

جامعه، موسیقی، رادیو

رویکردی اجتماعی به موسیقی و رادیو

حسن خجسته

سروش

تهران ۱۳۹۵

شماره ترتیب انتشار: ۱۵۵۲

خجسته، حسن، ۱۳۳۱ -
جامعه، موسیقی، رادیو: رویکردی اجتماعی به موسیقی و رادیو
حسن خجسته، تهران: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران،
انتشارات سروش، ۱۳۹۵.
ISBN: 978-964-12-1098-6 ۳۲۰ ص.
فهرست نویسی براساس اطلاعات فیبا.
رادیو و موسیقی - جنبه‌های اجتماعی: صداوسیما جمهوری اسلامی
ایران: انتشارات سروش.
رده‌بندی کنگره: ۲ج ۳خ ML
رده‌بندی دیویی: ۷۸۰/۱۳ شماره کتابشناسی ملی ۴۴۰۷۱۰۳



انتشارات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

تهران، خیابان استاد شهید مطهری، تقاطع خیابان شهید دستگردی، ساختمان سروش
مرکز پخش: ۸-۸۸۳۴۵۰۶۴ / سامانه پیامکی ۱۰۰۰۵۳۵۶ / www.soroushpublishing.ir

عنوان: جامعه، موسیقی رادیو، رویکردی اجتماعی به موسیقی و رادیو

نویسنده: حسن خجسته

ویراستار: مریم عابدی ولوجردی

صفحه‌آرا: ندا اسدی / طراح جلد: پریسا رجبی‌مؤید

چاپ اول: ۱۳۹۵

قیمت: ۱۶۰/۰۰۰ ریال

این کتاب در پانصد نسخه در چاپخانه انتشارات سروش لیتوگرافی، چاپ و صحافی شد.

همه حقوق محفوظ است.

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۱۲-۱۰۹۸-۶

فهرست

۱۱ پیشگفتار

بخش نخست: مطالعات نظری در مورد موسیقی

۱۷ ۱ هنرموسیقی و مفهوم آن

۱۸ ۲ تعاریف موسیقی

۲۱ ۳ معنای موسیقی

۲۵ ۴ مراحل فهم معنای موسیقی

۲۸ ۵ رویکردهای مختلف مطالعات موسیقی

۲۸ ۱ رویکرد فلسفی به موسیقی

۳۵ ۲ رویکرد ایدئولوژیکی (سیاسی) به موسیقی

۳۷ ۳ دین و موسیقی

۳۹ ۴ فلسفه موسیقی کلیسایی آدونتیست

۴۰ ۵ فلسفه موسیقی اوانجلیست

۴۱ ۶ موسیقی و غنا در اسلام

۴۳ ۷ رویکرد زیبایی‌شناختی به موسیقی

۴۵ ۸ 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 آلن مریام
- ۷۰ رویکردهای چهارگانه مردم‌شناسی موسیقی
- ۷۲ اهداف، جهت‌گیری و نظریه‌های مردم‌شناسی موسیقی
- ۸۰ کاربردهای اجتماعی موسیقی در مطالعات مریام
- ۸۳ موسیقی زبان عام یا ارتباط عام
- ۸۷ نقد و بررسی مردم‌شناسی موسیقی
- ۸۸ جامعه‌شناسی موسیقی
- ۹۲ جامعه‌شناسی تاریخی جامعه‌شناسی هنری موسیقی
- ۹۷ موضوع و قلمرو جامعه‌شناسی موسیقی
- ۱۰۳ تقاضای اجتماعی از موسیقی
- ۱۰۵ نقش فرد و جامعه در حوزه جامعه‌شناسی موسیقی
- ۱۰۶ کاربردهای 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 له انواع موسیقی و مخاطبان آن از نظر آدورنو.....
- ۱۲۵ له دیدگاه‌های جدید در جامعه‌شناسی موسیقی.....
- ۱۲۶ له جایگاه جنسیت در نظام پیچیده و متحول موسیقی.....
- ۱۲۶ له فمینیسم و موسیقی.....
- ۱۲۷ له زنان و زیبایی‌شناسی موسیقی.....
- ۱۲۸ له تأثیر رضا و مکان بر موسیقی.....
- ۱۳۰ له تأثیر جهانی شدن بر موسیقی.....
- ۱۳۰ له تولیدات تجاری موسیقی و دیدگاه‌های جدید جامعه‌شناسی.....
- ۱۳۵ له دنیا، هنر، فعالیت‌های جمعی.....
- ۱۳۵ له دنیای هر روز، ویژگی‌های آن.....
- ۱۴۳ له دیدگاه سربید فرانت.....
- ۱۴۴ له نمونه‌هایی از سطوح شش‌گانه ر حوزه موسیقی.....
- ۱۴۵ له ساختار سازمانی و موسیقی.....
- ۱۴۷ له ساختار صنعت موسیقی و تولیدات نامت‌رکز.....
- ۱۵۲ له موسیقی، جنسیت و فرصت‌های شغلی.....
- ۱۵۵ له فناوری و موسیقی.....
- ۱۵۷ له قوانین و بازار آر اند بی (R & B).....
- ۱۵۸ له رابطه تقاضای موسیقی و مقاومت در برابر فرهنگ مسلمان.....
- ۱۶۰ له موسیقی، بازار و جنبش‌های اجتماعی.....
- ۱۶۲ له چهار بعد آهنگ‌سازان در بازار موسیقی.....
- ۱۶۳ له بررسی رویکرد تولید فرهنگ.....
- ۱۶۸ له نقد و بررسی جامعه‌شناسی موسیقی.....
- ۱۸۱ له موسیقی و رسانه‌ها.....
- ۱۸۱ له موسیقی و رادیو.....
- ۱۸۲ له 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 نهم سازی در برگردان
- ۲۰۴ رونا نگاری
- ۲۰۷ وضع خوانیر علیه نهم سازی در برگردان
- ۲۰۸ تجدید فعالیت
- ۲۰۹ بهره برداری از نهم سازی
- ۲۰۹ برگردان اهریمنی
- ۲۱۰ استفاده زیبایی شناختی در برگردان
- ۲۱۱ شوخی های پیامی در برگردان موسیقی
- ۲۱۱ ایجاد پیام های انتقادی و صریح
- ۲۱۲ نهم سازی برای فرار از سانسور
- ۲۱۲ دعاوی له و علیه نهم سازی در برگردان موسیقی
- ۲۱۵ موسیقی زیرزمینی

بخش دوم: مقالات کاربردی درباره موسیقی

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

- ۲۲۸ شنیدن یا گوش کردن بدون توجه
- ۲۲۸ گوش کردن احساساتی
- ۲۲۹ گوش کردن با هیجان
- 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 سلیقه در رسانه
- ۲۴۷ فلسفه وجودی موسیقی و سازکرد 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 ۲۶۳

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

پیشگفتار

موسیقی یکی از پرکاربردترین مواد در تولیدات رسانه‌ای و یکی از دغدغه‌های همیشگی فنانان و پرورشگران این حوزه است. همواره نگاه اهل رسانه به موسیقی با آنچه اهل موسیقی می‌پندارند تفاوت بارزی دارد؛ زیرا ممکن است آنچه از بیرون درک 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 عدد بسیاری نشست گرفته از ماهیت موسیقی است. هنوز در اینکه موسیقی دارای ماهیت است یا فاقد آن، هیچ توافقی میان اهل نظر حاصل نشده است. برخلاف این باورند که موسیقی زبان بین‌المللی است و گروهی آن را بیشتر در حد زبانی ملی 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 فضا پخش شد ناچار از شنیدن هستی و نمی‌توانی برخلاف تصویر چشم خود را بر آن بیندی. در حالی که گروهی آن را والاترین هنر بشری می‌دانند، و به زعم فارابی، هنری روح‌افزا است، ولی اگر آواز همراهش

نباشد کامل نیست و انتظار شنونده را بر نمی آورد، در حالی که گروهی موسیقی محض را تام و کامل می دانند. این تمایز و تفاوت چندان غریب نیست. این دوگانگی که در حوزه مطالعاتی وجود دارد، نمی و شاید بتوان گفت شهادی از آن نیز در حوزه های کاربردی رسانه ها حاضر است. در حوزه رسانه ها، عامل دیگری نیز وجود دارد که تشدیدکننده این شرایط است و آن نقش و کارکرد موسیقی در تولیدات است. اگرچه برخی از مردم شناسان یا جامعه شناسان کارکردهای موسیقی را در حوزه اجتماعی بیان کرده اند. از جمله آلن مریام که در کتابش به طور مفصل به آن پرداخته است، اما در رسانه، موسیقی کارکردهای چندگانه خاصی دارد که تولیدکنندگان و برنامه ریزان رسانه بیشتر این وجه و کارکرد موسیقی را مدنظر قرار می دهند. این نگاه کارکردی موسیقایی خود سبب حرف و گفتی، نه چندان در تقابلهای علمی و رسانه، میان اهل موسیقی از طرفی و اهالی رسانه از طرف دیگر می شود و همواره اعتراض اهل موسیقی به رسانه ها را آشکار می کند که قطع و مسلماً موسیقی در برنامه ها نادرست و احساس گش است. در همان حال، اهالی رسانه معترض اند که موسیقی شما در استعداد کاربری رسانه نیست و استفاده از آن زحمتی بسیار دارد. وجود این دوگانگی در حوزه های تولیدی، به خصوص رادیو که اهمیت موسیقی برایش دوچندان است، و نیاز دانشجویان رشته رادیو و 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 علاقه مندان ایجاد شود.

در ابتدا، قصد تهیه مقاله ای 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 دوی بخش 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 وارون‌نگاری 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 رادیو و رادیو بر موسیقی و استفاده‌هایی که از این وضعیت صورت گرفته است شرح داده شود. دو مقاله آن در کنفرانس‌های بین‌المللی ارائه شده و دیگری در مجله پژوهش‌های ارتباطی چاپ شده است.

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

یا تدوین مطالب این جانب را یاری کردند، خصوصاً آقای دکتر طلوعی، مدیر محترم شبکه جام جم که در تهیه 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

خرداد ۹۵

www.ketab.ir