

DOI: 10.30495/jss.2021.1921872.1296

Research Paper

Aderno Analysis of Culture Industry and Commodity Theory in Iranian Music from a Sociological Perspective

Meisam Mirian

Ph. D. Student of Philosophy of art, Faculty of Law, Theology and Political Science and Research Branch of Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Hooman Asadi

Associate Professor of Music, Fine Arts pardis, University of Tehran, Tehran, Iran.
E- mail: asadih@ut.ac.ir

Shahla Eslami

Assistant Professor of Department of Philosophy, Faculty of Law, Theology and Political Science and Research Branch of Islamic Azad University, Tehran, Iran

The theory of the culture industry as one of the most important philosophical views of the philosophers of Frankfurt School has been considered with the focus on the concept of commodification of Art in the production of art works and the superficiality of culture versus elite and sublime art and culture. From this point of view, the emerging forms of popular Music as an example of worthless cultural goods were able to dominate the life of the mass; hence, any attempt for rationality within a class of people whom according to Aderno, are a classless society, will be failed. what is considered as the main subject of the present research is the impact analysis of culture industry theory on Iranian Music in various aspects, including Iranian Music, as well as the growing influence of popular culture on Iranian Music rows which during 60s and under the influence of Neo Marxists has increased in Iran. Also, in this study, an attempt has been made to analyze the theory of culture industry and the process of commodification in popular Iranian music from aspects such as the need for standardization and production of music based on mass reproduction of art under the influence and guardianship of mass media and along with the influence and dominance of the market system.

Conflict of interest:

ACCORDING TO THE AUTHORS. THE ARTICLE DID NOT HAVE ANY CONFLICT OF INTEREST.

Key words: *Culture industry, Commodification, Iranian Music rows, Popular music.*

تحلیل آدرنوبی از نظریه صنعت فرهنگ و

کالاسازی در موسیقی ایران از منظر جامعه‌شناسی

میشم میریان^۱

هومان اسعدی^۲

شهلا اسلامی^۳

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۰/۴/۲۸

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۸

چکیده

نظریه صنعت فرهنگ به عنوان یکی از مهم‌ترین دیدگاه‌های فلسفی فیلسوفان مکتب فرانکفورت با محوریت مفهوم کالایی شدن هنر در تولید اثر هنری و سطحی شدن فرهنگ در مقابل هنر و فرهنگ نخبه‌گرا و والا قرار گرفته است؛ از این منظر شکل نوظهوری از موسیقی عامه‌پسند به عنوان نمونه‌ای از کالاهای بی‌ارزش فرهنگی توانست بر زندگی توده‌ها تسلط یابد که از رهگذر آن هر گونه اهتمام به خردورزی را در درون طبقه‌ای از مردم که بنا بر نظر آدرنو جامعه بدون طبقه هستند از میان بر دارد. آن چه در این جا به عنوان موضوع اصلی پژوهش مدنظر قرار گرفته چگونگی روند تاثیر نظریه صنعت فرهنگ بر موسیقی ایرانی در جنبه‌های مختلف از جمله ردیف موسیقی ایرانی؛ آثار آهنگسازان ایرانی متاثر از فرهنگ غربی و بالاخص مکتب موسیقی وین و جریانانات روشنفکری موسیقی ایرانی و همچنین نفوذ روزافزون فرهنگ پایبولار در موسیقی ایرانی است که طی دهه‌های ۶۰ میلادی و تحت تاثیر مارکسیست-های نو در ایران شروع گردیده است. همچنین در این پژوهش سعی بر آن گردیده که با تحلیلی از نظریه صنعت فرهنگ و روند کالایی شدن در موسیقی عامه‌پسند ایران از جنبه‌هایی هم‌چون لزوم استاندارد-سازی و تولید کالایی موسیقی بر اساس تکثیر انبوه هنر تحت تاثیر و قیومیت رسانه‌های گروهی به همراه تاثیر و سلطه نظام بازار به تحلیل موسیقی عامه‌پسند ایرانی پرداخته می‌شود. واژگان کلیدی: صنعت فرهنگ، کالایی شدن، ردیف موسیقی ایرانی، موسیقی عامه‌پسند.

۱. دانشجوی دکتری رشته فلسفه هنر، دانشکده حقوق، الهیات و علوم سیاسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲. دانشیار گروه موسیقی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول). E-mail: asadih@ut.ac.ir

۳. استادیار گروه فلسفه، دانشکده حقوق، الهیات و علوم سیاسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

مقدمه و بیان مساله

آدرنو^۱ معتقد است که نظام سرمایه‌داری همه طبقات جامعه حتی طبقه کارگر را به واسطه صنعت فرهنگ^۲ که محصول ساختار مبادله‌ای آن است را در خدمت خود در آورده است. بنابراین تلاش جهت بیداری و همبستگی طبقه کارگر آن طور که مارکس^۳ بدان پرداخت نزد آدرنو دیگر معنا ندارد. نظام سرمایه‌داری به واسطه عقلانیت ابزاری به نحو نظام‌مند به دنبال سود و منفعت است، بنابراین همه چیز حتی طبیعت، انسان و طبقات اجتماعی در این ساختار به نحوی سازمان می‌یابند که همه افراد استثمار می‌شوند. در حقیقت صنعت فرهنگ لزوم یکسان‌سازی^۴ انسان‌ها تحت مقولات کلی مُد، سبک زندگی، اخلاق و مفاهیم هنری را برای همگان ایجاد نموده که در این خصوص در روابط میان انسان‌ها به روابط میان اشیاء و کالاها بدل می‌شود و بنابر نظر لوکاچ^۵ تبدیل به بت و شی‌شدگی^۶ می‌گردند. در حقیقت در صنعت فرهنگ تلاش بر این است که مناسبات انسانی را به گونه‌ای انسجام بخشند که کالاهای خاص ارزش مصرفی و متعاقب با آن ارزش مبادله‌ای پیدا کنند. یکی از مهم‌ترین اظهارات مکتب فرانکفورت^۷ این بود که جامعه سرمایه‌داری در حال سیر به سوی سطح تازه‌ای از پیچیدگی ایدئولوژیک از طریق آن چیزی است که هورکهایمر^۸ «صنعت فرهنگ‌سازی» می‌نامید. فرهنگ به منزله «فیون تازه توده‌ها» جای مذهب را در پدید آوردن شیوه‌ای مخفی برای یک دست کردن [افراد] گرفته است (۱۶: ۷۰). از این رو آدرنو و هورکهایمر (۱۹۴۷)، با واکنش به ایده «صنعت فرهنگ» آن را به عنوان بخشی از نقد خود از بقایای غلط از روشنگری^۹ در برابر آن چه که آن‌ها را به عنوان مفاهیم گمراه‌کننده دموکراتیک از اصطلاح «فرهنگ توده‌ای»^{۱۰} می‌نامد می‌دیدند که خود این اصطلاح در برگیرنده توجه گسترده به صنعت کالایی-سازای هنر نیز دارد (۱۲: ۳-۴) در واقع نهادهای فرهنگی معمول‌تر از صنعت فرهنگ، از طریق کالاهای دیگر خود را معرفی می‌کنند که این تغییرات کمی چنان بزرگ است که پدیده‌های کاملاً جدیدی را به وجود می‌آورد که در نهایت صنعت فرهنگ دیگر نیازی به مستندسازی منافع سود حاصل از آن را ندارد. این منافع در بطن ایدئولوژی صنعت فرهنگ مستتر است و حتی خود را مستقل از اجبار به فروش کالاهای فرهنگی می‌داند (۱: ۱۳). آدرنو استدلال می‌کند که صنعت فرهنگ شامل تغییر در منش کالایی از هنر است به طوری که شخصیت کالایی هنر عمداً «خودمختاری»^{۱۱} هنر را از بین می‌برد. در این جا

1. Theodor Ludwig Wiesengrund Adorno

2. Culture Industry

3. Karl Heinrich Marx

4. Similarization

5. George Lukacs

6. Reification

7. Frankfurt School

8. Max, Horkheimer

9. Enlightenment

10. Mass Culture

11. Autonomy

با تاکید بر قابلیت بازاریابی، صنعت فرهنگ به طور کامل با "هدف" به استدلال هنر نائل می‌شود و محصولات آن که به وسیله صنعت فرهنگ تامین می‌شوند ارزش مصرف خود را با ارزش مبادله‌ای جایگزین می‌کنند؛ همه چیز تا آن جا قابل ارزشیابی است که قابل مبادله شدن باشد. یک پس زمینه در تئوری مارکسیستی و خواستن برای مشروعیت دادن به "هنر توده" یا "فرهنگ مردمی" باعث گردیده بسیاری از منتقدان انگلیسی زبان آدرنو نکته اصلی صنعت فرهنگ را نادیده بگیرند و نکته اصلی این است که استفاده بیش از حد از صنعت فرهنگ موجب تغییر در ساختار تمام کالاها و ساختار نظام سرمایه‌داری می‌گردد (۲). علاوه بر آن رز (۱۹۷۸)، در اثر خود، این مطلب را یادآوری می‌کند. آدرنو تناقض بین نیروها و روابط آن‌ها را از "تولید" مورد بررسی قرار می‌دهد، تجزیه و تحلیل وی از هر نوع موسیقی مبتنی بر این فرض است که کالا [مشروعیت بخشی] در موسیقی را افزایش داده و این کالایی شدن به شدت تحت تاثیر شرایط جدید حاصل از تولید مکانیکی و امکانات جدید تبادل و توزیع قرار دارد (۲۲: ۲۰۴). در این پژوهش سعی بر آن گردیده تا با تحلیلی جامع از نظریه صنعت فرهنگ و نظام کالاسازی در موسیقی و بالاخص موسیقی عامه‌پسند ایرانی که طی دهه‌های ۴۰ شمسی به بعد رشد روزافزونی داشته با یکسان سازی فرهنگی در میان توده‌ها نفوذ کرده و با تسلط بر نظام سلطه^۴ بازار و تکثیر انبوه^۵ در میان توده‌های مردم شکل نوظهوری از فرهنگ شنیداری را ایجاد نموده است پرداخته شود. هم‌چنین تکثیر اثر هنری و بالاخص موسیقی عامه‌پسند طی دهه‌های گذشته توانسته موسیقی را از شکل ذاتی و آیینی خود در آورده و با تکثیر در میان توده‌ها و جذب مخاطب عامه باعث تنزل هر چه بیشتر در موسیقی گردد، در کنار آن استانداردها سازی^۶ و یکسان سازی با تکیه بر شکل خاصی از همسانی و تبدیل کالائی و تاثیر آن بر نظام آموزشی و تولید موسیقی در کشور شیوه نوینی از ترکیب موسیقی غربی و موسیقی ایرانی را به وجود آورده که خود به عنوان چارچوب واحدی در تبیین نظریه جامع در موسیقی ایرانی قابل مطرح شدن می‌باشد.

فرضیه های تحقیق

مهم‌ترین سوال‌ها و مفروضات پژوهشی که در روند انجام این پژوهش مورد پرسش قرار گرفته را می‌توان در سه مورد اصلی مورد مطالعه قرار داد که در ادامه روند پژوهش سعی گردیده به نتایج حاصل از این مفروضات پاسخ داده شود که عبارتست از:

۱. چگونه می‌توان با استفاده از نظریه صنعت فرهنگ وضعیت موسیقی کلاسیک ایرانی را تحلیل

نمود؟

1. Mass Art

2. Rose, Gillian. (1978), *The Melancholy Science*, (London), P.p: 130-131.

3. Legitimation

4. Domination

5. Mass Reproduction

6. Standardization

۲. نظریه صنعت فرهنگ در جریان‌های پاپیولاریسم و موسیقی پاپ در ایران چگونه قابل تحلیل می‌باشد؟

۳. نظریه صنعت فرهنگ چگونه در تحلیل موسیقی آوانگارد و مدرنیسم ایران قابل بررسی می‌باشد؟ در پاسخ به پرسش‌های مطرح شده می‌توان فرضیه‌های ذیل را مورد بررسی قرار داد:

۱. بخشی از موسیقی ایرانی به علت تداوم و تکرار در موسیقی دچار نوعی انجماد و تصلب و بخشی دیگر تحت تاثیر تکنیک، از تکرار و یکنواختی خارج و نوعی از جنبه‌های نوآورانه در موسیقی را عرضه نموده است.

۲. با ظهور موسیقی پاپ و پاپیولاریسم در ایران (طی دهه ۴۰ تا امروز)، تحت تاثیر نظریه صنعت فرهنگ و نظریه «زیربنا و روبنای اقتصادی - فرهنگی مارکس» می‌توان به تحلیل تاثیر نظام-های سرمایه‌داری در رشد جریان‌های پاپیولار در موسیقی ایران پرداخت.

۳. همزمان با گسترش انواع موسیقی آتونال، سربالیسم، الکترونیک و ... طی سال‌های بعد از جنگ جهانی دوم در اروپا و آمریکا می‌توان به تحلیلی از این نظریه در موسیقی آوانگارد و مدرن در ایران پرداخت.

پیشینه پژوهش و مبانی نظری

مهم‌ترین منابعی که پیشینه نظری این پژوهش بر آن استوار گردیده طیف وسیعی از آثار در حوزه‌های موسیقی عامه‌پسند، فلسفه و مطالعات بین‌رشته‌ای در حوزه‌های علوم اجتماعی و سیاسی را در بر می‌گیرد که با رویکردی تحلیلی - توصیفی به آن پرداخته شده است که از جمله آن می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود.

باتامور^۱ (۱۳۹۳)، وی با تبیین مفهوم طبقه^۲ در نظریه اجتماعی مارکس مفهومی بنیادین و مفهوم پرولتاریا^۳ را توصیف نموده است. وی در نظریه خود با عنوان نظریه "طبقه" که در دوران حاکمیت ناسیونالیسم مطرح گردیده مفهوم جامعه طبقاتی و تبدیل شدن جامعه توده‌ای به طبقاتی را مطرح می‌نماید. وی هم‌چنین از مفهوم سنتی روبنا به عنوان نهادهای فرهنگی و زیربنا به عنوان نهادهای اقتصادی سخن به میان آورده و به نقش حمایتی زیربنا از روبنا می‌پردازد. هم‌چنین مفاهیمی چون نزاع طبقاتی، زیربنای اقتصادی، کالاشدگی و از خودبیگانگی و شیء‌شدگی انسان را در سیستم مبادله و جامعه سرمایه‌داری نشان می‌دهد که در شکل‌گیری مکتب فرانکفورت از اهمیت به‌سزایی برخوردار می‌باشد.

¹ Thomas Burton Bottomore

² Cost

³ Proletarian

ملپس و ویک (۱۳۹۴)، علاوه بر طرح نظریه صنعت فرهنگ‌سازی، امکان شکل‌گیری صنایع فرهنگی در کشورهای مختلف جهان و لزوم ارتباط میان رسانه‌های جدید هم‌چون تلویزیون و گفتمان‌های جدید مصرف‌گرایی و سخت‌افزارهای فرهنگی را در صنعت کالاهای مصرفی که باعث شتاب و تسریع این فرایند می‌گردد را مطرح نموده‌اند.

شوکر^۱ (۱۳۸۴)، در عرصه تولیدات لوکس موسیقی عامه‌پسند نیز به آن تعلق دارد می‌توان از استاندارد-سازی به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل در تولیدات توده‌ای موسیقی سخن گفت. در این جا نقش موسیقی مردم‌پسند به عنوان شکلی از سرمایه فرهنگی و هم‌چنین عاملی جهت ساخت هویت و به عنوان منبعی برای لذت مخاطبان در زندگی شخصی و اجتماعی مدنظر قرار گرفته است. در این جا از عنصر تکرار به عنوان یکی از مهم‌ترین مولفه‌های اصلی موسیقی مردم‌پسند که آن را از سایر اشکال موسیقی جدا می‌سازد نیز صحبت گردیده و موسیقی عامه‌پسند را به عنوان یکی از مهم‌ترین اقلام و کالاهای فرهنگی در بین مخاطبان و جوانان به شمار می‌آورد.

فریث^۲ (۲۰۰۱)، موسیقی پاپ را به مثابه نوعی صنعت بر می‌شمارد که می‌توان آن را در حیطه بازار، ایدئولوژی، تولید و زیباشناسی نیز تعبیر و تفسیر نمود. در این جا موسیقی قویاً صنعتی شده و در بازارهای اقتصادی دنیا به صنعتی سودآور تبدیل شده که قشر جوان به جریانی اثرگذار در حوزه فرهنگ جامعه بدل گشته است.

فاطمی^۳ (۱۳۹۰)، در تعریف موسیقی عامه‌پسند واژه پاپ را مخفف پاپولار^۳ می‌داند که در فرهنگ فارسی زبانان به مردم‌پسند تعبیر شده است. هم‌چنین اصطلاح فراگیر با نام "عمومی" یا «متعلق به فرهنگ عامه» در برابر فرهنگ خاص که در دوران معاصر و جوامع امروز با ساختار اجتماعی مدرن اشاره شده است. لذا از این رو این عنوان تنها یک تعریف در تعریف گونه یا سبک‌هایی از هنر یا موسیقی نیست بلکه آن را تعبیری در سطح کلان، نمایانگر با ساز و کار کامل عوامل فرهنگ با دیگر عوامل اجتماعی به ویژه با عوامل زیربنایی اقتصاد در جوامع امروزی در ارتباط می‌داند.

صمیم^۴ (۱۳۹۲)، و کوثری^۵ (۱۳۸۲)، به تعریفی ساده از فرهنگ مردم‌پسند پرداخته و آن را در مقابل فرهنگ نخبه‌گرا می‌دانند. نکته محوری در این فرهنگ آن است که مردم در این جا دارای نقش اساسی می‌باشند. در این جا موسیقی عامه‌پسند به عنوان شکل نوظهور از فرهنگ عامه‌پسند که بازتاب تفکر و شیوه زندگی روزمره توده‌های مردم است در کنار دیگر موسیقی از جمله موسیقی جدی و سنتی.

1. Roy, Shuker

2. Simon, Frith

3. Popular

جدول شماره (۱): مقایسه آراء و نظرات فیلسوفان معاصر

فیلسوف	نظریه	وضعیت جامعه	هدف
کارل مارکس	طبقه اجتماعی (زیربنا- روبنا)	توده‌های اجتماعی	زیربنا (نهاد فرهنگی) زیربنا (نهاد اقتصادی)
ملبس و ویک	صنایع فرهنگ‌سازی	کشورهای مختلف جهان	تولید رسانه جدید و مصرف‌گرایی
روی شوکر	استانداردسازی	موسیقی عامه پسند (سرمایه فرهنگی)	لذت مخاطب همراه با شیء‌شدگی با استفاده از عنصر تکرار
سیمون فریت	صنعت پاپ	ایدئولوژی- زیباشناسی	سودآوری در بازارهای اقتصادی

روش‌شناسی پژوهش

مفاهیم بنیادین در روش‌شناسی مکتب فرانکفورت و بالاخص دیدگاه‌های آدرنو که متاثر از واژگان و شیوه خاص فلسفی وی می‌باشد شامل رهیافت‌هایی است که به فهم بهتر و تحلیل موضوعی کمک شایان توجهی دارد.

سلطه

به اعتقاد آدرنو گستره و نفوذ سلطه بر فرد در جامعه مدرن آنقدر ظریف و نامرئی است که شخص دچار «توهم آزادی»^۱ می‌گردد. این توهم نه تنها در اذهان و افکار عمومی جا باز می‌کند، بلکه حتی در مطالعات علوم اجتماعی، که نهادهای جامعه را واقعیت می‌پندارند، نیز منعکس می‌شود. شیوه‌های نامرئی سلطه به یکپارچگی و همبستگی کامل افراد و تطبیق دادن آن‌ها با فرایندهای اجتماعی و مناسبات تاریخی کمک می‌کند (۲۰: ۲۴۰). هورکهایمر و آدرنو بر این باورند که صنعت فرهنگ نقش عمده‌ای در بازتولید، تثبیت و اعمال سلطه در نظام سرمایه‌داری ایفا می‌کند که از هرگونه استعداد انتقادی در برابر سلطه نظام سرمایه‌داری و ایدئولوژی حاکم بر آن بی‌بهره هستند. از دید آنان، هیچ تفکر مستقلی را نباید از مخاطبان صنعت فرهنگ انتظار داشت. مهم‌ترین ابزار برای ایجاد سلطه و خدمت به نظام سرمایه‌داری در این فرآیند، تولید صنعتی سرگرمی و تفریح سطحی است، آن چیزی که به مخاطب اجازه می‌دهد تا در برابر واقعیت پست و مفلوک صنعت فرهنگ تسلیم شود و پیشاپیش راه بر مقاومت ببندد (۲۹: ۶۳).

مشروع‌سازی

مشروع‌سازی را می‌توان به عنوان یک نظام فکری تعریف کرد که نظام سیاسی آن را ایجاد می‌کند و از جهت نظری با یک نظام تقویت می‌شود تا از نظام وجود پشتیبانی شود. مشروع‌سازی، نظام سیاسی را در حاله‌ای از رمز و راز می‌پوشاند (۲۳: ۲۰۶). مشروعیت‌بخشی در واقع به معنای آن است که چگونه یک

^۱ Freedom Illusion

اجتماع یا رویه یا شکلی از دانش، قدرت و نفوذ پیدا می‌کند؛ لیوتار^۱ معتقد است همه گفتمان‌ها اعتبار خود را از طریق روایت‌هایی از قبیل دانش عینی و رهایی از خرافات و پیشرفت بشر به دست می‌آورند (۲۷: ۲۸۷). در نهایت عناصر مذکور هویت کاذبی را در فرد القاء می‌کند که از آن می‌توان با عنوان "هویت مشروعیت بخش" یاد نمود که از رهگذر آن منافع نظام سلطه اقتدارگرا تامین می‌شود.

از این باب موسیقی ایران را می‌توان در یک تقسیم‌بندی کلی به ۳ گروه کلی موسیقی سنتی (کلاسیک)، موسیقی مقامی و در نهایت موسیقی مدرن «که بر گرفته از انواع سبک‌های موسیقی قرن بیستمی غربی است که از منظر جامعه‌شناسان انتقادی، موسیقی عامه نامیده شده» اطلاق نمود. اگر بخواهیم تحلیل آدرنو را از تفاوت میان موسیقی مدرن و کلاسیک در ایران اعمال کنیم باید گفت، موسیقی مدرن به دلیل الگوی تقلیدوارانه‌ای که از نسخه‌های اصلی‌اش در غرب گرفته است دارای ۲ عنصر استانداردشدگی و فردیت است، با این تفاوت که در این جا این عناصر در خدمت بنگاه‌های اقتصادی و شبکه در هم تنیده نظام سرمایه‌داری است، اما در ایران به دلیل تفاوت‌های چشمگیری که در نوع سیستم حاکم بر جامعه وجود دارد، در نهایت عناصر مذکور، هویت کاذبی را در فرد القاء می‌کند که از آن می‌توان با عنوان "هویت مشروعیت‌بخش" یاد نمود که از رهگذر آن منافع نظام سلطه اقتدارگرا، تامین می‌شود. هر چند این نوع موسیقی در ظاهر با موضع‌گیری ایدئولوژیک نظام حاکم در تعارض است اما به جهت خاصیتی که برای آن قید شده در تحلیل نهایی حاصل انفعال و بی‌تفاوتی در برابر سرکوب یا خواست نظام حاکم خواهد بود. نگاهی به اسناد دولتی «اسنادی از موسیقی، تئاتر و سینمای ایران سال ۱۳۷۹» در خصوص موسیقی به خوبی نشان دهنده آن است که تعارض در بین دستگاه‌های دولتی وجود داشته است. به طور مثال در دوران پهلوی دوم وزارت فرهنگ و هنر وقت، از موسیقی پاپ حمایت می‌کرد و سازمان رادیو و تلویزیون در کنار پخش انواع موسیقی، و حتی موسیقی پاپ، مرکزی به نام مرکز حفظ و اشاعه موسیقی سنتی دایر نموده بود. به نظر می‌رسد در سال‌های پس از انقلاب نوعی گفتمان ابزار گونه نسبت به موسیقی حاکم بوده به طوری که در این گفتمان، موسیقی دارای اصالت و مشروعیت اصلی نیست و تنها تحمل می‌شود که در نهایت این رویکرد در دهه سوم و به منظور جذب جوانان رویکردی ابزارگونه به خود می‌گیرد.

کالاسازی^۲

سرمایه به مثابه اثری سترگ در نقد سیاسی با مفهوم «کالا» آغاز می‌شود که مارکس آن را به عنوان فراگیرترین و بنیادی‌ترین عنصر سرمایه‌داری دانسته و به زبان ساده و قابل فهم چنین تعریف می‌کند: کالا مقدم بر هر چیز، شیء خارجی است. چیزی که به سبب ویژگی‌های خود نیازهای انسان را از هر نوع برآورده می‌کند (۱۱: ۱۶۷). در واقع یکی از مهم‌ترین نتایج و اهداف صنعت فرهنگ، ایجاد یک فرهنگ

¹ Jean Francois Lyotard

² Commodification

توده‌ای است. صنعت فرهنگ هر اندازه قدرت‌مندتر شود می‌تواند با نیازهای مصرف‌کنندگان سر و کار یابد. این نیازها را برای توده مردم ایجاد کرده، و تحت نظارت در آورد و به نیازهای کاذب مشروعیت و اصالت بخشد؛ این در حالی است که توده مردم از این امر غافلند و نیازهای کاذب تولید شده توسط صنعت فرهنگ را نیاز واقعی می‌پندارند و خود را مستحق برآوردن آن‌ها می‌دانند. در واقع می‌توان فرهنگ توده‌ای را برآیند صنعت فرهنگ دانست. این صنعت تمام اشکال و کالاهای فرهنگی وابسته به «تولید صنعتی» و «تکثیر انبوه» و نیز رسانه‌های وابسته به سرمایه‌گذاری گسترده و تولید تکنولوژیک جمعی «صنعت سینما و تلویزیون» را در بر می‌گیرد (۲۸۴: ۲۱).

تکثیر انبوه

تولید و تکثیر انبوه، ماهیت هنر را به کلی دگرگون ساخت به بیان دیگر، تکثیر انبوه در تلازم با «فرهنگ توده‌ای» قرار گرفت. در واقع در این فرهنگ توده‌ای حیات سیاسی- اجتماعی خصلتی زیباشناسانه به خود گرفت، زیرا رسانه‌های همگانی برای نخستین بار با تسخیر ساحت اطلاعات و فرهنگ سرگرمی‌های همگانی بر طبق معیارهای زیبایی‌شناسانه، متاع خود را صورتی زیبا بخشیده‌اند. یعنی اکنون که اثر هنری فاقد اصالت شده دیگر ارزش آیینی^۱ ندارد و به صورت تکثیر یافته خود را به میان توده مردم و مخاطب عامه می‌رود و با آن‌ها ارتباط پیدا می‌کند. این همه، گر چه معنای تنزل هنر بزرگ و عالی است، اما از سوی دیگر در حکم ترفیع ادراک هنری توده‌هاست. بنیامین^۲ به دلیل همگانی شدن، هنر را به گونه‌ای مثبت می‌داند که با از میان رفتن ارزش آیینی هنر «نخبه‌انگاری» در هنر نیز از میان می‌رود (۵۲۳: ۱۵). از همین جهت هنرهایی را که برای بازار ساخته می‌شوند هنر انبوه خوانده می‌شود که هم‌چون سایر کالاها و تولیدات صنعتی دیگر دارای خط تولید انبوه هستند و آن‌ها را در مقابل هنر مدرن قرار می‌دهد که نتیجه این امر آن است که این آثار عنصر رهایی‌بخش هنر یعنی خیال‌پردازی^۳ را محدود می‌کنند. در واقع محصولات فرهنگی نظام سرمایه‌داری موجب انحطاط و زوال فرهنگ والا و اصیل در بین مردم می‌شوند زیرا ارزش‌های هنری و فرهنگی در این فرآیند، دیگر کارکرد آیینی ندارد و آن چه در تولید فرهنگ اهمیت پیدا می‌کند، ارزش تجاری آن است. از نگاه آدرنو تولید و تکثیر انبوه، ماهیت هنر را به کلی دگرگون ساخته به بیان دیگر، تکثیر انبوه در تلازم با «فرهنگ توده‌ای» قرار گرفت. در واقع در این فرهنگ توده‌ای حیات سیاسی- اجتماعی خصلتی زیباشناسانه به خود گرفت، زیرا رسانه‌های همگانی برای نخستین بار با تسخیر ساحت اطلاعات و فرهنگ سرگرمی‌های همگانی بر طبق معیارهای زیبایی- شناسانه، متاع خود را صورتی زیبا بخشیده‌اند. یعنی اکنون که اثر هنری فاقد اصالت شده دیگر ارزش

^۱ Ritual Value

^۲ Walter Bendix Schonflies Benjamin

^۳ Imagination

آیینی ندارد و به صورت تکثیر یافته خود را به میان توده مردم و مخاطب عامه می‌رود و با آن‌ها ارتباط پیدا می‌کند.

استانداردسازی

هدف از استانداردسازی ساختاری، برانگیختن واکنش‌های استاندارد در شنونده است. گوش‌دادن به موسیقی عامه‌پسند را نه تنها رواج دهندگان این موسیقی بلکه، همان گونه که از طبیعت درونی خود این موسیقی بر می‌آید، دستگاهی از ساز و کارهای پاسخ (واکنش) روانی که تماماً در تعارض با آرمان فردیت در یک جامعه آزاد و لیبرال قرار دارد دست‌ورزی می‌کنند که این خود ربطی به سادگی و هم‌تافتگی ندارد (۱: ۸۹-۸۸). این مطلب خود موید آن است که به نوعی موسیقی عامه‌پسند سعی در به انفعال کشیدن توده‌ها و راضی نگه داشتن آن‌ها در موقعیت کنونی از طریق بسته‌بندی کردن و استاندارد کردن سلیقه توده‌ها دارد. از نظر آدرنو، موسیقی عامه‌پسند و موسیقی جدی دو نیمه یک واقعیت هستند. چرا که آبشخور این جنبه بدبینانه در نظریه آدرنو است که موسیقی در آن به دو دسته بخش می‌شود: یکی موسیقی که جایگاه کالا و کالا شدن را می‌پذیرد و به نیروی غیرطبیعی اجبارهای جمع تن در می‌دهد و دیگری موسیقی خودنگر که در برابر آن اجبار می‌ایستد (۲۸: ۶۲). از این رو استفاده بی‌روح و مکانیکی از شکل استاندارد شده آوازی در موسیقی پاپ تجاری، نمونه‌ای از همسان‌سازی، تبدیل به کالا‌سازی و افول توان انتقادی و عامل انسانی در نظم نوین سیاسی و اقتصادی به شمار می‌رفت (۹۹-۹۸). در پایان می‌توان ادعا کرد گفتمانی مبتنی بر استانداردسازی موسیقی غربی در آموزش و تولید در موسیقی ایرانی وجود دارد و آن روشی متناسب و قابل اتکا برای رشد موسیقی در ایران به نظر می‌رسد. با این وجود این رویکرد در پی آن است که ترکیبی از موسیقی غربی و موسیقی ایرانی «یا به تعبیری سنتی» را پدید آورد. علینقی وزیر نخستین کسی بود که این گفتمان را شکل بخشید. وی بر آن بود که قواعد و اسلوب موسیقی غربی را به عنوان چارچوبی واحد برای دست یافتن به یک نظریه مناسب و جامع در موسیقی ایرانی وارد سازد. در این گفتمان سعی بر آن است تا با تمام شدن دوران موسیقی سنتی، تنها راه برون رفت از بن‌بست موجود را کنار گذاشتن موسیقی ایرانی و در پیش گرفتن آموزش و تولید موسیقی غربی به شیوه استانداردسازی معرفی نماید.

جدول شماره (۲): تحلیل روش‌شناسی نظریات جامعه‌شناسی

ابزار	سوی اول	نتیجه
سلطه	یکپارچگی در مناسبات	تثبیت سلطه در نظام سرمایه‌داری
مشروع‌سازی	تقویت نظام سیاسی	تولید دانش و قدرت تولید هنر و هنرمند دولتی
کالاسازی	مشروعیت کاذب به اصالت مصرف‌گرایی جایگزینی ارزش مصرف با ارزش مبادله	تولید صنعت سرگرمی و تفریح تامین نظام اقتدارگرا
تکثیر انبوه	تسخیر ساخت فرهنگ	تکثیر و تولید مکانیکی تبادل توزیع
ستانداردسازی	همسانی و یکسانی کالایی تعارض با فردیت و انفعال توده	از بین رفتن خودمختاری اثر هنری محدودیت خیال پردازی در اثر هنری (انحلال فرهنگ والا)
(یکسان‌سازی)		ترکیبی از موسیقی غربی و موسیقی ایرانی (سستی) علی‌بنقی وزیری و پیروانش قواعد و اسلوب غربی به عنوان چارچوب واحد در موسیقی ایرانی غلامرضا مین باشیان و پیروانشان

پاپیولاریسم و موسیقی عامه پسند

در تعریفی ساده، فرهنگ مردم‌پسند را می‌توان در مقابل فرهنگ نخبه‌گرا قرار داد. بنابراین، فرهنگ مردم‌پسند، فرهنگی است که مورد توجه توده مردم قرار می‌گیرد و در مقابل، فرهنگ نخبه قرار دارد که مخاطب اصلی آن طبقات بالا و نخبگان جامعه هستند. نکته محوری در فرهنگ مردم‌پسند آن است که مردم در ایجاد و مصرف آن نقش مهمی دارند و مورد پسند آنان است (۱۳: ۱۱). از همین منظر اصطلاح پاپ، مخفف واژه پاپیولار که در زبان فارسی به «مردم‌پسند» تعبیر شده، اصطلاحی است فراگیر به معنای «عمومی» یا «متعلق به فرهنگ عامه» در برابر فرهنگ خاص - یعنی طیف گسترده‌ای از اقشار مختلف و طبقات گوناگون جامعه که پیش از هر چه، به ویژگی بارز فرهنگ در دوران معاصر و جوامع امروزی با ساختار اجتماعی مدرن اشاره دارد و بنابراین این اصطلاح تنها یک واژه در تعریف گونه یا سبک‌هایی از هنر یا در این مورد خاص (موسیقی) نیست، بلکه تعبیری است که در سطح کلان، نمایانگر ساز و کار عوامل فرهنگ با دیگر عوامل اجتماعی و به ویژه با عوامل زیربنایی اقتصاد در جوامع امروزی است (۸: ۱۲۰). موسیقی عامه‌پسند یک پدیده تازه در جوامع بشری است و خاستگاه آن در غرب است و علل ظهور آن بیش از هر چیز رشد طبقه میانه شهری و اقتصاد بازار است و پس از آن، صنعتی شدن تولید را در بر می‌گیرد. این موسیقی صرفاً شهری است و سخت وابسته به رسانه‌های گروهی یا به عبارت دیگر، تحت قیومیت این رسانه‌ها می‌باشد (۶: ۱۵۵). از نظر فریث (۲۰۰۱)، موسیقی پاپ خود به مثابه صنعت از آن تعبیر می‌شود، موسیقی که می‌توان آن را در حیطه بازار، ایدئولوژی، تولید و زیباشناسی نیز از آن تعبیر نمود (۱۰: ۹). در این جا می‌بایست پژوهش‌های جامعه‌شناختی در حوزه تولید موسیقی مردم‌پسند را به دو دسته‌بندی اصلی تقسیم کرد: یک دسته پژوهش‌هایی است که تولید را با رویکردی انتقادی

بررسی می‌کنند و دسته دیگر پژوهش‌هایی است که به تولید موسیقی مردم‌پسند از منظر جامعه‌شناسی صنعتی- سازمانی نظر می‌افکنند. رویکرد انتقادی متأثر از رهیافت‌های مارکسیستی و نئومارکسیستی است که در این رویکرد، شیوه تولید موسیقی مردم‌پسند در ارتباط با تحول اجتماعی و فرم زیباشناختی مطالعه می‌شود (آدرنو، ۱۹۹۱)^۱، و در رویکرد صنعتی- سازمانی، پژوهش پیرامون تولید موسیقی مردم‌پسند، بیشتر مبتنی بر تحلیل ثانویه داده‌های آماری موجود در صنعت موسیقی مردم‌پسند است. تحلیل‌ها در این رویکرد، مبتنی بر نظریه‌ای است که به نظریه «تولید فرهنگ» مشهور است (برای اطلاع بیشتر ر.ک پترسن، ۱۹۷۶)^۲. این نظریه برآمده از جریان اصلی جامعه‌شناسی در ایالات متحده آمریکا در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ میلادی بنیان نهاده شده که در هر دو رویکرد، پژوهش پیرامون تولید، هم فرآیند تولید و هم تولیدکنندگان را در بر می‌گیرد (۲۴: ۱۳۰). در این راستا جان بیلی^۳ اتنوموزیکولوژیستی که تحقیقات جامعی در خصوص موسیقی افغانستان انجام داده معتقد است: «در رابطه با این مقوله نظری باید دو نکته را مشخص کرد؛ اول این که، بر اساس رویکرد قوم موسیقی‌شناسی^۴، کاربرد عنوان‌هایی هم‌چون «موسیقی هنری»، «موسیقی مردمی»، «فولکلوریک» و «موسیقی مردم‌پسند» در یک بستر چندفرهنگی فقط وقتی موجه خواهد بود که جامعه مورد نظر خود چنین تمایزگذاری‌هایی داشته باشد و گر نه خطر انحراف داده‌ها برای جور در آمدن آن‌ها با تعریف‌ها و برداشت‌های تحلیلی از پیش تعیین شده به وجود می‌آید که ممکن است یکسره نامناسب باشد (۵: ۸).

در حقیقت «معیارهای جامعه‌شناسانه» غرب از موسیقی مردم‌پسند مانند هر نهاد فرهنگی مردم‌پسند دیگر، ارتباط تنگاتنگ با دو مقوله اصلی، یعنی اقتضای بازار و تکثیر رسانه‌ای دارد و به دنبال این دو مقوله، دو عامل مهم نظام ستاره‌سازی^۵ بر اساس اقتضای [سیاسی- اقتصادی] بازار و مفهوم فناوری «تکنولوژی» در جهت تکثیر رسانه‌ای برای تبیین مردم‌پسند بودن ضروری به نظر می‌رسند. «از جنبه‌های دیگر، وقتی جامعه صنعتی می‌شود، هم در معنایی که گویی با این اصطلاح پیوند خورده و هم در روندی که زندگی موسیقی به آن وابسته است، تفاوت کیفی مهمی پدید می‌آید. از این جنبه، موسیقی مردم‌پسند خاص جوامعی دارای تقسیم کار نسبتاً پیشرفته و تمایز آشکار میان تولید کننده و مصرف کننده است که در آن فرآورده‌های فرهنگی در سطحی گسترده به دست افراد حرفه‌ای تولید می‌شوند، در بازاری همگانی به فروش می‌رسند و از طریق رسانه‌های گروهی تکثیر می‌شوند».

1. Adorno, Theodore. (1991). Introduction to the Sociology of Music. New York: Seabury Press.

2. Peterson, Richard. (1976). The production of Culture. London & Beverley Hills: Sage.

3. John Baily

4. Ethnomusicology

5. Stargazing

موسیقی مردم‌پسند در ایران طی دهه‌های ۴۰ و ۵۰ شمسی

در دهه ۱۳۴۰ شمسی فضای تولید موسیقی در ایران مملو از گونه‌های موسیقایی بود که تا پیش از آن وجود نداشت. بیشتر این گونه‌ها به نوع موسیقی مردم‌پسند تعلق نداشتند و در میان طبقه متوسط شهری که البته در اقلیت بودند تولید و مصرف می‌شدند. همان طور که ذکر شد رشد طبقه متوسط شهری در سال‌های بعد، گسترش اقتصاد بازار و رشد رسانه‌های گروهی‌ای چون رادیو، تلویزیون و مجلات عامه-پسند در رشد گرایش به موسیقی مردم‌پسند نقشی اساسی ایفا کرده که این فرآیند تا اواسط دهه ۱۳۵۰ شمسی ادامه یافت. در این زمان، فضای تولید موسیقی در ایران تحت تاثیر تولیدات موسیقی مردم‌پسند، با تکثیر بی‌سابقه گونه‌ها مواجه گردید (۲۴: ۱۲۷-۱۲۶). در ایران، به دلیل عدم تجربه کافی در زمینه درک ویژگی‌های فرهنگ غرب، اصولاً امکان این ارتباط برقرار نشده و بسیاری از جنبه‌های ایدئولوژیک موسیقی مدرن برای موسیقیدانان ایرانی یا قابل هضم نبود و یا این که امکان طرح زمانی این مقولات وجود نداشته با این اوصاف با به چالش کشیده شدن نقطه نظرات موسیقیدانان مدرن در غرب بعد از دهه ۶۰ سبک‌ها و مکاتبی شکل گرفت که زمینه ارتباط بیشتری را با موسیقیدانان ایرانی برقرار نمود و این خود ناخواسته به محدودیت در زمینه گرایش به موسیقی مدرن کمک کرد. موسیقیدانان دهه ۶۰ به بعد با نگاهی نقادانه به ایدئولوژی موسیقی مدرن، نگرش جدیدی را رقم زدند، تفکری که ارتباط با مخاطب را ضرورت هر پدیده اجتماعی و فرهنگی می‌داند.

روند تاثیر پذیری موسیقی مردم‌پسند ایرانی از غرب بعد از انقلاب اسلامی

وضعیت موسیقی عامه‌پسند در ایران را نمی‌توان بدون در نظر گرفتن تاثیر جهانی شدن بررسی نمود. در واقع رواج موسیقی عامه‌پسند از رهگذر جهانی شدن ساختار موسیقی در ایران را نیز تحت تاثیر قرار داده است. تجربه مدرنیته در ایران موجد دگرگونی ساختاری عمیقی در حوزه موسیقی گردیده به گونه‌ای که اکنون باید از نوعی موسیقی در ایران سخن به میان آورد که ترکیبی از موسیقی غربی و موسیقی محلی است (۱۸: ۱۴۵-۱۴۴). سیاست محوری در این دوران، حمایت از گونه‌های مدرن غربی در تولید موسیقی بوده، سیاستی که تولیدات موسیقی سنتی را به حاشیه می‌برد و در آن‌ها مقاومتی ایدئولوژیک پدید می‌آورد. حمایت از تولید گونه‌های موسیقی مدرن غربی در دوران حکومت محمدرضا شاه نیز ادامه یافت و در دهه ۱۹۶۰ میلادی در نتیجه رونق اقتصادی و تسلط طبقه متوسط شهری به اوج خود رسید. مطابق با این رویکرد نیل^۱ (۱۹۷۵)، موسیقی مردم‌پسند ایران را دارای پیچیدگی تاثیرگذاری جریانات مختلف داخلی و انواع موسیقی منطقه‌ای «مانند موسیقی عرب» و فرا منطقه‌ای «مانند موسیقی غرب» در خود می‌داند. به گفته وی «موسیقی مردم‌پسند ایران امروز [منظور دهه ۵۰ و ۶۰ خورشیدی]، بازتاب

^۱ Nettle, Bruno. (1975). 'the Role of Music in Culture; Iran, A Research Developed Nation'.

دهنده پیچیدگی زندگی مدرن در تهران و نیز بازتاب دهنده جریان‌های متعددی در فرهنگ ایرانی است که در ساختن فضاهای عموماً مثبت و خوش‌بینانه زندگی در شهرها، به خصوص در تهران، شرکت دارند. در این جا آشکارترین مشخصه‌های این فرهنگ موسیقی مردم‌پسند تنوع گسترده سبک‌ها و ارتباط آن با نیروهای بسیاری از درون و بیرون ملت است» (۱۹: ۱۹).

موسیقی مردم‌پسند در این زمان گونه‌ای بود که بیش از دیگر انواع موسیقی تولید می‌شد و فضای تولید موسیقی را تحت تاثیر خود قرار می‌داد. این در حالی است که موسیقی مردم‌پسند ایران، از دهه ۱۳۲۰ شمسی (۱۹۴۵ تا ۱۹۵۵) در پی مقدماتی که پیش از آن فراهم شده بود، شکل می‌گیرد و به تدریج با گسترش رسانه‌ها و همراه با رشد اقتصادی در دهه ۱۳۴۰ شمسی «میانه دهه ۱۹۶۰ میلادی» هم‌چون هم‌تاهای خود در دیگر کشورها، به مهم‌ترین و پر شنونده‌ترین موسیقی جامعه تبدیل می‌شود.

موسیقی هم‌چنین با ایجاد بازار مناسب و تولید انبوه خود توانسته جای خود را در میان صنعت باز کند و از طرفی گرایش به دیاسپورا^۱ دارد که روز به روز در حال افزایش است. دیاسپورا بهترین عامل دست‌یابی به منشاء را در طول سه دهه اخیر در موسیقی ایران بر جای گذاشته که خود بهترین عامل دست‌یابی به منشاء را برای ساخت اشکالی از موسیقی می‌دارد که در منشاء امکان ساخت آن‌ها نیست و در مقابل منشاء با ساز و کارهای مختلف همان از نوع موسیقی را با اندکی «دستکاری» ایجاد نموده و رقابت بدین ترتیب برای جذب «مردم» ادامه می‌یابد که در زمینه موسیقی دیاسپورایی و به ویژه ایرانی خود را به دو گونه متضاد نشان داده است: یکی «موسیقی لوس آنجلسی» که اغلب سبک پاپ و عامه‌پسند را شامل می‌شود که به نوعی مدلی در خارج از کشور ایجاد کرده و گفتمان رقابت با موسیقی داخل را به پیش می‌برد و دیگری که در موسیقی دستگاهی ایرانی می‌توان بررسی کرد.

از طرفی می‌بایست توجه داشت صرف تبعیت یا عدم تبعیت از این ضوابط و معیارها، نمی‌تواند شاخصی جامع و مانع برای تعیین مردم‌پسند بودن یا نبودن یک اثر موسیقایی محسوب شود. برای مثال بسیاری از آثار هنرمندان موسیقی اصیل یا کلاسیک ایرانی مانند «محمد رضا شجریان» یا «حسین علیزاده» با وجود پیروی از معیارهای تبیین شده در تعریف موسیقی مردم‌پسند از جمله تکثیر رسانه‌ای، نظام ستاره‌سازی یا تولید و فروش «بازاریابی» حرفه‌ای، با تمایل کمتری از سوی مخاطبان جزو موسیقی مردم‌پسند انگاشته می‌شوند. در حالی که بر عکس، بسیاری از آثار موجود در صحنه کنونی موسیقی مردم‌پسند ایران که به یقین از سوی بسیاری از مخاطبان، مردم‌پسند «پاپ» خوانده می‌شود، عملاً از ضوابط تعیین شده در این گونه تعاریف و تئوری‌های [جامعه‌شناسانه] غربی پیروی نمی‌کنند. با این حساب نوع دیگری از موسیقی پاپ از دهه ۴۰ در ایران آغاز شد که بر گرفته از موسیقی دستگاهی نیست

۱. Diaspora: دیاسپورا واژه‌ای یونانی و به معنای پراکندگی، پخش شدن بر پهنه سرزمین و به صورت خاص به پراکندگی قوم یهود پس از تخریب معبد آن‌ها در بین‌النهرین مربوط می‌شود، هم‌چنین مفاهیم دیگری هم‌چون ((اقلیت)) نیز اطلاق می‌شود (فکوهی، ۱۳۹۲: ۱۴۲-۱۴۱).

و بیشتر تمایل به موسیقی پاپ بین‌المللی دارد. هرچند گاه‌ها رگه‌هایی از موسیقی ایرانی هم در آن دیده می‌شود اما بیشتر غربی است و می‌کوشد به سمت و سویی برود که دستاورد موسیقی آمریکایی است. این وضعیت تا پایان دهه ۵۰ و مشخصاً تا سال ۵۷ ادامه می‌یابد و موسیقی پاپ به شکل غالب‌ترین موسیقی در می‌آید. موسیقی پاپی که در دو شاخصه اصلی فعالیت می‌کند: یکی موسیقی پاپی که بر اساس ردیف دستگاهی موسیقی ایرانی است و دیگری موسیقی پاپی که نگاه به موسیقی غربی دارد.

به طور کلی موسیقی مردم‌پسند پس از انقلاب اسلامی (۱۳۵۷) در دو شاخه یا گروه کلی قابل بررسی است؛ موسیقی مردم‌پسند شاخه سنتی و موسیقی مردم‌پسند شاخه غربی «جهانی»، شاخه مهم دیگری که پیش از انقلاب، بر آمده از سلیقه عامیانه شهری، با موسیقی عربی، در قهوه‌خانه‌ها، کافه کلوب‌ها و از این قبیل مکان‌ها با کارکرد مطربی رایج بود، پس از انقلاب و به ویژه در دهه‌های اخیر، به دلایل متعدد از جمله تغییر سلیقه موسیقایی نسل جوان و تغییر نگرش‌ها و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی پس از انقلاب از جریان کلی موسیقی مردم‌پسند ایران تقریباً کنار رفته است (۱۷: ۴۱-۴۰). هم‌چنین می‌بایست یادآور شد، این تغییر و تحولات یا جابجایی‌ها، حتی منحصر به جریانات و شاخه‌های موثر در جریان اصلی موسیقی مردم‌پسند نمی‌شوند، بلکه در خود این جریانات نیز، تغییر سبک‌ها، گسترش ابزارها و ورود و خروج یا ظهور و افول انواع موسیقی و جریانات فرعی‌تر چه مردم‌پسند و چه غیر از آن بر جریان اصلی موسیقی مردم‌پسند تأثیری به سزا دارد. از نمونه‌های دیگر موسیقی مردم‌پسند در ایران می‌توان از تأثیر رسانه‌های گروهی جدید با قدرت ارتباطی بالا که از سویی سرعت و شدت ورود امواج تازه‌ای از موسیقی از سراسر جهان و به ویژه پاپ موزیک‌های مد روز غرب از موسیقی رپ^۱، هیپ‌هاپ^۲ تا موسیقی آراند بی^۳ و ترنس^۴ را به ذائقه موسیقایی شنوندگان ایرانی افزایش داده است و از سوی دیگر امکان تلفیق جریانات سنتی و کلاسیک‌تر در موسیقی مردم‌پسند ایران، مانند موسیقی محلی و فولک مناطق مختلف با انواع موسیقی‌های داخلی و خارجی و ارائه آن را در سطح جهان میسر کرده است که البته در این مسیر موسیقی‌های ایرانی هنوز راهی طولانی پیش رو دارند (۱۷: ۴۵). امروزه در دهه اخیر با گسترش تکنولوژی-های ارتباطی و پیدایش رسانه‌های گروهی نو در عرصه تولید و تکثیر، این موسیقی فعال‌تر از یکی، دو دهه پیش، متأثر از سبک‌های گوناگون و به ویژه از سبک‌های غربی که گاه به تقلید صرف از موسیقی

^۱ Rap.

^۲ Hib-Hap

^۳ R & B (Rhythm and Blues): گونه‌ای از موسیقی بر آمده از ترکیب‌های جز و گاسپل و بلوز است که در دهه‌های ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰ توسط آمریکایی‌های آفریقایی تبار ابداع شده است.

^۴ Trance Music: سبکی از موسیقی رقص الکترونیک که در دهه ۱۹۹۰ میلادی توسعه پیدا کرد. موسیقی ترنس به طور کلی با ضرباهنگ ۱۱۰ تا ۱۵۰ ضربه در دقیقه، عبارات ملودیک کوتاه، سبیتی سبزی، و فرم موسیقایی که بالا و پایین‌هایی می‌سازد شناخته شده است.

مد روز غرب می‌انجامد به حیات خود در صنعت موسیقی مردم‌پسند و فرهنگ ارتباطی نسل جوان ایران ادامه می‌دهد. بدین ترتیب «موسیقی پاپ ایرانی» و حتی شاید «موسیقی راک ایرانی» را نیز در ارتباط با روند پیدایش موسیقی پاپ و راک در غرب می‌توان آن نوع از موسیقی مردم‌پسند دانست که متأثر از موسیقی غربی بوده و عناصری از فرهنگ ایرانی را نیز در برداشته باشد. از آن جا که در شرایط کنونی جهان تولید، انتشار و رشد این گونه موسیقی پرهیزناپذیر است، هر چه عناصر ایرانی آن بیشتر، ریشه‌دارتر و موسیقایی‌تر باشند، این نوع موسیقی کم زیان‌تر و حتی برای تقویت هویت ایرانی سودمندتر خواهد بود. اما متأسفانه در بسیاری از انواع موسیقی پاپ ایرانی تنها عنصر ایرانی آن‌ها کلام است و گاهی هم میزان شش-هشت متنسج و عصبی، به طوری که با حذف این عناصر هیچ گونه نشانی از موسیقی یا فرهنگ ایرانی در آن نمی‌توان یافت. بی‌سلیقگی و ناآگاهی از ویژگی‌ها و فنون علمی موسیقی پاپ «مانند ملودی نویسی، بداهه‌نوازی، سیستم‌های مدال، هارمونی، ارکستراسیون و تنظیم» و تولید ارزان‌قیمت و غیرفنی، به کاهش کیفیت و ارزش موسیقایی این محصولات دامن می‌زنند.

جدول شماره (۳): وضعیت موسیقی طی دهه‌های ۲۰ تا ۸۰ شمسی در ایران

دهه	سیاست محوری	نمود در جامعه	نتیجه عملکرد
۲۰ تا ۳۰ شمسی	حمایت از گونه‌های مدرن غربی	رشد طبقه نخبه‌گرا (الیتسیم)	حاشیه راندن موسیقی سنتی
۴۰ تا ۵۰ شمسی	رشد طبقه متوسط شهری	رشد رسانه‌های گروهی	رشد موسیقی و ایجاد سبک و مکاتب جدید تکثیر بی‌سابقه گونه‌های موسیقی
۵۰ تا ۵۷ شمسی (پیش از انقلاب)	گسترش فرهنگ غربی و غیر ایرانی در سطح کلان جامعه	تقابل سبک‌های موسیقی مدرن	رشد موسیقی کلاسیک غربی موسیقی پاپ متأثر از فرهنگ غربی
۶۰ تا ۷۰ شمسی	تغییر در نظام ایدئولوژیک (تغییر ساختار فرهنگی)	موسیقی مردم‌پسند غربی (موسیقی جهانی) موسیقی مردم‌پسند ایرانی (موسیقی سنتی)	ظهور گونه جدید از موسیقی عامه‌پسند (موسیقی لوس آنجلسی) سبک‌های راک ایرانی، هپ-هاپ و ...
۷۰ تا ۸۰ شمسی	برداشتن محدودیت‌ها و بازنگری در موسیقی و صدور مجوز	تابعیت از مفاهیم (تکثیر رسانه‌ای - نظام ستاره‌سازی - تولید و فروش)	موسیقی سنتی (شجریان - علیزاده و ...) موسیقی پاپ ایرانی (راک و رپ ایرانی)

بحث و نتیجه‌گیری

همان گونه که پیش از آن نیز اشاره گردید؛ آدرنو نظام سرمایه‌داری را به واسطه سلطه صنعت فرهنگ که محصول نظام برخاسته از ساختار مبادله‌ای در جامعه سرمایه‌داری می‌باشد و به واسطه عدم عقلانیت ابزاری در جامعه سبب ایجاد استثمار فرهنگی و به دنبال آن ایجاد نظام هدف‌مند سود و منفعت در جامعه است می‌داند. از طرفی صنعت فرهنگ به واسطه یکسان‌سازی و استانداردسازی در میان روابط میان انسان‌ها و کالاها تبدیل به مقوله بت‌وارگی و شیئی‌انگاری گردیده که به دنبال آن ارزش خاص مصرفی و ارزش مبادله‌ای کالا را به دنبال دارد. لذا با تاکید بر قابلیت بازاریابی و سود انگاری حاصل از روند کالایی شدن اثر هنری، که باعث از میان رفتن خودمختاری در اثر هنری و موسیقی فاخر در میان توده مردم

گردیده است. از طرفی در این پژوهش سعی بر آن گردیده تا با تحلیلی جامع از نظریه صنعت فرهنگ و نظام کالاسازی در موسیقی و بالاخص موسیقی عامه‌پسند ایرانی طی دهه ۴۰ شمسی و با تسلط بر نظام سلطه بازار و مقوله تکثیر انبوه در میان توده‌های مردم به نتایج حاصل از این تحقیق پاسخ مناسبی را ارائه داد. لذا ضمن بازگویی تعاریف پیش گفته با طرح سه پرسش اصلی در خصوص: ۱. تاثیر صنعت فرهنگ در وضعیت موسیقی کلاسیک ایرانی؛ و ۲. تاثیر نظریه صنعت فرهنگ در ایجاد جریان پایبولاریسم و موسیقی پاپ طی دهه ۴۰ تا امروز بر مبنای الگوی زیربنا و روبنای اقتصادی- فرهنگی مارکس و ۳. تاثیر نظریه صنعت فرهنگ در تحلیل موسیقی آوانگارد و مدرنیسم در موسیقی ایرانی می‌توان به نتایج زیر اشاره نمود که از آن میان به نظر می‌رسد تاثیر نظریه صنعت فرهنگ در موسیقی عامه‌پسند ایرانی از بیشترین توجه و تاثیر برخوردار بوده و بخش مهمی از این پژوهش صرف پاسخگویی مناسب و بررسی تحلیلی و جامعه‌شناسانه در این زمینه گردیده است.

لذا از آن میان می‌توان اشاره نمود که مشخصه اصلی موسیقی عامه‌پسند، ترکیبی از عناصر سرگرم کننده هنر توده‌گرا بوده و می‌توان قدرت‌های تجاری موسیقی عامه‌پسند را بر مبنای الگوی صنعتی ساخت. پس هدف از تولید کالا این است که بیشترین تعداد ممکن مشتری را به خود جذب کند، بنابراین موسیقی عامه‌پسند باید، عمومی، یکسان و دست یافتنی باشد و از ریتم‌ها و ساختارهای مشابه که مرتباً تکرار می‌شوند، ساخته شده باشد که تولید دائمی محصول جدید باید به مشتریان عرضه شود. در نتیجه موسیقی عامه‌پسند، رقیب و جایگزین موسیقی سنتی فولکور، محلی و منطقه‌ای قرار می‌گیرد. با توجه به این مقوله، تولیدات موسیقی عامه‌پسند ایرانی تحت تاثیر نظام بازار و ستاره‌سازی که خود بازتاب شیوه و تفکر روزمره زندگی توده مردم و وسیله‌ای جهت مقابله با فرهنگ نخبه‌گرا قرار دارد که در نتیجه رشد طبقه متوسط جامعه شهری و اقتصاد مبتنی بر بازار مصرف و رسانه‌های گروهی طی سال‌های گذشته در فضای اجتماعی ایران رشد و نمو یافته است. بر همین اساس تکثیر رسانه‌ها و لزوم گسترش فناوری و تکنولوژی که تحت تاثیر فرهنگ غربی وارد کشور گردید توانسته در سطح گسترده و طی دهه‌های ۴۰ شمسی و به جهت یافتن هویت جدید در بین جوانان رشد یابد که هدف اصلی آن ایجاد لذت برای مخاطبان بوده است. این شکل از موسیقی مصرفی طی سال‌های بعد با تلفیق با موسیقی ایرانی و آواها و تصانیف موسیقی ایرانی شکل جدیدتری به خود گرفت که در آن سه ضلع آهنگساز، خواننده و مردم سعی بر آن داشتند به نوعی شکل نوظهور موسیقی عامه‌پسند را با جریانات سیاسی و فرهنگی روز تلفیق نمایند که بعضاً این جریانات با مقوله "سیاسی شدن فرهنگ" مقبولیت عام یافت. از این رو موسیقی عامه‌پسند در ایران نیز سعی در ایجاد استانداردسازی و به انفعال کشیدن توده‌ها و راضی نگه داشتن سلیقه توده‌ها دارد، زیرا همواره شرکت‌ها و سرمایه‌داران بخش فرهنگ به این نتیجه واقف گردیده‌اند که با تغییر در ساختار و عادت‌های شنیداری توده‌ها می‌توانند بر فرآیند عرضه و تقاضای کالاهای فرهنگی در سطح گسترده توفیق یابند. از طرف دیگر گونه دیگر این تولیدات را آثاری تحت عنوان موسیقی

کلاسیک سبک که خود بر گرفته از موسیقی کلاسیک ایرانی است در بر می‌گیرد که نتیجه آن شکل نوظهوری از آثاری تحت عنوان تصنیف و آثار تنظیم شده نه چندان پرمایه اما با الهام از گوشه‌ها و آوازهای ردیف موسیقی ایرانی است که از یک طرف مسئله هویت‌بخشی به موسیقی ایرانی را برجسته می‌سازد و از طرفی دیگر هم‌چنان ارتباط خود را با بخشی از بدنه اجتماعی و توده‌های مردم که غالباً نسل میان سال کشور را تشکیل می‌دهد با خود به همراه دارد که تحت عنوان موسیقی سبک و موسیقی مجلسی ایرانی از آن یاد می‌گردد. در پایان بخش ناگفته این جریان فرهنگی را می‌توان در خود ردیف دستگاهی و موسیقی کلاسیک ایرانی و موسیقی فاخر دانست که تنها با حمایت افراد معدود که عمدتاً از طبقه نخبه‌گرا جامعه فرهنگی بوده و طی سال‌های متمادی دغدغه اصلی آن‌ها در حفظ و اشاعه این جریانات به شمار می‌آید دانست که در این زمینه می‌توان از کمترین تاثیر و رسوخ نظام بازار و صنعت تکثیر و تولید انبوه در آن بر شمرد. این بخش از جریانات چندان مقبولیتی با نظام‌های استعماری فرهنگی نداشته و همواره کوشیده است تا با شیوه‌ای مدون خود در امر آموزش در مراکز و دانشگاه‌های کشور به رشد و تکاپو خود ادامه دهد و جایگاه علمی‌تری را طی سال‌های گذشته در بین جوانان و علاقمندان به موسیقی فاخر ایجاد نماید.

تعارض منافع

«بنا بر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.»

منابع

1. Adorno, Theodore and George Simpson. (2002). About Popular Music, Translated by Alireza Seyed Ahmadian, Mahour Quarterly. No. 17, P.p: 81-101
2. Adorno, Theodor W. (2015). *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, Mon- May 5, 2003 ; Substantive revision Mon Oct 26, First published.
3. Adorno, Theodor W & Rabinbach, Anson G. (1975). *Culture Industry Reconsidered*, published by: New German Critique, No. 6, P.p: 12-19.
4. Bottomore, Thomas Burton. (2014). Frankfurt School, translated by Hossein Ali Nozari, Tehran: Ney Publications, third edition.
5. Billy, John. (2003). Multicultural Perspectives in Popular Music: The Case of Afghanistan, translated by Natalie Choobineh, Mahour Quarterly, No. 22, P.p: 7-24.
6. Fatemi, Sasan. (2000). Study of popular music; Research on the possibility of forming an interdisciplinary field of popular music studies in Iran, Scientific-Research Quarterly of Fine Arts (Performing Arts and Music), Volume 18, Number 2, P.p: 41-48.
7. Fatemi, Sasan. (2001). Folk Music Classical Music, Art Quarterly, No. 47, P.p: 145-158.
8. Fatemi, Sasan. (2011). Towards a New Theory of Popular Music, Bi-Quarterly Journal of the University of Arts, Second Year, No. 3, P.p: 119-132.
9. Fokuhi, Nasser. (2013). Anthropology of Art: Beauty, Power, Mythology, Tehran: Third Publications. Collection of Philosophy and Social Sciences, Second Edition,
10. Frith, Simon, Will straw & John, Street. (2001). *The Cambridge companion to pop and Rock*, Cambridge, Cambridge University Press.
11. Horkheimer, Max. (2015). Eclipse of Wisdom, translated by Mahmoud Eksiri fard, Tehran: Game No Publications, second edition.
12. Hesmondhalgh, David & Pratt, Andy C. (2005). Cultural Industries and Cultural Policy, international journal of cultural policy, Vol. 11, No. 1, P.p: 1-14.
13. Kosari, Massoud. (2003). Signs of Pop Music (Popular), Quarterly: Cultural Research Letter, No. 5, P.p: 5-50.
14. Kurishi, Regula Burkhart. (2008). Music and Marx, translated by Shahriar Khajavian, Tehran: Tasnif Publications, Volume One, First Edition.
15. Madadpour, Mohammad. (2005). Introduction to the views of thinkers about art. [Beauty art in the opinion of new thinkers: modern and postmodern], Collection of History of Wisdom and Philosophy of Art (4), Tehran: Soreh Mehr Publications (Islamic Propaganda Organization Art Center). First Edition.
16. Melpas, Simon and Paul, Wick. (2015). An Introduction to Critical Theory, translated by Golnaz Sarkar Farshi, Tehran: Samat Publications, First Edition.
17. Mir Hamidi, Farzad. (2012). Upcoming Media Perspective: A Review of Popular Music in Iran in Recent Years, Music Art Monthly, No. 132, P.p: 40-43.
18. Mohammadpour; Ahmad, Shariat Panah; Abu Bakr and others. (2013). Sociological analysis of the method of constructing identity through the consumption of popular music among young people, Iranian Journal of Social Studies, Volume 7, Number 4, P.p: 137-159.
19. Nettle, Bruno. (2003). The role of music in culture: Iran is a developed nation, translated by Natalie Choobineh, Mahour Quarterly, No. 21, P.p: 9-39.
20. Nozari, Hossein Ali. (2007). Critical Theory of the Frankfurt School in Humanities and Social Sciences, Tehran: Agah Publications.

21. Payne, Michael. (2003). *The Culture of Critical Thought from the Enlightenment to Postmodernity*, translated by Payam Yazdanjoo, Tehran: Publishing Center. Second Edition.
22. Paddison, Max. (1982). *The Critique Criticised, Adorno and Popular Music, Theory and Method*, Published by: Cambridge University Press, Vol. 2, P.p: 201-218.
23. Ritzer, George. (1995). *Sociological Theory in Contemporary Times*, translated by Mohsen Thalasi, Tehran: Scientific Publications.
24. Samim, Reza. (2013). A critical look at the internal history of the study of popular music; Research on the Possibility of Forming an Interdisciplinary Field of Popular Music Studies in Iran, Tehran: Quarterly Journal of Fine Arts (Performing Arts and Music). Volume 18. Number 2. P.p: 41-48.
25. Shuker, Roy. (2005). *Recognition of popular music*, translated by Mohsen Elhamian, Tehran: Mahour Cultural and Artistic Institute Publications. First edition.
26. Ward, Glenn. (2005). *Postmodernism*, Translators: Qader FakhR Ranjbari and Abuzar Karami, Tehran: Mahi Publications, First Edition.
27. Witkin, Robert. (2003). *Culture and Jazz Industry: Adorno's Views*, Translated by Ali Reza Placid, Monthly Book of the Month, February and March, P.p: 52-66.
28. Yar ahmadian, Seyed Mehdi. (2014). A Review of the Theory of Frankfurt School Culture, Research Culture Quarterly, No. 17, P.p: 40-72.