

بازپیکربندی میدان موسیقی کلاسیک ایران در عصر تحول رسانه‌ها

چکیده

این مقاله به بررسی تحولات موسیقی کلاسیک ایران در قرن چهاردهم شمسی در نسبت با سیر تحول رسانه‌ها می‌پردازد. با وجود پژوهش‌های متعدد درباره تاریخ، ساختار و ویژگی‌های سبک‌شناسانه این موسیقی، نقش رسانه و دگرگونی‌های اجتماعی در بازپیکربندی میدان موسیقی کلاسیک ایران کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و رویکردی جامعه‌شناختی، با بهره‌گیری از مفاهیم رسانه‌ای‌شدگی، مدیامورفوسیس، نظریه میدان پیر بوردیو و مفهوم تغییرات موسیقایی جان بلکینگ، تحولات این موسیقی را در چهار مقطع بررسی می‌کند: گفتمان مشروطه هنر، گفتمان اصالت‌گرا، حیات موسیقی کلاسیک ایران پس از انقلاب اسلامی و عصر رسانه‌های نوین. یافته‌ها نشان می‌دهد در دو دوره نخست، رسانه عمدتاً در خدمت تثبیت و بازتولید مشروعیت میدان قرار داشت، اما از دهه‌های پایانی قرن و هم‌زمان با گسترش اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، منطق رسانه به یکی از عوامل مؤثر در بازپیکربندی میدان موسیقی کلاسیک ایران تبدیل شد. این تحول مناسبات میان هنرمند، مخاطب، نهادهای آموزشی و سازوکارهای مشروعیت‌بخشی را دگرگون کرده و تحول رسانه‌ها در ایران را با نوعی ناهمزمانی و تأخر در پذیرش و نهادینه‌شدن فناوری‌های رسانه‌ای همراه ساخته است. بر این اساس، مقاله استدلال می‌کند که تحولات اخیر بخشی از فرآیند بازپیکربندی میدان موسیقی کلاسیک ایران در عصر رسانه‌های نوین است.

کلیدواژه‌ها:

موسیقی کلاسیک ایران، تغییرات موسیقایی، رسانه‌ای‌شدگی، میدان موسیقی، تحول رسانه‌ها، مدیامورفوسیس

مقدمه

مطالعه‌ی تحولات موسیقی مستلزم رویکردی است که موسیقی را صرفاً به‌عنوان پدیده‌ای صوتی تلقی نکند، بلکه آن را در بستر اجتماعی، فرهنگی و تاریخی‌اش مورد بررسی قرار دهد. آلن مریام با ارائه‌ی الگوی سه‌سطحی مطالعه‌ی موسیقی، بر پیوند میان مفاهیم موسیقایی، رفتارهای موسیقایی و ساختار صوتی تأکید می‌کند و نشان می‌دهد که هیچ‌یک از این سطوح را نمی‌توان مستقل از دیگری تحلیل کرد (مریام، ۱۳۹۶، ۶۹). در همین راستا، بلکینگ با استناد به دیدگاه آلن لومکس، رابطه‌ای متقابل میان تغییرات موسیقایی و تحولات فرهنگی برقرار می‌کند و نشان می‌دهد که بسیاری از دگرگونی‌های موسیقی، ریشه در تغییرات ساختارهای اجتماعی و فرهنگی دارند، نه صرفاً در تحول زبان موسیقایی (بلکینگ، ۱۳۹۳، ۱۰). از این رو، تحلیل یک‌جانبه‌ی ویژگی‌های صوتی یا، در مقابل، تقلیل موسیقی به پدیده‌ای صرفاً اجتماعی، نمی‌تواند تصویری جامع از فرآیند تحول موسیقی کلاسیک ایران در یک سده‌ی اخیر ارائه دهد.

اگرچه موسیقی کلاسیک ایران طی قرن چهاردهم شمسی دستخوش تغییرات گسترده‌ای در شیوه‌های تولید، آموزش، اجرا، انتشار و مصرف شده است، بخش عمده‌ی پژوهش‌های این حوزه یا بر تحلیل ساختارهای صوتی و دستگاهی متمرکز بوده‌اند یا با رویکردی جامعه‌شناختی، بدون توجه کافی به نقش فناوری و رسانه، این تحولات را تبیین کرده‌اند. در نتیجه، بسیاری از تغییرات تدریجی اما بنیادین که در بستر تحولات ارتباطی و رسانه‌ای شکل گرفته‌اند، کمتر به‌صورت مستقل مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

در دهه‌های اخیر، مطالعات رسانه‌افق تازه‌ای برای تبیین این تحولات گشوده‌اند. نظریه‌ی «رسانه‌ای‌شدگی» (Mediatization) رسانه را نه صرفاً ابزار انتقال پیام، بلکه نهادی اجتماعی می‌داند که به‌تدریج منطق خود را بر سایر حوزه‌های اجتماعی، از جمله هنر و موسیقی، تحمیل می‌کند و در نتیجه، الگوهای تولید، توزیع، مصرف و مشروعیت فرهنگی را بازآرایی می‌سازد (Tsuria, 2015). تویاس پونتارا، موزیکولوژیست و پژوهشگر سوئدی علوم رسانه نیز نشان می‌دهد که رسانه‌ای‌شدن، موسیقی را از رویدادی وابسته به زمان و مکان اجرا به عنصری دائماً حاضر در زندگی روزمره تبدیل کرده و کارکردهای فرهنگی و اجتماعی آن را بازتعریف کرده است (Pontara, 2017).

با وجود اهمیت این رویکردها، نقش تحولات رسانه‌ای در تغییرات میدان موسیقی کلاسیک ایران همچنان کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در بیشتر پژوهش‌های موجود، رسانه صرفاً بستری برای انتشار آثار تلقی شده، حال آنکه تغییر رسانه‌های مرجع، از رادیو و تلویزیون به رسانه‌های اجتماعی، پیامدهایی فراتر از شیوه‌ی عرضه‌ی موسیقی داشته و مناسبات قدرت، سرمایه‌ی فرهنگی، ذائقه، عادت‌واره و مرزهای میدان موسیقی، به تعبیر بوردیوی خودش، را نیز دستخوش تغییر کرده است. این مسئله در ایران، به‌دلیل تفاوت جایگاه رسانه‌های نوین در حوزه‌ی موسیقی نسبت به سایر هنرها، اهمیتی دوچندان یافته و زمینه‌ی شکل‌گیری نوعی شکاف میان میدان آموزش، تولید و ارائه‌ی موسیقی کلاسیک ایرانی را فراهم آورده است.

بر این اساس، پژوهش حاضر با بهره‌گیری از نظریه‌ی تغییرات موسیقایی موسیقی‌شناس انگلیسی، جان بلکینگ، واکاوی مفاهیم جدیدتری چون رسانه‌ای‌شدگی و مدیامورفوسیس و همچنین با تکیه بر موضوعاتی چون میدان، سرمایه‌ی فرهنگی و عادت‌واره در اندیشه‌ی پیر بوردیو، می‌کوشد تأثیر تحولات رسانه‌ها را بر میدان موسیقی کلاسیک ایران به‌ویژه در عصر رسانه‌های اجتماعی بررسی کند. تلاش شده است تا تحولات رسانه‌ای را نه صرفاً به‌عنوان تغییری در ابزارهای انتشار موسیقی، بلکه به‌مثابه عاملی مؤثر در بازپیکربندی میدان موسیقی کلاسیک ایران و تبیین بخشی از دگرگونی‌های اجتماعی و فرهنگی آن مورد مطالعه قرار دهد.

۱) روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، بنیادی و از حیث روش، توصیفی-تحلیلی است و با رویکردی جامعه‌شناختی و جهت‌گیری میان‌رشته‌ای انجام شده است. جهت‌گیری میان‌رشته‌ای پژوهش از آن روست که مسئله‌ی تحول حیات موسیقی کلاسیک ایران در نسبت با رسانه، با بهره‌گیری از دستاوردهای تاریخ موسیقی، موسیقی‌شناسی، جامعه‌شناسی موسیقی و مطالعات رسانه مورد

بررسی قرار گرفته است. داده‌های پژوهش به شیوه‌ی کتابخانه‌ای و اسنادی و با استفاده از منابع تاریخی، اسناد و متون مرتبط با حیات موسیقایی ایران، مطالعات موسیقی‌شناختی و جامعه‌شناختی موسیقی و پژوهش‌های حوزه‌ی رسانه گردآوری شده‌اند. فرآیند پژوهش در سه مرحله سامان یافته است. در مرحله‌ی نخست، با مطالعه‌ی منابع تاریخی و پژوهش‌های مرتبط، سیر تحول حیات موسیقی کلاسیک ایران در ارتباط با تغییرات اجتماعی، نهادی و رسانه‌ای بازسازی شده است. بر این اساس، داده‌ها در چهار مقطع عمده‌ی تاریخی سازمان‌دهی شده‌اند. دوره‌بندی مذکور صرفاً بر مبنای ظهور یک فناوری یا رسانه‌ی جدید صورت نگرفته، بلکه نحوه‌ی ورود رسانه به حیات موسیقی، میزان گسترش و استفاده از آن و نسبت آن با شرایط اجتماعی و نهادی هر دوره نیز مورد توجه قرار گرفته است. از این‌رو، مرز میان دوره‌ها الزاماً مرزی قطعی نیست و این تقسیم‌بندی بیش از آنکه بیانگر جایگزینی کامل یک رسانه با رسانه‌ای دیگر باشد، ابزاری تحلیلی برای مقایسه‌ی تغییرات تاریخی روابط میان موسیقی، رسانه و جامعه است.

برای ایجاد امکان مقایسه‌ی نظام‌مند میان چهار دوره، مجموعه‌ای نسبتاً ثابت از مؤلفه‌های تحلیلی در تمامی مقاطع مورد توجه قرار گرفته است؛ از جمله نهادهای آموزشی و موسیقایی، رسانه‌های غالب، بسترهای تولید و عرضه، شیوه‌های ارتباط میان کنشگران، رابطه‌ی هنرمند و مخاطب و سازوکارهای کسب اعتبار و مشروعیت حرفه‌ای. بدین ترتیب، دوره‌های تاریخی نه به صورت روایت‌هایی مستقل، بلکه بر اساس مجموعه‌ای از مؤلفه‌های مشترک مورد بررسی و مقایسه قرار گرفته‌اند.

در مرحله‌ی دوم، داده‌های حاصل از بازسازی تاریخی در چارچوب مفهومی پژوهش تحلیل شده‌اند. جهت‌گیری اصلی این تحلیل جامعه‌شناختی است؛ نظریه‌ی میدان پیر بوردیو و مفهوم تغییر موسیقایی جان بلکینگ چارچوب اصلی تفسیر روابط و تحولات موسیقایی را فراهم می‌کنند و مفاهیم رسانه‌ای‌شدگی و مدیامورفوسیس برای تحلیل نسبت میان تحول محیط رسانه‌ای و دگرگونی حیات موسیقی به کار گرفته شده‌اند. بر این اساس، در هر دوره تغییر در روابط میان کنشگران و نهادها، سازوکارهای مشروعیت‌بخشی، مناسبات هنرمند و مخاطب و شیوه‌های تولید، عرضه و دریافت موسیقی بررسی و نسبت آن‌ها با تحول محیط رسانه‌ای تحلیل شده است.

به منظور افزایش اعتبار تحلیل، از اتکای کلی پژوهش به یک نوع منبع پرهیز شده و منابع تاریخی و اسنادی در کنار مطالعات موسیقی‌شناختی، جامعه‌شناختی و رسانه‌ای مورد استفاده قرار گرفته‌اند. شواهد حاصل از این منابع در نسبت با زمینه‌ی تاریخی هر دوره مقایسه و تفسیر شده‌اند و ثبات نسبی مؤلفه‌های تحلیلی در بررسی چهار دوره نیز امکان مقایسه‌ی نظام‌مند میان آن‌ها را فراهم کرده است. بنابراین، اعتبار استنتاج‌ها بر تنوع منابع، مقایسه‌ی شواهد و استفاده از چارچوب تحلیلی نسبتاً ثابت در دوره‌های مورد مطالعه استوار شده است.

در مرحله‌ی پایانی، نتایج تحلیل چهار دوره به صورت تاریخی-مقایسه‌ای در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند تا پیوستگی‌ها و گسست‌های موجود در تحول میدان موسیقی کلاسیک ایران آشکار شود. در این مرحله، تغییر نقش رسانه‌ها، نهادها و واسطه‌ها، تحول رابطه‌ی هنرمند و مخاطب، تغییر مسیرهای تولید و عرضه و دگرگونی سازوکارهای کسب اعتبار و مشروعیت در امتداد تاریخی مقایسه شده‌اند. این مقایسه مبنای تبیین چگونگی بازپیکربندی میدان موسیقی کلاسیک ایران در مواجهه با تحولات رسانه‌ای قرار گرفته است.

۲) پیشینه پژوهش

پژوهش‌های مرتبط با موضوع حاضر را می‌توان در سه مسیر عمده دسته‌بندی کرد: مطالعات تاریخی و موسیقی‌شناختی موسیقی کلاسیک ایران؛ پژوهش‌های جامعه‌شناختی و فرهنگی موسیقی؛ و مطالعات مرتبط با رسانه، فناوری و موسیقی. در مسیر نخست، بخش مهمی از پژوهش‌های مرجع بر شناخت ساختار، نظام دستگاهی، ردیف، متون تاریخی و تحولات نظری موسیقی ایران متمرکز بوده‌اند. هومان اسعدی در پژوهش‌هایی چون از مقام تا دستگاه: نگاهی موسیقی‌شناختی به جنبه‌هایی از سیر تحول نظام موسیقی کلاسیک ایران، بنیادهای نظری موسیقی کلاسیک ایران: دستگاه به عنوان مجموعه‌ای چندمُدی و بازنگری پیشینه تاریخی مفهوم دستگاه، ابعاد تاریخی و نظری تکوین نظام دستگاهی را بررسی کرده است (اسعدی، ۱۳۸۰). سیدحسین میثمی نیز در مطالعات تاریخی خود، در آثاری نظیر کتب موسیقی عصر صفوی و موسیقی در دوران غزنویان، به بازخوانی مفاهیم و منابع نظری موسیقی تاریخی ایران پرداخته است (میثمی، ۱۳۹۷). این دسته از مطالعات، همراه با پژوهش‌های دیگر

موسیقی‌شناسان ایرانی، بنیانی مهم برای شناخت تاریخ، ساختار و تحولات موسیقی کلاسیک ایران فراهم ساخته‌اند؛ باین‌حال، مسئله اصلی آن‌ها عموماً تحول محیط رسانه‌ای و تأثیر آن بر ساختار اجتماعی حیات موسیقی نبوده است. پدram جوادزاده و مسعود کوثری در مطالعات خود به شرایط اجتماعی تولید، توزیع و مصرف موسیقی و مناسبات فرهنگی مرتبط با آن پرداخته‌اند؛ از جمله در پژوهش «مقوله‌های فرهنگی مصرف موسیقی ملی ایران»، ابعاد فرهنگی توزیع و مصرف موسیقی در ایران مورد بررسی قرار گرفته است (جوادزاده و همکاران، ۱۴۰۰). ساسان فاطمی نیز در پژوهش‌هایی همچون موسیقی جدی و رسانه؛ نقش رادیو - تلویزیون در ایجاد فرهنگ موسیقایی، موسیقی جشن و جنسیت در ایران از دوره قاجار تا اوایل دوره پهلوی و سیر نفوذ موسیقی غربی به ایران در عصر قاجار، وجوهی از رابطه موسیقی با رسانه و تحولات اجتماعی و تاریخی را بررسی کرده است (فاطمی، ۱۳۸۵). همچنین رضا صمیم در مطالعات خود به فضای اجتماعی تولید موسیقی مردم‌پسند پرداخته و در پژوهش مشترک با حامد طاهری‌کیا درباره بصری‌شدن رپ فارسی در فضای مجازی؛ مطالعه موردی فضای اینستاگرام، یکی از پیامدهای محیط رسانه‌ای جدید بر موسیقی را بررسی کرده است (صمیم و طاهری‌کیا، ۱۳۹۷). در حوزه‌ای نزدیک‌تر به موسیقی کلاسیک ایران، علی خاکسار در مقاله رفرماسیون موسیقایی؛ بررسی و نقد موسیقی سنتی ایران با رویکردی به سنت موسیقایی ایرانی در دوره معاصر، با تمایز میان سنت موسیقایی و موسیقی سنتی، مسئله تداوم، گسست و ضرورت تحول در موسیقی ایران را مطرح ساخته است (خاکسار، ۱۳۸۸). مجموعه این مطالعات نشان می‌دهد که پژوهش اجتماعی موسیقی در ایران به موضوعاتی چون تولید، توزیع، هویت، گفتمان، ذائقه و رسانه توجه داشته است، اما اغلب بر گونه‌ای خاص از موسیقی، یک دوره تاریخی، یک رسانه یا مسئله‌ای معین متمرکز بوده‌اند.

در حوزه رسانه و فناوری نیز رابطه رسانه با موسیقی در ایران کاملاً مغفول نمانده است. پژوهش‌هایی درباره نقش رادیو و تلویزیون در فرهنگ موسیقایی، تأثیر رادیو بر فرم‌ها و مناسبات اجرای موسیقی کلاسیک ایرانی، برنامه گل‌ها، تحول جایگاه سازها از رادیو تا اینترنت، رسانه‌های تخصصی مجازی و تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر بازنمایی و اجرای موسیقی انجام شده است. اهمیت این آثار در آشکارا ساختن وجوه گوناگون رابطه موسیقی و رسانه است؛ باین‌حال، بخش عمده آن‌ها یک رسانه، مقطع یا پیامد معین را موضوع مطالعه قرار داده‌اند و کمتر سیر تحول رسانه‌ها و نسبت آن با تغییر ساختار روابط میدان موسیقی کلاسیک ایران را در امتدادی تاریخی و در قالب مسئله‌ای واحد بررسی کرده‌اند.

در سطح بین‌المللی، نسبت میان تحول رسانه‌ها و حیات موسیقی با دامنه نظری گسترده‌تری مورد توجه قرار گرفته است. کورت بلاکف با طرح مفهوم مدیامورفوسیس موسیقی، تحول فناوری‌های ارتباطی را با تغییر در تولید، انتشار، دریافت و ساختار ارتباطات موسیقایی مرتبط می‌سازد (Blaukopf, 1994). مطالعات بعدی نیز ظرفیت این مفهوم را در محیط دیجیتال و حتی در مطالعه سنت‌های کلاسیک غیرغربی نشان داده‌اند؛ چنان‌که پژوهش درباره مدیامورفوسیس موسیقی هندوستانی، تأثیر تحول رسانه‌ای بر انتقال دانش و مناسبات سنتی این موسیقی را بررسی می‌کند (Vellody, 2010). از سوی دیگر، وینفرید شولتس و استیگ هیاروارد با مفهوم رسانه‌ای‌شدگی، بر دگرگونی بلندمدت نهادها و فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی در نسبت با رسانه‌ها تأکید کرده‌اند (Schulz, 2004; Hjarvard, 2013). در مطالعات موسیقی نیز، کرامر با صورت‌بندی رسانه‌ای‌شدگی موسیقی در قالب ظهور و تحول نهادها، تغییر نقش تولیدکنندگان و اجراکنندگان، نظام‌های ارزیابی، شیوه‌های اجرا و بازتولید و الگوهای دریافت و مصرف موسیقی را مورد توجه قرار داده است (Krämer, 2011). پونتارا و ولگستن نیز با گسترش این بحث، نسبت میان رسانه‌ای‌شدگی و «موسیقایی‌شدن» زندگی اجتماعی را بررسی کرده و تحول جایگاه موسیقی در جامعه‌ی رسانه‌ای را در ارتباط با تغییر شیوه‌های تولید، دریافت و تجربه‌ی موسیقی تحلیل کرده‌اند (Pontara & Volgsten, 2017). برآیند انتقادی این پیشینه نشان می‌دهد که خلأ پژوهش حاضر نه در فقدان مطالعات تاریخی و موسیقی‌شناختی درباره موسیقی کلاسیک ایران، نه در نبود مطالعات جامعه‌شناختی موسیقی و نه حتی در نادیده‌ماندن کامل رابطه رسانه و موسیقی است؛ بلکه در فقدان مطالعه‌ای است که این حوزه‌ها را در امتدادی تاریخی به یکدیگر پیوند دهد و نسبت میان تحول محیط رسانه‌ای و بازپیکربندی میدان موسیقی کلاسیک ایران را بررسی کند. پژوهش حاضر از این منظر، ضمن بهره‌گیری از دستاوردهای مطالعات پیشین، مسئله را از بررسی یک رسانه، یک مقطع یا یک پیامد مشخص فراتر برده و می‌کوشد با آرای جان بلکینگ و پیر بوردیو و همچنین با استفاده از مفاهیم رسانه‌ای‌شدگی و مدیامورفوسیس، چگونگی تغییر روابط تولید، آموزش، اجرا، توزیع، مصرف،

مشروعیت و ذائقه را در نسبت با تحولات رسانه‌ای تحلیل کند. بدین ترتیب، افزوده پژوهش حاضر را می‌توان در قرار دادن تحول تاریخی رسانه‌ها و بازپیکربندی میدان موسیقی کلاسیک ایران در یک چارچوب تحلیلی واحد دانست.

۳) چارچوب نظری

تبیین ضرورت بازپیکربندی میدان موسیقی کلاسیک ایران در مواجهه با تحولات رسانه‌ای، مستلزم روشن شدن سه محور نظری است که هر یک بخشی از منطق استدلال این پژوهش را شکل می‌دهند. نخست، باید نشان داد که موسیقی پدیده‌ای ایستا و ثابت نیست، بلکه همواره در تعامل با بسترهای فرهنگی، اجتماعی و تاریخی دستخوش تغییر می‌شود؛ از این رو، شناخت ماهیت و سازوکار تغییرات موسیقایی، نقطه آغاز این پژوهش است. دوم، از آنجا که این تغییرات صرفاً در سطح آثار موسیقایی رخ نمی‌دهند، بلکه در الگوهای کنش، نظام مشروعیت، ذائقه، عادتواره و روابط میان کنشگران نیز بازتاب می‌یابند، تبیین مفهوم میدان و سازوکار تحول آن، بر پایه آرای پیر بوردیو، ضرورت می‌یابد. سوم، با توجه به اینکه یکی از مهم‌ترین نیروهای مؤثر بر دگرگونی‌های معاصر موسیقی، تحول رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی است، بررسی نسبت میان رسانه و حیات اجتماعی موسیقی، با بهره‌گیری از رویکردهای رسانه‌ای‌شدگی و مدیامورفوسیس، چارچوب لازم برای تحلیل این تحولات را فراهم می‌آورد.

بر این اساس، مبانی نظری این پژوهش در سه گام سامان یافته است: در گام نخست، با تکیه بر آرای جان بلکینگ، مسئله تغییرات موسیقایی تبیین می‌شود؛ در گام دوم، با بهره‌گیری از نظریه‌ی تمایز و میدان پیر بوردیو، مفاهیم میدان، ذائقه، عادتواره و سرمایه فرهنگی به‌عنوان سازوکارهای بازتولید و تحول حیات موسیقایی بررسی می‌شوند؛ و در گام سوم، با تبیین نظریه‌های رسانه‌ای‌شدگی و مدیامورفوسیس، نقش تحول رسانه‌ها در بازپیکربندی میدان موسیقی و دگرگونی مناسبات آن مورد تحلیل قرار می‌گیرد. این سه محور، در کنار یکدیگر، بنیان نظری لازم برای تحلیل تغییرات موسیقی کلاسیک ایران و تبیین ضرورت بازخوانی میدان آن در عصر تحول رسانه‌ها را فراهم می‌کنند.

در حوزه‌ی مطالعات موسیقی، ارائه‌ی یک الگوی نظری و پژوهشی که دربرگیرنده‌ی تمامی ابعاد یک موسیقی باشد حائز اهمیت بنیادی است.^۱ چنین الگویی باید ارزش‌گذاری بومی و تحلیلی، پیش‌زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی و وجوه مرتبط در علوم اجتماعی و انسانی را در نظر گرفته و در عین حال جنبه‌های چندگانه‌ی موسیقی مانند وجوه نمادین، زیبایی‌شناختی، فرمال، روان‌شناسانه و فیزیکی و غیره را نیز در خود بگنجانند (مریام، ۱۳۹۶: ۶۹). دلیل عنوان کردن الگوی مطالعاتی آلن مریام این است که در تحقیقات مرتبط به موسیقی کلاسیک ایران شاید به‌دلیل جزئیات بسیار جنبه‌های اجرایی و سبک‌شناختی آن، به سایر پارادایم‌های مرتبط به تغییرات موسیقایی (به زعم جان بلکینگ، موسیقی‌شناس انگلیسی) توجه کافی نشده است.

بلکینگ برای درک بهتر رفتار یک موسیقی‌دان و در نتیجه درک بهتر یک اثر موسیقایی، از واژه‌ای به نام موسیقی‌گری^۲ صحبت می‌کند. موسیقی‌گری به‌واقع نوع خاصی از رفتار است. رفتاری هم هست که به‌احتمال زیاد (در مقایسه با) بیش از بسیاری از فعالیت‌های اجتماعی دیگر امتیازهای عاطفی و حتی تعالی‌بخش به همراه دارد. بر اساس نظر بلکینگ، نمی‌توان ساختارهای موسیقایی را مستقل از نمادهای موسیقایی که اثرگذاری عاطفی در یک جامعه دارند بررسی کرد. (بلکینگ، ۱۳۹۳: ۲) تغییرات موسیقایی وجوه مختلفی به تعبیر نظریه‌پردازان مختلف آن دارد. بر اساس نظر بلکینگ تغییرات موسیقایی و تغییرات اجتماعی با یکدیگر تفاوت دارند و اگر در نظام موسیقایی تغییری رخ ندهد، تغییر موسیقایی صورت نگرفته است و آن تغییر در نظام اجتماعی آن است (یعنی در سطح پایین‌تری از تغییرات است) و می‌تواند به تغییر موسیقایی منجر شود. اما در مورد موسیقی کلاسیک ایران و مسئله‌ی تغییرات، این روند به شکل دیگری رخ داده است. اگرچه هویت موسیقی کلاسیک ایرانی تأثیرپذیری کمتری از سایر موسیقی‌ها به‌ویژه موسیقی مردم‌پسند در مواجهه با سایر گونه‌های موسیقایی پیرامون خود دارد، اما به هر روی عناصری در آن باعث ایجاد تغییرات شده است. عناصری که چندان مرتبط به‌نظر نمی‌آید و تغییرات ناشی از آن هم در نگاه اول چندان بااهمیت به‌نظر نمی‌آید. اما به‌مرور بر بسیاری از ویژگی‌های مهم این موسیقی‌ها تأثیر داشته است. آن‌چه در این تغییرات حائز اهمیت است، تأثیری است که تحولات رسانه‌ها بر حیات موسیقی کلاسیک در ایران داشته است؛ تأثیری که شاید به‌دلیل نوعی تأخر در پذیرش رسانه‌های نوین، مناسبات میدان موسیقی کلاسیک ایران و مؤلفه‌هایی چون طبقه، ذائقه و عادتواره را با نوعی بازپیکربندی^۳ مواجه ساخته است. بر اساس دیدگاه پیر بوردیو، طبقه عبارت است از مجموعه‌ای از کنشگران که پایگاه‌های یکسانی را اشغال می‌کنند، در شرایط یکسانی قرار دارند و محتمل است که تمایلات و علائق یکسانی نیز داشته باشند. به همین

دلیل محتمل است که اعمال مشابهی انجام دهند و موضع مشابهی اتخاذ کنند (بوردیو، ۱۷۳، ۱۳۹۰). ذائقه نیز عبارت است از ظرفیت یا توانایی آن که گروهی از اشیا یا اعمال را به صورت مادی و نمادین به معنای مجموعه‌ای از ترجیحات متمایزکننده به کار گرفت (بوردیو، ۱۷۴، ۱۳۹۰) این تمایلات پایدار و ترجیحات و همچنین طرحواره‌های ادراک و ارزش‌گذاری و کنش را بوردیو عادتواره^۴ می‌نامد. عادتواره چیزی است که به افراد امکان می‌دهد به آن محیط اجتماعی روی آورند که متعلق به آنهاست. همچنین عاداتی را بپذیرند که با احساس تعلق اجتماعی آنها متناسب است (کوش، ۱۳۹، ۱۳۸۱) عادتواره به نظام‌های ذهنی گفته می‌شود که حاصل تجربیات فرد است. در مسیر زندگی هر فرد، به مرور اندیشه‌هایی نهادینه می‌شود که ناخودآگاه ذهنیت و برداشت او را تحت تاثیر قرار می‌دهد. مثل عکس‌العمل مثبت یا منفی که ناخودآگاه به چیزی داشته باشد. (انواع استاندارد سازی‌های رسانه‌ای نوعی عادتواره در ما نهادینه کرده است که معیارهای مثبت یا منفی را بر آن اساس می‌پذیریم) عادتواره طوری عمل می‌کند که افراد بدون اینکه فکر کند و قیاسی انجام دهد، چیزی را منفی یا مثبت و موفق می‌انگارند. به زعم بوردیو این موضوع دیگر محاسباتی (calculative) نیستند. هر شخص براساس این تجربیات است که با دیگران کنش دارد و تصمیمات منحصر به خود را اتخاذ می‌کند. در اندیشه بوردیو، میدان و عادتواره در رابطه‌ای دیالکتیکی و دوسویه قرار دارند؛ میدان عادتواره را ساختار می‌بخشد و عادتواره نیز از خلال کنش اجتماعی در بازتولید یا تحول میدان نقش ایفا می‌کند. میدان اجتماعی حاصل رابطه‌ای دیالکتیکی میان عادتواره کنشگران و ساختار عینی میدان است. در حقیقت میدان، عادتواره را شکل می‌دهد و در مقابل، کنشگران مرتبط به هر جامعه، از طریق عادتواره‌های خود در بازتولید یا دگرگونی میدان مشارکت می‌کنند؛ از این رو، تغییرات اجتماعی محصول تعامل مستمر این دو است، نه تأثیر یک‌سویه هر یک بر دیگری (Bourdieu, 1992).

حتی بدون در نظر گرفتن نقش رسانه‌های نوین و صرفاً با نگاه به دو گفتمان مهم پیش از ورود به عصر تحولات اخیر رسانه‌ها می‌توان بسیاری عناصر متمایزکننده در ذائقه، عادتواره و حتی طبقه‌ی جامعه‌ی مرتبط به آن‌ها را مشاهده کرد. حال اینکه مفاهیم بوردیویی مذکور در جامعه‌ی موسیقی کلاسیک ایران، در دو دهه‌ی اخیر و در مواجهه با تحولات نوین رسانه چه تغییراتی داشته است، رویکرد مقاله را به اهمیت رسانه و نقش تحولات آن بیش از پیش گره می‌زند. موضوعی که با واکاوی نقش رسانه‌ای‌شدگی و مدیامورفوسیس موسیقی کلاسیک ایران، اهمیت بازپیکربندی میدان را در مواجهه با تحولات رسانه روشن خواهد ساخت.

در ابتدا لازم است تفاوت میان Mediation و Mediatization بررسی شود. علی‌رغم محدود بودن پژوهش‌های مرتبط به این موضوع در ایران، در سال‌های اخیر کمتر مفهومی در حوزه مطالعات رسانه‌ی جهان به اندازه رسانه‌ای‌شدگی (Mediatization) مورد توجه قرار گرفته است. این مفهوم از یک‌سو به عنوان رویکردی نوین برای تبیین رابطه میان گسترش رسانه‌ها و دگرگونی نهادها و ساختارهای فرهنگی و اجتماعی مطرح شده و از سوی دیگر، همواره با پرسش‌هایی درباره تعریف، قلمرو کاربرد و تمایز آن از مفاهیم پیشین، به‌ویژه مفهوم «واسطه‌گری رسانه‌ای» روبه‌رو بوده است (Corner, 2018). یکی از مهم‌ترین تمایزهای نظری در این حوزه، تفکیک میان Mediation و Mediatization است. Mediation مفهومی عام است که به نقش رسانه‌ها در انتقال، بازنمایی و میانجی‌گری تجربه‌های اجتماعی و گردش معنا در جامعه اشاره دارد؛ در حالی که Mediatization بر تغییرات ساختاری و نهادی ناشی از نفوذ منطق رسانه در سایر حوزه‌های اجتماعی تمرکز دارد. به بیان دیگر، Mediation بیشتر به فرایندهای ارتباطی و بازنمایی مربوط می‌شود، اما Mediatization به دگرگونی تدریجی روابط میان رسانه و نهادهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی می‌پردازد. از این رو، اگرچه هر دو مفهوم به نقش رسانه در جامعه اشاره دارند، سطح تحلیل و دامنه تبیین آن‌ها یکسان نیست (Corner, 2018). در نتیجه این پژوهش با تجزیه و تحلیل حیات موسیقی کلاسیک ایران در مواجهه (یا عدم پذیرش) تحولات رسانه و دگرگونی تدریجی ارتباط میان حیات این موسیقی و رسانه‌های نوین به یک نتیجه‌گیری مستدل خواهد رسید. زیرا هدف، بررسی نحوه بازنمایی موسیقی در رسانه‌ها نیست، بلکه تحلیل این مسئله است که چگونه تحول رسانه‌ها و نفوذ منطق رسانه‌های نوین، در بلندمدت، بر ساختار میدان موسیقی کلاسیک ایران، الگوهای مشروعیت‌بخشی، ذائقه‌های موسیقایی و عادتواره‌های کنشگران این حوزه اثر گذاشته است. اگرچه در سال‌های اخیر، نام استیگ هیاروارد، پژوهشگر و نظریه‌پرداز دانمارکی حوزه‌ی رسانه، بیش از هر پژوهشگر دیگری با نظریه رسانه‌ای‌شدگی پیوند خورده است، اما وی نخستین ابداع‌کننده این اصطلاح نیست. ریشه‌های مفهوم Mediatization را باید در ادبیات مطالعات ارتباطات

و رسانه در دهه‌های پایانی قرن بیستم جست‌وجو کرد؛ جایی که پژوهشگرانی مانند ارنست مانهایم، جامعه‌شناس مجارستانی از اصطلاح *Mediatisierung* برای توصیف دگرگونی رابطه میان رسانه‌ها و سایر نهادهای اجتماعی استفاده می‌کردند (Schulz, 2004). نظریه‌ی رسانه‌ای‌شدگی که به‌طور نظام‌مند توسط استیگ هیاروارد، بسط یافته است، یکی از مهم‌ترین رویکردهای معاصر در تبیین نسبت رسانه و جامعه به‌شمار می‌رود. هیاروارد بر این باور است که بخش عمده‌ای از نظریه‌های کلاسیک رسانه را می‌توان در دو رویکرد کلی طبقه‌بندی کرد؛ گروه نخست بر این پرسش متمرکزند که «رسانه‌ها با مردم چه می‌کنند؟» و گروه دوم می‌پرسند «مردم با رسانه‌ها چه می‌کنند؟». از نظر او، هر دو رویکرد تصویری تقلیل‌گرایانه از رابطه‌ی رسانه و جامعه ارائه می‌کنند، چون یا بر پیامدهای کلان رسانه تأکید دارند یا بر کنش کاربران، در حالی که نقش رسانه در دگرگونی تدریجی نهادهای اجتماعی و فرهنگی کمتر مورد توجه قرار گرفته است (Hjarvard, 2013). در همین چارچوب، کورت بلاکف، جامعه‌شناس و موسیقی‌شناس اتریشی با بهره‌گیری از مفهوم دگردیسی رسانه‌ها (*Mediamorphosis*)، استدلال می‌کند که تغییرات در حیات موسیقایی را نمی‌توان صرفاً به مدرن‌شدن یا غربی‌شدن نسبت داد. از نظر او، گسترش ارتباطات الکترونیکی نه تنها شیوه‌های تولید و انتقال موسیقی، بلکه ساختار ارتباطات موسیقایی، جایگاه آهنگساز و اجراکننده، سازوکارهای اقتصادی، حقوقی و حرفه‌ای موسیقی و حتی نحوه‌ی تجربه و دریافت موسیقی را نیز دگرگون ساخته است (Blaukopf, 1994, 338). از این منظر، تحول رسانه‌ها صرفاً به ظهور ابزارهای جدید ارتباطی محدود نمی‌شود، بلکه به تغییر در مناسبات اجتماعی و فرهنگی پیرامون موسیقی نیز می‌انجامد. بر این اساس اهمیت نظریه‌ی رسانه‌ای‌شدگی و مفهوم مدیامورفوسیس در آن است که امکان تحلیل رابطه‌ی میان تحول رسانه‌ها و بازپیکربندی میدان موسیقی را فراهم می‌آورد. رسانه نه صرفاً ابزار انتشار موسیقی، بلکه یکی از نیروهای مؤثر در تغییر شیوه‌های مشروعیت‌بخشی، الگوهای تولید، آموزش، توزیع و حتی شکل‌گیری عادت‌واره‌های موسیقایی تلقی می‌شود. بنابراین، بررسی تحولات موسیقی کلاسیک ایران بدون توجه به فرایند تحولات رسانه و مسئله‌ی رسانه‌ای‌شدگی، به‌ویژه در عصر رسانه‌های اجتماعی، تصویری ناقص از دگرگونی‌های این حوزه به دست خواهد داد. در پژوهش حاضر، تحلیل تغییرات موسیقی در سطح حیات اجتماعی آن صورت می‌گیرد و تحلیل ساختار صوتی آثار در سطح تحلیل پژوهش قرار نمی‌گیرد. این تحدید به معنای نفی اهمیت مؤلفه‌های صوتی و موسیقایی نیست، بلکه از مسئله و چارچوب نظری پژوهش ناشی می‌شود. با اتکا به دیدگاه بلکینگ، موسیقی نه صرفاً به‌مثابه محصولی صوتی، بلکه به‌عنوان کنشی انسانی و اجتماعی در نظر گرفته می‌شود که تغییرات آن در نسبت با دگرگونی روابط، نهادها و زمینه‌های اجتماعی قابل مطالعه است. بر این اساس، تمرکز پژوهش حاضر بر تغییر در شرایط تولید، آموزش، عرضه و دریافت موسیقی، روابط میان کنشگران، سازوکارهای مشروعیت‌بخشی و نسبت این تحولات با دگرگونی محیط رسانه‌ای است، نه بر تحلیل تغییرات فواصل، مدها، ریتم، بافت یا دیگر مؤلفه‌های صوتی آثار موسیقایی.

۴) تغییرات حیات موسیقی کلاسیک ایران در بستر تحولات رسانه‌ای

درک تأثیر تحولات رسانه‌ای بر حیات موسیقی کلاسیک ایران، مستلزم بررسی تاریخی میدان این موسیقی در دوره‌های مختلف است. موضوعی که باید ابتدا ما را به شناخت دقیق از بسترهای فراهم شده برای تغییرات حیات این موسیقی برساند. در پژوهش حاضر، وجوه غیرصوتی موسیقی از آن رو اهمیت می‌یابند که موضوع تحلیل، دگرگونی حیات اجتماعی و نهادهای موسیقی کلاسیک ایران در نسبت با تحول رسانه‌هاست. نقش گفتمان‌های فرهنگی و اجتماعی غالب در شکل‌گیری جریان‌های هنری حائز اهمیت بنیادی است. بدیهی است که این مهم در موسیقی نیز وجود دارد اما نسبت به سایر هنرها در ایران تقریباً به آن پرداخته نشده است. در تحلیل یک گفتمان، به دنبال زمینه‌های تولید متن هستیم. بنابراین باید تأکید کرد که هدف تحلیل گفتمان، تحلیل متن نیست، بلکه تحلیل شرایطی است که این معنا در آن تولید می‌شود و از همین رو به تحلیل نهادهای مولد معنا و بازتولیدکننده‌ی گفتمان پرداخته می‌شود (مریدی، ۱۳۹۷، ۲۵). در این بخش، تحلیل تغییرات محتوای صوتی و ساختار موسیقایی مطرح نیست، بلکه زمینه‌های اجتماعی مرتبط با تولید و ارائه‌ی آن، همچنین جامعه‌ی اثرگذار بر الگوی تولید و مصرف این موسیقی مطرح است. در ایران همواره کشمکش‌های طبقاتی و فراز و فرود طبقه‌ی متوسط بر شکل‌گیری گفتمان‌های فرهنگی و در پی آن جریان‌های هنری مؤثر بوده است (همان، ۴۴). آنچه در این پژوهش اهمیت دارد صرفاً تغییر ابزارهای ارتباطی نیست، بلکه دگرگونی مناسبات اجتماعی و فرهنگی است که در هر دوره، جایگاه هنرمند، مخاطب، نهادهای آموزشی، شیوه‌های

مشروعیت بخشی و الگوهای تولید و مصرف موسیقی را شکل داده‌اند. از این منظر، تحول رسانه‌ها تنها زمانی واجد اهمیت تحلیلی است که بتوان نشان داد چگونه در بازآرایی میدان موسیقی نقش ایفا کرده‌اند.

۴-۱) موسیقی ملی، گفتمان مشروطه‌ی هنر

در دهه‌های آغازین قرن چهاردهم شمسی و هم‌زمان با شکل‌گیری آنچه از آن با عنوان گفتمان «مشروطه‌ی هنر» یاد می‌شود، موسیقی کلاسیک ایران وارد مرحله‌ای تازه از حیات اجتماعی خود شد. در سال‌های پایانی قرن سیزدهم اولین مدارس هنر ایران دایر شدند که مهمترین آن‌ها مدرسه‌ی صنایع مستظرفه در سال ۱۲۸۹ تاسیس شد. اولین مدرسه‌ی موسیقی ایرانی نیز در سال ۱۳۰۲ توسط علی‌نقی وزیری (کلنل وزیری) تحت عنوان مدرسه‌ی عالی موسیقی تاسیس شد. اگرچه پیش از آن و از نیمه‌ی قرن سیزدهم نت‌خوانی و قواعد موسیقی اروپایی توسط موسیو لومر فرانسوی در دارالفنون تدریس می‌شد. اما مدرسه‌ی عالی موسیقی با هدایت وزیری و بعدها با همراهی اشخاصی چون ابوالحسن صبا به آموزش موسیقی ایرانی به شیوه‌ی آکادمیک شروع به کار کرد. در این مدرسه از تعالیم موسیقی غربی به شیوه‌ای که وزیری از دوران حضورش در اروپا آموخته بود و همچنین مطالبی که صبا (که در ابتدا شاگرد وزیری بود) در دوران فراگیری موسیقی ایرانی و ردیف دستگاهی موسیقی ایران را از خانواده‌ی فراهانی^۷ آموخته بود تدریس می‌شد. فعالیت وزیری و مدرسه‌ی عالی البته همواره با واکنش طبقه‌ی سنتی و بازار همراه بود و حتی یک بار آن را در سال ۱۳۰۸ به آتش کشیدند.^۸

شکل‌گیری نهادهای آموزشی جدید، تأسیس هنرستان موسیقی، ظهور مکتب وزیری، گسترش ضبط صفحه و سپس ورود رادیو، امکان جدیدی برای حضور اجتماعی موسیقی فراهم کرد. تولید یک برنامه به نام گلها^۹ در رادیو که به‌نوعی مهمترین رسانه‌ی آن دوران بود قابل تامل است. موسیقی گلها در دهه‌های ۱۳۳۰ و ۱۳۴۰ که درصد بی‌سوادی جامعه‌ی ایران در حدود ۸۵ درصد بود، با یادآوری و معرفی دوباره‌ی بیش از ۵۶۰ شعر فارسی (از قدیم تا جدید) به ادبیات کلاسیک فارسی جانی تازه بخشید و تقاضا برای انتشار دیوان‌های شاعران که سال‌ها مهجور مانده بودند و دیگر چاپ نمی‌شدند، یا کیفیت چاپ و نشر آنها پایین بود ناگهان بالا رفت (Lewisohn, 2008). اینجا موضوع مهم و قابل تامل نقش رادیو صرفاً در افزایش مخاطب نیست، بلکه این است که برای نخستین بار امکان شکل‌گیری ارائه‌ی این موسیقی در مقیاس ملی فراهم کرد. انتخاب آثار، نوازندگان و خوانندگان از سوی رسانه‌ی مرجع، در شکل‌گیری ذائقه عمومی و تثبیت میدان موسیقی کلاسیک ایران نقشی تعیین‌کننده یافت. در این دوره، اگرچه تعداد مخاطبان موسیقی افزایش یافت، اما همچنان مشروعیت هنرمند عمدتاً از طریق نهادهای آموزشی، محافل تخصصی، استادان و رسانه‌های رسمی شکل می‌گرفت. در منطق بوردیوی، این تحولات تنها به افزایش امکانات تولید یا انتشار موسیقی محدود نبود، بلکه قواعد ورود به میدان موسیقی را نیز دگرگون ساخت. سرمایه فرهنگی که پیش‌تر عمدتاً از طریق وابستگی به خاندان‌های موسیقایی یا دربار کسب می‌شد، به تدریج جای خود را به سرمایه آموزشی، تخصص حرفه‌ای و حضور در نهادهای رسمی داد. به همین ترتیب، رادیو نیز به یکی از مهم‌ترین منابع سرمایه نمادین تبدیل شد؛ به گونه‌ای که حضور در برنامه‌هایی چون «گلها» نه تنها امکان دسترسی به مخاطبان، بلکه مشروعیت حرفه‌ای و شناخت هرچه بیشتر هنرمندان را نیز تعیین می‌کرد. رسانه‌ی مرجع در این دوره یعنی رادیو، اگرچه نقش مهمی در گسترش دامنه‌ی مخاطبان ایفا کرد، اما تاحدودی میتوان اذعان داشت که برای اولین بار این موسیقی را از انحصار دربار به یک جامعه‌ی بزرگتر و در سطح ملی ارائه داد. به‌مرور همه‌ی هنرها از این انحصار خارج شده و به مضامین و موضوعاتی غیر از آن‌چه تا آن دوران ارائه می‌شد پرداختند. اما شاید مهم‌ترین موضوعی که مشروطه‌ی هنر را محقق کرد و هنر را از انحصار خاندانی و درباری درآورد تأسیس مدارس هنری بود. سیستم شاگرد-استادی سنتی که جریان فعالیت هنری را به شکل دسته‌جمعی در کارگاه‌ها نگه می‌داشت و هنرمند را در مقام صنعتگر قرار می‌داد (مریدی، ۱۳۹۷، ۵۵). با این وجود جامعه‌ی هنرمند این موسیقی کماکان در ارتباط دور یا نزدیک با خاندان‌های قدرتمند بودند. چنین تغییری تنها با تغییر در طبقات اجتماعی و رشد طبقه‌ی اجتماعی متوسط میسر بود. رهایی هنر از قید روحیه‌ی صنعتگری و از بین رفتن آموزش انحصاری خاندانی و درباری هنر با لغو نظام استاد-شاگردی و انتقال آموزش از کارگاه به مدارس و مراکز آکادمیک ممکن گردید (هاوزر، ۱۳۷۷، ۴۰۲). در نتیجه، مهم‌ترین تحول این دوره را نمی‌توان صرفاً در تأسیس هنرستان‌ها یا گسترش رادیو دانست، بلکه باید آن را در تغییر قواعد میدان موسیقی کلاسیک ایران جست‌وجو کرد.

آموزش آکادمیک، رادیو و نهادهای فرهنگی جدید، به تدریج جایگزین بخشی از مناسبات سنتی شدند و الگوی تازه‌ای از رابطه میان هنرمند، مخاطب و نهادهای فرهنگی را پدید آوردند. همین‌الگو، تا پیش از ظهور گفتمان اصالت‌گرایی و مرکز حفظ و اشاعه، چارچوب غالب حیات موسیقی کلاسیک ایران را شکل می‌دهد.

۴-۲) موسیقی سنتی، گفتمان اصالت‌گرا، هنر پسااستعماری

رویکرد پسااستعماری و نگاه متفاوت به هنر مشرق زمین و نگرش‌های شرق‌شناسانه در آن دوران محور گفتگوی بسیاری از حلقه‌های روشنفکری دنیا به‌ویژه در فرانسه بود. اصالت‌گرایی در موسیقی ایران نیز با جریانی تازه از بازگشت به موسیقی سنتی همراه شد. تاکید بر سازها و نواهای ایرانی و موسیقی مقامی با هدف احیای پیشینه‌ی تاریخی موسیقی در ایران به نوعی یادبودگرایی موسیقایی تبدیل شد (خاکسار، ۱۳۸۸، ۱۷۱). این موضوع به‌ویژه با شکل‌گیری مرکز حفظ و اشاعه موسیقی ایرانی، میدان موسیقی کلاسیک ایران را وارد مرحله‌ای متفاوت کرد. اگر طبقه بندی چهار نسل روشنفکری معاصر از مشروطه تا کنون را بپذیریم، این چهار دسته درحوزه فرهنگ شناسی، تمایل ویژه‌ای به بینش‌ها و مکاتب نظری فرانسوی داشتند (شهرنازدار، ۱۳۹۱). مرکز حفظ و اشاعه در حقیقت یک طبقه و یک پایگاه جدید اجتماعی برای موسیقی‌دانان ایرانی فراهم کرد که تأثیر مکاتب نظری فرانسه و همچنین واحد مطالعات شرق‌شناسی دانشگاه سوربن در به‌وجود آمدن آن قابل توجه است. تأثیر اندیشه‌های فرانسوی را آن‌گونه که شهرنازدار عنوان می‌کند نمی‌توان تنها به محل تحصیل برخی بنیان‌گذاران مرکز حفظ و اشاعه محدود کرد، بلکه باید آن را در هم‌زمانی این جریان با گسترش مباحث هویت فرهنگی، شرق‌شناسی و نقد مدرنیته در فضای فکری فرانسه نیز جست‌وجو کرد. این فضا را تاحدی می‌توان وابسته به برخی نگرش‌های نوین به موسیقی ایران، همچنین ورود دانش اتنوموزیکولوژی در ایران دانست. فضایی که بر قدرت‌گرفتن گفتمان اصالت‌گرا در موسیقی ایران تأثیر قابل توجهی گذاشت. این گفتمان در جهت زنده‌کردن سنت‌های پیشین موسیقی ایرانی (که غالباً به موسیقی دوران قاجار مرتبط است)، نگاه معطوف به تجدیدخواهی در موسیقی ایران را کنار می‌زند. به‌نظر می‌رسد اصطلاح موسیقی سنتی برای اولین بار از مکتوبات دکتر صفوت در سال ۱۳۴۶ رایج شده است (نک. سراجی، ۱۴۰۰). تأسیس مرکز حفظ و اشاعه موسیقی صرفاً ایجاد یک نهاد آموزشی یا اجرایی جدید نبود، بلکه به معنای شکل‌گیری قطبی تازه در میدان موسیقی کلاسیک ایران بود. قطبی که مشروعیت هنرمند را این‌بار نه بر پایه‌ی نوگرایی و آموزش آکادمیک، بلکه بر اساس نسبت او با سنت، اصالت ردیف و تبار آموزشی استادان تعریف می‌کرد. بسیاری از اعضای مرکز حفظ و اشاعه اگرچه از اعضای گروه موسیقی دانشگاه تهران یا در ارتباط با آن بودند، اما حضورشان در مرکز حفظ و اشاعه به‌واسطه‌ی دیدگاه اصالت‌گرای آنها بود. نزاع میان شرق و غرب با بالاگرفتن نهضت‌های استقلال‌طلبانه قرین شد و در میان روشنفکران جهان سوم، رفته‌رفته گرایشی پدید آمد که آنان را به سمت هویت‌های بومی و سنت‌های محلی‌شان سوق می‌داد. جریان روشنفکری جهان سومی در پیوند با اندیشه‌های ضداستعماری (که در ایران پس از دخالت مستقیم آمریکا در شکست مصدق بیشتر هم شده بود) موجب شکل‌گیری گفتمان‌های بازگشت به خویشتن یا گفتمان اصالت‌گرا در فضای فرهنگی ایران شد (مریدی، ۱۳۹۷، ۹۱). در این دوره، حفظ اصالت موسیقی دستگاهی، انتقال سنت استاد - شاگردی و مقاومت در برابر برخی گرایش‌های مدرن به مهم‌ترین معیارهای مشروعیت تبدیل شد. علاوه بر رادیو، تلویزیون و نوار کاست رسانه‌های اصلی این دوره بودند و اگرچه دامنه‌ی انتشار موسیقی را گسترش می‌دادند، اما همچنان جریان اصلی موسیقی از مجاری نسبتاً متمرکز و کنترل‌شده عبور می‌کرد. علت این موضوع نیز در آن بود که دسترسی به این رسانه‌ها به طور عمده در اختیار نهادهای دولتی قرار داشت و امکان تولید و انتشار مستقل برای کنشگران میدان بسیار محدود بود. از این‌رو، رسانه هنوز فضای فعالیت را بازتعریف نمی‌کرد، بلکه تنها دامنه انتشار جریان‌های از پیش مشروعیت یافته را افزایش می‌داد. در نتیجه، جایگاه هنرمند، مسیر آموزش، امکان اجرا و حتی دسترسی مخاطب به موسیقی، بیش از هر چیز تحت تأثیر نهادهای رسمی و نیمه‌رسمی قرار داشت. با وجود گسترش رادیو، تلویزیون و نوار کاست، رسانه‌ها در این دوره هنوز واجد یک نقش اثرگذار مستقل نبودند و بیش از آنکه قواعد میدان موسیقی را دگرگون کنند، در خدمت تولید مشروعیت نهادهای موجود قرار داشتند. به بیان دیگر، رسانه هنوز تابع میدان بود، نه آنکه میدان تابع منطق رسانه شود.

۳-۴) میدان موسیقی کلاسیک ایران در بستر تحولات پس از انقلاب

اگرچه دو گفتمان مشروطه‌ی هنر و اصالت‌گرایی، مهم‌ترین مراحل شکل‌گیری و تثبیت میدان موسیقی کلاسیک ایران در قرن چهاردهم شمسی را رقم زدند، اما تحولات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی پس از انقلاب اسلامی، هم‌زمان با جنگ ایران و عراق و سپس دگرگونی‌های فناوری و رسانه‌ای در دهه‌های پایانی قرن، شرایطی متفاوت را پیش روی این میدان قرار داد. این تحولات تنها به تغییر سیاست‌های فرهنگی منجر نشد، بلکه قواعد ورود به میدان، سازوکارهای کسب مشروعیت، مسیرهای انباشت سرمایه‌ی نمادین و رابطه‌ی میان هنرمند و نهادهای رسمی را نیز دگرگون کرد. مطالعات اندکی که به این دوره پرداخته‌اند، عمدتاً بر موسیقی مردم‌پسند و پیامدهای فرهنگی محدودیت‌های پس از انقلاب متمرکز بوده‌اند و وضعیت میدان موسیقی کلاسیک ایران کمتر به‌صورت مستقل بررسی شده است. این مطالعات نیز بیشتر به زیرزمینی شدن فعالیت هنرمندان مرتبط به موسیقی مردم‌پسند (و همچنین شنیده‌شدن زیرزمینی آن توسط جامعه‌ی مخاطب) اشاره می‌کند.^{۱۲} از طرفی حامد طاهری کیا^{۱۳} با بررسی نقش نوار کاست در وضعیت فرهنگی شنیداری دهه‌های اول پس از انقلاب، شرح می‌دهد که موسیقی پس از انقلاب، یکی از مهم‌ترین عرصه‌هایی بود که براساس انقلاب فرهنگی باید از آن چه در زمان پهلوی بود، تطهیر می‌شد (طاهری کیا، ۱۴۰۰). مسئله‌ای که طاهری کیا به آن اشاره می‌کند اما تنها به کاست و اهمیت یافتن فراموسیقایی آن در دهه‌ی ۵۰ و ۶۰ خلاصه نمی‌شود. کنسرتها و فعالیت‌های رسمی، آموزش و انتشارات مرتبط به موسیقی، همگی در این دوره متأثر از فضای انقلاب اسلامی و جنگ ایران و عراق شده بود. در این دوره، ورود تدریجی رسانه‌های نوین به ایران نیز، همگی با نوعی تأخر فرهنگی در پذیرش و انطباق با آن‌ها همراه شدند. این موضوع مناسبات پیشین میان هنرمند، مخاطب، نهادهای آموزشی، سازوکارهای مشروعیت‌بخشی و شیوه‌های عرضه و دریافت موسیقی را با چالش‌های تازه‌ای مواجه ساخت. از این‌رو، اگر دو گفتمان پیشین را می‌توان مراحل شکل‌گیری و تثبیت میدان موسیقی کلاسیک ایران دانست، دوره‌ی پس از انقلاب را باید مرحله‌ی مواجهه‌ی این میدان با تحولات رسانه‌ای و آغاز فرایند بازپیکربندی آن تلقی کرد. وقوع انقلاب ۱۳۵۷ و متعاقب آن جنگ ایران و عراق، در اصل شرایط میدان‌های بالادستی موسیقی را نیز دستخوش تغییرات بنیادین نمود. بدیهی است که مطابق سازوکار انواع میدان در نگرش بورديو، میدان موسیقی آن دوران ایران نیز دچار تغییرات گسترده شود. در این دوران تنها خروجی رسمی مرتبط به موسیقی، آثاری تحت عنوان سرودها و آوازهای انقلابی بود. شاید در ابتدا انتشار آثار کانون فرهنگی هنری چاووش به‌عنوان نمونه‌ای رسمی از انتشار و ارائه‌ی موسیقی کلاسیک ایران در این دوره قلمداد شود. اما این موضوع ملاحظات قابل تأمل دارد. یکی از سازنده‌های مهم سرودها و آوازهای انقلابی گروه چاووش بود. هسته‌ی اصلی این گروه از فعالان مرکز حفظ و اشاعه‌ی موسیقی رادیو بودند که در آن زمان (شهریور ۱۳۵۷) با همراهی هوشنگ ابتهاج و محمدرضا لطفی، دسته‌جمعی از رادیو و تلویزیون ایران استعفا دادند و کانون موسیقی چاووش را تاسیس کردند. آلبوم‌های گروه چاووش حاوی سرودهای متأثر از فضای سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۶۳ بود که بخشی از تاریخ موسیقی انقلاب ۱۳۵۷ ایران را در قالب نظام ردیف‌نوازی و دستگاهی روایت می‌کند. آثاری که تأثیر آن تا سال‌ها همچنان بر سرودها و آهنگ‌های انقلابی باقی ماند (مریدی، ۱۳۹۷، ۱۵۷). در نتیجه آن چه در حیات این سال‌های موسیقی کلاسیک ایران رخ می‌دهد یک اتمسفر کاملاً انقلابی و متمایز با هر کدام از خصوصیات حیات این موسیقی تا پیش از انقلاب است.

سال ۵۶ و ۵۷ رشته‌ی موسیقی در دانشکده‌ی هنرهای زیبا فعال‌ترین رشته‌ی همگام با مردم بود، ما سرودها و قطعاتی را به صورت مخفیانه ضبط و رایگان در دانشگاه توزیع می‌کردیم و از این طریق دانشکده‌ی هنرهای زیبا همراه مردم بود.^{۱۴}

این نقل قول از حسین علیزاده از این نظر قابل تأمل است. فضای ملتهب آن سال‌ها اگرچه هنرمندان را ناگزیر به فعالیت مخفیانه و بدون درج نام ایشان می‌کرد، اما این موضوع پس از انقلاب و در سال‌های فعالیت کانون چاووش نیز با وجود این که موسیقی کلاسیک ایران دارای جایگاه تثبیت شده و شناخته‌شده‌ای در نگاه رسانه و مخاطب بود، ادامه یافت. نقش این آثار شاید برای خود هنرمندان پرداختن به موسیقی کلاسیک ایران بود، اما در رسانه و مراجع رسمی این آثار تحت عنوان سرودها و آهنگ‌های انقلابی معرفی و طبقه‌بندی شده‌اند. این موضوع برای هنری که میدان آن همواره در ارتباط مستقیم با میدان قدرت بوده و به‌عنوان موسیقی رسمی، موسیقی ملی عناوینی از این دست، در رسانه‌های مرجع وقت (که همگی در اختیار میدان قدرت

بوده‌اند) ارائه شده، بیش از آنکه به معنای افول باشد، به معنای از دست رفتن انحصار تاریخی در تولید مشروعیت و مرجعیت رسانه‌ای است از این مقطع به بعد، مشروعیت هنرمند دیگر صرفاً از مسیر رسانه‌های رسمی و نهادهای وابسته به دولت تولید نمی‌شد، بلکه به تدریج مسیرهای غیررسمی و شبکه‌های جایگزین نیز در تولید سرمایه‌ی نمادین نقش پیدا کردند؛ روندی که در دهه‌های بعد با گسترش اینترنت و رسانه‌های اجتماعی شتاب بیشتری گرفت. برخی پژوهشگران، وضعیت موسیقی پس از انقلاب را در پرتو گفتمان مسلط سیاسی و فرهنگی آن دوره تحلیل کرده‌اند. برای نمونه، کامبیز نوروزی و محسن شهرنازدار معتقداند که با استقرار گفتمان انقلاب اسلامی، موسیقی در سیاست‌های فرهنگی رسمی جایگاهی دوگانه یافت. به این معنا که اگرچه تولید و استفاده از موسیقی در حوزه‌های مختلف ادامه پیدا کرد، اما مشروعیت آن همواره با محدودیت‌ها و چالش‌های ایدئولوژیک همراه بود. از نظر ایشان، همین وضعیت سبب شد که برخلاف برخی انقلاب‌های معاصر، موسیقی در ایران نتواند به نماد رسمی و نماینده‌ی گفتمان انقلاب تبدیل شود (شهرنازدار، نوروزی و دیگران، در میزگرد «آیا جاووش موسیقی انقلاب بود؟»، ۱۳۹۳).

از طرفی دهه‌ی ۱۳۶۰ را می‌توان دوره‌ی غلبه‌ی ارزش‌های طبقه‌ی متوسط سنتی بر طبقه‌ی متوسط جدید دانست. طبقه‌ی متوسط جدید که با تاکید بر آزادی‌های فردگرایانه رشد یافته و به بازنگری در سلسله‌مراتب سنتی پرداخته بود، پس از انقلاب نه‌تنها از عرصه‌ی سیاست بلکه از عرصه‌ی فرهنگ نیز عقب نشست (مریدی، ۱۳۹۷، ۱۵۱). طبقه‌ای که بخش قابل توجهی از جامعه‌ی هنرمند موسیقی کلاسیک ایران را می‌توان متعلق به آن دانست. علاوه بر شرایط حاکم بر کشور در این سال‌ها، نظیر محدودیت‌های گسترده در فعالیت‌های موسیقایی، تعطیلی یا تضعیف بخش قابل توجهی از نهادهای موسیقی، کاهش ارتباطات بین‌المللی و تغییر سیاست‌های فرهنگی، موجب شد موسیقی کلاسیک ایران برای دست‌کم دو دهه، در شرایطی متفاوت از بسیاری از جریان‌های موسیقی جهان به حیات خود ادامه دهد. اینجا مسئله تغییر روند انتشار رسمی، یا تغییر شیوه‌ی آموزش مطرح نبود، بلکه وجود یا عدم وجود ارائه، آموزش و انتشار موسیقی مطرح بود.

در همین دوره، در حالی که در بسیاری از کشورهای جهان، صنعت موسیقی همگام با تحولات فناوری دیجیتال، شبکه‌های ارتباطی و اقتصاد جدید رسانه رشد می‌کرد، امکان مشارکت فعال موسیقی کلاسیک ایران در این روندها به دلایل مختلف سیاسی، اقتصادی و فرهنگی محدود شد.

به همین دلیل، ورود بسیاری از فناوری‌های ارتباطی جدید به ایران با نوعی تأخر فرهنگی همراه بود؛ مفهومی که بیانگر فاصله میان تحول فناوری و انطباق نهادهای اجتماعی و فرهنگی با آن است. این تأخر صرفاً به معنای دیر رسیدن فناوری نبود، بلکه به نحوه‌ی پذیرش، سازمان‌دهی و استفاده از آن نیز مربوط می‌شد. بنابراین، اگرچه اینترنت و سپس رسانه‌های اجتماعی سرانجام وارد فضای فرهنگی ایران شدند، اما میدان موسیقی کلاسیک ایران فاقد زیرساخت‌های نهادی متناسب برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های آن‌ها بود. از منظر این پژوهش، اهمیت این دوره نه در تغییر فناوری‌های ارتباطی، بلکه در گسست تاریخی میان میدان موسیقی کلاسیک ایران و روند جهانی تحول رسانه‌هاست. گسستی که به‌مرور ملموس‌تر شده و در ادامه سبب شد هنگام ورود اینترنت و در نهایت عصر رسانه‌های اجتماعی، این میدان بدون تجربه‌ی تدریجی رسانه‌های دیجیتال و بدون شکل‌گیری نهادهای بومی متناظر با آن‌ها، ناگهان با منطق جدید رسانه‌ای مواجه شود.

۴-۴) تحولات میدان موسیقی کلاسیک ایران در عصر رسانه‌های نوین

در سال‌های پایانی دهه‌ی ۱۳۷۰ و هم‌زمان با روی کار آمدن دولت اصلاحات، بخشی از محدودیت‌های پیشین در حوزه‌ی موسیقی کاهش یافت. افزایش تعداد آموزشگاه‌های موسیقی، گسترش مراکز آموزش عالی، رونق نسبی برگزاری کنسرت‌ها و انتشار رسمی آثار موسیقایی (بدون عناوینی چون سرودهای انقلابی)، زمینه را برای حضور گسترده‌تر موسیقی کلاسیک ایران در فضای عمومی فراهم کرد. با این حال، این تغییرات بیشتر در سطح نهادهای تولید و عرضه باقی ماند و رسانه‌ی مرجع رسمی همچنان با محدودیت‌های پیشین، از جمله عدم امکان نمایش سازهای موسیقی در تلویزیون، مواجه بود. در نتیجه، شکافی که میان فضای واقعی حیات موسیقی و بازنمایی رسمی آن در رسانه‌های عمومی شکل گرفته بود بیشتر می‌شد. شکافی که با گسترش رسانه‌های نوینی چون نوار ویدئویی، لوح‌های فشرده (CD) و سپس DVD بیش از پیش آشکار شد. ورود اینترنت در

ادامه، شرایطی متفاوت را رقم زد. برخلاف رسانه‌های پیشین که همگی در امتداد ساختارهای رسمی و دولتی عمل می‌کردند، امکان برقراری ارتباط مستقیم میان هنرمند و مخاطب را فراهم ساخت. اینترنت به تدریج بخشی از انحصار رسانه‌های رسمی در انتشار و دسترسی به موسیقی را از میان برداشت. در این مرحله، اینترنت هنوز بیش از آنکه قواعد میدان موسیقی را دگرگون کند، امکان‌های تازه‌ای برای انتشار، دسترسی و ارتباط ایجاد می‌کرد؛ اما همین تغییر، زمینه را برای تحول عمیق‌تری فراهم ساخت که با گسترش رسانه‌های اجتماعی آشکار شد.

این نکته قابل تأمل است که همراه با گذر زمان و تغییر بافت اجتماعی زندگی انسان، نگاه و تفسیر ما به آثار هنری متفاوت می‌شود و به یک عبارت تلقیات پیشین جای خود را به انگاره‌های پسین می‌دهد (بلخاری قهی، ۱۳۹۵، ۵۱). اما موضوع قابل توجه آن است که این روند در همه‌ی حوزه‌های هنری در ایران پس از انقلاب به یک شکل طی نشد. در حوزه‌ی تصویر، طی سال‌های اخیر تلاش‌های نسبتاً گسترده‌ای برای ایجاد زیرساخت‌های بومی نمایش برخط صورت گرفت. عملیاتی‌شدن سامانه‌های ویدئوی درخواستی^۴ به شکل سراسری با پلتفرم‌هایی مانند فیلمو و نماوا، با الگوبرداری از نمونه‌های جهانی^۵ به یکی از مهم‌ترین بسترهای توزیع آثار تصویری تبدیل شدند. صرف‌نظر از میزان موفقیت این تجربه‌ها، شکل‌گیری چنین زیرساخت‌هایی نشان می‌دهد که در حوزه‌ی سینما و محصولات تصویری، سیاست‌گذاری فرهنگی در کشور به سمت ایجاد زیست‌بوم رسانه‌ای بومی حرکت کرده است. در مقابل، موسیقی مسیر متفاوتی را پیمود. تاکنون هیچ پلتفرم بومی فراگیری که بتواند نقشی مشابه نمونه‌های جهانی^۶، در سامان‌دهی تولید، توزیع، آرشیو و اقتصاد موسیقی ایفا کند، در ایران شکل نگرفته است. در نتیجه، بخش مهمی از حیات رسانه‌ای موسیقی ایران، به‌ویژه موسیقی کلاسیک ایران به جای استقرار در یک بستر تخصصی، به شبکه‌های اجتماعی عمومی منتقل شده است. از این منظر، اهمیت رسانه‌های اجتماعی صرفاً در فراهم کردن امکان انتشار موسیقی نیست، بلکه در تغییر منطق ارتباطات موسیقایی است. همان‌گونه که بلاکف در نظریه‌ی «مدیامورفوسیس» بیان می‌کند، تحول رسانه‌ها صرفاً به تغییر ابزارهای ارتباطی محدود نمی‌شود، بلکه شیوه‌های تولید، انتشار، دریافت، اقتصاد و حتی روابط حرفه‌ای موسیقی را نیز دگرگون می‌سازد (Blaukopf, 1994). در میدان موسیقی کلاسیک ایران نیز رسانه‌های اجتماعی به تدریج از یک ابزار ارتباطی فراتر رفته و خود به بخشی از سازوکار تولید مشروعیت تبدیل شده‌اند. در چنین شرایطی، اینستاگرام، تلگرام و دیگر شبکه‌های اجتماعی به مهم‌ترین مرجع رسانه‌ای موسیقی در ایران بدل شدند. بلخاری قهی در جامعه‌شناسی اخلاقی هنر، به نقل از رژه باستید شرح می‌دهد که رقابت میان هنرهایی که از نظر اقتصادی به علت متوسط بودن بهای نسبی آن‌ها در اختیار گروه کثیری از افراد جامعه قرار می‌گیرد می‌تواند بحران ایجاد کند (نک. بلخاری قهی، ۱۳۹۵). این گزاره در قیاس میان تئاتر و سینما به‌کار گرفته شده، حال می‌توان اهمیت گسترش چندبرابری مخاطبان و نوع ارتباط فعال ایشان را در عصر رسانه‌های اجتماعی با وضوح بیشتری بررسی کرد. از این منظر، افزایش چشمگیر تعداد مخاطبان یکی از پیامدهای رسانه‌های اجتماعی است. تحول اساسی‌تر، تغییر نوع رابطه‌ی مخاطب با موسیقی و هنرمند آن است. به‌گونه‌ای که مخاطب دیگر صرفاً دریافت‌کننده‌ی محتوا نیست. بلکه در معرفی آثار، شکل‌دهی به ذائقه‌ی عمومی، اعتباربخشی به هنرمندان و بازتولید مناسبات میدان نقشی فعال ایفا می‌کند. معرفی آثار، اطلاع‌رسانی اجراها، آموزش موسیقی، ارتباط مستقیم هنرمند با مخاطب، تبلیغات، بازاریابی و حتی شکل‌گیری شهرت حرفه‌ای، بیش از هر زمان دیگری در بستر این رسانه‌ها انجام می‌شود. بدین ترتیب، منطق رسانه‌های اجتماعی به تدریج بر میدان موسیقی نیز حاکم شده و بر سازوکارهای مشروعیت‌بخشی، توزیع سرمایه‌ی فرهنگی، شکل‌گیری ذائقه‌های موسیقایی و روابط میان کنشگران اثر گذاشته است.

از منظر بوردیو، این تحول صرفاً به معنای ظهور یک رسانه‌ی جدید نیست، بلکه بیانگر تغییر قواعد میدان است. هنگامی که دیده‌شدن، اعتبار حرفه‌ای، جذب مخاطب و حتی موفقیت اقتصادی بیش از گذشته تابع منطق رسانه‌های اجتماعی می‌شوند، رابطه‌ی میان سرمایه‌ی فرهنگی، سرمایه‌ی نمادین و سرمایه‌ی اقتصادی نیز دگرگون می‌شود. از این رو، تحولات دو دهه‌ی اخیر را نمی‌توان صرفاً پیشرفتی فناورانه تلقی کرد، بلکه باید آن را مرحله‌ای از بازپیکربندی میدان موسیقی کلاسیک ایران دانست؛ مرحله‌ای که در آن رسانه‌های نوین دیگر تنها ابزار انتشار موسیقی نیستند، بلکه خود به یکی از مهم‌ترین نیروهای سازمان‌دهنده‌ی مناسبات این میدان تبدیل شده‌اند. اما بنظر می‌رسد چند مولفه اینجا دست به دست یکدیگر داده تا این تغییرات با نوعی تاخر فرهنگی برای موسیقی کلاسیک ایران رخ دهد. نخست حضور کماکان مشروط موسیقی در رسانه‌های دولتی نظیر تلویزیون

است. از طرفی هنرمندان شناخته‌شده‌ی این موسیقی نیز با وجود عبور خود میدان قدرت از تلویزیون به VOD ها کماکان در تلاشهای انتقادی جهت حضور مجدد ساز و توجه به موسیقی کلاسیک به رسانه‌ی ملی بودند (رسانه‌ای که در محیط رسانه‌ای جدید، جایگاه انحصاری و مرجعیت پیشین خود را تا حد زیادی از دست داده است). جامعه‌ی موسیقی کلاسیک ایران توجهی به فقدان یک مرجع مشابه با VOD ها (یا هر رسانه‌ی غیرمنقضی شده‌ای) برای موسیقی نداشتند. از طرف دیگر اکثریت مخاطب بنا به امکانات موجود ارتباط روزافزونی با رسانه‌های اجتماعی پیدا می‌کرد. ارتباطی که فرآیند رسانه‌ای‌شدگی بسیاری از مظاهر زندگی خود، از جمله مصرف موسیقی را شامل می‌شد. به نظر می‌رسد چهار اصل اجتناب‌ناپذیر رسانه‌ای‌شدگی در مواجهه با رسانه‌های اجتماعی توسط میدان قدرت و جامعه‌ی هنرمند موسیقی کلاسیک ملاحظه نشده است. اگر چه هیاروارد و پونتارا بعدها این چهارفرآیند را پذیرفته و به کار گرفتند، اما اولین بار توسط وینفريد شولتس، جامعه‌شناس آلمانی مطرح شده است. شولتس رسانه‌ای‌شدگی را از خلال چهار فرایند «گسترش (Extension)، جانشینی (Substitution)، درهم‌آمیختگی (Amalgamation) و انطباق (Accommodation)» تبیین می‌کند. بر این اساس، رسانه‌ها ابتدا ظرفیت‌های ارتباطی را گسترش می‌دهند، سپس بخشی از فعالیت‌های اجتماعی را جایگزین می‌کنند، به تدریج با زندگی روزمره درهم می‌آمیزند و در نهایت، منطق خود را بر نهادهای اجتماعی تحمیل می‌کنند. این چارچوب می‌تواند برای تحلیل تغییرات میدان موسیقی کلاسیک ایران، به‌ویژه در عصر اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، نیز به کار گرفته شود (Schulz, 2004). در چنین شرایطی، موسیقی دیگر صرفاً به‌عنوان یک اثر شنیداری تجربه نمی‌شود، بلکه در پیوند با فرایندهای فرهنگی و رابطه‌ی عاطفی و معنایی میان شنونده و موسیقی معنا می‌یابد. از این منظر، تجربه‌ی موسیقایی تنها به اصوات محدود نیست، بلکه در بستر تعاملات اجتماعی و فرهنگی پیرامون آن شکل می‌گیرد (Pontara & Volgsten, 2023). در عصر رسانه‌های اجتماعی، این فرایند بیش از گذشته با بازنمایی‌های رسانه‌ای، هویت هنرمند، شیوه‌های عرضه و تعاملات مخاطبان درهم‌تنیده شده است. در بسیاری از کشورهای جهان، صنعت موسیقی نیز همگام با این فرایندها، خود را با منطق رسانه‌های نوین بازسازمان‌دهی کرد. به‌گونه‌ای که پلتفرم‌های تخصصی موسیقی، شیوه‌های جدید توزیع، مدل‌های اقتصادی مبتنی بر استریمینگ و الگوهای تازه‌ی ارتباط هنرمند و مخاطب به بخشی از ساختار میدان موسیقی تبدیل شدند. اما در موسیقی کلاسیک ایران این روند به‌صورت نهادمند و متناسب با الگوهای جهانی تحقق نیافته است. اگرچه رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی وارد زندگی روزمره شدند، اما فقدان زیرساخت‌های تخصصی، محدودیت‌های نهادی و سیاست‌های فرهنگی و همچنین غیررسمی انگاشته‌شدن این بسترهای نوین (و عدم پذیرش آن‌ها به‌عنوان رسانه‌ی مرجع جدید توسط میدان قدرت) موجب شد بخش مهمی از فرایند انطباق میدان موسیقی با منطق رسانه ناتمام بماند. در نتیجه، به‌جای آنکه رسانه‌های تخصصی موسیقی نقش بازپیکربندی میدان را بر عهده گیرند، شبکه‌های اجتماعی عمومی — به‌ویژه اینستاگرام — به مهم‌ترین بستر ارائه، دیده‌شدن، آموزش، تبلیغ و کسب مشروعیت حرفه‌ای تبدیل شدند. به بیان دیگر، آنچه در ایران رخ داد، فقدان رسانه‌ای‌شدگی نبود، بلکه رسانه‌ای‌شدگی از نوعی نامتوازن بود. سه فرایند نخست، یعنی گسترش ظرفیت‌های ارتباطی، جایگزینی بخشی از ارتباطات با رسانه‌های دیجیتال و درهم‌آمیختگی رسانه با فعالیت‌های موسیقایی، تا حد زیادی رخ داد. اما فرایند چهارم، یعنی انطباق، به دلیل شکل نگرفتن نهادهای تخصصی موسیقی متناسب با منطق رسانه‌های نوین، به‌طور کامل تحقق نیافت. از همین رو، میدان موسیقی کلاسیک ایران بیش از آنکه به‌وسیله‌ی رسانه‌های تخصصی موسیقی بازپیکربندی شود، تحت تأثیر منطق شبکه‌های اجتماعی عمومی قرار گرفت.

در جدول زیر اطلاعات چهار دوره‌ی مذکور به‌طور تطبیقی مشاهده می‌شود :

مؤلفه	مشروطه‌ی هنر (موسیقی ملی)	هنر اصالت‌گرا (مرکز حفظ و اشاعه)	گسست میدان (پس از انقلاب تا دهه‌ی ۱۳۷۰)	عصر رسانه‌های نوین (از دهه‌ی ۱۳۸۰ تا امروز)
منطق مشروعیت میدان	نوگرایی، موسیقی ملی	اصالت، استادان و قدما، سنت آموزشی، آموزش دانشگاهی	انطباق با سیاست فرهنگی	دیده‌شدن رسانه‌ای، سرمایه نمادین دیجیتال، تعامل مستقیم با مخاطب
مبنای مشروعیت هنرمند	تحصیل، تخصص، رادیو، هنرستان، مکتب وزیری	نسبت با ردیف، استاد، سنت، دانشگاه، مرکز حفظ و اشاعه	انطباق با سیاست‌های فرهنگی، امکان فعالیت رسمی و مجوزدار	دیده‌شدن، تعامل رسانه‌ای، سرمایه نمادین و شبکه اجتماعی
موقعیت مخاطب	مخاطب ملی که نخستین بار از طریق رادیو شکل می‌گیرد	مخاطب ملی، علاقه‌مند به موسیقی دستگاهی و سنت	مخاطب محدودتر و عمدتاً وابسته به اجراهای رسمی و کاست	مخاطب گسترده‌تر، پراکنده و الگوریتم‌محور
نهادهای پایگاه‌های مرجع	مدرسه عالی موسیقی، رادیو	مرکز حفظ و اشاعه، رادیو و تلویزیون ملی	صدا و سیما، کانون چاووش	آموزشگاه‌ها، دانشگاه‌ها، شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های غیررسمی
الگوی آموزش	هنرستان، دانشگاه، آموزش آکادمیک	دانشگاه، آموزش آکادمیک، مرکز حفظ و اشاعه	کاهش ظرفیت نهادهای تداوم آموزش با محدودیت	آموزشگاه‌ها، دانشگاه، آموزش آنلاین، شبکه‌های اجتماعی
رسانه مرجع	صفحه گرامافون و رادیو	رادیو، تلویزیون، نوار کاست	کاست، تلویزیون با محدودیت نمایش ساز	اینستاگرام، یوتیوب، و سایر پلتفرم‌های آنلاین

جدول ۱- مقایسه‌ی تطبیقی برخی ویژگی‌های میدان موسیقی کلاسیک ایران در سیر تحول رسانه‌ها

نتیجه گیری

پژوهش حاضر با اتکا به مفهوم تغییر موسیقایی جان بلکینگ، آرای پیر بوردیو و مفاهیم رسانه‌ای‌شدگی و مدیامورفوسیس، کوشید تحولات موسیقی کلاسیک ایران را نه صرفاً در سطح دگرگونی‌های صوری و صوتی، بلکه در سطح تغییرات حیات اجتماعی و مناسبات میدان این موسیقی بررسی کند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که رسانه در سیر تاریخی مورد مطالعه، صرفاً مجرای برای انتقال یا بازنمایی موسیقی نبوده، بلکه در دوره‌های مختلف، با درجات و سازوکارهای متفاوت، در تغییر مناسبات میان هنرمند، مخاطب، نهادهای آموزشی و فرهنگی، شیوه‌های تولید و عرضه موسیقی و سازوکارهای کسب مشروعیت و سرمایه نمادین نقش داشته است. از این منظر، تحول رسانه را می‌توان یکی از متغیرهای مؤثر در فهم بازپیکربندی تاریخی میدان موسیقی کلاسیک ایران دانست.

تحلیل چهار مقطع مورد بررسی نشان داد که نسبت رسانه و میدان موسیقی در سراسر قرن چهاردهم شمسی یکسان نبوده است. در دوره مرتبط با گفتمان مشروطه هنر، گسترش نهادهای آموزشی نوین و سپس ظهور رسانه‌هایی چون رادیو و برنامه گله‌ها، امکان عرضه موسیقی در مقیاسی فراتر از دربار و محافل محدود را فراهم ساخت و به شکل‌گیری عرصه‌ای گسترده‌تر برای تولید و دریافت موسیقی انجامید؛ باین‌حال، سازوکارهای اصلی مشروعیت‌بخشی همچنان عمدتاً در اختیار نهادهای رسمی، استادان و مراکز تثبیت‌شده میدان قرار داشت. در گفتمان اصالت‌گرا نیز رسانه‌هایی چون رادیو، تلویزیون و نوار کاست دامنه گردش موسیقی را افزایش دادند، اما در بخش مهمی از این دوره، رسانه هنوز بیش از آنکه منطق مستقل خود را بر میدان موسیقی تحمیل کند، در انتقال، تثبیت و بازتولید ارزش‌ها و صورت‌های مشروع موسیقایی نقش ایفا می‌کرد.

تحولات پس از انقلاب اسلامی این رابطه را وارد وضعیت متفاوتی کرد. تغییر سیاست‌های فرهنگی، جنگ ایران و عراق، محدودیت‌های نهادی و کاهش ارتباطات بین‌المللی، شرایطی را پدید آورد که در آن نسبت موسیقی کلاسیک ایران با میدان قدرت، نهادهای رسمی و رسانه دستخوش بازتعریف شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که اهمیت این مقطع را نمی‌توان تنها به کاهش یا افزایش تولید موسیقی یا محدود شدن مجاری انتشار فروکاست؛ بلکه تغییر در موقعیت نهادها و کنشگران و چگونگی دسترسی آنان به امکانات تولید، آموزش، اجرا و عرضه، ساختار روابط درون میدان را نیز تحت تأثیر قرار داد. از این‌رو، رسانه و سیاست‌گذاری فرهنگی در این دوره بخشی از شرایطی بودند که مسیر متفاوت حیات موسیقی کلاسیک ایران را نسبت به جریان‌های معاصر موسیقی کلاسیک در بسیاری از جوامع دیگر رقم زدند.

با گسترش اینترنت و به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی، این فرایند وارد مرحله‌ای کیفی و متفاوت شد. در دوره‌های پیشین، رسانه عمدتاً در نسبت با قواعد موجود میدان موسیقی عمل می‌کرد؛ اما در وضعیت جدید، بخشی از کنش‌های میدان موسیقی به تدریج با منطق رسانه‌های دیجیتال و پلتفرمی سازگار شده‌اند. در چنین شرایطی، دیده‌شدن، دسترسی مستقیم به مخاطب، استمرار حضور رسانه‌ای، تبلیغ، آموزش و عرضه آثار، بیش از گذشته در موقعیت حرفه‌ای کنشگران مؤثر واقع شده‌اند. در ایران، فقدان یک زیست‌بوم تخصصی و فراگیر برای توزیع دیجیتال موسیقی نیز موجب شده است شبکه‌های اجتماعی عمومی، به‌ویژه اینستاگرام، بخشی از کارکردهایی را بر عهده گیرند که در دیگر بسترها میان رسانه‌های تخصصی، پلتفرم‌های توزیع، نهادهای حرفه‌ای و رسانه‌های تبلیغاتی تقسیم شده است. در نتیجه، هنرمند موسیقی کلاسیک در این محیط تنها با مسئله انتشار اثر مواجه نیست، بلکه با ضرورت بازنمایی مستمر خود، ایجاد ارتباط مستقیم با مخاطب و کسب رؤیت‌پذیری در محیطی روبه‌روست که قواعد آن الزاماً از قواعد تاریخی میدان موسیقی کلاسیک تبعیت نمی‌کند. این تغییر را می‌توان یکی از مصادیق مشخص عبور از نقش میانجی رسانه، به فرایندی گسترده ناشی از رسانه‌ای‌شدگی میدان موسیقی دانست.

این یافته‌ها در عین برخورداری از نقاط اشتراک با پژوهش‌های پیشین داخلی، سطح دیگری از مسئله را آشکار می‌کنند. مطالعات موسیقی‌شناختی و تاریخی پژوهشگرانی چون هومان اسعدی و سیدحسین میثمی در شناخت ساختارها و تحولات تاریخی موسیقی ایران اهمیت بنیادین داشته‌اند و پژوهش‌های ساسان فاطمی، مسعود کوثری و رضا صمیم نیز ابعاد اجتماعی، رسانه‌ای و فرهنگی موسیقی ایران، از موسیقی مردم‌پسند و زیرزمینی تا نسبت موسیقی با رسانه‌های جمعی و فضای مجازی، را از زوایای گوناگون روشن ساخته‌اند. پژوهش حاضر در امتداد این مطالعات، مسئله را از بررسی یک ژانر، رسانه یا مقطع مشخص فراتر برده و تحول رسانه را در یک امتداد تاریخی و در نسبت با بازپیکربندی میدان موسیقی کلاسیک ایران بررسی کرده است. از این

منظر، افزوده پژوهش حاضر بیش از آنکه در معرفی یک عامل تازه برای تغییر موسیقی باشد، در قرار دادن تحول رسانه در کنار تغییرات نهادی، اجتماعی و فرهنگی و تبیین تغییر جایگاه آن از واسطه انتقال موسیقی به یکی از نیروهای مؤثر بر مناسبات میدان نهفته است.

بر این اساس، تحولات حیات موسیقی کلاسیک ایران در قرن چهاردهم شمسی را نمی‌توان صرفاً با ارجاع به عوامل سیاسی، زیبایی‌شناختی یا تغییر سبک‌ها و جریان‌های موسیقایی توضیح داد. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که رسانه در دوره‌های مختلف تاریخی، با تغییر امکانات تولید، آموزش، عرضه و دریافت موسیقی و نیز با تأثیر بر مناسبات میان کنشگران و سازوکارهای کسب مشروعیت، در تحول میدان مشارکت داشته است. با ورود به عصر رسانه‌های دیجیتال و اجتماعی، این نقش از سطح میانجی‌گری و انتقال فراتر رفته و رسانه خود به بخشی از محیطی تبدیل شده است که کنشگران موسیقی درون آن فعالیت می‌کنند. به همین دلیل، مفاهیم رسانه‌ای‌شدگی و مدیامورفوسیس می‌توانند در کنار نظریه میدان و مفهوم تغییر موسیقایی، امکان تبیین دقیق‌تری از این مرحله از تحول موسیقی کلاسیک ایران فراهم آورند.

در نهایت، پژوهش حاضر مدعی تبیین تمامی ابعاد تحول موسیقی کلاسیک ایران نیست، بلکه کوشیده است یکی از ابعاد کمتر بررسی شده آن، یعنی نسبت میان تحول رسانه و بازپیکربندی حیات اجتماعی موسیقی، را برجسته سازد. این پژوهش می‌تواند زمینه‌ای برای مطالعات آینده درباره‌ی نسبت میان رسانه‌های دیجیتال، پلتفرم‌های موسیقی، اقتصاد فرهنگی و بازتوزیع سرمایه‌های نمادین در موسیقی کلاسیک ایران فراهم آورد؛ حوزه‌ای که با وجود اهمیت روزافزون آن، همچنان از منظر جامعه‌شناسی موسیقی و مطالعات رسانه کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

بیانیه‌ی افشای استفاده از هوش مصنوعی

در فرایند آماده‌سازی نسخه نهایی این مقاله، از ابزار هوش مصنوعی ChatGPT برای بازبینی زبانی چکیده‌ی انگلیسی، همچنین بهبود وضوح و خوانایی متن، مطابق موارد مجاز درج شده در سایت نشریه، توسط نویسنده استفاده شده است. مسئله و طراحی پژوهش، انتخاب و بررسی منابع، چارچوب نظری، استدلال علمی و مسئولیت بررسی و تأیید محتوای نهایی مقاله بر عهده نویسنده بوده است.

پی‌نوشت‌ها

^۱ - این موضوع در ایران از اهمیت دوچندانی برخوردار است، چرا که رشته‌هایی همچون موسیقی‌شناسی و قوم‌موسیقی‌شناسی به اندازه‌ی اهمیتشان شناخته شده نبوده و تنها در یک مقطع دانشگاهی وجود دارد.

^۲ - Musicking

^۳ - Reconfiguration

^۴ - Habitus

^۵ - Mediation

^۶ - این واژه در نظریه‌ی مانهایم و هیاروارد تعریفی متمایز با تعریف یورگن هابرماس (فیلسوف آلمانی) دارد و معمولاً آن در ادبیات نظری تحت عنوان German Mediatization شناخته می‌شود

^۷ - مشهورترین روایت ردیف دستگاهی موسیقی ایران منتسب به این خاندان است.

^۸ - نک. ملاح، خسرو. علینقی وزیر موسیقی‌دان فرهنگ‌ساز. روزنامه آفتاب ۱۸ آبان ۱۳۸۶

^۹ - قسمتهای مختلفی از این برنامه تحت عنوان گلها، گلپای رنگارنگ و ... ساخته شد.

^{۱۰} - در اواخر دهه‌ی ۱۳۴۰ با حضور موسیقی‌شناس برجسته، دکتر مسعودیه به دانشگاه تهران، همچنین همکاری او و فوزیه مجد با تمرکز بر گردآوری و شناخت موسیقی بومی، اتنوموزیکولوژی و نگرش‌های مرتبط به این رشته، در میدان موسیقی ایران به‌نوعی رسمیت یافت (نک. سیجانی، فرود نعمة ماندگار نواحی به گوشه فراموشی، روزنامه ایران، ۱۹ تیر ۱۳۹۶).

^{۱۱} - نک. (2005) Undergroud, Overgroud: Rock Music and Youth Discourses in Iran by Laudan Nooshin

^{۱۲} - استادیار گروه ارتباطات و فضای مجازی، موسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی ایران

^{۱۳} - به نقل از حسین عزیزاده در گفت‌وگو با روزنامه‌ی *همشهری*، ش. ۲۵، خرداد ۱۳۸۲؛ نک. مریدی، ۱۳۹۷.

^{۱۴} VOD (Video-on-Demand)

^{۱۵} - مانند Netflix

آماده انتشار هنرهای زیبا

فهرست منابع

- اسعدی، هومان (۱۳۸۰). از مقام تا دستگاه. *فصلنامه موسیقی ماهور*، ۳(۱)، ۷۵-۵۹.
- بلخاری قهی، حسن (۱۳۹۳). *در باب نظریه‌ی محاکات*. نشر هرمس.
- بلخاری قهی، حسن (۱۳۹۵). *جامعه‌شناسی اخلاقی هنر*. نشر سوره مهر.
- بلکینگ، جان (۱۳۹۷). *انسان چگونه موسیقایی است؟*، ترجمه مریم قرسو. نشر ماهور.
- بلکینگ، جان (۱۳۹۳). چند مسئله‌ی نظری و روش شناختی در مطالعه‌ی تغییرات موسیقایی، ترجمه ناتالی چوبینه. *فصلنامه ماهور*، ۶۵(۱)، ۷۹-۱۱۰.
- بوردیو، پیر (۱۳۹۰). تمایز، ترجمه حسن چاووشیان. نشر ثالث.
- پیرنیکان، داریوش (۱۳۸۵). مروری بر برخی تحولات موسیقی ایرانی بر اثر انقلاب مشروطیت. *گلستان هنر*، ۳(۱)، ۱۲۵-۱۲۸.
- جوادزاده، پدram؛ کوثری، مسعود؛ عامری شهبازی، محسن؛ و ابطحی، عطاءالله. (۱۴۰۰). مقوله‌های فرهنگی م صرف موسیقی ملی ایران. *مطالعات رفتاری در مدیریت*، ۱۲(۲۷)، ۱۹-۳۱.
- حجاریان، محسن (۱۳۹۸). *تاریخ نگری موسیقی ایران*. نشر پل فیروزه.
- خاکسار، علی (۱۳۸۸). *رفرماسیون موسیقایی*. *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، ۱۱(۱)، ۱۵۹-۱۷۶.
- درویشی، محمدرضا (۱۳۸۰). *از میان سرودها و سکوت‌ها*. نشر ماهور.
- رامین، علی (۱۳۹۰). *نظریه‌های فلسفی و جامعه‌شناختی در هنر*. نشر نی.
- سراجی، سپهر (۱۴۰۰). طبقه‌بندی مجموعه کارگان مرتبط با موسیقی کلاسیک ایرانی بر مبنای گفتمان‌های هویت در درون سنت. *نشریه هنرهای زیبا-هنرهای نمایشی و موسیقی*، ۲۶(۴)، ۴۱-۵۱.
- سیجانی، ن. (۱۳۹۶، ۱۹ تیر). *فرود نغمه‌های ماندگار «نواحی» به گوشه فراموشی*. *روزنامه ایران*، ص. ۱۲.
- شهرنازدار، محسن (۱۳۹۱). مرکز حفظ و اشاعه پایانی بر سنت موسیقی ایرانی. *ماهنامه نسیم بیداری*، شماره ۲۸.
- شهرنازدار، محسن (۱۳۹۳). آیا «چاووش» موسیقی انقلاب بود؟ (میزگرد با حضور محمد بهشتی، کامبیز نوروزی، جواد کوثری و محسن شهرنازدار). وبسایت انسان‌شناسی و فرهنگ. بازیابی شده از www.anthropologyandculture.com
- صمیم، رضا و طاهری کیا، حامد. (۱۳۹۷). بصری شدن رپ فارسی در فضای مجازی (مطالعه موردی فضای اینستاگرام). *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۴(۱۳)، ۱۰۷-۱۴۴. doi: ۱۰.۲۲۰۵۴/cs.۲۰۱۸.۱۹۷۳۵.۱۷۸
- طاهری کیا، حامد (۱۴۰۰). موسیقی و حیات اجتماعی نوار کاست در دهه‌ی شصت شمسی ایران. *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۱۱(۱)، ۱۶۷-۱۹۱.
- عیوضی، محمدرحیم (۱۳۷۷). طبقه متوسط جدید و نوسازی اقتصادی - اجتماعی در ایران. *مطالعات راهبردی*، ۱۱(۱)، ۱۵۵-۱۸۷.
- فاطمی، ساسان (۱۳۹۲). *پیدایش موسیقی مردم‌پسند در ایران، تاملی بر مفاهیم کلاسیک، مردمی؛ مردم‌پسند*. نشر ماهور.
- فاطمی، ساسان. (۱۳۸۵). موسیقی جدی و رسانه: نقش رادیو - تلویزیون در ایجاد فرهنگ موسیقایی. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۳(۴۵-۴۶)، ۴۱-۶۴.
- کوش، دنی (۱۳۸۱). *مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی*، ترجمه فریدون وحیدا. نشر سروش.
- مریم، آلن (۱۳۹۶). *انسان‌شناسی موسیقی*، ترجمه مریم قرسو. نشر ماهور.
- مریدی، محمدرضا (۱۳۹۷). *گفتمان‌های فرهنگی و جریان‌های هنری ایران*. نشر دانشگاه هنر.

- مزیدآبادی، نیوشا. ناگفته‌های محمدرضا لطفی درباره مرکز حفظ و اشاعه موسیقی. *روزنامه اعتماد*، ۱۳ ادیبهشت ۱۳۹۳.
- ملاح، خسرو. علینقی وزیر موسیقی‌دان فرهنگ‌ساز. *روزنامه آفتاب*، ۱۸ آبان ۱۳۸۶.
- میثمی، سیدحسین (۱۳۹۷). موسیقی عصر صفوی. نشر فرهنگستان هنر.
- وجدانی، بهروز (۱۳۹۵). موسیقی/ایرانی و هویت. نشر علمی و فرهنگی.
- هاووزر، آرنولد (۱۳۷۷). *تاریخ/اجتماعی هنر*، ترجمه ابراهیم یونسی. نشر خوارزمی.
- یاری، بیتا. گفتگو با حسین علیزاده درباره مرکز حفظ و اشاعه موسیقی. *روزنامه اعتماد*، ۲۹ فروردین ۱۳۹۲.
- Blaukopf, K. (1972). Musical Institutions in a Changing World. *International Review of the Aesthetics and Sociology of Music*, 3(1), 35-42.
- Blaukopf, K. (1994). Westernisation, Modernisation, and the Mediamorphosis of Music. *International Review of the Aesthetics and Sociology of Music*, 25(1), 337-345.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. University of Chicago Press.
- Cook, N. (1998). *Analysing Musical Multimedia*. Oxford University Press.
- Corner, J. (2018). 'Mediatization': Media theory's word of the decade. *Media Theory*, 2(2), 79-90
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis, Understanding New Media*. Pine Forge Press.
- Fornäs, J. (2014). Mediatization of popular culture. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization of communication*. De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110272215.483>
- Hennion, A. (2008). The Musicalization of Visual Arts. *Music, Sound, and the Moving Image*, 2(2), 175-182.
- Hjarvard, S. (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. Routledge.
- Krämer, B. (2011). The mediatization of music as the emergence and transformation of institutions: A synthesis. *International Journal of Communication*, 5, 471-491.
- Lewisohn, J. (2008). Flowers of Persian Song and Music: Davud Pirnia and the genesis of Golha Programs, *Journal of Persianate Studies*, 1(1), 79-101.
- Nooshin, L. (2005). Underground, overground: Rock music and youth discourses in Iran. *Iranian Studies*, 38(3), 463-494.

- Pontara, T, & Volgsten, U. (2017). Musicalization and mediatization. In O. Driessens, G. Bolin, A. Hepp, & S. Hjarvard (Eds.), *Dynamics of mediatization: Institutional change and transformations in a digital age* (pp. 247–269). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-62983-4_12
- Pontara, T, & Volgsten, U. (2023). Music as Embodied and Emergent: Expanding on a Theme by Joseph Margolis. *International Review of the Aesthetics and Sociology of Music*, 54(1), 27-47.
- Pontara, T. (2015). Interpretation, Imputation, Plausibility: Toward a Theoretical Model for Musical Hermeneutics. *International Review of the Aesthetics and Sociology of Music*, 46(1), 3-41.
- Ritzer, G, & Degli Espositi, P. (2020). Creative destruction and cultural lag in the digital age. *Sociology Between the Gaps: Forgotten and Neglected Topics*, 5(1), 1-10. <https://digitalcommons.providence.edu/sbg/vol5/iss1/5>.
- Rosenberg, N. (1994). *Exploring the Black Box: Technology, Economics, and History*. Cambridge University Press.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87-101. <https://doi.org/10.1177/0267323104040696>
- Tsuria, R. (2015). The Mediatization of culture and society. *New Media and Society*, 17(10), 1752-1754. <https://doi.org/10.1177/1461444815593502a>
- Vellody, T. (2010). *The mediamorphosis of Hindustani music: An examination of the role of emergent technologies in the transformation of Northern Indian music*. Capstone, Arts and Administration, University of Oregon, US
- Volgsten, U. (2014). Music, Culture, Politics. Communicating Identity, Authenticity and Quality in the 21st Century. *Nordic Journal of Cultural Policy*, 17(1), 114-131. <https://doi.org/10.18261/ISSN2000-8325-2014-01-07>
- Weber, H. (2009). Taking your favorite sound along: Portable audio technologies for mobile music listening. In K. Bijsterveld & J. van Dijck (Eds.), *Sound souvenirs: Audio technologies, memory, and cultural practices* (pp. 69–82). Amsterdam University Press.

Abstract

This article examines musical change in Iranian classical music during the fourteenth century of the Solar Hijri calendar in relation to the transformation of media and communication technologies. Although numerous studies have explored the history, structure, acoustic characteristics, performance practices, and stylistic features of Iranian classical music, comparatively little attention has been paid to the role of media, technological change, and broader social transformations in reshaping the field of Iranian classical music. Existing scholarship has primarily focused either on the historical development of musical styles or on technical and aesthetic aspects of the musical tradition, while the changing relationship between media and the organization of the musical field has remained largely unexplored. This study seeks to address this gap by examining how successive transformations in media have influenced the relationships among musicians, audiences, cultural institutions, educational systems, and mechanisms of artistic legitimacy.

The research adopts a descriptive-analytical method with a sociological approach. Its theoretical framework draws upon the concepts of Mediatization and Mediamorphosis, Pierre Bourdieu's theory of the cultural field, and John Blacking's concept of musical change. Rather than treating media merely as channels for the transmission of music, the study considers them as active social forces capable of influencing the structure of cultural production and the distribution of symbolic and cultural capital. Within this framework, changes in media technologies are examined not only as technological developments but also as factors capable of altering the internal logic of the musical field.

To provide a historical interpretation of these developments, the article divides the evolution of Iranian classical music into four major periods. The first period is identified as the Constitutional Art discourse, represented primarily by the Vaziri School and the Golhā radio programme, which established a modern institutional framework for Iranian classical music and contributed significantly to the formation of its cultural legitimacy. The second period is described as the authenticity-oriented discourse, centred on the Center for the Preservation and Dissemination of Iranian Music, where musical legitimacy became closely associated with the preservation of tradition, the master–apprentice relationship, and the authenticity of the *radif* tradition. Together, these two discourses shaped and reproduced the dominant logic of the field of Iranian classical music throughout most of the twentieth century in Iran.

The third period examines the transformation of the musical field following the Islamic Revolution of 1979. Political, social, and cultural changes, together with the Iran–Iraq War, profoundly reshaped the institutional environment of Iranian classical music. Rather than focusing solely on technological developments, this period is characterized by the contraction of institutional opportunities, restrictions on musical activities, and delayed interaction with emerging media technologies. These conditions substantially affected cultural production, music education, public performance, and the mechanisms through which artistic legitimacy was constructed.

The fourth period focuses on the emergence of the Internet, digital communication, and social media. Unlike earlier periods, in which media primarily functioned to consolidate and reproduce the existing structure of the field, digital media gradually became an influential force in transforming its internal organization. The findings indicate that media increasingly shaped the relationships among musicians, audiences, educational institutions, artistic legitimacy, and the distribution of cultural capital. In this new environment, media became more than instruments for disseminating music; they evolved into structural elements influencing visibility, professional recognition, communication with audiences, and the circulation of symbolic value.

The article further argues that the transformation of media in Iran has not followed the same trajectory observed in many other countries. Instead, the development of digital media has been accompanied by forms of institutional delay and asynchronous adaptation resulting from specific political, cultural, and historical conditions. Consequently, the interaction between Iranian classical music and new media has developed through a distinctive process that differs from dominant international patterns of media transformation.

By integrating media theory with the sociology of music, this study proposes an analytical framework for understanding the historical transformation of Iranian classical music beyond stylistic or technological explanations. It demonstrates that media should not be understood merely as channels for transmitting musical content, but as structural forces that influence cultural authority, institutional practices, symbolic legitimacy, and the relationships among the principal actors of the musical field.

The study concludes that recent developments in Iranian classical music should not be interpreted merely as the consequences of technological innovation. Rather, they should be understood as part of a broader process of reconfiguring the field of Iranian classical music, in which changing media environments have gradually altered the distribution of cultural authority, symbolic legitimacy, and relationships among the principal actors of the field. By combining media theory with the sociology of culture, this article offers a new analytical perspective on the historical evolution of Iranian classical music and highlights the significance of media transformation as a central factor in understanding its contemporary configuration.

Keywords:

Iranian Classical Music, Musical Changes, Mediatization, the Field of Music, Media Transformation, Mediamorphosis