

فضای تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران

پژوهشی جامعه‌شناختی با استفاده از داده‌های کیفی

حاصل از پنچ مصاحبه متمرکز

رضا صمیم^۱

چکیده

تحقیق پیرامون فضای تولید موسیقی با رویکردهای متفاوت نظری و پژوهشی صورت گرفته است. در این مقاله که بر اساس رهیافت پژوهشی مردم‌نگاری / جامعه‌شناختی در پژوهش روی تولیدکنندگان فرهنگی طراحی شده است، تلاش شده با توجه به عدم امکان انجام پژوهشی ساختاری درباره فضای تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران، به سبب فقدان آمارهای مستند از وضعیت تولید، این فضا به مدد مفهوم پردازی جامعه‌شناختی در سطح خرد، با استفاده از داده‌هایی مستخرج از پنچ مصاحبه با تولیدکنندگان گونه‌های رسمی و غیررسمی در شهر تهران تحلیل شود. در این مقاله برای جمع‌آوری داده‌های کیفی در پاسخگویی به این سؤال که «آیا کنش میان تولیدکنندگان موسیقی مردم‌پسند در ایران، به عنوان سازندگان اصلی فضای تولید موسیقی، کنشی ایدئولوژیک است؟» از تکنیک گروه متمرکز بهره گرفته شد. داده‌ها در جریان پنچ جلسه بحث با دو گروه هشت نفره به دست آمدند و بر اساس روش تحلیل تأملی تحلیل شدند. تحلیل داده‌ها نشان داد، فضای تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران به علت ایدئولوژیک بودن تولیدکنندگان گونه‌های مورد بررسی به عنوان کنشگران این فضا، فضایی منازعه‌آمیز است و در این فضای منازعه‌آمیز هر گونه تلفیق موسیقی‌شناختی را ناممکن می‌نماید. برای نویسنده این مقاله، تلفیق موسیقی‌شناختی تنها راه برون‌رفت از بی‌ریختی فرهنگی حاکم بر فضای تولید موسیقی در ایران محسوب می‌شده است.

واژه‌های کلیدی: تولید فرهنگی، گروه‌های متمرکز، گونه رسمی و غیررسمی، مفهوم‌پردازی جامعه‌شناختی، موسیقی مردم‌پسند.

دریافت: ۱۳۹۱/۱۰/۸ | پذیرش: ۱۳۹۲/۲/۲۳

۱. استادیار جامعه‌شناسی، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
reza.samim@iscs.ac.ir

مقدمه

فضاهای فرهنگی گوناگون در ایران، از سال‌ها قبل و به‌خصوص پس از انقلاب مشروطه، همواره درگیر تعارض‌ها و ستیزهای ایدئولوژیک میان طرفداران فرهنگ سنتی و مدرن بوده است. تعارض و ستیز فرهنگ‌های متجدد و سنتی در فضای اجتماعی و فرهنگی با ظهور سلسله پهلوی و سیاست مدرنیزه کردن آمرانه رضاشاه، شدت بیشتری به خود گرفت. یکی از عرصه‌های بااهمیت ستیز در آن دوران، فضای تولید موسیقی بود. نوسازی فرهنگی در این عرصه با جدیت و در نتیجه وضع و اعمال سیاست‌های فرهنگی خاصی پیگیری شد. در نتیجه همین سیاست‌ها، فضای تولید موسیقی به مانند دیگر فضاهای فرهنگی، درگیر نوعی نزاع گفتمانی شد.^۱ سیاست محوری در این دوران، حمایت از گونه‌های مدرن غربی در تولید موسیقی بود؛ 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. موسیقی مردم‌پسند در این زمان گونه‌ای بود که بیش از دیگر انواع موسیقی تولید می‌شد و فضای تولید موسیقی را تحت تأثیر خود قرار می‌داد: «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 (میان دهه ۱۹۶۰ میلادی) همچون هم‌تا‌های خود در دیگر کشورها، به مهم‌ترین و پرشنونده‌ترین موسیقی جامعه تبدیل می‌شود» (فاطمی، ۱۳۸۲: ۳۰).

در دهه ۱۳۴۰ شمسی فضای تولید موسیقی در ایران مملو از گونه‌های موسیقی‌ای بود که تا پیش از آن وجود نداشت. بیشتر این گونه‌ها به نوع موسیقی مردم‌پسند تعلق داشتند و در میان طبقه متوسط شهری که البته در اقلیت بودند تولید و مصرف می‌شدند. همان‌طور که ذکر شد رشد طبقه متوسط شهری در سال‌های بعد، گسترش اقتصاد بازار و رشد رسانه‌های گروهی‌ای چون رادیو، تلویزیون و مجلات عامه‌پسند، در رشد گرایش به موسیقی مردم‌پسند نقشی اساسی ایفا کرد. این فرایند تا اواسط دهه ۱۳۵۰ شمسی ادامه یافت. در این زمان، فضای تولید موسیقی در ایران تحت تأثیر تولیدات موسیقی مردم‌پسند، با تکرار بی‌سابقه گونه‌ها مواجه شد. این تکرار با توجه به آنکه مدیون تولیدات طبقه متوسط شهری بود که در اقلیت قرار داشتند، به بروز برخی رفتارهای انحصارطلبانه و ستیز ایدئولوژیک در میان طبقات سنتی‌تر

۱. نمونه‌های بسیاری از این دست نزاع‌ها و ستیزها میان طرفداران فرهنگ موسیقی سنتی و مدرن غربی در تاریخ معاصر موسیقی ایران روایت شده است. از جمله نمونه‌های ابتدایی آن می‌توان به جدال‌های لفظی میان عارف قزوینی، طرفدار فرهنگ موسیقی سنتی و علینقی وزیری، حامی نوسازی فرهنگ موسیقی اشاره کرد که در قالب برخی نامه‌نگاری‌ها به جای مانده است (برای اطلاع بیشتر ر.ک به خالقی، ۱۳۷۷). بعدها علینقی وزیری، خود، در مواجهه با برخی قرائت‌های رادیکال‌تر از مدرنیزه کردن فرهنگ موسیقی ایران، به نوعی حامی فرهنگ موسیقی سنتی شد و به ستیز با افرادی چون مین‌باشیان‌ها پرداخت (برای اطلاع بیشتر ر.ک مشحون، ۱۳۸۰).

انجامید که در اکثریت بودند. هر چند علایق سنتی را سیاست‌های فرهنگی حاکم حمایت نمی‌کرد، لیکن فضای تولید موسیقی، تحت تأثیر همین تعارض‌ها در آن دوران نیز فضایی پرچالش به حساب می‌آمد.

با بروز انقلاب اسلامی در ایران، بازنگری جدی در فضای تولید فرهنگی به طور اعم و فضای تولید موسیقی به طور اخص صورت پذیرفت. انقلاب اسلامی در ایران که به اعتقاد امام راحل، بیش از آنکه انقلابی سیاسی باشد انقلابی فرهنگی به حساب می‌آمد، به زدودن عناصر و پدیده‌های فرهنگ مدرن غربی باقی مانده از دوران حکومت پهلوی در ایران همت گمارد.^۱ از جمله عرصه‌های بااهمیت که به تحولی بنیادین نیاز داشت، فضای تولید موسیقی بود. آنچه بیش از همه، از منظر سیاستگذاران فرهنگی جمهوری اسلامی، فضای تولید موسیقی را مسئله‌مند ساخته بود، حضور گونه‌های موسیقایی بود که به فرهنگ موسیقی مدرن غربی تعلق داشتند. نماینده اصلی این انواع، موسیقی مردم‌پسند بود که عمیقاً با برخی ارزش‌های اسلامی مغایرت داشت. در راستای این سیاست، فرهنگ‌های موسیقایی سنتی حمایت شدند و تولید گونه‌های موسیقی غربی به خصوص انواع موسیقی مردم‌پسند کاملاً ممنوع شد.^۲ پس از آن بود که بسیاری از تولیدکنندگان گونه‌های موسیقی مردم‌پسند به اجبار یا به اختیار فضای تولید موسیقی در ایران را ترک گفتند. با توجه به آنکه این تولیدکنندگان، خارج از فضای تولید موسیقی در ایران به تولیدات خود برای مصرف‌کننده ایرانی ادامه می‌دادند^۳، فضای تولید موسیقی در ایران در غیاب گونه‌های موسیقی مردم‌پسند در انحصار موسیقی کلاسیک ایرانی قرار گرفت. این انحصار تا حدود بسیاری چالش‌های ناشی از تکثر گونه‌های متفاوت را از میان برد. لیکن دیری نپایید که این انحصار، پس از جنگ تحمیلی و در نتیجه رونق اقتصادی پس از جنگ و رفع برخی محدودیت‌ها و در پی سیاست‌های فرهنگی‌ای که هدف آن مقاومت در برابر پدیده‌های وارداتی فرهنگ غرب بود شکسته شد. در نتیجه سیاست‌های فرهنگی جدید، برای جلوگیری از پیامدهای فرهنگی منفی ناشی از مصرف موسیقی‌های مردم‌پسند ایرانی که خارج از ایران تولید می‌شدند، تولید موسیقی مردم‌پسند داخلی حمایت شد.

در اواسط دهه ۱۳۷۰ شمسی، برخی رسانه‌های گروهی نیز به ترویج موسیقی مردم‌پسند تولید شده در داخل پرداختند. به این ترتیب، فضای تولید موسیقی در ایران، متشکل از گونه‌های کلاسیک و مردم‌پسند شد و زمینه برای بازگشت به تکثر گونه‌ها در این فضا آماده گردید. در این زمان، جوانان شهری به خصوص در تهران، خود به تولید محدود و غیررسمی

۱. مجموع اقدامات فرهنگی در نظام جمهوری اسلامی، که بلافاصله پس از سرنگونی سلطنت پهلوی به وقوع پیوست به انقلاب فرهنگی مشهور است. در خلال انقلاب فرهنگی نظام آموزشی، رسانه‌های گروهی و بیشتر فضاها فرهنگی دچار تحولی بنیادین شدند.
۲. در ابتدای انقلاب اسلامی تولید تمام انواع موسیقی ممنوع اعلام شد. لیکن اندکی بعد در این سیاست تجدید نظر شد و از تولید موسیقی کلاسیک ایرانی حمایت شد.
۳. تولیدات این تولیدکنندگان که عمدتاً به ایالات متحده آمریکا مهاجرت کردند و در سطحی نازل‌تر از پیش از انقلاب اسلامی به تولید موسیقی پرداختند، امروزه به «موسیقی لس‌آنجلسی» مشهور است.

برخی گونه‌های موسیقی مردم‌پسند اقدام کردند که سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی از آنها حمایت نمی‌کرد. تولید این گونه‌ها، در اواسط دهه ۱۳۷۰ شمسی با روی کار آمدن دولت اصلاح‌طلب که رویکردی متساهل در عرصه فرهنگی داشت، در مقیاسی وسیع‌تر صورت پذیرفت. هر چند این گونه‌ها، هیچ وقت به طور رسمی مورد حمایت سیاستگذاران فرهنگی قرارنگرفت ولی با توجه به تولید و مصرف نسبتاً گسترده آن در میان جوانان، نقشی اساسی در فضای تولید موسیقی در ایران ایفا نمود.^۱ با افزایش گروه‌های موسیقی مردم‌پسند رسمی و غیررسمی، رواج کنسرت‌ها و گسترش روزافزون استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای در ایران که بعضی از آنها صرفاً به پخش موسیقی‌های مردم‌پسند رسمی و غیررسمی تولیدشده در داخل می‌پرداختند، فضای تولید موسیقی در ایران دهه ۱۳۸۰ شمسی، عملاً به فضای تولید موسیقی مردم‌پسند تبدیل شد. این فضای تولید موسیقی مردم‌پسند بود که با توانایی جذب مخاطب، مورد توجه سیاستگذاران فرهنگی جمهوری اسلامی ایران قرار گرفت. علاوه بر توانایی بی‌مانند این فضا در تولید ارزش افزوده اقتصادی، چالش‌ها و ستیزهای ایدئولوژیک و گفتمانی موجود میان تولیدکنندگان گونه‌های متفاوت که کنشگران اصلی بودند، از دیگر عوامل توجه به فضای تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران به شمار می‌آیند. می‌توان گفت در فضای جدید تولید موسیقی در ایران، نزاع‌های گفتمانی میان حامیان فرهنگ‌های موسیقایی سنتی و مدرن جای خود را به چالش‌های ایدئولوژیک میان تولیدکنندگان گونه‌های رسمی و غیررسمی و خرده‌فرهنگ‌هایی داده است که گاه پیرامون تولید و مصرف این گونه‌ها شکل می‌گرفتند. این چالش‌ها، فضای تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران را به فضایی پیش‌بینی‌ناپذیر و مبهم بدل کرده است.

تاکنون هیچ پژوهش جامعی نیز برای توصیف این فضا به انجام نرسیده و این در حالی است که شناخت عمیق و توصیف دقیق عناصر، روابط و ساختار فضای تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران ما را به شناخت و توصیف فرایند برساخت هویت جوانان در جامعه امروز ایران رهنمون می‌سازد. هدف این مقاله توصیف شکل کنش میان تولیدکنندگان گونه‌های رسمی و غیررسمی موسیقی مردم‌پسند در ایران است که بازیگران اصلی فضای تولید موسیقی‌اند. در این مقاله سعی می‌شود، با استفاده از داده‌هایی که از مصاحبه با دو گروه از تولیدکنندگان گونه‌های مذکور در شهر تهران^۲ به‌دست آمده، به این سؤال محوری پاسخ داده شود که آیا در کنش میان تولیدکنندگان گونه‌های رسمی و غیررسمی، هنوز نشانه‌هایی از نزاع ایدئولوژیک باقی مانده از نزاع دیرپای حامیان فرهنگ موسیقایی سنتی و مدرن مشهود است؟ و در صورتی که این نزاع

۱. تولید غیررسمی موسیقی مردم‌پسند در ایران، از سال ۱۳۷۶ روند رو به رشدی یافت. این موسیقی‌ها به گونه‌های رپ، راک و هوی‌متال در موسیقی مردم‌پسند غربی نزدیک‌تر بودند و بازنمای نوعی مقاومت در برابر گونه‌های رسمی و مورد حمایت موسیقی مردم‌پسند به حساب می‌آمدند. برای مطالعه تحلیل قوم‌موسیقی‌شناختی نوآورانه از این گونه‌ها که به «موسیقی زیرزمینی» نیز مشهور است، ر. کدوشین، ۲۰۰۵: ۴۶۳-۴۹۴.

۲. با توجه به تمرکزگرایی فرهنگی در ایران که جامعه‌ای در حال گذار است، هنوز تهران، تنها شهری است که در آن گونه‌های فرهنگی خلق می‌شوند. در زمینه تولید موسیقی مردم‌پسند نیز علی‌رغم آنکه در برخی کلان شهرهای دیگر چون مشهد، اصفهان و رشت فعالیت‌هایی صورت می‌گیرد، این تهران است که نقشی محوری در فضای تولید ایفا می‌کند.

هنوز بر فضای تولید موسیقی ایران حاکم است، آیا می‌توان با وجود آن به تلفیق جامعه‌شناختی و موسیقی‌شناختی تولیدکنندگان این گونه‌ها امید داشت؟ این تلفیق از نظر نویسنده این مقاله تنها راه برون‌رفت از چالش‌های غیرسازنده در فضای تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران و بی‌ریختی فرهنگی حاکم بر این فضا است.

پیشینه تحقیق: پژوهش پیرامون تولید در مطالعات موسیقی مردم‌پسند

حوزه «مطالعات موسیقی مردم‌پسند» حوزه‌ای چندرشته‌ای است که در آن پژوهشگرانی با رویکردهای نظری و روش‌شناختی برآمده از رشته‌های دانشگاهی از جمله موسیقی‌شناسی، جامعه‌شناسی، مطالعات فرهنگی و رسانه، قوم‌موسیقی‌شناسی، تاریخ اجتماعی و جزآن بر موضوعی واحد، یعنی موسیقی مردم‌پسند، به پژوهش می‌پردازند. علاوه بر اشتراک کلی علاقه به مطالعه موسیقی مردم‌پسند در میان پژوهشگران این حوزه، آنچه مطالعات موسیقی مردم‌پسند را دارای هویتی منسجم می‌نماید، نوع نگاهی است که پژوهشگران این حوزه فارغ از رویکردهای متفاوت و چندرشته‌ایشان به موسیقی مردم‌پسند دارند. آنها به موسیقی مردم‌پسند به مثابه پدیده‌ای واجد معانی سیاسی و اجتماعی بالقوه و بااهمیت می‌نگرند. به همین دلیل است که برای این پژوهشگران بیش و پیش از هر مسئله‌ای، رابطه تولید و مصرف موسیقی مردم‌پسند با مفاهیمی چون هویت، جهانی‌شدن، مقاومت، سوژه‌بودگی، جنسیت، نژاد و جزآن در اولویت پژوهش قرار دارد که همگی دارای بار سیاسی و اجتماعی قابل توجهی است (هموندهلگ و نیگاس، ۲۰۰۲: ۶-۱۰). در حوزه مطالعات موسیقی مردم‌پسند علی‌رغم وجود رویکردهای متفاوت، سه رویکرد اصلی قابل شناسایی است. رویکردهای موسیقی‌شناختی، قوم‌موسیقی‌شناختی و جامعه‌شناختی. همان سه رویکرد اصلی در حوزه مطالعات موسیقی مردم‌پسند است که بیشتر پژوهش‌های شاخص این حوزه در قالب آنها به انجام رسیده است. رویکرد موسیقی‌شناختی در مطالعه موسیقی مردم‌پسند بیشتر بر تحلیل ساختاری و نشانه‌شناختی متن موسیقایی مبتنی بوده است.^۱ این در حالی است که برخی پژوهش‌هایی که در مطالعات موسیقی مردم‌پسند با رویکرد قوم‌موسیقی‌شناختی صورت گرفته‌اند، به ریشه‌های محلی گونه‌های موسیقی مردم‌پسند شهری در جوامع معاصر توجه نشان داده‌اند.^۲ در برخی

۱. آثار و پژوهش‌های فیلیپ تگ از جمله شاخص‌ترین پژوهش‌ها در حوزه مطالعات موسیقی مردم‌پسند با رویکرد موسیقی‌شناختی است. او در تحلیل‌های خود سعی دارد عناصر نظری و روش‌شناختی نشانه‌شناسی را به کار گیرد (برای نمونه ر.ک به تگ، ۱۹۷۹ و ۱۹۸۲).

۲. در این رویکرد، پژوهشگران، برخی گونه‌های موسیقی مردم‌پسند در شهرها را نتیجه تحول گونه‌های موسیقایی محلی می‌دانند. این ممکن است نتیجه این گرایش قوم‌موسیقی‌شناسانه باشد که موسیقی‌های شهری ریشه‌ایشان در جاهایی غیر از شهرهاست. برای مثال، برخی قوم‌موسیقی‌شناسانی که در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ میلادی روی موسیقی مردم‌پسند در جامعه معاصر آمریکا به تحقیق می‌پرداختند، گونه بلوز را نتیجه تحول برخی گونه‌های محلی عنوان کرده‌اند. برای اطلاع بیشتر از این پژوهش‌ها که با رویکرد قوم‌موسیقی‌شناختی سعی دارد درباره ریشه‌های گونه موسیقی بلوز کاوش کنند ر.ک. جونز، ۱۹۶۳؛ کیل، ۱۹۶۶ و میدلتون، ۱۹۷۲.

پژوهش‌های دیگر نیز که با رویکرد قوم‌موسیقی‌شناختی دربارهٔ موسیقی‌های مردم‌پسند غیرغربی صورت گرفته تلاش شده این موسیقی‌ها در بستر اجتماعی و فرهنگی خود شناسایی شوند.^۱

در نخستین پژوهش‌هایی که با رویکرد جامعه‌شناختی در حوزهٔ مطالعات موسیقی مردم‌پسند صورت گرفته، به این موسیقی یا به مثابهٔ تولید فرهنگ توده‌ای در جامعهٔ سرمایه‌داری یا از دیدگاه موسیقی خرده‌فرهنگ‌های انحرافی نگریسته شده است.^۲ با وجود این تفاوت‌ها در پژوهش پیرامون موسیقی مردم‌پسند با رویکرد جامعه‌شناختی، در همین پژوهش‌ها بود که نخستین بار، تولید موسیقی مردم‌پسند موضوع پژوهش قرار گرفت. می‌توان پژوهش‌های جامعه‌شناختی در حوزهٔ تولید موسیقی مردم‌پسند را به دو دسته تقسیم کرد. یک دسته پژوهش‌هایی است که تولید را با رویکردی انتقادی بررسی می‌کنند. دستهٔ دیگری پژوهش‌هایی است که به تولید موسیقی مردم‌پسند از منظر جامعه‌شناسی صنعتی - سازمانی نظر می‌افکنند. رویکرد انتقادی متأثر از رهیافت‌های مارکسیستی و نئومارکسیستی است. در این رویکرد، شیوهٔ تولید موسیقی مردم‌پسند در ارتباط با تحول اجتماعی و فرم زیبایی‌شناختی مطالعه می‌شود (آدورنو، ۱۹۹۱). در رویکرد صنعتی - سازمانی، پژوهش پیرامون تولید موسیقی مردم‌پسند، بیشتر مبتنی بر تحلیل ثانویهٔ داده‌های آماری موجود در صنعت موسیقی مردم‌پسند است.^۳ تحلیل‌ها در این رویکرد، مبتنی بر نظریه‌ای است که به نظریهٔ «تولید فرهنگ» مشهور است (برای اطلاع بیشتر ر.ک. پترسن، ۱۹۷۶). این نظریه برآمده از جریان اصلی جامعه‌شناسی در ایالات متحده آمریکا در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ میلادی است. در هر دو رویکرد، پژوهش پیرامون تولید، هم فرایند تولید و هم تولیدکنندگان را در بر می‌گیرد. با این حال می‌توان ادعا

۱. این رویکرد کلی قوم‌موسیقی‌شناسی است که تمایل دارد به بررسی موسیقی‌های غیرغربی بپردازد. تا قبل از دههٔ ۱۹۷۰ میلادی که موسیقی مردم‌پسند موضوعی مشروع برای پژوهش‌های آکادمیک به حساب نمی‌آمد، قوم‌موسیقی‌شناسی به بررسی موسیقی‌های کلاسیک و محلی اقوام غیرغربی می‌پرداخت. پس از آن، موسیقی‌های مردم‌پسند نیز به گونه‌های موسیقی مورد بررسی قوم‌موسیقی‌شناسان افزوده شد. تاکنون پژوهش‌های ارزنده‌ای در حوزهٔ مطالعات موسیقی مردم‌پسند با رویکرد قوم‌موسیقی‌شناسی روی موسیقی‌های مردم‌پسند غیرغربی صورت گرفته است. (برای مثال ر.ک. تایکسیرا، ۲۰۰۳). بیشتر پژوهش‌های صورت گرفته دربارهٔ موسیقی مردم‌پسند ایرانی و موسیقی غیرغربی پژوهش‌هایی بوده که با رویکرد قوم‌موسیقی‌شناختی به انجام رسیده است (برای مثال ر.ک. نوشین، ۲۰۰۵؛ ۲۰۰۸ و ۲۰۱۱).

۲. برای اطلاع از نمونه‌هایی که در آن موسیقی به مثابهٔ محصول جامعهٔ توده‌ای بررسی شده است ر.ک. آدورنو، ۱۹۷۶؛ هورکهایمر و آدورنو، ۱۹۷۹. پژوهش رایزمن (۱۹۵۰) نیز از جمله پژوهش‌های نخستین در حوزهٔ مطالعات موسیقی مردم‌پسند با رویکرد جامعه‌شناختی است. در این پژوهش نوع نگاه به موسیقی مردم‌پسند با تحقیقاتی که پیشتر ذکر شد متفاوت است.

۳. پژوهش پترسن و برگر (۱۹۷۵) از نمونه‌های ارزشمند استفاده از رویکرد صنعتی - سازمانی در تحقیق پیرامون تولید موسیقی مردم‌پسند به حساب می‌آید. در این پژوهش پترسون و برگر، داده‌هایی در زمینهٔ صنعت موسیقی و انواع موسیقی تولید شده در ۲۶ سال ایالات متحده آمریکا را در جهت شناخت بازار تولید گونه‌های موسیقی مردم‌پسند بررسی کردند.

کرد با توجه به ساختارگرایی حاکم بر رویکرد صنعتی - سازمانی، این رویکرد کمتر به پژوهش درباره تولیدکنندگان توجه داشته است که کنشگران نیت‌مند و دارای اراده در فضای تولید موسیقی مردم‌پسندند. در ایران، با توجه به فقدان پژوهش‌های جامعه‌شناختی در مطالعه موسیقی مردم‌پسند، پژوهش پیرامون تولید این موسیقی نیز به ندرت انجام شده است. یکی از نخستین تحقیقات با این رویکرد در ایران، مقاله‌ای است که مسعود یزدی (۱۳۸۶ [۱۳۵۹]) نگاشته است. این مقاله متأثر از چپ‌گرایی حاکم بر سال‌های اواسط دهه ۱۳۵۰ شمسی، تحلیلی مارکسیستی از گونه‌های موسیقی مردم‌پسند ایران در پیش از انقلاب اسلامی است (برای اطلاع بیشتر از پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه در ایران ر.ک. صمیم، ۱۳۹۲).

با توجه به عدم وجود آمارهای قابل استناد از تولیدات صنعت موسیقی مردم‌پسند در ایران، عملاً انجام پژوهشی با رویکرد صنعتی - سازمانی درباره تولید هیچ‌گاه امکان‌پذیر نبوده است.^۱ در حقیقت، ساختار بازار موسیقی در ایران نیز مانند دیگر حوزه‌های اقتصادی مبهم است و این ابهام ناشی از خصوصیت در حال گذار جامعه ایران است. این مقاله سعی دارد با توجه به محدودیت شناخت بازار و ساختار اقتصاد موسیقی در ایران^۲، تولید موسیقی مردم‌پسند را از منظری جامعه‌شناختی و با مراجعه به تولیدکنندگان آن بررسی کند. در اینجا صنعت موسیقی مردم‌پسند در ایران تحلیل نمی‌شود، بلکه شکل کنش ارتباطی تولیدکنندگان در فضای تولید موسیقی مردم‌پسند است که در سطحی خرد بررسی خواهد شد. برای پژوهشگران این تحقیق، کنش تولیدکنندگان بر سازنده فضای تولید موسیقی مردم‌پسند به حساب آمده است. با این نگاه، در تحقیق حاضر، فضای تولید، ابزار مفهومی اصلی به شمار می‌آید و لازم است در بخش بعد، این مفهوم به شیوه‌ای جامعه‌شناختی مفهوم‌پردازی شود.

فضای تولید فرهنگی: مفهوم‌پردازی جامعه‌شناختی در سطح خرد

تولید، با آنکه بنیادی‌ترین کاربردهایش را در علم اقتصاد یافته است، در جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی زمانی که در کنار واژه فرهنگ قرار می‌گیرد مفهومی کلیدی به شمار می‌آید. رویکرد جامعه‌شناختی در تبیین مفهوم تولید فرهنگی نخستین بار در تحلیل‌های مارکسیستی رخ نمود. مارکسیست‌ها میان تولید فرآورده‌ها یا رخدادهای فرهنگی و تولید اقتصادی رابطه‌ای عمیق می‌دیدند. این رویکرد، از آن جهت که در مقابل رویکرد قدیمی تر مبتنی بر

۱. اخیراً، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی آمار مربوط به برخی تولیدات رسمی را منتشر می‌کند. لیکن با توجه به اهمیت تولیدات غیررسمی در پویایی فضای تولید در موسیقی مردم‌پسند ایران و عدم وجود آمار این‌گونه تولیدات، استناد به آمار تولیدات رسمی ضامن انجام پژوهشی قابل استناد با رویکرد صنعتی - سازمانی درباره تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران نیست.

۲. کتاب آزاده‌فر (۱۳۹۰) از نمونه‌های نادر در پژوهش درباره اقتصاد موسیقی در ایران است. هر چند بخش عمده کتاب به بیان نظریه‌های اقتصادی در موسیقی پرداخته است، در بخش‌های پایانی سعی شده مطالبی در بیان ساختار صنعت موسیقی در ایران ذکر گردد. با توجه به تخصص نویسنده، رویکرد کلی حاکم بر پژوهش، قوم‌موسیقی‌شناختی است.

زیبایی‌شناسی قرارداداشت و معتقد بود اثر هنری، از شرایط اجتماعی و اقتصادی‌ای که در آن آفریده می‌شود جداست و نقش عوامل اقتصادی و اجتماعی را در خلق محصول هنری و فرهنگی تعیین‌کننده می‌دانست، رویکردی جامعه‌شناختی - اقتصادی به حساب می‌آمد (وبلیامز، ۱۹۷۷: ۷۰). نئومارکسیست‌ها به خصوص اندیشمندان مکتب فرانکفورت، که رویکردی انتقادی به دیدگاه‌های مارکسیسم سنتی داشتند، با توجه به اهمیتی که در تحلیل‌های خود به رونمای فرهنگی می‌دادند، زمینه را برای تحلیلی جامعه‌شناختی‌تر از مفهوم تولید فرهنگی مهیا کردند.^۱ آنها تولید فرهنگی را ذیل مفهوم «صنعت فرهنگ» تبیین کردند (هورکهایمر و آدورنو، ۱۹۷۹). به نظر آنها تولید فرهنگی در جامعه سرمایه‌داری، نه تولید، بلکه نوعی بازتولید مکانیکی قلمداد می‌شد (بنیامین، ۱۹۶۹). این بازتولید مکانیکی، پیامد پیشرفت فناوری و تکنولوژیک شدن فرایندهای تولید به معنای عام و تولید فرهنگی به معنای خاص بود.

به بیان دیگر، برای نئومارکسیست‌ها، فضای تولید فرهنگی، چیزی نبود جز، فضای تولید تکنولوژیک و توده‌ای کالاهای فرهنگی. تحلیل‌های جامعه‌شناختی نئومارکسیست‌ها از فضای تولید فرهنگی، بیشتر تحلیل‌هایی در سطح کلان است. به بیان دیگر، در رویکردهای نئومارکسیستی، تولیدکنندگان، کنشگران فردی‌اند و نقشی در بر ساخت فضا ایفا نمی‌نمایند و این ساختارهای کلان و ایدئولوژی کلی جامعه سرمایه‌داری است که فضای تولید فرهنگی را برمی‌سازد. تولیدکنندگان فردی از نظر آنها، چنان در ساختار کلی جامعه سرمایه‌داری حل شده‌اند که چیزی از فردیتشان باقی نمانده است.

رویکرد جامعه‌شناختی دیگری در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، در مسیری متفاوت با رویکردهای نئومارکسیستی به تبیین مفهوم تولید فرهنگی پرداخت. هرچند مفهوم‌پردازی فضای فرهنگی را باز هم در سطحی کلان صورت داد لیکن دستاوردهای نظری ارزش‌مندی در جهت تحلیل‌های مثبت از فضای تولید فرهنگی ارائه کرد. جامعه‌شناسی فرهنگ ریچارد پترسون که نماینده اصلی همین رویکرد است با توجه به آنکه بیشتر از جریان اصلی جامعه‌شناسی آمریکا در اواخر دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی، یعنی ساختارگرایی، متأثر بود، تولید فرهنگی را مخالف با هرگونه برداشت فردگرایانه، مجموعه فرایندهای ساختاری می‌دانست که کل سازوکار صنعتی تولید را دربرمی‌گیرد (تنر، ۲۰۰۳: ۷۰-۷۲). فضای تولید فرهنگ از منظر او مجموعه فرایندهای سازمانی و نهادی است که انتخاب‌های زیبایی‌شناسانه را بر مصرف‌کنندگان به عنوان کنشگران فضای فرهنگی تحمیل می‌نماید (هیرش و فیس، ۲۰۰۲: ۹۹). پیروان پترسون، زمانی که به تحلیل تولید نوآورانه فرهنگی می‌پردازند، علی‌رغم آنکه واحد تحلیلشان نه شخص تولیدکننده بلکه «جهان‌های هنری»^۲ یعنی برابری تمام کنشگران فردی،

۱. عمدتاً تفسیرهای نئومارکسیستی از اندیشه‌های مارکسیسم سنتی، مبتنی بر «چرخش فرهنگی» است. این اصطلاح بدین معناست که در اندیشه‌های نئومارکسیستی، دیگر زیربنای اقتصادی به اندازه‌ای که مارکس معتقد بود در تعیین هستی و آگاهی انسان‌ها نقش ندارد.

۲. برای اطلاع بیشتر از مفهوم «جهان‌های هنری» ر.ک. بکر، ۱۹۷۶: ۴۱-۵۶.

سازمان‌ها و نهادهای تشکیل‌دهنده فضای تولید فرهنگی است، این امکان نظری در مفهوم‌پردازی فضای تولید فرهنگی را پدید می‌آورند که ما سهمی را به تولیدکنندگان، به مثابه کنشگران فردی در بساختن فضای فرهنگی بدهیم. این امکان نظری که از دل دیدگاه‌های کاملاً ساختارگرایانه به وجود آمد، مقدمات را برای ظهور تحلیل‌های خردتر از فضای تولید فرهنگی آماده کرد. این تحلیل‌ها در دهه ۱۹۸۰ و اوایل ۱۹۹۰ میلادی با نظریه‌پردازی‌های پیر بردیو، جامعه‌شناس فرانسوی، پیرامون تولید فرهنگی رُخ نمود. بردیو در واکنش به تمام تحلیل‌های ساختارگرایانه پیش از خودش تلاش کرد، نقش عامل اجتماعی را برجسته سازد. سعی وی بر آن بود که به گونه‌ای نظریه‌پردازی نماید که نظریاتش هم تبیین‌کننده تأثیر ساختارهای اجتماعی مقهورکننده و هم تبیین‌کننده اراده و آزادی انتخاب کنشگر فردی باشد (کلهون و همکاران، ۲۰۰۲: ۲۵۹-۲۶۰). بردیو (۱۹۹۳) در تحلیلش از تولید فرهنگی، کنش تولید را به تولیدکننده یا همان عامل اجتماعی تولید نسبت می‌دهد. این کنشگر با کنش فردی معطوف به تولید خود، فضایی پیرامون خود برمی‌سازد که او آن را میدان تولید می‌نامد. از نظر بردیو میدان تولید فرهنگی که ما آن را در اینجا، فضای تولید فرهنگی نامیده‌ایم، خصوصیات ویژه‌ای دارد. قاعده‌مندی، مبتنی بودن بر سرمایه به عنوان منبع، همخوانی با عادت‌واره‌های خاص و البته منازعه‌آمیز بودن از خصوصیات ویژه هر میدان تولید فرهنگی است. مسئله منازعه‌آمیز بودن فضای تولید فرهنگی از جمله خصوصیات است که در مفهوم‌پردازی‌مان از فضای تولید فرهنگی برای تحلیل فضای تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران از آن بهره برده‌ایم. از نظر بردیو، تضاد منافع تولیدکنندگان یا همان کنشگران میدان تولید فرهنگی است که این میدان را منازعه‌آمیز می‌سازد. مفهوم‌پردازی بردیو از فضای تولید فرهنگی این امکان را به ما می‌دهد این فضا را که برساخته کنش کنشگران آن یا همان تولیدکنندگان است بر اساس تحلیل نزاع میان آنان بررسی کنیم. به بیان دیگر، می‌توان گفت، تحلیل نزاع میان تولیدکنندگان یک گونه فرهنگی از طریق بررسی شکل کنش ارتباطی آنها، شناخت مطلوبی از فضای تولید آن گونه فرهنگی خاص را به دست خواهد داد. در نتیجه چنین نگاهی به فضای تولید فرهنگی است که در جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی، پژوهش درباره تولیدکنندگان فرهنگی اهمیت می‌یابد و رهیافت‌های پژوهشی متعددی برای بررسی کنش آنها مطرح شده است.

یکی از رهیافت‌های پژوهشی جهت تحقیق پیرامون تولیدکنندگان فرهنگی، رهیافت مردم‌نگار/جامعه‌شناختی است شامل مشاهده و مستندسازی فرایندهای واقعی و افرادی که درگیر فرایندهای تولید فرهنگی‌اند (دیویس، ۲۰۰۹: ۵۸). معمولاً در این رهیافت از روش‌های کیفی استفاده می‌شود و پژوهش در بُعدی محلی و در سطحی خرد صورت می‌پذیرد (همان: ۵۹). پژوهشگری که با این رهیافت به پژوهش درباره تولیدکنندگان فرهنگی می‌پردازد، در جستجوی کشف عملکردها، فرایندهای شناختی و از همه مهم‌تر، کنش‌های اجتماعی کنشگرانی است که درگیر در فرایند تولید فرهنگی درون فضای تولیدند. در این مقاله نیز با

توجه به مفهوم‌پردازی جامعه‌شناختی فضای تولید فرهنگی در سطح خرد، که تا حدودی بر میراث بورديو استوار است^۱، به سراغ تولیدکنندگان گونه‌های موسیقی مردم‌پسند رفته‌ایم که شکلی از گونه‌های تولید فرهنگی است تا فضای تولید موسیقی مردم‌پسند را شکلی از فضای تولید فرهنگی در ایران امروز است تحلیل کنیم.

موسیقی مردم‌پسند و گونه‌های تولیدشده آن در ایران

اینکه موسیقی مردم‌پسند چیست و چه مصادیقی دارد چندان روشن نیست. تلاش‌های بسیاری برای تعریف این نوع موسیقی در بستر فرهنگ غرب صورت گرفته است. بسیاری آن را موسیقی جوامع طبقاتی دانسته‌اند؛ موسیقی‌ای که در مقابل نخبگان قرار می‌گیرد. بسیاری دیگر نیز این موسیقی را موسیقی جامعه‌ای دانسته‌اند که دارای تقسیم کار نسبتاً پیشرفته و تمایز آشکار میان تولیدکننده و مصرف‌کننده است و در آن فرآورده‌های فرهنگی در سطحی گسترده به دست افراد حرفه‌ای تولید می‌شود، در بازاری همگانی به فروش می‌رسد و از طریق رسانه‌های همگانی تکثیر می‌شود (میدلتون، ۱۹۹۰).

این تعاریف، همگی در چارچوب جهان غرب صدق می‌کند. برای تعریف موسیقی مردم‌پسند ایرانی، مشکل دو چندان است و ابهام بسیار بیشتر است. تلاش برای تعریف موسیقی مردم‌پسند که پدیده‌ای فرافرنه‌گی است محققان مختلف حوزه مطالعات موسیقی مردم‌پسند به طرق گوناگون پژوهش‌های انجام داده‌اند (ر.ک به بیلی، ۱۹۸۱). در تعریف موسیقی مردم‌پسند غیرغربی، برخی عامل صنعتی شدن را آنچنان تعیین‌کننده نمی‌دانند. دگرگونی سریع در رپرتوار و همبستگی نزدیک با ضبط صدا و رسانه پخش‌کننده آن از جمله خصوصیات است که تعریف‌کننده موسیقی مردم‌پسند در فرهنگ‌های غیرغربی محسوب می‌شود (همان: ۱۰۷). موسیقی مردم‌پسند ایرانی نیز مانند تمام موسیقی‌های مردم‌پسند در دنیا، به هر حال تحت تأثیر نمونه غربی خود قرار دارد. رشد و ترویج این موسیقی در ایران، ناشی از رشد طبقه متوسط و گسترش اقتصاد بازار بوده است. این موسیقی در ایران نیز استمرار حیات خود را مدیون رسانه‌های گروهی است و بر پایه نظام «ستاره‌سازی» حساب شده پا گرفته است. تعیین تاریخ دقیق برای پیدایش موسیقی مردم‌پسند در ایران بیهوده است. اما با توجه به اینکه رسانه‌های گروهی در ظهور این پدیده نقشی اساسی ایفا کرده‌اند، می‌توان تأسیس رادیو را در سال ۱۳۱۹ شمسی، به طور نمادین نقطه آغاز شکل‌گیری آن به حساب آورد (فاطمی، ۱۳۸۲: ۳۲). در حقیقت، برای شناخت گونه‌هایی که امروز در ایران موسیقی مردم‌پسند محسوب می‌شوند، با توجه به عدم شناخت صحیح از صنعت و فضای تولید موسیقی مردم‌پسند، نگرشی تاریخی

۱. البته در اینجا علی‌رغم ساختاری بودن رویکرد بورديو، آن را در زمره نظریه‌های خرد فرض کرده‌ایم.

ضروری است.^۱ با اتخاذ نگرش تاریخی، ریشه موسیقی مردم‌پسند در ایران امروز، در انواع سبک موسیقی کلاسیک ایرانی، موسیقی مطربی یا همان موسیقی فولکلور شهری و موسیقی مردم‌پسند غربی وارداتی، قابل جستجو است (همان: ۳۰).
با این مقدمات گونه‌های متفاوت موسیقی مردم‌پسند تولیدشده در ایران در جدول ۱ دسته‌بندی شده است.^۲

جدول ۱. گونه‌های موسیقی مردم‌پسند رسمی و غیررسمی تولید شده در ایران

متأثر از موسیقی مردم‌پسند ایرانی تولید شده در خارج از ایران (لس آنجلس) متأثر از گونه‌های تغییرشکل‌یافته و سبک موسیقی کلاسیک ایرانی (ترانه‌های دستگاهی)	تولیدات رسمی موسیقی مردم‌پسند در ایران
متأثر از جریان اصلی موسیقی مردم‌پسند غربی (MTV) متأثر از موسیقی‌های مردم‌پسند اعتراضی در غرب	تولیدات غیررسمی موسیقی مردم‌پسند در ایران

آن گونه‌های موسیقی مردم‌پسند در ایران که متأثر از موسیقی مردم‌پسند ایرانی تولید شده در خارج یا لس آنجلسی است در آثار خوانندگانی چون ناصر عبداللهی، محسن یگانه، و محسن چاوشی خود را نشان می‌دهد. موسیقی‌های متأثر از ترانه‌های دستگاهی در میان خوانندگانی رواج دارد که عموماً سابقه تولید در حوزه موسیقی کلاسیک ایرانی داشته‌اند؛ افرادی چون علیرضا افتخاری، محمد اصفهانی. در مورد گرایش به گونه‌های مذکور هنوز پژوهشی جامع صورت نپذیرفته است. در میان تولیدات غیررسمی موسیقی مردم‌پسند، دسته‌ای متأثر از جریان اصلی موسیقی مردم‌پسند غربی یا MTV است و تولیداتشان همراه با کلیپ‌های ویدیویی در شبکه‌های ماهواره‌ای مخصوص پخش موسیقی ایرانی عرضه می‌شود. دسته دیگر نیز که بیشتر به موسیقی‌های زیرزمینی مشهورند، متأثر از موسیقی‌های مردم‌پسند اعتراضی در غرب چون راک و هوی‌متال است.^۳

۱. بیشتر تحقیقات در مورد موسیقی مردم‌پسند در ایران نیز با نگرش تاریخی صورت گرفته است. (ر.ک. برلی و فاطمی، ۲۰۱۲؛ این کتاب از نمونه‌های اخیر بررسی تاریخی موسیقی مردم‌پسند در ایران به شمار می‌آید. ریشه‌های این موسیقی در ایران را از ابتدای قرن بیستم میلادی پی می‌گیرد. در این کتاب، توسعه موسیقی مردم‌پسند و ارتباط آن با جامعه ایرانی از منظری تاریخی و قوم‌موسیقی‌شناسانه بررسی می‌شود.)

۲. یکی از ضعف‌های عمده در تحقیقات حوزه مطالعات موسیقی مردم‌پسند در ایران، عدم گونه‌شناسی صحیح از انواعی است که در تحقیقات بررسی و مطالعه می‌شود. برای اطلاع از نمونه‌های معدودی که در آن سعی شده از انواع موسیقی‌های تولید و مصرف‌شده در ایران، گونه‌شناسی‌ای ارائه گردد ر.ک. قاسمی و صمیم، ۱۳۸۷ و قاسمی، ۱۳۸۸.

۳. در ایران این گونه‌های موسیقایی همگی به راک مشهورند.

روش‌شناسی تحقیق

در این مقاله، رهیافت پژوهشی استفاده شده رهیافت مردم‌نگاری/جامعه‌شناختی است. بر اساس این رهیافت، داده‌هایی کیفی از تولیدکنندگان فرهنگی با مصاحبه و یا مشاهده جمع‌آوری می‌گردد. در این مقاله تکنیک جمع‌آوری اطلاعات تحقیق، در مطابقت با رهیافت پژوهشی ذکر شده، گروه متمرکز است. گروه متمرکز را می‌توان از انواع مصاحبه عمیق دانست. گروه متمرکز نوعی مصاحبه عمیق و هماهنگ است که در آن افرادی همگون، در بحث پیرامون مسئله‌ای خاص هدایت می‌شوند (بول و گنون، ۲۰۰۷: ۱۹۶-۱۹۷). در گروه متمرکز تأکید بر تعامل میان اعضای گروهی است که مصاحبه با آنها انجام می‌شود.

در مقاله حاضر دو گروه متمرکز تشکیل شد که هر کدام تولیدکننده یکی از گونه‌های موسیقی مردم‌پسند رسمی و غیررسمی بودند. گروه اول تولیدکنندگان موسیقی مردم‌پسند رسمی‌ای بودند که در تولیداتشان از موسیقی کلاسیک ایرانی و ترانه‌های دستگاهی متأثر بودند. گروه دوم نیز تولیدکنندگان موسیقی مردم‌پسند غیررسمی‌ای بودند که در تولیداتشان از موسیقی‌های مردم‌پسند اعتراضی در غرب تأثیر می‌پذیرفتند و در ایران به رپ‌خوان‌های فارسی شهرت داشتند. در هر گروه هشت نفر^۱ شرکت‌کنندگان گروه متمرکز گنجانده شدند که همگی حداقل سه سال سابقه تولید موسیقی به عنوان نوازنده، آهنگساز یا خواننده داشتند. برای گروه اول و در جهت نیل به اشباع اطلاعات سه جلسه و برای گروه دوم دو جلسه حدوداً ۱/۵ ساعته بحث متمرکز ترتیب داده شد. برخی خصوصیات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. مشخصات شرکت‌کنندگان در بحث گروهی شماره ۱

کد مشارکت کنندگان مشخصات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
سن	۲۵	۲۴	۲۸	۲۰	۲۸	۲۷	۲۹	۲۹
تحصیلات	لیسانس	لیسانس	فوق لیسانس	دانشجو لیسانس	فوق لیسانس	دانشجو فوق لیسانس	فوق لیسانس	لیسانس
جنسیت	مرد	مرد	مرد	زن	زن	مرد	مرد	زن
وضعیت تاهل	مجرد	مجرد	مجرد	مجرد	متاهل	متاهل	متاهل	متاهل

۱. تعداد شرکت‌کنندگان در هر گروه بستگی به موضوع و خصوصیات پدیده مورد بررسی دارد و نمونه‌گیری و گردآوری اطلاعات تا اشباع نظری ادامه می‌یابد. اندازه گروه نیز باید متناسب باشد. گروه بزرگ ممکن است باعث گردد برخی در بحث شرکت نیابند و اندازه کوچک نیز ممکن است موجب گردد افراد احساس کنند نمی‌توانند آزادانه در بحث شرکت نمایند. بسیاری اندازه متناسب یک گروه متمرکز را ۶ تا ۱۰ نفر عنوان کرده‌اند (برنز و گروو، ۲۰۰۶: ۳۷۹).

ادامه جدول ۲. مشخصات شرکت‌کنندگان در بحث گروهی شماره ۱

محل تولد	شاهرود	کاشان	تهران	تهران	تهران	تهران	اصفهان	یاسوج
محل تولد پدر	شاهرود	کاشان	کرمانشاه	تهران	مراغه	تهران	خمینی شهر	یاسوج
میزان درآمد شخصی در ماه (تومان)	یک میلیون	پانصد هزار	یک میلیون	ندارد	یک میلیون	ندارد	یک میلیون پانصد هزار	پانصد هزار
محل سکونت	کارگر	یوسف‌آباد	شهرک غرب	پونک	تهرانپارس	شهران	فاطمی	نواب

جدول ۳. مشخصات افراد شرکت‌کننده در بحث گروهی شماره ۲

کد مشارکت کنندگان مشخصات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
سن	۲۱	۲۸	۱۹	۲۷	۲۳	۲۵	۲۹	۲۴
تحصیلات	دانشجو لیسانس	لیسانس	دانشجو لیسانس	لیسانس	دانشجو لیسانس	دانشجو لیسانس	لیسانس	لیسانس
جنسیت	مرد	مرد	مرد	زن	زن	مرد	مرد	مرد
وضعیت تأهل	مجرد	مجرد	مجرد	متأهل	مجرد	مجرد	متأهل	مجرد
محل تولد	تهران	مشهد	تهران	اصفهان	تهران	تهران	اهواز	تهران
محل تولد پدر	ساری	مشهد	تهران	اصفهان	خرم‌آباد	تهران	دزفول	تهران
میزان درآمد شخصی در ماه (تومان)	ندارد	یک میلیون	پانصد هزار	هفتصد هزار	ندارد	ندارد	یک میلیون	ششصد هزار تومان
محل سکونت	تهرانپارس	تهرانپارس	پونک	اختیاریه	پاسداران	صادقیه	کرج	حکیمیه

در مصاحبه‌های گروهی این سؤال‌ها پرسیده شد: «برای تولید موسیقی چقدر با مقاومت خانواده‌هایتان روبه‌رو می‌شوید؟» «برای تولید موسیقی چقدر با نهادهای دولتی مرتبط سروکار پیدا می‌کنید؟» «برای تولید موسیقی چقدر با تولیدکنندگان گونه‌های دیگر تعامل برقرار می‌کنید؟» «به نظر شما چه کسانی در تولید موسیقی در ایران موفق‌تر بوده‌اند؟» «جو حاکم بر تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟» سعی شد سؤال‌ها به گونه‌ای

کلی طراحی شود. بیشتر بر پاسخ‌ها به‌خصوص آن دسته پاسخ‌هایی تأکید شد که در نتیجه تعامل گروهی حاصل گردید. در تحلیل پاسخ‌های حاصل از مصاحبه با استفاده از تکنیک گروه متمرکز، از روش تحلیل تأملی استفاده شد. در این نوع تحلیل، داده‌ها بر اساس تخیل، تفکر و تفسیر پژوهشگر با استفاده از بینش رشته‌ای وی صورت می‌پذیرد (تس، ۱۹۹۰: ۶۹).

یافته‌ها: گزارش داده‌ها و تحلیل جامعه‌شناختی آنها

در این پژوهش در مجموع پنج بحث گروهی متمرکز با دو گروه از تولیدکنندگان موسیقی مردم‌پسند در ایران، یکی تولیدکنندگان گونه رسمی و دیگری تولیدکنندگان گونه غیررسمی انجام شد. در اینجا به گزارش اجمالی یافته‌های حاصل از این مصاحبه‌ها و سپس تحلیل جامعه‌شناختی آنها می‌پردازیم. مصاحبه‌ها به صورت کامل در دفتر نشریه موجود است.

مصاحبه با گروه تولیدکنندگان گونه رسمی. در جلسه نخست بحث، توضیحات کلی پیرامون مسئله مورد بررسی از دیدی تاریخی ارائه شد. سپس سؤال‌ها مطرح گردید. در واکنش به سؤال «برای تولید موسیقی چقدر با مقاومت خانواده‌هایتان روبه‌رو بوده‌اید؟» کد ۴ بحث را این چنین آغاز کرد: «اصولاً، از ابتدا پدرم همیشه در فراگیری موسیقی تشویق می‌نمود. ولی مادرم چندان تمایلی به اینکه من به دنبال این کار بروم نداشت. شاید چون پدرم موافق بود من هیچ‌گاه مقاومتی از درون خانواده‌ام احساس نکردم.» کد ۲ به پاسخ وی این گونه واکنش نشان داد: «خوب شما در تهران ساکن بودید. در محیط‌های بزرگ معمولاً با مشکل کمتری مواجهیم. در شهر ما، با اینکه موسیقیدان‌های بزرگی را درون خود پروراند است، ولی موسیقی به‌خصوص تولید آن چندان با استقبال مواجه نمی‌شود.» کدهای ۷ و ۱ نیز معتقد بودند شاید اگر در جای دیگری غیر از تهران زندگی می‌کردند ادامه پرداختن به موسیقی برایشان مشکل بود. در پاسخ به این سؤال که «جو حاکم بر موسیقی مردم‌پسند در ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید؟» کد ۸ پاسخ داد: «ایران فضاهای متفاوتی دارد و تحلیل کلی آن مشکل است. موسیقی مردم‌پسند چه در شهرهای بزرگ و چه در مناطق کوچک، چه در بین مردم عادی و چه در بین آدم‌های تحصیل کرده، به هر حال گونه‌ای سبک به حساب می‌آید. ما از موسیقی کلاسیک ایرانی شروع کردیم ولی واقعاً مسائل اقتصادی ما را به سمت این گونه موسیقایی سوق داد.» کد ۶ گفت: «مخاطب، واقعاً انگیزه اصلی ما در روی آوردن به این موسیقی بود. هم از لحاظ اقتصادی و هم معنوی. اینکه می‌گویم معنوی منظورم این است که جمع‌های دوستانه هم چه در دانشگاه و چه در جاهای دیگر این موسیقی را بیشتر می‌پسندند. این موسیقی ضامن حضور ما در جمع‌های گسترده‌تر دوستانه بود.» بقیه نیز اعتقاد داشتند علی‌رغم جو نه‌چندان مناسب تولید موسیقی در ایران، انگیزه‌های غیرموسیقایی آنها را به تولید این موسیقی سوق داده است.

در پاسخ به این سؤال که «برای تولید موسیقی چقدر با تولیدکنندگان دیگر گونه‌ها تعامل برقرار می‌کنید؟»، کد ۳ پاسخ داد: «اصولاً، تعامل در فضای موسیقی ایران تعریف نشده است. هرچند این روزها بازار تلفیق موسیقی‌های مختلف داغ است ولی مثلاً میان ما و تولیدکنندگان

موسیقی کلاسیک ایرانی، کارِ موسیقاییِ مشترکی شکل نمی‌گیرد.» کد ۶ گفت: «البته این فقط به موسیقی ربط ندارد. در اینجا کسی اگر چیزی بلد است، فقط آن چیز را واجدِ ارزش می‌داند. در حقیقت، فکر می‌کند اگر چیزی بلد نیست حتماً ارزشش را نداشته که به‌دنبالش برود و آن را یاد بگیرد. من خودم به رِبِ علاقه دارم ولی رِب‌ها هیچ وقت مایل نیستند، مثلاً سازی مثل تار- که یک سازِ سنتی در موسیقی ایرانی است- در تولید موسیقی‌شان نقش داشته باشد.» کد ۷ گفت: «البته موسیقی‌ای که ایشان اشاره کرد از نظر من اصلاً موسیقی نیست که به ساز هم نیاز داشته باشد. فقط ریتم است. اصلاً جنبهٔ موسیقایی ندارد.» کد ۸ گفت: «واقعاً جالب است. مثلاً برای من مهم است که تجربه‌هایِ تلفیقی در موسیقی داشته باشم. یکی دو کار هم انجام داده‌ام ولی موفق نبوده است.» کد ۲ گفت: «این موسیقی‌ای که ما تولید می‌کنیم، خود نوعی موسیقیِ تلفیقی است که حاصلِ تعامل است. به هر حال ما نشان داده‌ایم که اهلِ تعاملیم.»

تحلیل جامعه‌شناختی پاسخ‌های گروه اول. شاید در نگاه نخست، بتوان پاسخگویان این گروه را همگی، کسانی دانست که در جریانِ برخی تحركاتِ اجتماعی و تحولاتِ فرهنگی به سمتِ گونهٔ موسیقایی هدایت شده‌اند که چندان با سلیقهٔ موسیقایی اولیه‌شان منطبق نبوده است. هر چند معتقدند موسیقی‌ای که تولید می‌کنند تلفیقی است و این تلفیق نیز با موفقیت صورت گرفته است، لیکن به نظر می‌رسد با توجه به برخی پاسخ‌ها، این تلفیق چندان هم موفق صورت نگرفته است. دلایلِ عدمِ موفقیتِ تلفیقِ مذکور، برخی الزام‌های ساختاری است که آنها را در تضادی درونی گرفتار کرده است. آنها پذیرفته‌اند موسیقی‌ای که تولید می‌کنند اصالت ندارد. این نتیجهٔ جامعه‌پذیری آنها در فضای تولید موسیقی‌ای است که در آن این اعتقاد وجود دارد که گونه‌هایی *نا‌تأ* دارای اصالت‌اند. این نگرش ذات‌گرایانه برآمده از تلقی سنت‌گرایانه‌ای است که حامیان فرهنگ‌های موسیقایی سنتی بدان منتسب بوده‌اند. این نگرش سنت‌گرایانه هرچند در برهه‌هایی از تاریخ معاصر ایران تقبیح می‌شده، لیکن امروزه از حمایت نهاد‌های سیاستگذار فرهنگی برخوردار است؛ حمایتی که سبب بازتولید آن می‌گردد. در این نگرش، هر گونه تلفیق، چه در فضای فرهنگی- اجتماعی کلی و چه در فضای موسیقایی، نیل به سمتِ زدودن اصالت‌هاست. تجربهٔ زیسته در فضایی که به لحاظِ موسیقی‌شناختی اصیل به حساب نمی‌آید و تلفیقی است سبب شده تولیدکنندگان این گونهٔ موسیقی مردم‌پسند، به برقراری تعامل با دیگر گونه‌ها تمایل نشان دهند. هر چند این تعامل، بیشتر برای آنها آرمانی و دور از دسترس می‌نماید. میل به تعامل در این گروه نشان‌دهندهٔ نوعی تساهل اجتماعی و فرهنگی در آنهاست. تساهلی که آن گونه که در مصاحبه‌ها مشخص گردید، برانگیزانندهٔ نوعی انحصارطلبی و مقاومتِ بیرونی در دیگران است.

در فضای تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران، این گروه، یعنی تولیدکنندگانی که در تولید موسیقی‌شان بیشتر از موسیقی کلاسیک ایرانی متأثرند، انحصارطلبی و مقاومت‌های بیرونی را هم از جانب گونه‌های موسیقایی‌ای می‌دانند که خود از دامن آنها به بار آمده‌اند و هم از جانب

گونه‌هایی می‌پندارند که جهان‌بینی کاملاً متفاوتی با آنها دارند. تساهل اجتماعی این گروه، تعامل آنها را با نهادهای سیاستگذار و ناظر فرهنگی نیز آسان کرده است. تقریباً همه آنها چیزی به عنوان لزوم نظارت را پذیرفته‌اند، هر چند در پاره‌ای موارد، باز به سبب همان تساهل، مایل‌اند نظارت‌ها در عوض اینکه در دست نهادهای سیاستگذار محدود باشد، بر عهده تمام جامعه قرار گیرد.

مصاحبه با گروه تولیدکنندگان گونه غیررسمی. در این جلسات نیز توضیحاتی کلی پیرامون مسئله مورد بررسی و مفاهیم اصلی تحقیق ارائه شد. سپس سؤال‌هایی مطرح گردید. در واکنش به سؤال «برای تولید موسیقی چقدر با مقاومت خانواده‌هایتان روبه‌رو می‌شوید؟» کد ۵ این گونه پاسخ داد: «مقاومت‌ها بسیار زیاد است. تقریباً هر شب در خانه بحث و جدل پیش می‌آید. همه اعضای خانواده با من درگیر بودند. رفت و آمدهایم همیشه کنترل می‌شدند. همه این‌ها انرژی بسیاری از من تلف می‌کرد.» کد ۴ این گونه گفت: «دخترها برای اجرای موسیقی به‌خصوص خوانندگی با مشکل مواجهند. مقاومت‌های خانوادگی آنقدر زیاد است که گاهی آدم حاضر می‌شود از دست خانواده فرار کند.» کد ۱ گفت: «به تمام معنی افتضاح! شرایط اصلاً مناسب نیست. هیچ وقت نبوده است. تمام کارها با اضطراب همراه است. من به برخی دوستانم که مهاجرت کرده‌اند، غبطه می‌خورم. نجات یافته‌اند.» کد ۳ به این پاسخ این گونه واکنش نشان داد: «البته شرایط آنها که مهاجرت کرده‌اند به گونه‌ای دیگر نامناسب است. آنها غریبانند. غربت آزارشان می‌دهد. ولی موسیقی، آنجا از چنین شرایطی برخوردار نیست. این موسیقی اصولاً با این فرهنگی که در این کشور است سازگاری ندارد.» کد ۴ گفت: «قرار نیست این موسیقی با فرهنگی سازگار باشد. اصولاً این موسیقی در ناسازگاری است که به‌وجود می‌آید.» کد ۵ گفت: «عدم سازگاری در اینجا در نتیجه عقب‌ماندگی است. فرهنگ این موسیقی، جلوتر از فرهنگ مردم عادی است.» کد ۷ گفت: «مسئله ما عدم سازگاری نیست. مسئله ما این است که بفهمانیم چگونه این موسیقی، فرهنگ جوانان است. اگر ما به عدم سازگاری این موسیقی معتقد باشیم، این به آن معناست که معتقدیم فرهنگ جوانان، ناسازگار است. به هر حال با توجه به اینکه ایران کشور جوانی است، این فرهنگ، فرهنگ غالب است. موسیقی‌اش هم غالب است. واقعاً ندیدم کسی به این موسیقی جذب نشود. به هر حال همه نسبت به این موسیقی موضع دارند. این در حالی است که معمولاً در مقابل گونه‌های دیگر بی‌تفاوت‌اند.» کد ۳ گفت: «اگر منظورتان از تعامل گفتگوست که ما همیشه حرف می‌زنیم. اصلاً این موسیقی بر کلام استوار است. ولی باید قبول کنیم همکاری موسیقایی، فضای گل و بلبل می‌خواهد و موسیقی رپ هم موسیقی گل و بلبل نیست.» کد ۱ نیز گفت: «من فکر می‌کنم این سؤال را به این قصد طرح کردید که ببینید ما چقدر اجتماعی هستیم. فعالیت ما همیشه در جمع صورت می‌گیرد. انزوا برای ما معنا ندارد. این موسیقی، جمعی است. روابط خاص نیاز دارد. ما گاهی برای ایجاد و حفظ این روابط، انرژی بسیاری صرف می‌کنیم.»

در پاسخ به این سؤال که «برای تولید موسیقی چقدر با نهادهای دولتی مرتبط سروکار پیدا

می‌کنید؟»، کد ۲ گفت: «باور نمی‌کنید ولی یک موقع‌هایی من فکر می‌کنم، ما اصلاً در این مملکت زندگی نمی‌کنیم. هیچ رابطه‌ای با نهادهای دولتی نداریم. نه با نهادهای مرتبط و نه غیرمرتبط. چند وقت پیش باید برای تمدید گذرنامه به اداره گذرنامه مراجعه می‌کردم. حسی که داشتم، حس انسانی بود که بعد از مدت‌ها از غار بیرون آمده است.» تقریباً، در تمام پاسخ‌ها نوعی میل به فرار از فضاهای رسمی وجود داشت. همگی معتقد بودند، آنچه به لحاظ معنوی در فضاهای خصوصی خود کسب می‌کنند، آنها را از تعامل با نهادهای رسمی بی‌نیاز می‌سازد.

تحلیل جامعه‌شناختی پاسخ‌های گروه دوم. مشارکت‌کنندگان در مصاحبه، از کوچک‌ترین سطح مقاومت‌های بیرونی هم‌گریزان‌اند. همگی فضاهای خانوادگی را ترک گفته و کمتر به مرادفات سنتی با خانواده اهمیت می‌دهند. خانواده‌ها نیز در بسیاری موارد، این جدایی را پذیرفته‌اند. در مورد کد ۳ و ۴، حتی از استقلال فرزندان خود حمایت می‌کنند، در حالی که سن پاسخگویان مذکور به گونه‌ای نیست که به طور کامل از خانواده جدا شوند. در این گروه، جدایی از نهادهای اجتماعی از خانواده آغاز شده است. آنها شدیدترین مقاومت‌ها را درون همین ساختار کوچک مشاهده کرده‌اند. به بیان دیگر، این جدایی نقطه ورودشان به فضای تولید و مصرف موسیقی مردم‌پسند به حساب می‌آید. فضای تولید موسیقی مردم‌پسند برای آنها چیزی فراتر از فضای حرفه‌ای است. این در حالی است که گروه نخست، این فضا را بیشتر فضایی حرفه‌ای می‌دانست. در مورد تولیدکنندگان موسیقی مردم‌پسند غیررسمی، فضای تولید، بیشتر قلمرو شخصی است. آنها برخی روابط دوستانه و عمیق خود را در همین فضا شکل داده‌اند. هرچند پاره‌ای از کنش‌های وصف شده در میان تولیدکنندگان غیرایرانی نیز مشاهده می‌شود، لیکن آنچه فضای تولید این گونه در ایران را متمایز می‌سازد آن است که انزوای اجتماعی این گروه، بیشتر از طرف جامعه حمایت می‌گردد و نه از جانب خود افراد. تولید موسیقی برای آنها کنشی است که هویتشان را در تمام ابعاد می‌سازد. اعضای این گروه نشان دادند، تعامل موسیقایی با دیگر تولیدکنندگان را در فضای تولید موسیقی مردم‌پسند بر نمی‌تابند. این عدم تمایل، گونه‌ای انحصارطلبی فرهنگی خودخواسته در آنها به وجود آورده است. این گروه از تولیدکنندگان موسیقی مردم‌پسند در ایران بیش از سایرین مایل‌اند به مدد نشانه‌ها و نمادهای غیرموسیقایی، خود را از گروه‌های دیگر متمایز سازند. این تمایزطلبی اجتماعی که نشان‌دهنده همان انحصارطلبی فرهنگی خودخواسته است، امکان هرگونه تلفیق موسیقی‌شناختی را از میان می‌برد. اصولاً، نیازی به این تلفیق در تولیدکنندگان این گونه موسیقایی احساس نمی‌شود. این در حالی است که نمونه‌های تلفیقی از این نوع موسیقی در فضاهای تولید موسیقی مردم‌پسند غیرایرانی شکل گرفته است. انحصارطلبی سبب شده ارزش موسیقایی دیگر گونه‌ها را این تولیدکنندگان، به طور مستقیم یا غیرمستقیم انکار کنند. این انکار، آنها را بدین سو سوق می‌دهد که برای موسیقی‌ای که تولید می‌کنند، اصالت قائل شوند. آنها با نگرشی ذات‌گرایانه معتقدند، فرهنگ امروز ذاتاً گونه موسیقایی آنان را برای مصرف می‌پسندد. این ذات‌باوری، با فرهنگی که موسیقی تولیدشده آنها به آن تعلق دارد، یعنی فرهنگ غرب، در تعارض شدید

قرار دارد. ریشه این ذات‌گرایی در تعلق عمیقی است که تولیدکنندگان این موسیقی در ناخودآگاه خود به فرهنگ سنتی‌ای دارند که با موسیقی‌شان به مقاومت در برابر آن می‌پردازند.

بحث و نتیجه‌گیری

فضای تولید موسیقی در ایران، اگر آن را بر اساس مفهوم‌پردازی جامعه‌شناختی ارائه شده در سطحی خرد بنگریم، بیش از صد سال است که فضایی منازعه‌آمیز به حساب می‌آید. این نزاع، میان حامیان فرهنگ‌های موسیقایی سنتی و مدرن رخ داده است. گاه در این فضای منازعه‌آمیز، سیاستگذاران فرهنگی از فرهنگ‌های سنتی و گاه از فرهنگ‌های مدرن حمایت کرده‌اند، هر چند فضای تولید، علی‌رغم این حمایت‌ها و شاید به دلیل این حمایت‌ها، همواره فضایی مسئله‌مند به حساب می‌آمده است. از اواخر دهه ۱۳۷۰ هجری شمسی، با توجه به تولید و مصرف نسبتاً گسترده موسیقی مردم‌پسند در میان جوانان، افزایش گروه‌های موسیقی مردم‌پسند رسمی و غیررسمی و گسترش روزافزون استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای در ایران، خُرده فضای تولید موسیقی مردم‌پسند به فضای اصلی تولید موسیقی در ایران تبدیل شد. در این فضا هم با توجه به وجود گونه‌های متکثر که هر کدام به فرهنگی خاص متعلق بودند، فضای منازعه‌آمیز پیشین بازتولید شد.

در این مقاله در جهت شناخت این فضا، با دو گروه از تولیدکنندگان موسیقی مردم‌پسند رسمی و غیررسمی از طریق تکنیک مصاحبه گروه متمرکز به مصاحبه پرداختیم. گزارش داده‌ها و تحلیل جامعه‌شناختی آنها نشان داد، هر دو گروه دچار تضادهای درونی و مقاومت‌های ایدئولوژیک بیرونی‌اند. گروه اول خود را به گونه موسیقایی‌ای که تولید می‌کنند، متعلق نمی‌دانستند. این در حالی است که چنان از فضای تولید موسیقی کلاسیک ایرانی - که خود را برآمده از آن می‌دانند - فاصله گرفته بودند که بازگشت از نظر خودشان، امکان‌ناپذیر می‌نمود. این تضاد، امکان هر نوع تلفیقی را نیز سلب می‌نماید. آنها هنوز به اصالت برخی گونه‌های موسیقایی معتقد بودند و آن را ارزشمندتر از اشکال تلفیقی موسیقی قلمداد می‌کردند. آنها در مصاحبه‌هایشان، به تلفیق موسیقی‌شناختی تمایل نشان داده بودند، لیکن نهایتاً در نظرشان تلفیق، زدودن اصالت‌هاست. این نشان از نوعی ذات‌گرایی نهفته در ارزیابی‌های آنها داشت. این ذات‌گرایی نشان از تأثیرپذیری از نگرش‌های سنت‌گرایانه دارد. در حالی که با فاصله‌گرفتن از موسیقی کلاسیک ایرانی که خود را به آن متعلق می‌دانستند، شیوه زندگی و گونه موسیقایی غیرسنتی را برای تولید برگزیده بودند. در سطح نهایی تحلیل، واکنش‌های ایدئولوژیک و سنت‌گرایانه از خود بروز می‌دادند. در گروه دوم، کنش‌های ایدئولوژیک بسیار شدیدتر خود را نشان دادند. این کنش‌های ایدئولوژیک با انحصارطلبی فرهنگی خودخواسته‌ای آمیخته شده که بیشتر ناشی از انزوای اجتماعی اجباری و عدم حمایت نهادهای رسمی و اجتماعی از گونه موسیقایی تولیدی آنهاست. این آمیختگی از آنها سوژه‌هایی ایدئولوژیک پدید آورده که فقط به نفی هستی‌شناختی دیگران می‌پردازند. این کنش ایدئولوژیک، امکان هرگونه تلفیق را از میان برده است.

گونه‌های موسیقی مردم‌پسند در ایران، چه آنها که شکل‌های سبک‌شده موسیقی‌های غیر مردم‌پسند ایرانی‌اند و چه آنها که از گونه‌های غربی متأثرند، با توجه به تفاوت‌های هستی‌شناختی‌ای که با یکدیگر دارند و واکنش‌ایدئولوژیکی که تولیدکنندگان آن در برابر یکدیگر از خود بروز می‌دهند، همواره دچار نزاع گفتمانی‌اند. این نزاع، هر چند در فضای تولید موسیقی مردم‌پسند رخ می‌دهد، لیکن همان نزاعی است که پیش‌تر در فضای کلی‌تر تولید موسیقی در ایران میان حامیان فرهنگ‌های سنتی و مدرن موسیقی رخ می‌داد. امروزه، تلفیق‌های موسیقی‌شناختی، عاملی مهم در نوآوری در فضای تولید موسیقی به حساب می‌آید. این در حالی است که کنش‌ایدئولوژیک میان تولیدکنندگان گونه‌های متفاوت در ایران امکان هر گونه تلفیق، نوآوری و در نتیجه پویایی فضای تولید موسیقی مردم‌پسند در ایران را از میان برده است. این سبب می‌شود پویایی فضای تولید جای خود را به رکود و ایستایی بدهد و رکود و ایستایی به بی‌ریختی فرهنگی در فضای تولید موسیقی مردم‌پسند به طور جزئی و فضای فرهنگی ایران به طور کلی دامن می‌زند.

منابع

۱. آزاده فر، محمدرضا (۱۳۹۰)، *اقتصاد موسیقی*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۲. خالقی، روح‌ا. (۱۳۷۷)، *سرگذشت موسیقی ایران*، جلد سوم به همراه خلاصه جلد‌های اول و دوم، تهران: ماهور.
۳. صمیم، رضا (۱۳۹۲)، «نگاهی انتقادی به پیشینه داخلی مطالعه موسیقی مردم‌پسند: پژوهشی پیرامون امکان شکل‌گیری حوزه میان‌رشته‌ای مطالعات موسیقی مردم‌پسند در ایران»، *هنرهای زیبا- هنرهای نمایشی و موسیقی*، دوره ۱۸، شماره ۲، صص ۴۱-۴۸.
۴. صمیم، رضا و قاسمی، وحید (۱۳۸۸)، «گرایش به مصرف گونه‌های موسیقی مردم‌پسند و میزان پرخشگری در میان دانشجویان (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان)»، *تحقیقات فرهنگی ایران*، شماره ۸، صص ۲۴۳-۲۶۲.
۵. فاطمی، ساسان (۱۳۸۲)، «نگاهی گذرا به پیدایش و رشد موسیقی مردم‌پسند در ایران: از ابتدا تا سال ۱۳۵۷»، *فصلنامه موسیقی ماهور*، شماره ۲۲، صص ۲۷-۴۳.
۶. قاسمی، وحید و صمیم، رضا (۱۳۸۷)، «مطالعه‌ای پیرامون رابطه قشربندی اجتماعی و مصرف فرهنگی با استفاده از داده‌هایی در زمینه مصرف موسیقایی در شهر تهران»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره نهم، شماره ۱ و ۲، صص ۸۰-۱۰۱.
۷. مشحون، حسن (۱۳۸۰)، *تاریخ موسیقی ایران*، تهران: فرهنگ نشر نو.
۸. یزدی، مسعود (۱۳۸۶)، *تک‌گویی فرجامین*، تهران: گام نو.
9. Adorno, Theodore. (1976/1991). *Introduction to the Sociology of Music*. New York: Seabury Press.
10. Adorno, Theodore. (1979). *The Culture Industry*. London: Routledge.
11. Baily, John. (1981). Cross-Cultural Perspectives in Popular Music: The Case of Afghanistan. *Popular Music*, 1, 105-122.
12. Becker, Howard. (1976). Art Worlds as Social Type. In R. Peterson, *The Production of Culture*. London & Beverley Hills: Sage. pp 41-56.

13. Benjamin, Walter. (1969). *Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. In W. Benjamin, *Illuminations*. (Edited and with introduction by H. Arendt). New York: Schocken Books.
14. Boswell, Carl. & Cannon, Shany. (2007). *Introduction to Nursing Research: Incorporating Evidence-Based Practice*. Boston: Jones & Bartlett.
15. Bourdieu, Pierre. (1993). *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Cambridge: Polity Press.
16. Breley, G. & Fatemi, Sasan. (2012). *Iranian Music and Popular Entertainment: From Motrebi to Losanjelesi and Beyond*. London: Routledge.
17. Burns, N. & Grove, S.K. (2006). *Understanding Nursing Research*. St.Louis: Mosby-Elsevier.
18. Calhoun, Craig, Gerteis, J., Moody, J., Pfaff, S. & Indermohan, V. (2002). *Contemporary Sociological Theory*. Oxford: Blackwell Publishers.
19. Davis, Aeron. (2009). Investigating Cultural Producers. In M. Pickering (Ed), *Research Methods in Cultural Studies*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
20. Fatemi, Sasan. (2004). Origin and Development of Popular Music in Iran: From the Beginning to 1979. *Mahoor Music Quarterly*, 22(4), 27-43.
21. Hesmondhalgh, David. & Negus, Keith. (2002). *Popular Music Studies*. New York: Oxford University Press.
22. Hirsch, Paul.M. & Fees, Paul.C. (2000). Doing Sociology & Culture. *Poetics*, 28, 95-105.
23. Horkheimer, Max. & Adorno, Theodore. (1979). *Dialectic of Enlightenment*. London: Verso.
24. Jones, Leroi. (1963). *Blues People*. New York: Morrow Quill.
25. Keil, Charles. (1966). *Urban Blues*. Chicago: University of Chicago Press.
26. Middleton, Richard. (1972). *Pop Music and the Blues*. London: Gollancz.
27. Middleton, Richard. (1990). *Studying Popular Music*. Buckingham: Open University Press.
28. Nooshin, Laudan. (2005). Interaction Underground, Overground: Rock Music and Youth Discourses in Iran. *Iranian Studies*, 38(3), 463-494.
29. Nooshin, Laudan. (2008). Iranian Youth, Popular Music and National Identity. In H. Semati (Ed.), *Media, Culture and Society in Iran*. New York: Routledge. pp 69-93.
30. Nooshin, Laudan. (2011). Hip Hop Tehran: Migrating Styles, Musical Meanings, Marginalised Voices. In J. Toynbee and B. Dueck (eds.), *Migrating Music*, London: Routledge. pp 92-112.
31. Peterson, Richard. (1976). *The Production of Culture*. London & Beverley Hills: Sage.
32. Peterson, Richard. & Berger, David.G. (1975). Cycles in Symbol Production: The Case of Popular Music. *American Sociological Review*, 40, 158-173.
33. Riesman, David. (1950). Listening to Popular Music. *American Quarterly*, 2, 359-371.
34. Tagg, Philip. (1979). *Kojak: 50 Seconds of Television Music*. Göteborg: Skifter fran Musikretenskapliga Institutionen.
35. Tagg, Philip. (1982). Analyzing Popular Music: Theory, Method and Practice. *Popular Music*, 2, 37-65.
36. Tanner, Jeremy. (2003). *The Sociology of Art: A reader*. London: Routledge.

37. Teixeira, Jao.G. (2003). National Identity in Brazilian Popular Music. *Popular Music and Society*, 26, 31-36.
38. Tesch, Rene. (1990). *Qualitative Research: Analyzing Types and Software Tools*. New York: Routledge.
39. Williams, Raymund. (1977). *Marxism and Literature*. Oxford: Oxford University Press.

