



مقوله‌های فرهنگی مصرف موسیقی ملی ایران

پدرام جوادزاده^۱ - مسعود کوثری^۲ - محسن عامری شهبابی^۳ - عطاء الله ابطحی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۱۶

چکیده

موسیقی، همانند زبان و سنن یک جامعه، سهم قابل توجهی در حفظ و اشاعه فرهنگ ملی دارد. در ایران تنها موسیقی ملی، از آنجا که محصول تجربه تاریخی و زیست فرهنگی جامعه ما است، دارای ویژگی‌های ممتاز فرهنگ ایرانی است. کاهش حجم مخاطبین و میزان کارکرد اجتماعی موسیقی ملی در ایران کاملاً ملموس است. چرخه موسیقی از سه حوزه تولید، توزیع و مصرف تشکیل شده است. مصرف موسیقی توسط عامه جامعه اتفاق می‌افتد. عموم تحقیقات موسیقی را در معنای عام در نظر گرفته و تا امروز تحقیقی جهت کشف جهان فکری مصرف‌کنندگان موسیقی ملی ایران انجام نشده است. این مقاله به دنبال آن است تا مقوله‌های فرهنگی حاکم بر مصرف موسیقی ملی ایران را کشف نموده و ضمن ایجاد یک فهم جامع از این عرصه به موسیقی ملی کشور جهت خروج از وضعیت کنونی کمک نماید. روش مورد استفاده نظریه داده‌بنیاد نظام‌مند بوده است. داده‌ها توسط تکنیک مصاحبه عمیق جمع‌آوری شده و با استفاده از دستورالعمل‌های سه‌گانه باز، محوری و انتخابی کدگذاری و مقوله‌بندی شده است. از دل داده‌ها ۱۶ مفهوم و ۷ مقوله استخراج شده است. در انتها با استفاده از مدل پارادایمی، نظریه داده‌بنیاد بدست آمده به صورت داستان و مدل تصویری ارائه شده است.

کلید واژه‌ها: موسیقی ملی ایران، مصرف موسیقی، نظریه داده‌بنیاد

^۱ دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات. تهران. ایران.

pedramjavadzade@gmail.com

^۲ دانشیار، گروه ارتباطات، دانشگاه تهران. تهران. ایران. (نویسنده مسئول) mkousari@ut.ac.ir

^۳ استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، نراق. ایران. mohsenameri@iau-naragh.ac.ir

^۴ استادیار، گروه مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات. تهران. ایران. aao.sepehr4@gmail.com

مقدمه

در میان تعاریف مختلفی که رهیافت‌های گوناگون نظری تاکنون از فرهنگ ارائه داده‌اند، با در نظر گرفتن تفاوت‌های مختلف به صورت پیوسته با اشتراکاتی مواجه می‌شویم. این اشتراکات مفاهیم مختلفی نظیر ارزش‌ها، باورها، نمادها، الگوها، کنش‌ها و مفاهیمی از این دست را شامل می‌شوند. زمانی که از مقوله‌های فرهنگی سخن می‌گوییم چنین مفاهیمی مورد نظر واقع شده است.

موسیقی همانند زبان، پوشش و آداب و سنن از عناصر مهم تشکیل دهنده فرهنگ بوده و نقش غیر قابل انکاری در حفظ و اشاعه فرهنگ ملی یک جامعه دارد. از میان انواع بسیار متنوع موسیقی که در ایران عرضه و مصرف می‌شوند، تنها موسیقی ملی کشور که خود برآمده از تجربیات تاریخی و زیست فرهنگی جامعه ایرانی است، ویژگی‌های خاص و منحصر به فرد فرهنگی ایرانی را دربر می‌گیرد. چرخه موسیقی از سه بخش تولید، توزیع و مصرف تشکیل شده است. در ایران تولید توسط موسیقیدانان، توزیع توسط ناشران و مصرف توسط مردم جامعه اتفاق می‌افتد.

در سال‌های پس از انقلاب اسلامی، موسیقی پیوسته یکی از عوامل چالش‌برانگیز اجتماعی در ایران بوده و نوعی از تضاد بین ارزش‌های عرضه شده توسط عرصه مدیریت کلان کشور و طبقات مختلف جامعه، قابل مشاهده بوده است. هرچند عواملی که به بروز حساسیت بر روی موسیقی منتهی می‌شوند عموماً ناشی از موسیقی‌های زیرزمینی و غیر رسمی، آثار عرضه شده در خارج از کشور، موسیقی پاپ داخلی یا تصویر ذهنی باقی‌مانده از دوران پیش از انقلاب است اما واکنش‌های ناشی از این موارد به صورت معمول بر روی موسیقی ملی ایران اعمال می‌شود در حالی که خود این موسیقی نقشی در ایجاد این حساسیت‌ها ندارد.

در کشور آمار مشخصی از حجم مخاطبین موسیقی ملی و میزان اقبال اجتماعی آن در دسترس نیست اما کاملاً ملموس و مشخص است که حجم مخاطبین این موسیقی و میزان محبوبیت اجتماعی آن شدیداً رو به نزول است. اهمیت موسیقی ملی کشور توسط سطوح کلان مدیریتی در ایران درک نشده است و در نتیجه موسیقی ملی عملاً در برنامه‌های توسعه فرهنگی کشور سهم چندانی نداشته است. از آنجا که موسیقی ملی ایران هیچگاه مانند امروز در معرض رقابت با موسیقی‌های غیر بومی نبوده و از طرفی اقتضائاتی که این روزها بر جامعه ما وارد شده نیز بسیار متفاوت از گذشته است، به نظر می‌رسد فهم مقوله‌های فرهنگی حاکم بر مصرف این موسیقی در زمان اکنون، اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت.

تحقیق پیش رو از سه منظر متفاوت با سایر تحقیقات انجام شده در حوزه مصرف موسیقی است. عموم تحقیقات ناظر بر مصرف موسیقی، مفهوم موسیقی در معنای عام آن را در مرکز تحقیق قرار داده و از فهم و توجه به تفاوت‌های بنیادین موسیقی ملی ایران با انواع دیگر موسیقی به خصوص موسیقی‌های وارداتی و غیر بومی غافل بوده‌اند. همچنین این تحقیقات صرفاً با برشمردن برخی مولفه‌های کمی به دنبال مصرف‌سنجی و ارائه نوعی از الگوهای مصرف موسیقی بوده‌اند در حالی که این پژوهش در پی کشف و فهم اقتضائات حاکم بر جهان فکری مصرف‌کنندگان این نوع موسیقی است. در نهایت تحقیقات انجام شده در این حوزه عملاً با استفاده از نظریاتی که برای موسیقی کلاسیک غربی یا موسیقی مردم‌پسند در غرب ارائه شده‌اند به پژوهش در داخل کشور پرداخته‌اند در حالی که این تحقیق در پی ارائه یک نظریه جامع و بومی در حوزه مصرف موسیقی ملی ایران است. با عنایت به این توضیحات به نظر می‌رسد انجام این تحقیق ضمن ایجاد ادراکی جامع از مصرف موسیقی

ملی ایران به برون‌رفت این موسیقی از وضعیت کنونی کمک نماید.

ملی متولد می‌شود (جوادزاده و همکاران، ۱۳۹۹، ۱۵۶).

موسیقی ملی چیست؟

موسیقی ملی جزو آن دسته از مفاهیمی است که برای تعریف آن حدود مشخص و مرزبندی دقیقی در رساله‌های موسیقی‌شناسی ذکر نشده است. گویا این مفهوم به نظر اهالی موسیقی آنچنان بدیهی است که تلاش چندانی برای توضیحش انجام نشده است. این موضوع تقریباً امری جهان شمول بوده و در بیشتر رساله‌های نوشته شده در حوزه موسیقی ملی در کشورهای مختلف قابل مشاهده است. در ایران حتی این مفهوم گنگ‌تر هم به کار گرفته شده است. به عنوان مثال کتاب مهم «موسیقی ملی ایران» نوشته داریوش صفوت تعریفی از موسیقی ملی ایران ارائه نمی‌کند بلکه به بررسی مصادیق و سازها و ساختار و فواصل صوتی موسیقی ملی ایران پرداخته است. آنچه مشخص است شروع استفاده از این مفهوم به انتهای دوره رمانتیک (قرن نوزدهم) و حدود یک و نیم قرن اخیر بازگشته و می‌توان شکل‌گیری چنین مفهومی را احتمالاً نتیجه مرزبندی‌های نوین سیاسی و شگل-گیری مفاهیم کشور و ملت در معنای مورد استفاده در دوران معاصر دانست.

هنرهای ملی را باید انواع مختلفی از هنرهای بومی مردم یک جامعه دانست که در داخل مرزهای جغرافیایی و سیاسی مشخص یک کشور وجود دارند و بین هنرهای بومی مورد اشاره با هنرهای سایر کشورها یا ملت‌ها تمایز و تفاوت‌هایی قابل درک باشد. ژان دورینگ موسیقی‌شناس فرانسوی شاید تنها کسی است که به تعمق و تلاش برای تعریف نمودن مفاهیمی مانند ملیت در موسیقی ایرانی پرداخته است. او نظریات خود را در سلسله مقالات مختلفی در دانشگاه‌های استراسبورگ و شیکاگو ارائه داده و بخشی از آن‌ها به زبان فارسی ترجمه شده‌اند. دورینگ معتقد است:

در ترکیب موسیقی ملی ایران، صفت ملی از لفظ ملت مشتق شده، اختراعی جدید و مربوط به آخر قرن نوزدهم است. این کلمه با این که منشاء مذهبی داشته، طنین و انعکاس آن کاملاً غیر دینی بوده است. واژه‌ی ایرانی در این‌جا به معنای سیاسی آن است و همه‌ی ایرانیان خارج از ایران را از محدوده خود بیرون می‌گذارد (مانند افغانی، تاجیکی و غیره) اما ترک و ترکمن و عرب زبان ایران را کم و بیش از خود می‌داند (دورینگ، ۱۳۷۱، ۳۷۴).

در واقع شکل‌گیری این مفهوم به موازات تغییر معانی واژگانی نظیر وطن و ملت در پهنه جامعه در طی قرن اخیر اتفاق افتاده است. آنچه از شواهد تاریخی بر می‌آید در ایران، وطن در معنای شهر محل تولد و ملت در معنای دینی آن یعنی اجتماع مومنان و مسلمانان به کار می‌رفته است. زمانی که ما در یک انتقال تاریخی از واژگانی نظیر ممالک محروسه به واژگانی چون کشور تغییر می‌کنیم، بین دو دسته از انسان‌ها تمایز قائل شده‌ایم. کشور ایران یا مردم ایران و کشورهای دیگر یا مردمشان. در اینجا مفهوم هنرهای

با عنایت تعریف فوق، در این پژوهش موسیقی ملی ایران در معنای موسیقی دستگاهی (که عموماً موسیقی سنتی خطاب می‌شود) و موسیقی‌های محلی اقوام مختلف ایران مورد توجه و بررسی قرار گرفته است.

مطالعات پیشین

در بررسی پیشینه پژوهش با دو مشکل اصلی مواجه هستیم. اول در مورد تحقیقات داخلی، پژوهشی با میدان مطالعاتی مشابه در مصرف موسیقی ملی ایران انجام نشده است و این پژوهش قدم اول در پرداختن

۲) زمانی که ادراک محققین از حوزه مورد بررسی حتی هنوز به سطح ایجاد فرضیه نرسیده و امکان انجام تحقیقات مرسوم وجود ندارد.

۳) زمانی که در یک موضوع مشخص نیاز به نظریه‌ای مبتنی بر اقتضائات، جغرافیا، زمان، مکان یا فرهنگ خاصی داریم.

نظریه بنیادی، نظریه‌ای مبتنی بر بنیاد داده‌ها است و می‌تواند شکاف بین نظریه و پژوهش‌های تجربی را پوشش دهد.

این نظریه، به عنوان نوعی نظریه کلان قابل طرح است که محقق می‌تواند بر اساس آن، اقدام به تولید یک تبیین عام (یک نظریه) از یک فرایند، کنش، یا تعامل کند که بر اساس دیدگاه تعداد بسیاری از مشارکت‌کنندگان شکل گرفته است. پیش‌فرض‌های خاص متکی بر مکتب شیکاگو، پایه و اساس ایده‌های نظریه بنیادی را شکل می‌دهند. تمایل نظریه زمینه‌ای، دستیابی به سطحی بالاتر از توصیف، برای تولید یا کشف نظریه است. محقق نظریه بنیادی، به دنبال توسعه نظریه در بررسی و مطالعه کسانی است که در فرایند کنش یا تعامل مشابهی درگیرند. آنچه در نظریه-سازی اتفاق می‌افتد، نوعی استنتاج و انتزاع از یک فرایند معین و خاص است که مورد توجه قرار می‌گیرد (ایمان، ۱۳۹۷، ۷۰).

روش پژوهش

از میان روش‌های مختلف ارائه شده در نظریه داده‌بنیاد، نظریه داده‌بنیاد نظام‌مند یکی از اصلی‌ترین و پرکاربردترین روش‌های تحقیق اکتشافی است و برای تحقیقاتی مانند این پژوهش بسیار مناسب است. رویکرد سیستماتیک یا نظام‌مند محصول تحقیقات اشتراوس^۱ و کوربین^۲ است.

در این روش محقق باید با استفاده از چند گام مشخص و نظام‌مند در مسیر تحلیل داده‌ها حرکت نماید. این مراحل به ترتیب عبارتند از کدگذاری باز،

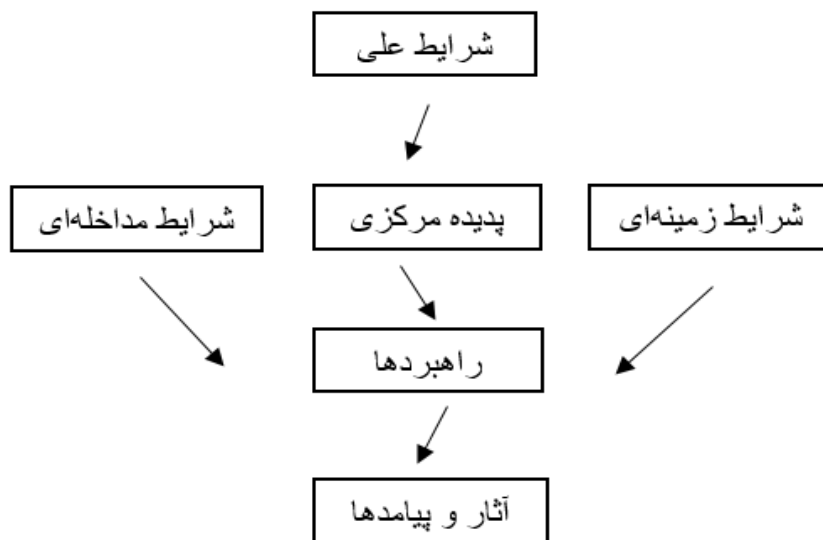
به این حوزه با رویکرد ارائه نظریه بومی است. دوم امکان استفاده از تحقیقات انجام شده در خارج از کشور را در این پژوهش نداریم. اول همان‌طور که پیشتر هم اشاره شد بین موسیقی ملی ایران با موسیقی-های کلاسیک یا عامه‌پسند غربی تفاوت بنیادین وجود دارد و استفاده از نظریات ارائه شده برای موسیقی‌های غربی برای این پژوهش فاقد وجاهت علمی است. در نتیجه این تحقیق با رویکرد اکتشافی به دنبال فهم حوزه‌ای است که عملاً پیش از این مورد توجه محققین قرار نگرفته است.

مبانی نظری

مبتنی بر توضیحات داده شده در داخل کشور نظریه‌ای مبتنی بر اقتضائات حاکم بر مصرف موسیقی ملی کشور تاکنون ارائه نشده است. در نتیجه در این تحقیق ناگزیر به استفاده از رویکردهای اکتشافی برای ایجاد یک نظریه مختص مصرف موسیقی ملی ایران خواهیم بود.

نظریه داده‌بنیاد، نوعی از پژوهش‌های کیفی است و مبتنی بر این ایده مرکزی شکل گرفته است که نظریه-پردازی نه لزوماً محصول داده‌های در دسترس بلکه محصول داده‌های حاصل شده از مشارکت افرادی است که فرایند مورد نظر محققین را تجربه نموده‌اند. در این روش نظریه مبتنی بر داده‌های حاصل از تحلیل تجربیات مشارکت‌کنندگان ساخته یا مفهوم‌سازی می‌شود. استفاده از نظریه داده‌بنیاد زمانی مجاز است که در عرف علمی جای خالی یک نظریه احساس شود. یعنی یک زمینه خاص یا یک موقعیت خاص وجود داشته باشد که در آن نظریه‌های موجود متعارف پاسخگو نباشند. در سه حالت کلی محقق مجاز به استفاده از نظریه بنیادی است:

۱) زمانی که به صورت کلی نظریه‌ای در حوزه مورد پژوهش وجود ندارد.



شکل ۱: مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین (کرسول و گاترمن، ۲۰۱۸، ۳۱۶).

کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی. در این رویکرد در انتها و پس از طی مراحل سه‌گانه ذکر شده، محقق باید نسبت به توسعه و طراحی یک مدل پارادایمی از نظریه تولید شده اقدام نماید. در این رویکرد، برای ترسیم نهایی پارادایم از این مقوله‌ها باید استفاده شود: (اول) مقوله اصلی یا پدیده مرکزی: پدیده اصلی که اساس فرایند بوده است.

دوم) شرایط و موجبات علی: علل و موجباتی که بر مقوله اصلی اثرگذار هستند.

سوم) راهبردها: کنش‌هایی که از مقوله اصلی منتج می‌شوند.

چهارم) شرایط زمینه‌ای: شرایط زمینه‌ای که بر تحقق راهبردها تاثیرگذارند.

پنجم) شرایط مداخله‌ای: عوامل عمومی محیطی که در تحقق راهبردها مانع ایجاد می‌کند.

ششم) آثار و پیامدها: نتایج حاصل از اتخاذ راهبردها (کرسول^۳ و گاترمن^۴، ۲۰۱۸، ۳۱۶).

در این نوع تحقیق، جمع‌آوری داده‌ها به صورت میدانی و معمولاً با ابزار مصاحبه انجام می‌شود.

پژوهشگران در خلال پرسیدن سوالات، داده‌ها که همان دریافت‌های دیداری - شنیداری یا متنی درون فرایند پژوهش هستند را می‌آفرینند. محقق در ابتدا با

استفاده از متن مصاحبه‌های انجام شده نسبت به ایجاد داده‌های اولیه اقدام می‌نماید. در این مرحله محقق صرفاً با مشخص نمودن و استخراج اولیه داده‌های بسیار زیادی را کدبندی می‌کند (کدگذاری باز). در مرحله دوم محقق داده‌های بسیار زیاد ایجاد شده در مرحله اول را دسته‌بندی می‌نماید. به این شکل که داده‌های اولیه‌ای را که دارای مفهوم مشخص و محور یکسان یا نظیری هستند را در محوریت یک کد اصلی طبقه‌بندی نموده و مبتنی بر محور مفهومی داده‌ها، کدهای اولیه و بسیار زیاد حاصل از داده‌ها تجمیع می‌نماید (کدگذاری محوری). در مرحله سوم محقق باید کدهای محوری ایجاد شده را در ذیل عناوین اصلی و مفاهیم جامع‌تر طبقه‌بندی نموده و نسبت به ایجاد مقوله‌ها اقدام نماید. مقوله‌های حاصل شده در واقع تجمیع شده از کدهای محوری هستند که می‌توانند ذیل یک کلان مفهوم اصلی تجمیع و دسته‌بندی شوند. در نهایت مبتنی بر مقوله‌های حاصل شده نظریه نهایی تولید می‌شود.

مقوله‌های فرهنگی مصرف موسیقی ملی ایران

در این پژوهش جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از ابزار مصاحبه تخصصی انجام گردید و این فرایند تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. به تعبیر دیگر جمع-

در کنسرت‌های موسیقی ملی حاضر بوده و نسبت به خرید و مصرف آگاهانه و انتخابی موسیقی ایرانی اقدام ورزیده‌اند.

لازم به ذکر است هرچند نظریه نهایی محصول متن حاصل از تمام سازنده مصاحبه است اما به جهت عدم تمایل نیمی از مصاحبه شونده‌گان جهت ذکر نامشان در متن مقاله، نمونه‌های ذکر شده برای هر مفهوم از متن مصاحبه افرادی انتخاب شده که مشکلی برای ذکر نامشان در این مقاله نداشته‌اند. توضیحات و مشخصات افراد مصاحبه‌شده در جدول شماره ۱ به تفصیل بررسی شده است.

جدول ۱: مشخصات افراد مصاحبه‌شده در بخش مصرف

تعداد کل افراد مصاحبه‌شده	۱۶ نفر
افراد حاضر در بازه سنی ۲۰ الی ۳۰	۱۶ نفر
دارای تحصیلات کارشناسی	۱۱ نفر
دارای تحصیلات ارشد یا بالاتر	۵ نفر

منبع: یافته‌های پژوهشگر

نتیجه کدگذاری سه‌مرحله‌ای داده‌های گردآوری شده به شیوه مصاحبه در این بخش، استخراج ۷ مقوله و ۱۶ مفهوم بوده است.

مقوله مرکزی در این تحقیق مشخصاً "مصرف موسیقی ملی ایران" است که از یک سو تحقیق اساساً پیرامون آن شکل گرفته و از سوی دیگر خود محصول ترکیب نهایی مراحل کدگذاری و حاصل مقوله‌های بدست آمده است. سایر مقوله‌ها برای ارائه یک مدل تصویری در این بخش در ۵ دسته زیر قرار گرفته‌اند:

علی (۲ مقوله)

زمینه‌ای (۱ مقوله)

مداخله‌گر

راهبرد

پیامد

مفاهیم تشکیل‌دهنده مقوله‌های فوق در جدول زیر نشان داده شده است.

آوری اطلاعات جهت رسیدن به نظریه نهایی تا زمانی ادامه پیدا کرد که دیگر داده‌های دریافتی جدید، دارای مفهوم تازه‌ای که بیشتر استخراج نشده باشد، نبود. پس از آنکه داده‌های دریافتی شامل مفهوم جدیدی نبودند تلاش برای ایجاد نظریه آغاز گردید. برای تحقق این امر مجموعاً ۱۶ مصاحبه صورت گرفت.

در انتخاب افراد مصرف‌کننده برای مصاحبه، به علت گستردگی ذاتی حوزه مصرف به پهنای افراد جامعه، محققین ناگزیر از تعریف ویژگی‌های سخت-گیرانه جهت انتخاب افراد بوده‌اند. از این نظر که موسیقی ایرانی مشخصاً دارای مخاطب خاص در روزگار اکنون است، تعریف این ویژگی‌ها جهت اطمینان برای اینکه مصاحبه‌شونده‌گان حتماً از مصرف-کنندگان این موسیقی هستند اتفاق افتاد. ویژگی‌های زیر برای تحقق دستیابی به نتایج مطلوب مورد توجه واقع شد.

بازه سنی بین ۲۰ الی ۳۰ سال: به علت اینکه این نسل در روزگار ما بنیان‌گذاران نسل‌های بعد و ایجادکننده مسیر پیش روی کشور خواهند بود.

حداقل تحصیلات دانشگاهی لیسانس: این مورد برای این مورد توجه واقع شد که اطمینان حاصل شود فرد مصاحبه‌شونده دارای ادراک لازم جهت فهم اقتضات حاکم بر این تحقیق، پدیده تحقیق و پژوهش بوده است.

آشنایی با موسیقی ایرانی و فعالان این عرصه بیش از عوام: در این تحقیق به دنبال کشف ذهن و جهان اندیشه مصاحبه‌شونده‌گان بوده‌ایم. از این بابت چنان که فردی مورد انتخاب واقع می‌شد که حداکثر آشنایی‌اش با یک یا دو خواننده در موسیقی ایرانی است، دستیابی به نتیجه مطلوب جهت وجود و سپس کشف جهان اندیشه درباره موسیقی ایرانی دور از واقعیت می‌نمود.

حضور در کنسرت و پیگیری در مصرف آگاهانه موسیقی ایرانی: مصاحبه‌شونده‌گان حاضر در پژوهش کسانی هستند که به صورت پیوسته در سال‌های اخیر

جدول ۲: مفاهیم و مقوله‌های استخراج شده از بخش مصرف

ردیف	مفهوم	مقوله	دسته
۱	فضای فرهنگی خانواده حمایت خانواده	خانواده	
۲	معناگرایی در موسیقی غم در موسیقی ایران دعوت به جهان درون	درون‌گرایی	علی
۳	رسانه‌های تصویری رسانه‌های مجازی	رسانه	زمینه‌ای
۴	در رقابت با سایر انواع موسیقی برای موقعیت‌های خاص	رقابت	مداخله‌گر
۵	فهم سخت موسیقی ملی عدم انطباق با سلیقه مردم وابستگی به ادبیات فارسی نداشتن مضامین اجتماعی	کاهش نفوذ اجتماعی	راهبرد
۶	تعصب در موسیقی ایرانی چهارچوب‌های محدود مرگ موسیقی ملی	حذف موسیقی ملی	پیامد

منبع: یافته‌های پژوهشگر

خانواده

کم علاقه‌مند به این موسیقی شدم» یا «به نظرم در شرایط فعلی اگر درون خانواده کسی این موسیقی و ترویج نکته خیلی احتمال اینکه شما شخصا با این موسیقی آشنا بشی کم هست. چون هیچ‌جایی به اون شکل مثلا در مدرسه یا دانشگاه یا تلویزیون از موسیقی خودمون حرفی زده نمی‌شه».

همچنین خانواده جهت استفاده از موسیقی ایرانی به عنوان بخش یا تمام سبد شنیداری افراد، نقش حمایتی را می‌توانند به عهده گیرند. رفتن به کنسرت امری بعضا بسیار گران در کشور ما است. همچنین اقدام به خرید موسیقی ایرانی و دنبال کردن این موسیقی، در نهایت مانند عموم آثار موسیقی پاپ نمی‌تواند در حکم کالایی رایگان قرار گیرد. علی‌عبدی در این زمینه بیان داشت:

«کنسرت رفتن خوب کار ارزانی نیست. یعنی شما در سن و سال ماها اگر خانواده پشتت نباشن و مثلا

موسیقی ایرانی امروزه به علت شرایط خاصی که در جامعه وجود دارد جایگاه اول در سبد شنیداری مردم را از دست داده است. در شرایط کنونی عموم مصاحبه‌شوندگان بیان داشتند که یکی از اصلی‌ترین دلایلی که آنان را به شنیدن موسیقی ایرانی واداشته، شرایط و اقتضات حاکم بر فضای فرهنگی خانواده-شان بوده است. هدایت خانواده به سمت شنیدن موسیقی ایرانی یا علاقه‌مندی یکی از اعضا به این نوع موسیقی یا حتی آشنایی اولیه با آن یکی از دلایل اصلی برای درگیر شدن با موسیقی ایرانی بوده است. محمد تقوی در این زمینه بیان داشت:

«عموم جوان‌هایی که الان در این جامعه دارن موسیقی ایرانی گوش می‌کنن تحت تاثیر یکی از اولیاءشون بودن. مثلا پدر من به نی علاقه داشته ما از بچگی همه تو خونه می‌شنیدیم در نتیجه خوب من کم

پدرت پول بلیط بهت نده خوب نمی‌تونی بری کنسرت. یا وقتی که کاری منتشر می‌شه خوب باید پول بدی برای خرید آلبوم. اینها بدون حمایت خانواده اتفاق نمی‌افته» یا «موسیقی اگه نخوای غیر قانونی استفاده کنی ازش، چیز نه گرون نه ارزونی هست یعنی بالاخره باید پول باشه برای اینکه بخری و بشنوی چون مثل کارای پاپ تو همه سایتا پیدا نمیشه. قبل از اینکه برم سر کار از پدرم پول می‌گرفتم برای خریدن کارهای مختلف».

درون‌گرایی

مفاهیمی نظیر درون‌گرایی یا معناگرایی بسیار در مورد موسیقی ایرانی مورد استفاده مصاحبه‌شوندگان واقع گردید. منظور از معناگرایی در موسیقی ایرانی آنچنان که از دل مصاحبه‌ها برآمده است، عدم دسترسی و فهم صریح و مستقیم معانی مورد اشاره در موسیقی ایرانی است. نوعی از زبان استعاره و تشبیه همراه با تاکید بسیار بر احساس و کشف جهان درون چیزی است که مصاحبه‌شوندگان از موسیقی ایرانی ادراک کرده‌اند. در این بین تمام افراد بر غمناک بودن موسیقی ایرانی پافشاری داشته و این موسیقی را بسیار احساسی، دور از هیجان همراه با دعوت به جهان درون درک کرده‌اند. سارا کرد بچه معتقد است: «ما حداقل در چند قرن اخیر وضع و اوضاع مناسبی بر کشورمون حاکم نبوده و خوب خیلی شکست خوردیم، اشغال شدیم و چیزهای دیگه. به نظرم خیلی طبیعیه که این موسیقی اگر موسیقی این مردم و این کشور هست موسیقی غمگینی باشه. موسیقی ما خیلی غمگینه و خوب این اگر نبود شاید باید تعجب می‌کردیم» یا «به نظرم موسیقی ایرانی خیلی درون‌گرا است. خیلی از اتفاقات جهان خارج صحبت نمی‌کنه. شاید دوره کانون چاووش و انقلاب و قبل‌تر زمان مشروطه فقط زمان‌هایی هست که از مسائل عالم

اجتماع و بیرون حرف می‌زده و همیشه از مسائل درونی و احساسی حرف می‌زنه این موسیقی».

همچنین زهرا منتظری در این زمینه بیان داشت: «فهم موسیقی ایرانی خیلی سخته چون در دل معانی و به جورایی مرموز و با کنایه مفاهیم خودش ارائه می‌ده. یعنی مثل موسیقی پاپ شما سریعا و خیلی دم دستی نمی‌تونی بفهمی این موسیقی داره چه می‌کنه» و «موسیقی ما خیلی در لفافه حرف‌هاش می‌زنه. حالا یک بخشی از کارها اینطوری نیست ولی معمولا خیلی معناگرا و عمیق هستن شعرها و چیزهایی که ساخته یا اجرا می‌شه».

رسانه

هرچند موسیقی ایرانی متاسفانه در تلویزیون ملی کشور نقش بسیار اندک و بعضا ناقصی را دارد (از این باب که رسانه ملی از نشان دادن سازها یا ساخت برنامه‌های موسیقی محور خودداری می‌کند)، اما در شبکه‌های مجازی یا انواع دیگر رسانه‌های تصویری مانند سینما گاهی فضای کافی برای ایجاد علاقه‌مندی افراد به موسیقی ایرانی ایجاد می‌شود. مثال‌های متعددی در میان مصاحبه‌ها در این زمینه وجود داشت که به برخی از آنان اشاره می‌شود. ساقی کوثری معتقد است: «من شخصا فیلم سینمایی سنتوری حالا با اینکه موسیقی خودش پاپ بوده ولی به خاطر خود ساز و دیدن سنتور باعث شد که درگیر موسیقی ایرانی بشم. کلا به نظرم تصویر امروزه خیلی می‌تونه در شکل‌دهی به سلیقه افراد نقش داشته باشه» یا «به نظرم اگه شناس بیاریم تو اینستا یا یوتیوب فیلم‌های ساز زدن موزیسینای خودمون و ببینیم اون موقع شناس علاقه‌مندی به موسیقی ایران پیدا میشه. من خودم از طریق اینستا با موسیقی ایرانی آشنا شدم».

علی عبدی نیز در این زمینه بیان داشت: «تو ماهواره فقط بدون شبکه هست به نام پی دی اف که همیشه موسیقی ایرانی پخش می‌کنه. من وقتی درس

الان چه کاربردی داره؟ به نظرم موسیقی خودمون برای موقعیت‌ها و لحظات خاصی الان صرفا پاسنخگو هست. مثلا موقعی که نیاز به آرامش داری یا می‌خوای ذهنت از فضاها‌ی پرتنش رها کنی» یا «من فقط شب‌ها و مواقع تنهایی موسیقی ایرانی گوش می‌دم. مثلا هیچ وقت نتونستم تو ماشین این موسیقی گوش کنم. اصلا آن‌چنان آدم به درون خودش می‌ره که به نظرم خطرناک میشه. یعنی جاش تو ماشین مثلا نیست برعکس موسیقی پاپ».

کاهش نفوذ/ اجتماعی

فهم موسیقی ایرانی اتفاق ساده‌ای نیست. ساختارهای موسیقایی، فرم، هارمونی در آثار چندصدایی، پیچیدگی‌های مینیاتوری در آثار تک-صدایی و مواردی از این دست، بر خلاف موسیقی‌های پاپ یا راک که ساختارهای ساده‌تری را شامل می‌شوند، فهم و ادراک موسیقی ایرانی را پیچیده کرده است. در جامعه ما که از فقدان سواد موسیقایی و ادراک زیبایی‌شناسی لازم رنج می‌برد، این مورد باعث عدم جامعه‌پذیری این موسیقی شده است. حامی بذرافشان در این زمینه گفت: «خیلی از دوستای من اصلا موسیقی سنتی و درک نمی‌کنن. یعنی نمی‌تونن بفهمنش. خیلی براشون پیچیده هست انگار. در حالی که شما توی موسیقی پاپ همون دفعه اول می‌فهمیش. چون خود موسیقی اصلا عموما الان به نظرم مهم نیست و اتفاقی توش نمی‌افته. همه چیز یه شعر دم دستی و بسیار ساده هست در نتیجه همه می‌فهمنش» یا «یه بخش بزرگی از موسیقی سنتی کارهای بی کلامه. خوب اصلا جامعه ما سواد لازم برای شنیدن این نوع موسیقی نداره. یعنی اصلا برای جامعه ما موسیقی بدون کلام دیگه تعریف نشده. در نتیجه مخاطب اصلا نمی‌تونه و یا یاد نگرفته همچین چیزهای سختی و درک بکنه. درک این نوع کارها نیاز به فهم زیبایی‌شناسانه داره».

می‌خوندم همیشه عادت داشتم جلو تلویزیون بشینم و درس بخونم انقدر اونجا موسیقی ایرانی شنیدم چون باعث تمرکز می‌شد که کلا سلیقه موسیقیم عوض شد».

رقابت

موسیقی ایرانی تا دهه چهل خورشیدی و با یک فاصله زمانی در ابتدای انقلاب اسلامی به علت شرایط خاص کشور بدون هیچ‌گونه رقیب از سایر انواع موسیقی، در کشور عرضه می‌شده است. در نتیجه عملا تنها موسیقی موجود برای شنیدن و حداقل تنها موسیقی عرضه شده در داخل کشور بوده است. اما در سال‌های اخیر با عرضه انواع بسیار متفاوت موسیقی از پاپ و راک تا انواع موسیقی‌های اصطلاحا زیرزمینی، موسیقی ملی در مقام رقابت با انواع مختلف موسیقی قرار گرفته و در نتیجه این رقابت و مقایسه دائمی در پاسخگویی به نیازهای مخاطبین خود دچار مشکل شده است. به عنوان مثال سیاوش عبدی معتقد است: «الان شما هزار جور مختلف موسیقی میبینی تو ایران. به خاطر اینترنت و ماهواره و رادیو و ... هر چیزی که اراده کنی و در لحظه بدست میاری. خوب موسیقی خودمون وقتی مثلا در زمان کانون چاووش هیچ رقیب دیگه‌ای نداشت همه گوشش می‌دادند الان به نظرم در مقابل موسیقی‌های دیگه خیلی از مواقع شکست می‌خوره».

همچنین موسیقی ایرانی توانایی استفاده در برخی از موقعیت‌ها را ندارد. مصاحبه‌شوندگان به موقعیت‌هایی نظیر مراسم عروسی، تولد یا جشن‌های مختلف اشاره کرده و معتقد بودند که شنیدن موسیقی ایرانی در چنین موقعیت‌هایی بیهوده است. در واقع موسیقی ایرانی در زمان‌هایی خاص توانایی ارضاء نیازهای مخاطب خود را دارد. زهرا منتظری در این مورد چنین مثال‌های ابراز نمود: «گوش کردن مثلا تکنوازی تار تو عروسی خوب کاربردی نداره. یا تو تولد چهارمضراب

شعر فارسی دیگه نه می‌خونن نه می‌شنون نه می‌فهمند، چرا باید فکر کنیم این موسیقی می‌تونه توی این شرایط مخاطب جذب کنه؟».

اما مفهوم آخر در این مقوله بحث نبود مضامین اجتماعی به صورت کلی در تولیدات موسیقی ملی ایران است. موسیقی ایرانی جز استثنائاتی محدود، هیچ‌گاه به صورت بنیادین به مضامین اجتماعی نپرداخته است. این مورد عمیقاً مورد تأکید مصاحبه‌شوندگان واقع شده و احتمالاً در از بین بردن نفوذ اجتماعی موسیقی ایرانی نقش بزرگی بازی کرده است. گلاره عبدالعلی معتقد است: «فارغ از کیفیت و چگونگی، موسیقی پاپ اگر از عشق هم صحبت می‌کنه مبتنی بر فضای جامعه هست. حتی اگر اون فضا به نظر هنرمندا مبتدل باشه. در موسیقی راک و بسیار زیاد در موسیقی هیپ‌هاپ از فقر حرف زده می‌شه از مشکلات اجتماعی و طلاق و ... صحبت می‌شه. ولی موسیقی سنتی کلا داره از یک عشق اهورایی حرف می‌زنه و دیگه هیچ» و «شما صبح که از خونوات خارج میشی زباله جمع‌کن می‌بینی، دعوا می‌بینی، مشکلات سیاسی و اقتصادی و تحریم و این چیزها دائماً همه رو درگیر کرده. خوب من شنونده دارم با هزار مسئله اینچنین زندگی می‌کنم وقتی توی موسیقی ایرانی نیست، به نظرم طبیعی که خیلی‌ها سمت این موسیقی نرن» یا طبق بیان ساقی کوثری: «ما همیشه دنبال عرفان و آرامش و عشق پاک ایرانی نیستیم که. بزرگترین موزیسین موسیقی شما یه کار برای طلاق ساخته؟ مشخص این موسیقی تو جامعه طرد می‌شه. مشخصه این میشه موسیقی خواص اندیشمند یا ماهایی که یه مواقعی در روز حوصله شنیدن یا نیاز به شنیدن مثلاً موسیقی سنتی داریم».

حذف موسیقی ملی

مصرف‌کنندگانی که مورد مصاحبه واقع شده‌اند عمیقاً آینده موسیقی ایرانی را نامناسب و این موسیقی

موسیقی ملی ایران با سلیقه روز جامعه تطابق ندارد. فارغ از ارزش‌گذاری که آیا جامعه وضعیت شنیداری مطلوبی دارد یا خیر، آنچه مشخص است موسیقی ایرانی توان لازم برای ایجاد ارتباط لازم و همپوشانی با مخاطب عام را در روزگار اکنون ندارد. اکبر صالحی بیان داشت: «سلیقه کف جامعه خیلی دور هست از موسیقی ما. حالا غرب، رسانه، مدرسه یا هر جای دیگه‌ای که این موضوع ایجاد کرده موضوع صحبت من نیست اما جامعه ما انگار ربطی به موسیقی ایرانی نداره یا موسیقی سنتی ربطی به جامعه نداره» یا «موسیقی سنتی به زعم من انگار از جهان دیگری آمده، موسیقی ایرانی انگار یک پدیده بسیار هنری و غیر دنیوی هست که وقتی شما به عنوان مخاطب عام گوش می‌دیش مثلاً فرض بگیر یک پیک موتوری، اصلاً ارتباطی با واقعیت زندگی نداره. انگار صدای تو نیست».

موسیقی ایرانی عمیقاً وابسته به ادبیات فارسی است. چه در آثار با کلام به علت استفاده از ادبیات کلاسیک فارسی و چه در آثار بی‌کلام که در بسیاری از مواقع تحت تاثیر مضامین ادبی، یا فرم‌های شعری ادبیات فارسی ایجاد شده‌اند. در جامعه امروز ما که متأسفانه ارتباطی بین مردم و ادبیات فارسی برقرار نیست و خود ادبیات فارسی دچار مشکلات بی‌شماری در جامعه گردیده است، احتمالاً وابستگی شدید موسیقی ملی ایران به ادبیات فارسی، می‌تواند ایجادکننده مشکل در نفوذ اجتماعی و جامعه‌پذیری این موسیقی نماید. حامی بذرافشان در این زمینه گفت: «شما دیوان حافظ ببر در خود شیراز بگیر جلوی مردم، یک نفر نمی‌تونه از روی شعر حافظ بخونه. نه اینکه بفهمه، فقط بخونه. خوب تصنیف موسیقی ما که مبتنی بر مثلاً شعر حافظ هست می‌تونه توسط جامعه درک بشه؟» یا «به هر حال موسیقی‌های بدون ضرب یا غیر ریتمیک همین‌طوری شنیدنش کار سختی هست، حالا اینها با شعر فارسی هم عجین شده و جویون‌ها هم کلا

بعد چهارمضراب و مثلا رنگ در آخر. تصنیف‌ها هم دیگه مثل کارهای قدیمی نیست یه مدل خاصی شده همه همون شکلی کار می‌سازن. در حالی که توی موسیقی‌های پاپ شما بین کارهای امروز با کارهای سی سال پیش یه دنیا تفاوت می‌بینی. شاید شمای موزیسین این تفاوت‌ها رو بد بدونی ولی برای جامعه این تفاوت به نظرم جذابه. خوب توی مثلا موسیقی خراسان که من خیلی گوش می‌دم هیچ فرقی وجود نداره. حداقل من فرقی نمی‌فهمم» یا «موسیقی سنتی نمی‌تونه مردم عادی درگیر کنه چون پنجاه سال پیش هیجان نداشت الان هم هیجان نداره. پنجاه سال پیش مثلا این مدلی ساز می‌زدن هنوز هم به نظر عامه همون مدلی دارن ساز می‌زنن. خوب این نکته نه موسیقی سنتی هر موسیقی می‌تونه نابود کنه».

در نهایت آخرین مفهوم در این مقوله نهایی، بحث مرگ موسیقی ایرانی است. همه افراد در پاسخ به این سوال که به نظر شما وضعیت موسیقی ایرانی در آینده جامعه چگونه خواهد بود، مواردی را بیان کردند که نشان می‌داد تصویر ذهنی در بین حتی مصرف‌کنندگان جدی موسیقی‌های بومی کشور چیزی جز نابودی این موسیقی در آینده نه چندان دور و حذف آن به صورت کلی از جامعه نیست. سیاووش عبدی در این مورد گفت: «همین امروز خیلی کم هستن کسانی که موسیقی سنتی یا موسیقی محلی گوش می‌دن، با این وضعیت بیست سال آینده اصلا خود من هم شاید دیگه گوش نکنم و وقتی به درد نخوره یه چیزی خواه نا خواه در جامعه خوب حذف می‌شه دیگه». اکبر صالحی نیز در این زمینه اینگونه بیان نمود: «موسیقی ایرانی هم مثل خیلی از سنت‌ها یا چیزهایی که وقتی دیگه کاربردی توی جامعه نداشتن حذف شدن، این هم حذف می‌شه. الان من کسی و نمی‌بینم عاشق موسیقی ایرانی باشه. در آینده وضع قطعاً بدتر می‌شه».

را محکوم به حذف شدن یا حتی مرگ در جامعه ایرانی دانسته‌اند. اولین مفهوم در این مقوله بحث تعصب در موسیقی ایرانی است. به نظر مصرف‌کنندگان، جامعه موسیقی ایران نسبت به هرگونه تغییر یا خلاقیت و یا تجربه جدید در این موسیقی مقاومت کرده و نوعی از تعصب افراطی در اهالی موسیقی در ضدیت با تجربیات جدید وجود دارد. محمد تقوی در این زمینه گفت: «اون چیزی که من تو اخبار قبل و بعد کنسرت‌هایی که رفتم می‌بینم یا تو مصاحبه استادها می‌بینم، یک تصور خیلی مقدس از موسیقی سنتی هست. و وقتی کسی کار متفاوتی می‌خواد بکنه یه برچسب پاپ بهش می‌چسبونن و طرف می‌کوبن. خوب این انگار جلوی تغییر از یه جایی گرفته یعنی انگار تو موسیقی سنتی همش یک سری تجربیات مشخص تکرار می‌شه» یا «کارهای جدید همشون تکراری شدن، وقتی مثلا علی قمصری هم می‌ادش یه کار جدید بکنه میری توی اینستا همه نوازنده‌ها دارن بهش فحش می‌دن. من فکر می‌کنم موسیقی کتاب مقدس نیست که نشه توش کار جدید کرد. خوب نتیجه‌اش اینه که من تو کل بچه‌های دانشگاه فقط موسیقی سنتی گوش می‌دم و همه مسخره می‌کنن که این چیزا برای پیرمردها است. چون خیلی فرقی بین مثلا کار مشکاتیان با کارهای الان نیست. انگار همش باید همون طوری موسیقی بسازن».

مفهوم دوم در این مقوله بحث چهارچوب‌های محدود در موسیقی ملی کشور است. هرچند پیش‌تر و در بخش تولید اشاره شد که شاید این مورد محصول محدودیت‌های ذاتی در موسیقی‌های کلاسیک است، اما به نظر مصرف‌کنندگان این امر پدیده‌ای مطلوب نیست. فرم‌ها و ژانرهای موجود در موسیقی‌های بومی در کشور بسیار محدود بوده و این امر نیاز و ذائقه مصرف‌کننده را ارضاء نمی‌کند. فاطمه معتمدی در این مورد بیان داشت: «صد تا آلبوم که می‌خری همشون اول نوشتن پیش‌درآمد بعد مثلا تکنوازی بعد تصنیف

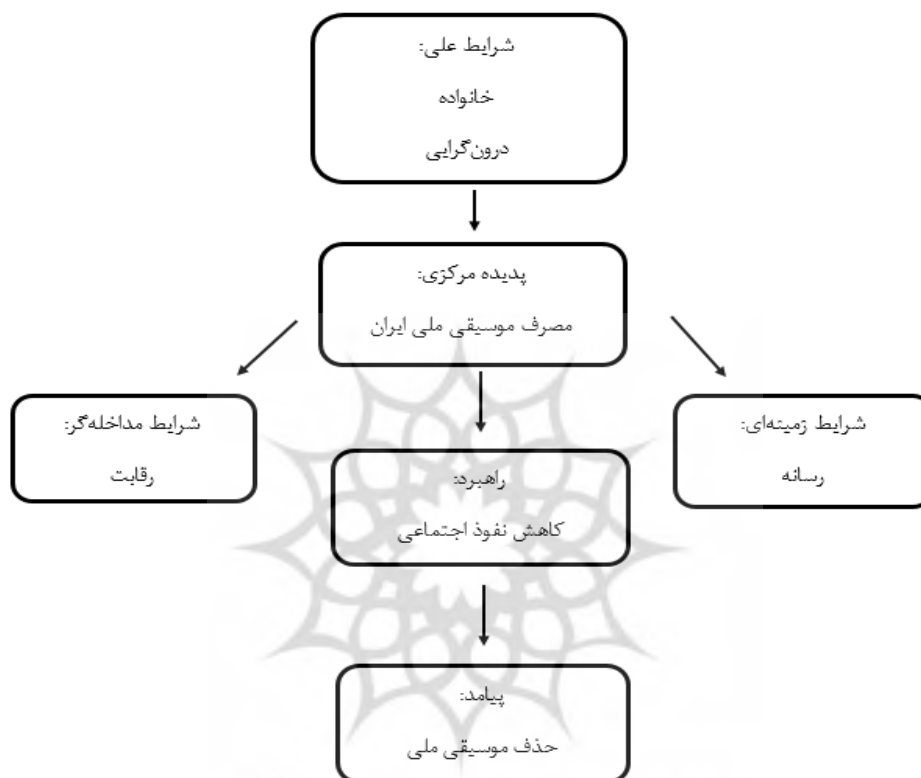
بحث و نتیجه‌گیری

در این بخش به دنبال آن هستیم که بر اساس مفاهیم و مقوله‌هایی که در طول تحقیق بدست آمده و از راه برقراری ارتباط میان آنها با محوریت مقوله مرکزی، نظریه زمینه‌ای نهایی را ارائه دهیم. این نظریه در دو فرم داستانی و مدل تصویری ارائه می‌شود و مشخص‌کننده روابط مقولات با یکدیگر است. هدایت، حمایت و در نهایت فضای فرهنگی حاکم بر خانواده یکی از دلایل اصلی برای سوق پیدا کردن افراد جهت مصرف موسیقی ملی ایران است. وجود موسیقی ایرانی در سبب شنیداری خانواده و یا علاقه‌مندی یکی از اعضا به این نوع موسیقی، همچنین حمایت خانواده جهت تامین هزینه‌های لازم برای شنیدن یا مصرف موسیقی ایرانی چه به صورت زنده و دیدن و شنیدن کنسرت و چه جهت خرید یا تهیه آثار به صورت از پیش ضبط شده از مهم‌ترین نقش‌هایی است که خانواده می‌تواند در آن ایفای نقش کند. موسیقی ایرانی در ذهن مصرف‌کنندگان موسیقی معناگراست. این موسیقی از بیان صریح مفاهیم مورد نظرش دوری جسته و همه چیز را با استفاده از زبان استعاره و تشبیه بیان می‌دارد. این امر به پیچیدگی این موسیقی منتهی شده است و برای برقراری ارتباط بین عامه جامعه با این موسیقی ایجاد مشکل نموده است. همچنین موسیقی ایرانی تهی از هیجان، عمیقاً غمناک و سرشار از احساس توسط مصرف‌کنندگان ادراک می‌شود. موسیقی ملی کشور سهم بسیار اندکی در تلویزیون ملی داشته و عملاً این رسانه حتی از نشان دادن سازهای این موسیقی خودداری می‌کند. اما در نقطه مقابل انواع دیگر رسانه‌های موجود در روزگار حاضر گاهی فضای مکفی جهت آشنایی و ایجاد درگیری مخاطب با این نوع موسیقی را فراهم نموده است. موسیقی ملی کشور تا زمانی که دارای رقیب موسیقایی نبوده است در وضعیت مطلوبی در حوزه مصرف به سر می‌برده است. این امر در سال‌های پس از انقلاب و در دهه شصت

نیز وجود داشته است. در سال‌های اخیر به موازات عرضه شدن انواع مختلف موسیقی در کشور، موسیقی ایرانی در فضای رقابتی کنونی دچار مشکلات بسیاری شده است. هیچ‌کدام از مصاحبه‌شوندگان تنها به شنیدن موسیقی ایرانی مبادرت نمی‌ورزند. موسیقی ایرانی به نظر مصرف‌کنندگان عمیقاً قابلیت استفاده در تمام فضاها و موقعیت‌های موجود در زندگی افراد را ندارد و فقط در موقعیت‌ها و زمان‌های خاصی مورد استفاده می‌تواند قرار بگیرد. ساختارهای موسیقایی، فرم و هارمونی مورد استفاده در آثار چندصدایی و پیچیدگی-های میناتوری در آثار تک‌صدایی در موسیقی ملی، باعث شده‌اند تا فهم و درک این موسیقی برای مصرف‌کنندگان سخت و پیچیده باشد. مصرف‌کنندگان فاقد کف سواد موسیقایی عملاً امکان مصرف این موسیقی را از دست داده و از آن دوری می‌جویند. از طرفی خود موسیقی ایرانی با سلیقه روز جامعه تطابق لازم را نداشته و ظرفیت لازم جهت ایجاد ارتباط با عامه جامعه را از دست داده است.

در روزگاری که جامعه ایرانی آگاهی لازم جهت بهره‌مندی از ادبیات غنی خود را از دست داده و ارتباط تاریخی بین مردم و ادبیات فارسی دچار انشقاق شده است، موسیقی ایرانی که عمیقاً وابستگی به این ادبیات دارد بدون شک توسط مخاطب مورد توجه واقع نمی‌شود. در واقع مصرف‌کنندگان این موسیقی، مصرف‌کنندگان دائمی سایر انواع موسیقی را فاقد فهم کافی از ادبیات فارسی و در نتیجه موسیقی ایرانی می‌دانند. اما موسیقی ملی کشور از مضامین اجتماعی به زعم مصرف‌کنندگان تهی است. مواردی نظیر کودکان کار، طلاق یا اعتیاد هیچ جایی در موسیقی ایرانی ندارند. مجموعه موارد بالا به اضمحلال نفوذ اجتماعی این موسیقی منتهی شده است. به نظر مصرف‌کنندگان، جامعه موسیقی ایران نسبت به هرگونه تغییر یا خلاقیت و یا تجربه جدید در این موسیقی مقاومت نموده و نوعی از تعصب افراطی در اهالی موسیقی در

ضدیت با تجربیات جدید وجود دارد. چهارچوب‌های کلی موسیقی ایرانی نیز بسیار محدود است حتی اگر این امر برآمده از ذات هنر کلاسیک و چهارچوب‌های نظام‌مند آن است، این امر در نظر مصرف‌کنندگان امری نامطلوب ادراک می‌شود. همه موارد بالا باعث شده است که در جهان ذهنی و در عالم اندیشه مصاحبه- شونده‌گان این بخش، چیزی به جز مرگ و حذف از ساحت اجتماع در انتظار موسیقی ایرانی نباشد. وضعیت امروز بسیار خطیر است اما آینده نزدیک اساساً بحرانی است. این مورد نهایی عملاً مورد تأکید تولیدکنندگان و ناشران نیز قرار گرفته و همگی بر این امر باور دارند.



شکل ۲: مدل تصویری نظریه زمینه‌محور به‌دست‌آمده از داده‌ها درباره مقوله‌های فرهنگی مصرف موسیقی ملی ایران

منابع و مأخذ

- ایمان، محمدتقی (۱۳۹۷) "روش‌شناسی تحقیقات کیفی"، چاپ پنجم، قم، نشر پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- جوادزاده، پدرام، کوثری، مسعود، عامری شهبابی، محسن، ابطحی، عطاء الله. (۱۳۹۹). مقوله‌های فرهنگی تولید موسیقی ملی ایران، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۶۰، ۱۵۵-۱۷۸.
- دورینگ، ژان (۱۳۷۱). مفهوم سنت در موسیقی معاصر ایران، ترجمه بابک نادرزاد، فصلنامه ایران نامه. شماره ۳۸، ۳۶۸-۳۷۸.
- Creswell, W, & Gutterman, T. (2018). *Educational Research: Planning, Conducting and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (6th ed.). New Jersey: Pearson.

یادداشت‌ها

¹ Strauss
² Corbin
³ Creswel
⁴ Guetterman