از این طریق بر فرهنگ آن مرز و بوم به صورت ریشه‌ای و آهسته تأثیر می‌گذارد.

در حالی که تکامل فرهنگی هرگز تمام جنبه‌های موسیقی را توضیح نمی‌دهد اما یک چارچوب نظری مفید برای درک تنوع و تغییر در موسیقی جهان ارائه می‌دهد. مفهوم تکامل فرهنگی برای پایه و اساس موسیقی‌شناسی دانشگاهی و زیرشاخه موسیقی‌شناسی تطبیقی اساسی بود، اما به رغم ظهور مجدد علاقه به تکامل فرهنگی در زمینه‌های دیگر، تا حد زیادی پس از جنگ جهانی دوم از بحث ناپدید شد. در حالی که تکامل فرهنگی هرگز تمام جنبه‌های موسیقی را توضیح نمی‌دهد، یک چارچوب نظری مفید برای درک تنوع و تغییر در موسیقی جهان ارائه می‌دهد. امروزه تنوع موسیقی بالا رفته و افراد می‌توانند در ژانرها و سبک‌های مختلف، موسیقی مورد نظر خود را انتخاب نموده و به طیف گسترده‌ای از موسیقی گوش دهند. از طرفی دیگر رسانه‌ها مانند رادیو، تلویزیون و موسیقی فیلم‌ها، می‌توانند بر ذائقه موسیقی جامعه تأثیر بگذارند. به طور کلی خط سیر موسیقی، می‌تواند جوامع را به سمت تمدن پیش برده و یا باعث از هم گسیختگی فرهنگی شود. موسیقی غنی، برخاسته از فرهنگی غنی بوده و به همان تناسب در بازگرداندن جوامع به ذات خویش، مؤثر واقع می‌شود. شاید یکی از بهترین نمونه‌های تأثیرپذیری جوامع از موسیقی را تفاوت فرهنگی میان نسل‌هایی ببینیم که به سبک‌های موسیقی متفاوتی گوش داده و گوش موسیقایی با پسند مختلفی دارند. به میزانی که محصولات فرهنگی در جوامع گسترش می‌یابند، مصرف فرهنگی نقش مهمتری در خلق هویت‌ها و همچنین اقتصاد فرهنگ ایفا می‌کنند.

۲-۴- موسیقی در ژورنالیسم

مهم‌ترین چیزی که وجود دارد، این است که هر مدیوم هنری یک رسانه دارد. یعنی سینما، تئاتر، هنرهای تجسمی و... هر کدام به رسانه خاص خودشان نیازمند هستند تا بتوانند با مخاطب‌شان ارتباط برقرار کنند. به طور سنتی، روزنامه‌نگاران و منتقدانی که در مورد هنر می‌نویسند علاوه بر توانایی در روزنامه‌نگاری دارای یک پس زمینه در نوشتن از هنر؛ جدا از مطالعات کارشناسی در نقد ادبی، علوم انسانی، و تاریخ هنر هستند. متأسفانه آموزش رسمی و پیشرفته دیگر روزنامه‌نگاری در این زمینه وجود ندارد. به طور کلی، توسعه روزنامه‌نگاری موسیقی در سایر فضاهای ملی و نقش آن در تغییرات فرهنگی یک جامعه به ندرت مورد توجه قرار گرفته است.

۳- جامعه‌شناسی تغییرات فرهنگی

اخیراً، جامعه‌شناسان فرهنگ برای بررسی بیشتر ارتباط بین موقعیت اجتماعی و ترجیحاتی «سلیقه» فرهنگی، انتقاداتی را مطرح کرده‌اند. به دنبال کار بورديو (۱۹۸۴)، برخی از محققان نقد را تحلیل کرده‌اند تا آن معانی را مورد بررسی قرار دهند که از طریق آنها اشیاء به همان اندازه متفاوت هستند. در واقع، نقد راه‌های اجتماعی قابل قبولی را نشان می‌دهد که از طریق آن می‌توان

«مرزهای نمادین» ترجیحات فرهنگی مشروع را ترسیم و توجیه کرد و اوقات اجتماعی موجود را بازتولید کرد (Lamont and Molnár 2002, Lamont and Pachucki 2007). برخی از روزنامه‌نگاران اغلب ارزش زیبایی‌شناختی «موسیقی‌های آوانگارد» را به امکان تغییر اجتماعی مرتبط می‌دانند و بر این ایده تأکید می‌کنند که مردم نمی‌توانند بدون «تغییر فرهنگ» جامعه را تغییر دهند. مجلاتی که سعی در تعریف مجدد مفهوم نقد فرهنگی و عملکردهای آن داشتند، از نظر زیبایی‌شناختی و سیاسی ارزشمند است. آنچه ما باید در نظر بگیریم، برعکس، فضاها، مختلف میانجی‌گری بین شیوه‌های روزنامه‌نگاران، موسیقی‌هایی است که آنها از طریق «جریان‌های» ارتباطات فراملی و یک فضای ملی-تاریخی معین با آن مواجه می‌شوند (Appadurai 1990).

۳-۱ ارتباطات فرهنگی در جامعه

ارتباط انسان‌ها سنگ بنای جامعه انسانی است و بدون آن هرگز فرهنگ به عنوان خصیصه جامعه انسانی پدید نمی‌آید. فرهنگ یک عامل بسیار مهم در ارتباطات است. از آنجایی که ارتباطات یکی از اهرم‌ها و وسایل مؤثر در زندگی اجتماعی انسان به شمار می‌رود، نقش ارتباطات را در جریان توسعه جوامع بشری نمی‌توان امری ساده تلقی کرد. آنچه در حال حاضر به صورت یک پدیده متحول در جوامع مختلف نمود عینی یافته و همه کنش‌های اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده، پدیده‌ای است که باید آن را شکل تکامل یافته شبکه‌های ارتباطی بشر نخستین تا به امروز دانست. رشد و تکامل فعالیت‌های ارتباطی و وابستگی جوامع حاضر به نقش کلیدی آن برای ایجاد تحولات اساسی، چنان پرشتاب و عمیق بوده است که به حق بایستی آن را به مثابه انقلابی عظیم دانست و زمینه اصلی هرگونه دگرگونی اجتماعی و فرهنگی را در گسترش شبکه‌های ارتباطی دانست. ارتباطات روندی است که به تأثیر منتهی می‌شود، روند و فرایند انتقال پیام از منبع به مخاطب یا مخاطبان از یک کانال که با هدف تأثیرگذاری صورت می‌گیرد، موقعیت ارتباطات در گروه توجه به معنی، درک مشترک، فهم نمادها، ارتباطات کلامی و غیر کلامی و... است که نتیجه فرهنگ قلمداد می‌شود.

۳-۲ - «جنبش‌های اجتماعی» در درون و در میان زمینه‌ها

یکی از این فضاها را می‌توان با مفهوم «میدان» که توسط پیر بوردیو (۱۹۹۳، ۱۹۹۶) ابداع شد، فراهم کرد. اگرچه نمی‌توان یک مرور کلی طاق فرسا در مورد این مفهوم ارائه کرد، اما به روش‌هایی می‌توان اشاره کرد که می‌توان از آن برای مطالعه نقد در یک دیدگاه فراملی استفاده به عقیده بوردیو، «زمینه تولید فرهنگی» زمانی پدید می‌آید که تولید فرهنگ توسط کنشگران (یا «مواضع») نهادی مختلف در رقابت بین یکدیگر انجام شود. چنین میدانی توسط اتحادها و مبارزات شکل می‌گیرد و استراتژی‌های هر بازیگر به تعریف اعمال، اشیاء و دانش ممکن کمک می‌کند (آنچه بوردیو «فضای ممکن‌ها» می‌نامد). در نتیجه، حوزه‌های فرهنگی «ساختارهای اجتماعی» هستند به این معنا که شرایط «عینی» را فراهم می‌کنند که تولید فرهنگی از آن بیرون می‌آید.

همچنین میدان به مفهومی که در آن قرار می‌گیرد یک ساختار است در نتیجه، مفهوم میدان امکان تحلیل «جنبش‌های اجتماعی» در حوزه‌های مختلف و بین آن‌ها را ممکن می‌سازد. به عنوان مثال، اتحاد یا مبارزه بین تولیدکنندگان فرهنگی و سایر نهادها یا بازیگران، مداخلات بازیگران خاص در حوزه‌های اجتماعی مختلف، روش‌هایی که موقعیت‌های مختلف رسانه‌ای و جریان‌های رسانه‌ای مشابه (مانند ژانرهای موسیقی مشابه) را واسطه می‌کنند، و روش‌های فرهنگی. تولیدکنندگان با ادعاهای مصرف‌کنندگان یا ادعاهای گروه‌های اجتماعی خاص درگیر می‌شوند. برای نتیجه‌گیری، بعد فراملی نقد را می‌توان با در نظر گرفتن طیف وسیعی از فضاها، میانجی بین عملکرد روزنامه‌نگاران و بافت تاریخی ملی و جنبش‌های بین و درون حوزه‌های مختلف اجتماعی، به‌طور متمرکز تحلیل کرد. در این پرتو، فضای ملی به‌عنوان واقعیتی پیچیده‌تر، ساختارمندتر و ساختارمندتر ظاهر می‌شود. در عین حال، عاملیت تولیدکنندگان فرهنگی را می‌توان در رابطه با مطالبات متنی متفاوت و حتی متناقض تحلیل کرد. مجلات و مطبوعات پرتیراژ یا «محبوب» - تمایل دارند تفاوت‌هایی را بین طبقات اجتماعی ایجاد کنند، به طوری که منتقدان و مجلات مختلف برای گروه‌های اجتماعی مختلف صحبت می‌کنند.

۳-۳- خرده فرهنگ‌های اجتماعی

انسان موجودی فرهنگی است. فرهنگ مجموعه‌ای از خرده فرهنگ‌هاست که هر خرده فرهنگ بر بخشی از روش زیسته ما تأثیر می‌گذارد. سبک زندگی در نهایت چیزی نیست، جز مجموعه‌ی مصارف فرد یا گروه. این مصرف نیز در معنایی عام می‌تواند مصرفی فرهنگی تلقی شود. تلقی این مصرف در چارچوب فرهنگی و البته با در نظر گرفتن عام‌ترین معنای فرهنگ است: نوع غذا، لباس و آرایش، نوع رفت و آمدها و روابط اجتماعی، نوع سلاقی هنری و گذران اوقات فراغت، نوع کار و مشارکت در تولید مادی جامعه و... برای مثال، ارزیابی‌های موسیقی به اصطلاح «عامه‌پسند» از نظر تاریخی از مفروضات کلیشه‌ای در مورد مردم پشتیبانی می‌کند که موسیقی، به‌عنوان «فرهنگ» به معنای مردم‌شناختی، قرار بود آن‌ها را بازنمایی کند. چنین فانتزی‌ها یا اسطوره‌های فرهنگی (Arthes: 1972) معمولاً در مورد تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان ژانرهای مختلف موسیقی ساخته می‌شوند و متضمن فرضیاتی در مورد ماهیت گروه‌های اجتماعی خاص هستند. برای مثال، «سیاه‌پوستان» از نظر تاریخی به‌طور طبیعی مستعد ساخت موسیقی هستند و مصرف‌کنندگان «متعصب» یا اجباری موسیقی اغلب به‌عنوان زن معرفی می‌شوند (Thornton 1995). کلیشه‌های مشابهی نیز در مورد نهادهایی مانند صنعت موسیقی ساخته شده است که در تعدادی از روایت‌های اجتماعی به عنوان بهره‌کشی از موسیقی‌دانان و مخاطبان آنها در نظر گرفته شده است (Frith, 1981). این پرسش‌ها، که می‌توان آن‌ها را بازنمایی نامید، از جمله مواردی است که اخیراً علاقه محققان را به روزنامه‌نگاری موسیقی برانگیخته است. در واقع، به محققان اجازه می‌دهد تا معانی را مطالعه کنند که از طریق آنها کالاهای فرهنگی (و کاربران آنها) از نظر اجتماعی معنادار می‌شوند.

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که گفته شد موسیقی بخشی از ساختار فرهنگی جامعه است. روزنامه‌نگاری موسیقی در ذیل روزنامه‌نگاری فرهنگی به گردآوری، ارزیابی، نقدگری، ویرایش و نشر اخبار، گزارش‌ها، مقالات مرتبط و اطلاعات مهم روزمره و جاری برای روزنامه‌ها، مجلات، تلویزیون و یا رادیو که اغلب با مشورت و راهنمایی سردبیران و یا تهیه‌کنندگان انجام می‌شود می‌پردازد. می‌توان گفت عمده‌ترین ماهیت روزنامه‌نگاری موسیقی در ارزیابی و قضاوت درباره موسیقی و تحولات مرتبط با آن است این بعد از ژورنالیسم بر نقادی ماهیت، اثرات و شیوه‌های موسیقایی به‌عنوان یک وجه از فعالیت‌های فکری - فرهنگی متمرکز می‌شود. روزنامه‌نگاری موسیقی رویه‌ای است که به ارزیابی و قضاوت درباره موسیقی و تحولات آن می‌پردازد. در این مقاله تلاش شد رابطه بین فرهنگ و تغییرات اجتماعی در یک جامعه در بستر کارکرد روزنامه‌نگاری موسیقی مورد بحث و بررسی قرار گیرد.

بررسی داده‌های حاصل از این رویکرد نشان می‌دهد که موسیقی به شرط رعایت حقوق مخاطب می‌تواند راهی برای درک وسیع از فرهنگ ارتباطی کشورها، مکان‌ها و فرهنگ‌ها باشد و این عناصر اجتماعی را به هم پیوند دهد. مضافاً اینکه موسیقی دست به تغییر مرزهای هنر و فرهنگ عامه می‌زند و در عین حال بسته به باز روایت ژورنالیسم محصور در آن قادر است ایزاری درجهت تحولات خرده‌فرهنگ‌های اجتماعی شود. متأسفانه آموزش رسمی و پیشرفته دیگر روزنامه‌نگاری در این زمینه وجود ندارد. به طور کلی، توسعه روزنامه‌نگاری موسیقی در سایر فضاها ملی و نقش آن در تغییرات فرهنگی یک جامعه به ندرت مورد توجه قرار گرفته است.

سپاسگزاری

از تمام اساتید و بزرگانی که در راه کسب علم و دانش از اولین روز تحصیل تا به امروز بزرگوارانه دستگیر من بوده‌اند سپاسگزارم. از اساتید ارجمندی مانند دکتر عباس اسدی که در فراگیری دانش روزنامه‌نگاری تحقیقی بسیار از ایشان آموختم کمال تشکر و امتنان را دارم.

منابع

۱. آشوری، داریوش: دانش‌نامه سیاسی، ویرایش دوم، چاپ یازدهم، ۱۳۸۴، تهران، انتشارات مروارید. (شابک: ۲-۲۲-۶۰۲۶-۹۶۴).
۲. آشوری، داریوش: فرهنگ علوم انسانی، ویراست دوم، چاپ یکم، ۱۳۸۴، تهران، نشر مرکز. (شابک: ۴-۹۶۴-۳۰۵-۸۶۵).
۳. باطنی، محمدرضا: فرهنگ معاصر انگلیسی-فارسی، ویراست دوم، چاپ نهم، ۱۳۸۱، تهران، نشر فرهنگ معاصر. (شابک: ۹-۹۶۴-۵۵۴۵-۲۶).
۴. سیدصدر، ابوالقاسم: دایرة المعارف هنر. تهران: انتشارات سیمای دانش.
۵. عزیزاده، محمدامین: نگرشی آسیب شناختی به موسیقی پاپ گُردی در ایران، مجله هنر موسیقی، ۲۱، تهران. ۱۹-۳۳: (۲۳۵)
۶. فاضلی، محمد: جامعه شناسی مصرف موسیقی. تهران: پژوهشگاه هنر و ارتباطات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۷. احمدی، بابک: موسیقی شناسی فرهنگ تحلیلی مفاهیم تهران: نشر مرکز.
۸. شوکر، روی: شناخت موسیقی مردم‌پسند. ترجمه محسن الهامیان. تهران: مرکز چاپ و انتشارات مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.

References

1. Williams, R. (1976). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. London: *Croom Helm*.
2. Regev, M. (2007). "Cultural Uniqueness and Aesthetic Cosmopolitanism." *European Journal of Social Theory*, 10(1): 123-138.
3. Regev, M. (2007). "Cultural Uniqueness and Aesthetic Cosmopolitanism." *European Journal of Social Theory*, 10(1): 123-138.
4. Frith, S. (1981). *Sound Effects: Youth, Leisure and the Politics of Rock 'n' Roll*, Pantheon.
5. Lindberg, U., Guðmundsson, G., Michelsen, M., Weisethaunet, H. (2005). *Rock Criticism From The Beginning: Amusers, Bruisers & Cool-Headed Cruisers*. New York: Peter Lang.
6. Baumann, S., Johnston J. (2007). "Democracy versus Distinction: A Study of Omnivorousness in American Elite Taste for Hip-Hop Music 1991-2005", *Poetics*, 38: 336-364.
7. Lamont, M., Molnàr V. (2002), "The Study of Boundaries in the Social Sciences", *Annual Review of Sociology*, 28: 167-195.
8. Regev, M. (2007). "Cultural Uniqueness and Aesthetic Cosmopolitanism." *European Journal of Social Theory*, 10(1): 123-138.
9. Appadurai, A. (1990). "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy", *Public Culture* 2(2): 1-24
10. Eide, Martin, and Graham Knight. 1999. "Public/Private Service: Service Journalism and the Problems of Everyday Life." *European Journal of Communication* 14 (4): 525-47. doi:10.1177/0267323199014004004.

21. Hellman, Heikki, and Maarit Jaakkola. 2011. "From Aesthetes to Reporters: *The Paradigm Shift in Arts Journalism in Finland.*" *Journalism* 13 (6): 783–801. doi:10.1177/1464884911431382.
22. Hovden, Jan Fredrik, and Karl Knapskog. 2015. "Doubly Dominated: *Cultural Journalists in the Fields of Journalism and Culture.*" *Journalism Practice* 9 (6): 791–810. doi:10.1080/17512786.2015.1052214.
23. Kristensen, Nete Nørgaard. 2010. "The Historical Transformation of Cultural Journalism" *Northern Lights: Film and Media Studies Yearbook* 8: 69–92. doi:10.1386/nl.8.69_1
24. Janssen, Susanne, Giseline Kuipers, and Marc Verboord. 2011. "Comparing Cultural Classification: *High and Popular Arts in European and US Elite Newspapers, 1955-2005.*" *KölnerZeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 63 (Special Issues 51): 139–68. hdl.handle.net/1765/41392.
25. Storey, J. 2003. *Inventing Popular Culture.* Oxford: Blackwell.
26. Nunes, P. 2004. *Popular Music and the Public Sphere: The Case of Portuguese Music Journalism.* PhD. University of Stirling. http://www.storre.stir.ac.uk/bitstream/1893/24/1/Nunes_Thesis_Complete.pdf
27. Shuker, R. 2001. *Understanding Popular Music (second edition).* Abingdon, Oxon: Routledge.
28. La Mara (Lipsius, Marie), ed. Franz Liszt's Briefe. 8 vols. (Volume 1, Von Paris bis Rom, quoted.) Leipzig, 1893–1905. Translation by Constance Bache, Published by New York: Greenwood Press, 1969 (again 1995). ISBN: 0837111048
29. Walker, Alan. *Franz Liszt: The Weimar Years, 1848–1861.* Ithaca, New York: Cornell University Press, 1989, paperback (c) 1993. Pages 395–7. ISBN: 0801497213.
30. Kennedy, Michael & Bourne, Joyce. *The Concise Oxford Dictionary of Music. Fourth Edition.* Oxford University Press, 1996. ISBN: 0-19-280037-X.
31. Machlis, J. (1963). *Enjoyment of Music: An Introduction to Perspective Listening.* WWNorton