

## عنوان مقاله:

مطالعه سیاستهای موسیقایی در ایران

## محل انتشار:

فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، دوره 6، شماره 23 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسندگان:

زهرا سادات چلنگر - ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

مسعود کوثری - دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

## خلاصه مقاله:

هدف از نگارش این مقاله مطالعه سیاستهای موسیقایی در صداوسیما جمهوری اسلامی ایران است. در قسمت مقدمه و طرح مسئله نگارنده به تشریح اهمیت موسیقی بهعنوان بخشی از فرهنگ عامه و نقش آن در زندگی روزمره و رابطه موسیقی بهعنوان امری اجتماعی با رسانه‌های جمعی که بخشی از ساختار اجتماعی و تجارب زندگی روزمره‌اند، میپردازد. نویسنده در بخش نظری تلاش کرده است تا با ترکیب نظریه‌هایی در حوزه فرهنگ و رسانه و همچنین مفهوم موسیقی بهعنوان امری اجتماعی به درک بهتری از جنبه‌های مختلف سیاستگذاری موسیقی در رسانه برسد. این پژوهش با روش کیفی و تکنیک مصاحبه عمقی با ده نفر از دست اندرکاران حوزه موسیقی در صداوسیما صورت گرفته است. مطابق با نتایج این مطالعه تعریف سازمان از موسیقی بر سیاستگذاری آن تاثیر میگذارد. این تعریف بر ایند عواملی چون فرهنگ دینی، قدرت سیاسی، تعریف سازمان از مخاطب، و ترکیب موسیقی با مفهوم رسانه ملی است. موسیقی غریزی، موسیقی فطری، موسیقی رسانه‌های و موسیقی کارکردی دستهبندی‌هایی از مفهوم موسیقی، مطابق با تعریف سازمان از آن است. بنابراین، در صداوسیما موسیقی ابزار ارتباط و قدرت است و مفاهیم وابسته به موسیقی مانند لذت، اوقات فراغت و مخاطب متأثر از جایگاه سیاسی و هژمونیک صداوسیما تعریف میشوند. این تعاریف همواره در معرض چالش‌های بیرونی و درونی سازمان قرار میگیرند و دائماً تغییر میکنند. درنهایت موسیقی، متأثر از این چالشها و همچنین سیاستها و ضوابطی که در بستر ایدئولوژی و فرهنگ شکل گرفته سیاستگذاری میشود.

## کلمات کلیدی:

موسیقی، سیاست رسانه‌های، رسانه ملی، صداوسیما، صنعت فرهنگ

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1186674>

