

Shiraz-Beethoven.ir

فهرست

۱۱	پیشگفتار.....
	بخش نخست: مطالعات نظری در حوزه موسیقی
۱۷	هنرموسیقی و مفهوم آن.....
۱۸	تعاریف موسیقی.....
۲۱	معنای موسیقی.....
۲۵	مراحل فهم معنای موسیقی.....
۲۸	رویکردهای مختلف مطالعات موسیقی.....
۲۸	له رویکرد فلسفی به موسیقی.....
۳۵	له رویکرد ایدئولوژیکی (سیاسی) به موسیقی.....
۳۶	له دین و موسیقی.....
۳۹	له فلسفه موسیقی کلیسایی آدونتیست.....
۴۰	له فلسفه موسیقی اوانجلیست.....
۴۱	له موسیقی و غنا در اسلام.....
۴۳	له رویکرد زیبایی شناختی به موسیقی.....
۴۵	له رویکرد اجتماعی در مطالعات موسیقی.....

- ۴۶ موسیقی‌شناسی تاریخی
- ۵۵ مردم‌شناسی موسیقی
- ۵۷ تاریخچه مردم‌شناسی موسیقی
- ۶۲ موضوع و قلمرو مردم‌شناسی موسیقی
- ۶۵ حوزه‌های پژوهش مردم‌شناسی موسیقی از نظر آن مریم
- ۷۰ رویکردهای چهارگانه مردم‌شناسی موسیقی
- ۷۲ اهداف، جهت‌گیری و نظریه‌های مردم‌شناسی موسیقی
- ۸۰ کارکردهای اجتماعی موسیقی در مطالعات مریم
- ۸۳ موسیقی زبان عام یا ارتباط عام
- ۸۷ نقد و بررسی مردم‌شناسی موسیقی
- ۸۸ جامعه‌شناسی موسیقی
- ۹۲ جامعه‌شناسی تاریخی و جامعه‌شناسی هنری موسیقی
- ۹۷ موضوع و قلمرو جامعه‌شناسی موسیقی
- ۱۰۳ تقاضای اجتماعی از موسیقی
- ۱۰۵ نقش فرد و جامعه در حوزه موسیقی
- ۱۰۶ کارکردهای پنج‌گانه جامعه‌شناسی موسیقی
- ۱۰۷ روش‌ها در جامعه‌شناسی موسیقی
- ۱۰۹ تحلیل جامعه‌شناسی موسیقی
- ۱۱۱ ضرورت‌های روش‌شناختی جامعه‌شناسی موسیقی
- ۱۱۴ تبیین جامعه‌شناختی موسیقی
- ۱۱۶ رویکردها و آرای متفکران جامعه‌شناسی در موسیقی
- ۱۱۸ رویکرد مارکسیستی در جامعه‌شناسی موسیقی
- ۱۱۹ مکتب موسیقی چک
- ۱۲۰ جامعه‌شناسی موسیقی جورج زیمل

- ۱۲۲ انواع موسیقی و مخاطبان آن از نظر آدورنو.....
- ۱۲۵ دیدگاه‌های جدید در جامعه‌شناسی موسیقی.....
- ۱۲۶ جایگاه جنسیت در نظام پیچیده و متحول موسیقی.....
- ۱۲۶ فمینیسم و موسیقی.....
- ۱۲۷ زنان و زیبایی‌شناسی موسیقی.....
- ۱۲۸ تأثیر فضا و مکان بر موسیقی.....
- ۱۳۰ تأثیر جهانی شدن بر موسیقی.....
- ۱۳۰ تولیدات تجاری موسیقی و دیدگاه‌های جدید جامعه‌شناسی.....
- ۱۳۵ دنیای هنر و فعالیت‌های جمعی.....
- ۱۳۵ دنیای هنر و ویژگی‌های آن.....
- ۱۴۳ دیدگاه تولید فرهنگ.....
- ۱۴۴ نمونه‌هایی از سطوح شش‌گانه در حوزه موسیقی.....
- ۱۴۵ ساختار سازمانی و موسیقی کلاسیک.....
- ۱۴۷ ساختار صنعت موسیقی و تولیدات نامتمرکز.....
- ۱۵۲ موسیقی، جنسیت و فرصت‌های شغلی.....
- ۱۵۵ فناوری و موسیقی.....
- ۱۵۷ قوانین و بازار آر اند بی (R & B).....
- ۱۵۸ رابطه تقاضای موسیقی و مقاومت در برابر فرهنگ مسلط.....
- ۱۶۰ موسیقی، بازار و جنبش‌های اجتماعی.....
- ۱۶۲ چهار بعد آهنگ‌سازان در بازار موسیقی.....
- ۱۶۳ بررسی رویکرد تولید فرهنگ.....
- ۱۶۸ نقد و بررسی جامعه‌شناسی موسیقی.....
- ۱۸۱ موسیقی و رسانه‌ها.....
- ۱۸۱ موسیقی و رادیو.....
- ۱۸۲ تولد فهرست آهنگ‌های مورد علاقه یا محبوب.....

- ۱۸۳ نقش رادیو در صنعت موسیقی
- ۱۸۹ موسیقی محلی و رادیو
- ۱۹۱ موسیقی فیلم
- ۱۹۲ موسیقی ویدئویی
- ۱۹۵ عوامل گسترش ویدئو موسیقی
- ۱۹۸ تلویزیون - موسیقی ام تی وی (MTV)
- ۱۹۹ اینترنت و موسیقی
- ۲۰۱ نقش اینترنت در گسترش بازار موسیقی
- ۲۰۳ صنعت موسیقی و نهمان‌سازی در برگردان
- ۲۰۴ تاریخچهٔ وارون‌نگاری
- ۲۰۷ وضع قوانین علیه نهمان‌سازی در برگردان
- ۲۰۸ تجدید فعالیت
- ۲۰۹ بهره‌برداری از نهمان‌سازی
- ۲۰۹ برگردان اهریمنی
- ۲۱۰ استفادهٔ زیبایی‌شناختی در برگردان
- ۲۱۱ شوخی‌های پیامی در برگردان موسیقی
- ۲۱۱ ایجاد پیام‌های انتقادی و صریح
- ۲۱۲ نهمان‌سازی برای فرار از سانسور
- ۲۱۲ دعاوی له و علیه نهمان‌سازی در برگردان موسیقی
- ۲۱۵ موسیقی زیرزمینی

بخش دوم: مقالات کاربردی دربارهٔ موسیقی

- ۲۲۱ مقدمه
- ۲۲۳ ۱. موسیقی در رادیو و فلسفهٔ شنیدن
- ۲۲۶ فلسفهٔ موسیقی در جامعه

- ۲۲۸ شنیدن یا گوش کردن بدون توجه
- ۲۲۸ گوش کردن احساساتی
- ۲۲۹ گوش کردن باهیجان
- ۲۲۹ گوش کردن ادراکی
- ۲۳۲ فلسفه رادیو و شنوندگان
- ۲۳۳ مصرف یا استفاده از موسیقی
- ۲۳۵ وظیفه ما چیست؟
- ۲۳۷ کنش جمعی، کنش فردی (کاربرد موسیقی در رادیو)
- ۲۴۰ کنش اجتماعی چیست؟
- ۲۴۲ موسیقی و جامعه
- ۲۴۵ ورود موسیقی به رادیو
- ۲۴۶ اصول حاکم بر موسیقی در رسانه
- ۲۴۷ فلسفه وجودی موسیقی و کارکرد آن در رسانه
- ۲۴۹ کارویژه‌های موسیقی در رادیو
- ۲۵۲ فلسفه رسانه و نوع و ماهیت آن
- ۲۵۴ کاربرد فلسفه رسانه در رادیو
- ۲۵۶ چارچوب حرمت و حلیت موسیقی
- ۲۵۷ بررسی موسیقی در آرای فقها
- ۲۵۸ حکم موسیقی در موارد مشکوک
- ۲۶۱ محیط رادیو و عناصر مؤثر آن
- ۲۶۲ محیط سازمان و شرایط آن
- ۲۶۳ گرایش‌های اندیشه‌ای و سلیقه‌ای مدیران و تصمیم‌گیران سازمان
- شکل و نحوه تأثیرگذاری ذی‌نفعان خارج از رادیو بر رویکردهای موسیقایی درون سیستم رادیو

- ۲۶۴ مله درک رسانه و تهیه‌کننده از فضای رقابتی رسانه‌ای و راه‌های جذب مخاطب برای دریافت پیام‌های رسانه‌ای
 ۲۶۵ مله ویژگی‌های فردی تهیه‌کننده رادیو
 ۲۶۶ مله احساس تهیه‌کننده از تمایلات شنوندگان
 ۲۶۷ مله فشار حلقه حرفه‌ای‌ها بر تهیه‌کننده
 ۲۶۸ مله میزان رضایتمندی تهیه‌کننده از موسیقی در دسترس سازمان
 ۲۶۹ مله میزان آشنایی تهیه‌کننده با انواع موسیقی و مهارت بهره‌برداری
 ۲۷۰ مله درک تهیه‌کننده از علایق سازمان به انواع موسیقی و نحوه اعمال آن
 ۲۷۱ مله نحوه استفاده تهیه‌کننده از زمینه‌های محتوایی برنامه
 ۲۷۱ مله وضعیت و شرایط موسیقی در جامعه یا در میان مخاطبان
 ۲۷۲ مله سیاست‌های اعلامی و اعمالی سازمان درباره موسیقی
 ۲۷۳ مله فرهنگ سازمانی حوزه صدا
 ۲۷۳ مله نتیجه‌گیری
 ۲۷۵ مله ۳. فلسفه رادیو آوا
 ۲۸۰ مله مزیت‌های رادیو برای ایجاد یک رادیو موسیقی
 ۲۸۳ مله موسیقی و کارکردهای آن
 ۲۸۵ مله کارکردهای موسیقی در رادیو
 ۲۸۹ مله چارچوب نظری معنای موسیقی برای رادیو
 ۲۹۰ مله شرایط و محیط اجتماعی و کارکرد رادیو آوا
 ۲۹۳ مله تفاوت هویت رادیو آوا با دیگر رادیوها
 ۲۹۴ مله عناصر هویت‌ساز رادیو
 ۲۹۹ منابع
 ۳۰۷ نمایه

پیشگفتار

موسیقی یکی از پرکاربردترین مواد در تولیدات رسانه‌ای و یکی از دغدغه‌های همیشگی فعالان و پژوهشگران این حوزه است. همواره نگاه اهل رسانه به موسیقی با آنچه اهل موسیقی می‌پندارند تفاوت بارزی دارد؛ زیرا ممکن است آنچه از بیرون درک و فهم می‌شود با آنچه از درون دیده می‌شود، یکسان نباشد که این چنین نیز هست، اما گاهی این تمایز و تفاوت بسیار زیاد است. این امر طبیعی می‌نماید، اما تا حد بسیاری نشئت گرفته از ماهیت موسیقی است. هنوز در اینکه موسیقی دارای معناست یا فاقد آن، هیچ توافقی میان اهل نظر حاصل نشده است. برخی بر این باورند که موسیقی زبان بین‌المللی است و گروهی آن را بیشتر در حد زبانی محلی و در نهایت قومی می‌دانند. فیلسوفی نظیر کانت آن را هنر متجاوز می‌داند که حریم خصوصی نمی‌شناسد و از مرزهای فردی عبور می‌کند و چون در قضا پخش شد ناچار از شنیدن هستی و نمی‌توانی برخلاف تصویر چشم خود را بر آن ببندی. در حالی که گروهی آن را والاترین هنر بشری می‌دانند، و به‌زعم فارابی، هنری روح‌افزاست، ولی اگر آواز همراهش

نباشد کامل نیست و انتظار شنونده را بر نمی‌آورد، در حالی که گروهی موسیقی محض را تام و کامل می‌دانند. این تمایز و تفاوت چندان غریب نیست. این دوگانگی که در حوزه مطالعاتی وجود دارد، نمی‌تواند گفت‌شده‌ای از آن نیز در حوزه‌های کاربردی رسانه‌ها حاضر است. در حوزه رسانه‌ها، عامل دیگری نیز وجود دارد که تشدیدکننده این شرایط است و آن نقش و کارکرد موسیقی در تولیدات است. اگرچه برخی از مردم‌شناسان یا جامعه‌شناسان کارکردهای موسیقی را در حوزه اجتماعی بیان کرده‌اند، از جمله آلن مریام که در کتابش به‌طور مفصل به آن پرداخته است، اما در رسانه، موسیقی کارکردهای چندگانه خاصی دارد که تولیدکنندگان و برنامه‌ریزان رسانه بیشتر این وجه و کارکرد موسیقی را مدنظر قرار می‌دهند. این نگاه کارکردی موسیقایی خود سبب حرف و گفتی، نه‌چندان در تقابل اما نه خیلی دوستانه، میان اهل موسیقی از طرفی و اهالی رسانه از طرف دیگر می‌شود و همواره اعتراض اهل موسیقی به رسانه‌ها را آشکار می‌کند که قطع و وصل موسیقی در برنامه‌ها نادرست و احساس‌گش است. در همان حال، اهالی رسانه معترض‌اند که موسیقی شما در استعداد کاربری رسانه نیست و استفاده از آن زحمتی بسیار دارد. وجود این دوگانگی در حوزه‌های تولیدی، به‌خصوص رادیو که اهمیت موسیقی برایش دوچندان است، و نیاز دانشجویان رشته رادیو دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران از طرفی و فقدان مباحث اجتماعی موسیقی از طرف دیگر موجب شده است مباحث این کتاب فراهم شود تا فرصت مطالعه درباره موسیقی برای علاقه‌مندان ایجاد شود.

در ابتدا، قصد تهیه مقاله‌ای در همین زمینه داشتم اما کار به تدریج گسترده شد و عناوین گوناگونی از منظر مطالعه اجتماعی موسیقی به

آن افزوده شد. به علت گستره نفوذ و تأثیر موسیقی بر تولیدات رسانه‌ای، می‌باید دیدگاه‌ها و مطالعات اجتماعی دربارهٔ انواع موسیقی نیز به بحث گذاشته شود تا استفاده از موسیقی با شناخت عمیق‌تری صورت پذیرد. این کتاب از دویخش تشکیل شده است؛ در بخش اول، ابتدا دربارهٔ اصل موسیقی بحث شده و سپس مختصری دربارهٔ فلسفهٔ موسیقی و دیدگاه برخی فیلسوفان نوشته شده و بعد از اشاره به ایدئولوژی سیاسی در موسیقی، دیدگاه دین‌های مسیحیت و اسلام دربارهٔ موسیقی به اختصار بیان شده و آنگاه انواع مطالعات اجتماعی موسیقی و دیدگاه‌های برخی مردم‌شناسان و جامعه‌شناسان موسیقی و دیدگاه‌های جدید دربارهٔ موسیقی از جمله تولید موسیقی به عنوان عنصر هنری آمده است، و در نهایت به موسیقی و انواع رسانه‌ها توجه شده است. در پایان بخش اول، دربارهٔ دو موضوع و آرون‌نگاری و موسیقی زیرزمینی که در حوزهٔ اجتماعی موسیقی اهمیت دارد بحث شده است. بخش دوم شامل سه مقاله دربارهٔ موسیقی رادیوست که سعی شده رابطهٔ متقابل موسیقی بر رادیو و رادیو بر موسیقی و استفاده‌هایی که از این وضعیت صورت گرفته است شرح داده شود. دو مقالهٔ آن در کنفرانس‌های بین‌المللی ارائه شده و دیگری در مجلهٔ پژوهش‌های ارتباطی چاپ شده است.

کمبود مطالعهٔ اجتماعی موسیقی تأثیر نامطلوبی بر بهره‌برداری کیفی از موسیقی در رسانه و حتی تولید آن دارد، اما خوشبختانه اخیراً به همت انتشارات سوره و برخی ناشران محترم، کتاب‌های خوبی با رویکرد اجتماعی به موسیقی وارد بازار نشر شده است که هر کدام به سهم خود خلأ این نیاز را مرتفع می‌کند. از انتشارات سروش برای چاپ این کتاب صمیمانه سپاسگزاری می‌کنم و همچنین از همکاران عزیز که در ترجمه

یا تدوین مطالب این جانب را یاری کردند، خصوصاً آقای دکتر طلوعی، مدیر محترم شبکهٔ جام جم که در تهیهٔ فهرست اولیه به این جانب کمک بسیاری کردند و آقای جوادی که زحمت بسیاری برای آماده شدن این کتاب از سر دوستی و همکاری متقبل شدند، صمیمانه سپاسگزارم.

حسن خجسته

۹۵ خرداد

یکی از این دو رویکرد، بیشتر تجربی است و به مطالعه موارد خاص می‌پردازد و دیگری بیشتر نظری است، و هر دو به گرایش‌های گوناگون تقسیم می‌شوند.

رویکردهای اجتماعی به موسیقی، دربردارنده سه گرایش عمده و اصلی است که عبارت‌اند از:

الف- موسیقی‌شناسی تاریخی

ب- مردم‌شناسی موسیقی

پ- جامعه‌شناسی موسیقی

این سه، شباهت‌ها و تفاوت‌های زیادی باهم دارند. در توضیح هر یک، شباهت‌ها به خوبی آشکار می‌شود و همچنان‌که مشترکات بسیاری در موضوع دارند، تفاوت‌هایی در اهداف و روش‌های آنها نیز مشهود است. جامعه‌شناسی موسیقی به نحو ویژه‌ای و ام‌دار دو دیدگاه دیگر است؛ زیرا از نتایج تحقیقات آنها بهره‌ی شماری می‌برد.

♩ موسیقی‌شناسی تاریخی

تاریخچه موسیقی یا موسیقی‌شناسی تاریخی نام حوزه‌ای مطالعاتی است که به‌طور عمده به بررسی زندگی و تاریخچه هنرمندان رشته موسیقی، فرایند شکل‌گیری گونه‌ها و سبک‌های موسیقایی، تأثیر موسیقی بر جامعه، گروه‌ها و افراد می‌پردازد. روش‌شناسی‌های اصلی که در پژوهش‌های مربوط به موسیقی‌شناسی تاریخی به‌کار می‌روند اغلب مطالعات مبتنی بر منبع هستند: نسخه‌شناسی^۱، لغت‌شناسی تاریخی^۲، تاریخ‌نگاری، شمایل‌شناسی^۳، تحلیل

1. paleography
2. philology
3. iconography

جامعه‌شناسی برای جبران این کاستی موفق‌تر عمل کرده است. از میانه دهه ۱۹۵۰ به بعد، مردم‌نگاران با دریافتن زمینه اقتصادی‌ای که آهنگ‌سازی در آن به تولید اثر می‌پرداخت، نشان دادند که اثر موسیقایی — صرفاً — محصول الهام هنری نیست، بلکه دستاورد کاربرد موضوعی حرفه‌ای برای مقصود اقتصادی نیز است. برای مثال، هوارد اس بکر^۱ به مطالعه و بررسی این موضوع پرداخت که چگونه آهنگ‌سازان موسیقی جاز، بین تقاضای شنوندگان و ذوق موسیقایی خود و هویت شغلی — که در بازاری مترز و بی‌ثبات دارند — موازنه برقرار می‌کنند. هوارد اس بکر بدین وسیله نشان داد که چگونه مشاهده مشارکتی نزدیک می‌تواند پژوهشگران را افزون بر داده‌های تجربی منظم، به بینش نظری برساند.^۲

جامعه‌شناسی موسیقی

جامعه‌شناسان تا دهه ۱۹۲۰ به کارکرد و نقش موسیقی در جامعه توجه داشتند تا آنکه بعد از جنگ دوم جهانی برخی موسیقی‌شناسان به بعضی از وجوه جامعه‌شناسی موسیقی علاقه‌مند شدند. پس از آن، در خلال دهه ۱۹۵۰ شکل جدیدی از موسیقی‌شناسی به صورت موسیقی اقوام ظاهر شد. این نوع مطالعه به موسیقی فرهنگ‌های مختلف، به‌ویژه فرهنگ‌های غیرغربی توجه نشان داد. این گروه از موسیقی‌شناسان قومی و فرهنگی بعد از مدتی به سرعت مجذوب این موضوع شدند که چرا موسیقی در تمام جنبه‌های زندگی برخی از اقوام و فرهنگ‌ها از قبیل رزم‌ها و بزم‌ها، بازی‌ها و کارها، آداب و رسوم و مناسک حضور دارد؟ البته، در کشورهای غربی نیز چون دیگر فرهنگ‌ها، موسیقی نقشی

1. Howard S. Beker

۲. در صفحات بعد، در موضوع دنیای هنر، به تفصیل در این باره بحث خواهد شد.