

The Quarterly Journal of Islam and Social Studies

Vol. 7 • No. 3 • Winter, 2019 • Issue 27

Received: 26/12/2019

Accepted: 22/02/2020

Doi: 10.22081/jiss.2020.68465

The Pathology of Mourning from the Analytical Viewpoint of the Adorno Culture Industry and Its Policy Making

Sayyid Mohammad Hossein Hashemian¹
Monireh Basiri²

Abstract

The current paper seeks to explain Adorno's critical attitude on modern art which is popular and out of content, through an analytical methodology approach after explaining the critical theory of Adorno culture industry and defining related terms such as individuality and domination and features of popular music from his viewpoint including standardization and virtual individuality. Then, in addition to describing the style change between recent traditional and pop eulogies, he compared it to popular music and responded to the two hypotheses of existence and non-existence of the relationship between the new style of eulogy and the culture industry, and finally he presented strategies for harm elimination of eulogy such as educational (training for eulogers, preachers and managers), research (including providing a reputable scientific and historical resource, providing appropriate poetry and books and educational journals, accurate problems delimitation and constant harm explication and explaining the features of ideal mourning congregations), supervisory, supportive, and promotional.

Keywords

Culture industry, virtual individuality, domination, public art, eulogy.

1. Associate professor of Baqir al-olum University. Hashemian@bou.ac.ir

2. Ph.D. student of cultural policymaking, Baqir al-olum University. M.Basirati@yahoo.com.

آسیب‌شناسی عزاداری از چشم‌انداز تحلیلی صنعت فرهنگ آدورنو و سیاست‌گذاری آن

سیدمحمدحسین هاشمیان*

** منیره بصیرتی

چکیده

در این مقاله با رویکرد روش‌شناسی تحلیلی تلاش شده پس از تبیین نظریه انتقادی صنعت فرهنگ آدورنو و تعریف اصطلاحات مرتبط با آن از قبیل فردیت و سلطه و بیان ویژگی‌های موسیقی عامه‌پسند از نظر وی از جمله استانداردشدن و فردیت مجازی، نگرش انتقادی وی راجع به هنر مدرن که عامه‌پسند بوده و از محتوا تهی است، تشریح گردد. سپس ضمن توضیح تغییر سبک مداحی‌های اخیر از سنتی به پاپ این موضوع با موسیقی عامه‌پسند مقایسه شده و به دو فرضیه وجود و عدم وجود رابطه بین مداحی سبک جدید و صنعت فرهنگ پاسخ داده شده و در پایان نیز راهکارهایی برای آسیب‌زدایی از مداحی، مانند آموزشی (آموزش به مداحان، مبلغان و مدیران)، پژوهشی (شامل تأمین منبع علمی و تاریخی معتبر، تأمین شعر و کتاب‌ها و نشریات آموزشی مناسب، مرزبندی دقیق اشکالات و تبیین مستمر آسیب‌ها، تبیین شاخص‌های هویت‌های مطلوب)، نظارتی، حمایتی و تبلیغاتی ارائه شده است.

کلیدواژه‌ها

صنعت فرهنگ، فردیت مجازی، سلطه، هنر عامه، مداحی.

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۲/۳

Hashemian@bou.ac.ir

M.Basirati@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۶

* دانشیار دانشگاه باقرالعلوم ۷، قم، ایران.

** دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری فرهنگی، دانشگاه باقرالعلوم ۷، قم، ایران (نویسنده مسئول).

مقدمه و بیان مسئله

برپایی مجالس عزاداری، در سوگ امام حسین ۷ به سفارش معصومان : جز و شعائر مذهب تشیع است. عرف، آداب و رسوم، فرهنگ و به‌طور کلی جامعه بر چگونگی برگزاری آن تاثیر گذاشته است؛ بنابراین با تغییرات اجتماعی - فرهنگی، برپایی این مراسم نیز تغییر یافته است. از جمله این تغییرات، تغییر شیوه خواندن مداحی است. پس از پیروزی انقلاب اسلامی به‌ویژه از دهه ۸۰ به بعد مداحی و نوحه‌خوانی تحولات چشمگیری را از سر گذرانده است.

اگر در دهه ۶۰ مرحوم کوثری، بی‌آنکه بخواهد سبک جدیدی راه بیندازد، برای بنیانگذار جمهوری اسلامی روضه‌خوانی می‌کرد و یا آهنگران، کویتی‌پور و مداحان گمنام دیگری که برای رزمندگان می‌خواندند و روحیه شهادت‌طلبی را در آنان شعله‌ور می‌کردند اما به‌مرور زمان و با تغییر سلیقه افراد جامعه به‌ویژه نسل جوان، همان مداحان نظیر کویتی‌پور برخی نوحه‌های خود را به سبک پاپ اجرا کردند و آلبوم‌هایی به همین سبک منتشر نمودند. همچنین در سال ۱۳۹۲ عبدالرضا هلالی قطعه‌ای را به‌طور مشترک با حامد زمانی خواننده پاپ اجرا کرد.

امروزه به جای مداحی‌های سنتی، با مداحی‌هایی مواجه هستیم که اگر صرفاً به ریتم و آهنگشان توجه کنیم، تشخیص‌شان از موسیقی تفریحی و پاپ مشکل می‌شود. این تحول حتی تأثیر خود را بر شکل و شمایل رفتاری مخاطبان هم گذاشته است؛ مثلاً حرکات عزاداران در بعضی از این برنامه‌های نوحه‌خوانی بی‌شبهت به رفتار شرکت‌کنندگان در یک کنسرت راک یا متال نیست.

نگاهی به خط سیر نغمات و اشعار مداحان معروف دو دهه اخیر و انعکاس آن در صدا و سیما نشان می‌دهد آنان به‌مرور به سمت استفاده از نغمات و موسیقی سبک پاپ کشیده شده‌اند. بخشی از این رویکرد را باید به ناآشنایی این گروه از مداحان با ساختار و ریشه‌های مداحی در گذشته جستجو کرد. در گذشته مداحان معروفی بودند که با موسیقی ردیفی ایران آشنا بودند؛ از جمله «ملا غلامعلی»، خواننده معروف دوره قاجار و «سیدجواد ذبیحی» مداح دهه ۳۰ هجری شمسی که در بعضی از مواقع مثلاً در ایام محرم نوحه‌خوانی می‌کردند. بسیاری از آثار مذهبی شاخص نیز به‌نوعی برخاسته از دانش آوازی یا موسیقایی

و شعری آنان از موسیقی سنتی ایران بود که نمونه شاخص آن «اذان مؤذن‌زاده اردبیلی» در گوشه روح‌الارواح، آواز «بیات ترک» یا ربنای «محمدرضا شجریان» است که شروع آن تداعی گر گوشه حصار در دستگاه چهارگاه است.

اما در دو دهه اخیر این ویژگی برعکس شد؛ به این معنا که تعدادی از مداحان به دلیل دانش اندک ردیفی و موسیقایی به ترانه‌ها و تصانیف موفق روی آوردند. نمونه بارز آن را باید در چهار اثر زیر جستجو کرد:

۱. «ترانه شبانگهان» با صدای «عبدالحسین مختاباد» که «حاج منصور ارضی» از مداحان معروف از آن تقلید کرد و در همان وزن و ملودی اشعاری درباره وقایع محرم خواند.
۲. مداحی ترانه «آهای خوشگل عاشق» «فریدون آسرای» را با همان ملودی و ریتم تنها با تغییر محتوای شعر با عنوان «آه زینب نالان» خواند.
۳. چندی بعد ترانه «هوای تو» یا «یارا یارا» با آهنگی از «عباس خوشدل» و صدای «علیرضا افتخاری» مورد تقلید وسیع چندین مداح معروف قرار گرفت.
۴. همچنین فضای ملودیک تصنیف «یاد ایام» «محمدرضا شجریان» نیز از جمله آثاری بود که پیاپی با اشعاری متناسب با فضای عزاداری‌ها مورد استفاده مداحان قرار گرفت.

برخی از این مداحان حتی همان اشعاری را استفاده کردند که خوانندگان دوران پهلوی آنها را خوانده بودند. ترانه ساقی از جمله این آثار است. این ترانه را خواننده‌ای قبل از انقلاب با شعری از «اردلان سرافراز» روی آهنگی از «فرید زلاند» خواند و مداحی همین شعر را با ریتم کندتر و در همان مایه دشتی در مراسم نوحه‌خوانی خواند شباهت‌های این دو اجرا به اندازه‌ای بود که کار به مقایسه بند به بند این اشعار با ترانه مذکور در شبکه‌های اجتماعی شد.

بعدها برخی دیگر از مداحان مثل «عبدالرضا هلالی» به بهره‌گیری از موسیقی پاپ در مداحی خود روی آوردند که با واکنش تند رهبر معظم انقلاب، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای (مدظله)، در یکی از جلساتی که با مداحان در سال ۱۳۸۴ داشتند، روبه‌رو شد. ایشان فرمودند: «من شنیده‌ام در مواردی از آهنگ‌های نامناسب استفاده می‌شود؛ مثلاً فلان خواننده طاغوتی یا غیرطاغوتی شعر عشقی چرندی را با آهنگی خوانده حالا ما بیاییم در

مجلس امام حسین ۷ و برای عشاق امام حسین ۷، آیات والای معرفت را در این آهنگ بریزیم و بنا کنیم آن را خواندن؛ این خیلی بد است».

حال با توجه به رواج چنین مداحی‌هایی، سؤال اصلی این است که چگونه می‌توان تحولاتی را که اخیراً در عرصه مداحی شاهد آن بوده‌ایم، از لحاظ نظریه صنعت فرهنگ تئودور آدورنو تحلیل و تبیین کرد؟ این پرسش سؤالی توصیفی است و پاسخ آن نیز توصیفی خواهد بود. سوال توصیفی درصدد اکتشاف، تحلیل، تفسیر و انتقاد است. هدف این نوع پژوهش، کشف، تحلیل، تفسیر یا نقد یک مفهوم، ساختار (عینی یا معنایی)، کنش یا بافت خاص است؛ بنابراین به منظور تحلیل آسیب پاپ‌شدن مداحی، بنا به دلایلی از نظریه تئودور آدورنو که رویکردی انتقادی - تحلیلی دارد، استفاده شده است؛ از جمله این دلایل، آشنایی وی با موسیقی و هنر فاخر و عامه پسند و انتقاد به موسیقی عامه پسند با جعل اصطلاح صنعت فرهنگ است.

۱. دیدگاه آدورنو درباره با زیبایی‌شناسی، هنر و موسیقی

هنر مدرن نشان می‌دهد برخلاف برداشت عامیانه، اساس هنر «عدم این‌همانی» است. آدورنو در همان نخستین صفحات نظریه زیبایی‌شناسی از یک نقاش مثال می‌آورد که چیزی تصویر می‌کند؛ اما او به هر حال چیزی همانند با واقعیت بیرونی نکشیده است. کار او با خودکار همانند است و نه با ابزارهای در دنیای بیرون. این‌همانی هنری، جنگی است با این‌همانی (احمدی، ۱۳۸۶: ص ۲۲۹-۲۳۰). به اعتقاد آدورنو گستره و نفوذ سلطه بر فرد در جامعه مدرن آن‌قدر ظریف و نامرئی است که شخص دچار توهم آزادی می‌گردد. این توهم نه تنها در اذهان عوام و افکار عمومی جا باز می‌کند، بلکه حتی در مطالعات علوم اجتماعی - نیز که نهادهای جامعه را واقعیت می‌پندارند - منعکس می‌شود. شیوه‌ی نامرئی سلطه به یکپارچگی و هم‌بستگی کامل افراد و تطبیق دادن آنها با فرایندهای اجتماعی و مناسبات تاریخی کمک می‌کند. دامنه تثبیت و نهادینه شدن مناسبات سلطه در تمامی شئون حیات فردی و اجتماعی چنان گسترده شده است که رهایی از آن روزبه‌روز برای افراد مشکل‌تر می‌شود (نوذری، ۱۳۸۶: ص ۲۶).

زیبایی‌شناسی آدورنو در قالب چهارچوب مفهومی وی، یعنی دیالکتیک منفی مطرح

شده است. تأکید اصلی رویکرد زیبایی‌شناسی آدورنو بر امور خاص و یگانه در عرصه فرهنگ ناب است که در تقابل با تفکر کلیت‌گرای فیلسوفان عصر مدرن قرار می‌گیرد. لازمه پذیرش امر خاص و رد کلیت نیز از طرفی به چندپاره‌بودن خود سوژه بستگی دارد. وی بحران فرهنگی عصر مدرن را که همانا از بین رفتن وجهه انتقادی فرهنگ و تبدیل آن به صنعت فرهنگی است، ناشی از تفکر کل‌گرا می‌داند که واقعیت چندپاره را در کلیتی دروغین تقلیل می‌دهد. صنعت - فرهنگ محصول جامعه تولیدی سرمایه‌دارانه است که در جهت سوددهی بیشتر به یکسان‌سازی نیازهای فرهنگی مردم می‌پردازد و با ابزارهای تبلیغی رسانه‌های جمعی خود آنچنان ضرورت به کارگیری این الگوهای مصرفی را در فرد تقویت می‌کند که فرد دچار توهم آزادی می‌شود و گزینش‌های برنامه‌ریزی شده را به فردیت خود منتسب می‌کند. اینجاست که آدورنو از ظهور «تفرد کاذب» در عرصه فرهنگی نام می‌برد (توابخش، ۱۳۸۵: ص ۸۸). وی زیبایی را این‌گونه تعریف می‌کند: زیبایی مانند مهاجرت از جهان معانی و غایب‌ها است. همان دنیایی که وجود عینی خود را مدیون آن است. در منظر آدورنو، زیبایی به نوعی به خلق یا آفرینش گفته می‌شود که از نفی جهان معنا که در حال حاضر غیبت یافته یا موجود است، برگرفته می‌شود؛ در عین حال تنها با نفی آنچه هست، تجدید نمی‌گردد، بلکه این زیبایی‌آفرینی هنری خود در نوعی ساختار و چهارچوب، با روابط درونی خاص خود قرار می‌گیرد و چیزهایی را غیر از نفی آنچه هست و نیز شامل می‌شود (احمدی، ۱۳۷۶: ص ۲۲۲).

به اعتقاد آدورنو، یگانه دلیل اینکه چرا صنعت فرهنگ‌سازی می‌تواند به صورتی چنین موفقیت‌آمیز با فردیت برخورد کند، آن است که فردیت همواره شکنندگی جامعه را بازتولید کرده است. وی راجع به صنعت فرهنگ‌سازی می‌گوید: «هر آن کسی که در قدرت یکنواختی و تکرار شک کند، ابله است. صنعت فرهنگ‌سازی اعتراض علیه خود را دقیقاً همان‌قدر مردود می‌شمارد که اعتراض علیه جهانی که به صورتی بی‌طرفانه توسط این صنعت دوباره‌سازی می‌شود». براساس آرای آدورنو، صنعت فرهنگ منعکس‌کننده استحکام بت‌وارگی کالا، غلبه ارزش مبادله‌ای و رشد سرمایه‌داری انحصاری دولت است. این صنعت به سلیقه‌ها و اولویت‌های توده‌ها شکل بخشیده و به این ترتیب با تلقین مطلوب‌بودن نیازهای غیرواقعی، ناخودآگاه مردم را سازماندهی می‌کند؛ بنابراین فرهنگ

در جهت نادیده گرفتن نیازهای واقعی و حقیقی، مفاهیم با نظریه‌های بدیل و رادیکال و روش‌های فکری و رفتاری ضد دولتی به کار می‌رود. این فرهنگ در این راستا به قدری موفق است که مردم هرگز پی نمی‌برند که چه اتفاقی رخ می‌دهد (کتابدار، ۱۳۸۶: ص ۱۰). آدورنو نسبت به دیگر نظریه‌پردازان فرهنگ توده‌ای، بیشتر معتقد است که این فرهنگ به توده‌ها تحمیل شده و آنان را به پذیرش خود وادار می‌کند، به نحوی که آنان این فرهنگ را یک فرهنگ تحمیلی محسوب نمی‌کنند. او در پاسخ به ادعای کسانی که فرهنگ توده‌ای معاصر را سرگرمی^{۱۰} به آنان نسبت بی‌ضرر و پاسخی دموکراتیک به تقاضاهای مصرف‌کنندگان قلمداد می‌کنند، بر بی‌محتوایی، پوچی و هماهنگی مردم که صنعت فرهنگ آن را تشویق می‌کند، تأکید دارد. از نظر او این صنعت، نیروی بسیار مخربی است و نادیده گرفتن ماهیت آن، تسلیم‌شدن به ایدئولوژی آن است (همان: ص ۱۱).

آدورنو و هورکهایمر در مقاله‌ای تحت عنوان «صنعت فرهنگ‌سازی، روشنگری به مثابه فریب انبوه» چنین می‌نویسند: «تحت سلطه نظام صنعت فرهنگی، همگان در نظامی متشکل از کلیساها، کلوپ‌ها، کانون‌های حرفه‌ای و... محصور می‌شوند که مجموعاً سازنده حساس‌ترین ابزار کنترل اجتماعی هستند. این واقعیتی است که صنعت فرهنگی استبداد تن را به حال خود رها می‌کند و حمله را متوجه روح یا جان افراد می‌کند. فرمانروا دیگر نمی‌گوید: باید همچون من فکر کنی یا بمیری. او می‌گوید، آزادی تا همچون من فکر نکنی، زندگی، اموال و همه چیزت از آن تو باقی ماند؛ ولی از امروز به بعد در میان ما فردی بیگانه خواهی بود» (آدورنو و هورکهایمر، ۱۳۸۰: ص ۴۸). آدورنو بر مفهومی بودن کار هنر تأکید می‌کند. او از مفهوم زیبایی دور می‌شود و به والایی می‌رسد. او بحث خود را استوار بر هنر مدرن می‌کند؛ چون در دوری از مفهوم‌سازی نمونه است. وی از راهی دیگر با حقیقت پیوند می‌یابد. آدورنو چون دریدا، والایی را وارث ادعاهای هنری می‌داند. آثار هنری مدرن نشان می‌دهند که حجاب زیباشناسانه کنار می‌رود و اثر هنری جایگاهی را اشغال می‌کند که زیبایی‌شناسی کلاسیک آن را متعلق به والایی می‌دانست. زیبایی کلاسیک به‌راستی از حقیقت دور بود؛ اما والایی اثر مدرن «لحظه‌ای از حقیقت» را آشکار می‌کند، مستقل از اینکه ما آن را بشناسیم یا نه. این لحظه‌ای است که فراتر از زیبایی می‌رود. این کار فلسفه نفی‌کننده است که از مفاهیم سنتی فلسفه هنر و از زیبایی و ذوق

چون شکل دهندگان به زیبایی‌شناسی فراتر می‌رود. این پیروزی بر زیبایی‌شناسی به گونه‌ای دیالکتیکی به یاری عنصری ممکن شده است که از دل خود آن برآمده است (احمدی، ۱۳۸۶: ص ۲۳۱).

«آدورنو» و «هورکهایمر» در دیدگاه‌های نئومارکسیستی خود از نظریه «شیء گشتگی» لو کاج در نقد جامعه سرمایه‌داری تأثیر پذیرفتند. در مرحله بعد نظریات ماکس وبر درباره گسترش ناامیدانه عقلانیت در جهان مدرن در اندیشه این دو تن تأثیرگذار بود؛ بنابراین به بررسی آرای این اندیشمندان در مکتب فرانکفورت نگاه مختصری می‌افکنیم. مکتب فرانکفورت این استدلال را مطرح کرد که خود تکنولوژی و آگاهی تکنولوژیک موجب پیدایش پدیده جدیدی در قالب فرهنگ انبوه یک‌دست و بی‌ریشه گشته است که هرگونه نقد و انتقاد را مسکوت می‌گذارد و عقیم می‌سازد (باتومور، ۱۳۷۵: ص ۲۳).

آدورنو و هورکهایمر از این پدیده به‌عنوان «صنعت فرهنگی» یا «روشنگری به مثابه فریب انبوه» یاد می‌کنند. آدورنو و هورکهایمر صنعت فرهنگ را برای اشاره به صنایعی به کار می‌برند که با تولید انبوه کالاهای فرهنگی سروکار دارند و به دنبال برجسته کردن این حقیقت هستند که از بعضی جنبه‌های کلیدی این صنایع تفاوتی با دیگر حوزه‌های تولید انبوه ندارند. صنعت فرهنگ به «کالایی شدن» زاینده صورت فرهنگی منجر می‌شود (ابراهیمی مینق، ۱۳۸۶: ص ۷۹).

صنعت فرهنگ به‌نوعی به تحمیق و استبداد فکری و روحی افراد در جامعه به‌صورتی اجباری دست می‌زند و محتوای تمام جلوه‌های فرهنگی را به‌صورتی یکسان ارائه می‌کند تا افراد را به‌شکلی یکسان و واحد درآورد.

علاقه کلی و مسلط در حفظ و بهبود وضع موجود نهادی، جریانات آشتی‌ناپذیر سابق در پیشرفته‌ترین بخش‌های جامعه معاصر را با هم متحد می‌سازد (باتومور، ۱۳۷۵: ص ۴۲).

۱-۱. صنعت فرهنگ^۱

بیش از شصت سال از زمانی که تئودور آدورنو و ماکس هورکهایمر اصطلاح «صنعت

فرهنگ» را در کتاب مشترک خویش با عنوان دیالکتیک روشنگری (۱۹۴۴م) وضع کردند و فصلی با عنوان «صنعت فرهنگ: روشنگری به مثابه فریب توده» بدان اختصاص دادند، می‌گذرد. در این برهه شتاب پیش‌رونده تحولات فناوری چنان بوده است که کمتر کسی می‌تواند در اصل تأثیر شگرف فناوری بر فرهنگ و جامعه بشری تردیدی روا کند. در این میان فناوری‌های فرهنگی و ارتباطی یا به‌عبارت دقیق‌تر رسانه‌های جمعی نقشی ویژه دارند. نظریه‌پردازان انتقادی و به‌طور خاص آدورنو تحت تأثیر شگرف همین رسانه‌ها هستند که امریکا و نظام کاپیتالیستی را در پرتو آن تحلیل می‌کنند و مختصات فرهنگ رسانه‌ای شده کاپیتالیستی را حتی تا عمیق‌ترین لایه‌های سپهر نشانه‌ای انسان مدرن، یعنی سوپزکتیویته او تشخیص می‌دهند و ردیابی می‌کنند؛ بدین ترتیب «صنعت فرهنگ» وضع مفهومی مکانیسمی است که طی آن نظام سلطه و سرمایه سعی دارد تا با بهره‌گیری از دستکاری نشانه‌های فرهنگی، منطق حساب‌شده روابط کالایی حاکم بر بازار را بر سطوح عالی انسانی؛ یعنی نشانه‌سازی و معناپردازی نیز مستولی کند و بدین ترتیب انسان‌ها حتی در لایه‌های ارتباطی و تراوایی بینادنی خویش هم دچار منطق حسابگری سود و نفع شخصی شوند؛ منطقی که به نظام کاپیتالیستی وجه اخلاقی فردباورانه فایده‌گرا می‌بخشد. آدورنو علاوه بر دیالکتیک روشنگری، در آثار بعدی و فردی خویش راجع به فیلم، رادیو، روزنامه‌ها و به‌خصوص موسیقی عامه‌پسند جاز، همچنان بر این واقعیت پافشاری می‌کند که تحت سلطه کاپیتالیسم انحصاری، هنر و فرهنگ به‌تمامی توسط اقتصاد و قواعد بازار تعیین می‌یابند (Adorno & Steinbach, 1975).

این صنعت، مصرف‌کنندگان را راضی به وجود می‌آورد که از هرگونه استعدادهای انتقادی بی‌بهره هستند. انتشار مقاله مشترک آدورنو با هویکهایمر در سال ۱۹۴۴ با عنوان «صنعت فرهنگ‌سازی، روشنگری به مثابه فریب توده‌ای» را - که بعدها در قالب کتاب منتشر شد - می‌توان به‌عنوان نقطه عطفی در تاریخ مکتب فرانکفورت نامید. آدورنو در این مقاله، صنایع فرهنگی را بخش جدیدی از صنعت مؤسسات «اطلاع‌رسانی»؛ مانند رادیو، مطبوعات و سینما می‌داند که برای به‌نتیجه‌رساندن منافع صاحبان به کار می‌روند. در هنر توده‌ای و عامیانه بازاری، ابداع، تازگی و هرچیز خلاف عادت رد می‌شود تا مخاطب در این دنیای رام، یکنواخت و شناخته‌شده، احساس آرامش و راحتی کند و به‌آسانی تسلیم

ایدئولوژی سازندگان اثر شود. آدورنو از بهشت ارائه‌شده از سوی صنعت فرهنگ به‌عنوان «سختی و نکبت قدیمی» یاد می‌کند و می‌گوید: «در هریک از محصولات صنعت فرهنگ‌سازی، ناکامی و محرومیت همیشگی^{۱۶} تحمیل‌شده از سوی تمدن، بار دیگر به صورتی قطعی و روشن، اثبات و بر قربانیان اعمال می‌شود».

فرهنگ به معنای واقعی حکم خود را به‌سادگی با هستی همساز نمی‌کند، بلکه همواره به‌گونه‌ای ناهم‌زمان اعتراض علیه مناسبات متحجر را برمی‌انگیزد؛ مناسباتی که افراد همراه با آن زندگی می‌کنند. در واقع تمایزی ژرف میان آنچه زندگی علمی خوانده می‌شود و فرهنگ، یعنی میان شرایط هر روز سرکوب و استثمار با نفی آنها وجود دارد؛ به بیان دیگر فرهنگ باید نقادانه باشد (احمدی، ۱۳۸۰: ص ۱۶۱).

آنجایی که فرهنگ تقویت‌کننده و توجیه‌کننده نظام سلطه و سرکوب باشد، دیگر نمی‌توان نام فرهنگ بر آن نهاد. فرهنگ توده آمیخته منحنی است و سرگرمی و تبلیغات تجاری باعث ادغام افراد، «کلیت اجتماعی» ساختگی و شی‌وار می‌شود که مانع رشد و شکوفایی انسانی و سرکوب استعداد انقلابی آنها می‌شود.

اصطلاح «صنعت فرهنگی» بیانگر تولید نیست، بلکه بیانگر «استانداردشدن» و «تحقق کاذب فردیت» هویت‌های فرهنگی است. رشد و تکامل صنعت فرهنگی موجب تضعیف معقولیت و اعتبار هنر مستقل می‌گردد. صنعت فرهنگی برای مصرف‌انبوه تولید می‌کند و به‌طور عمده در تعیین و جهت‌دادن به رشد و گسترش آن حرکت می‌کند؛ زیرا اکنون با آدم‌ها همانند «اشیا و ماشین‌هایی در داخل و خارج کارگاه‌ها» رفتار می‌شود (نوذری، ۱۳۸۶: ص ۳۱۰-۳۱۱).

وضع مفهوم «صنعت فرهنگ» به دست آدورنو، بیشتر نه به سویه «تولید»، که به سویه «مصرف» آثار هنری و فرهنگی توسط همان توده توجه دارد. نقد مبتنی بر صنعت فرهنگ به سطحی‌شدن و تخریب ارزش‌ها و معانی عمیق فرهنگی هشدار می‌دهد که روزبه‌روز در بین عوام رواج بیشتری می‌یابد. اگرچه توده در سده بیستم چندان شباهتی با توده در سده‌های پیشین ندارد، بلکه به سبب عمومی و اجباری‌شدن آموزش و پرورش، توسعه انواع فناوری و رسانه‌های جمعی و بهبود نسبی وضع اقتصادی و معیشتی، باسوادتر و نسبت به اوضاع و احوال زمانه خویش آگاه‌تر و دارای زمان یا اوقات فراغت قابل مصرف‌شده،

مناسبات تولید و مصرف فرهنگی هم به تناسب تغییر کرده است؛ بدین ترتیب اگرچه آدورنو تجاری‌سازی روزافزون را حاوی اثرات مخرب برای طبقات عوام و فرهنگ کارگری می‌دید، به تحول مناسبات تولید و مصرف هم توجه داشت. وجه غالب تولید و مصرف فرهنگی توده، الگوبرداری از همان وجوه فرهنگی و هنری والا یا ارزشمند بود.

۲-۱. فردیت^۱

دغدغه بیش از حد مکتب فرانکفورت در مورد پدیده‌های فرهنگی، به تعبیر دیگر در مورد تظاهر و دستوره‌های حاصل از آگاهی انسانی، همچنین بیانگر توجهی خاص به فرد به‌عنوان کانون اندیشه و عمل بود؛ برای مثال هورکهایمر با برخی از جنبه‌ها با فلسفه وجود^۲ همدلی داشت که بعدها با ظهور سارتر در سطحی گسترده به اگزیستانسیالیسم مشهور گردید. همچنین این توجه به فرد در اندیشه انتقادی، قرابت چشمگیر آن را با دغدغه اولیه ماکس وبر در مورد سرنوشت فرد در جوامع سرمایه‌داری را نشان می‌دهد (باتومور، ۱۳۷۵: ص ۲۳).

درواقع یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مکتب فرانکفورت سرنوشت فرد در جامعه معاصر بود که نظریه سلطه^۳ «عقلانیت علمی - فنی» و نیز با دل‌مشغولی‌های «ماکس وبر» در آخرین نوشته‌هایش ارتباط نزدیکی دارد. هورکهایمر در رویارویی با چیزی که آن را «گرایش به سمت جهانی عقلانی‌شده خودکار و کاملاً تمیز داده‌شده» می‌دید، در عصری که تمایل به حذف هرگونه نشانی از استقلال گرچه بدبینی فرد را دارد، برای مقابله با این گرایش و حمایت یا در صورت امکان بسط و گسترش «آزادی محدود و گذرای فرد» هیچ راهی را نمی‌دید مگر تأکید بر تمایلات مذهبی «اشتیاق و همدردی با چیزی کاملاً دیگر». درواقع هورکهایمر در پایان عمر خود از اینکه «نظریه‌پردازی انتقادی» باشد، دست شست و به نوعی اندیشه مذهبی متمایل گشت.

آدورنو و مارکوزه درباره واقعیت فرد در جامعه مدرن دیدگاه نومیدانه یکسانی داشتند؛ اما هر یک با شیوه‌های کاملاً متفاوتی با این مسئله برخورد کردند و بدان پاسخ گفتند.

1. Individualism.

2. Existentialism.

مارکوزه بقایای امید را به این نیروهای انقلابی جدید که از بطن این جامعه سر بر خواهند آورد، در خود حفظ کرد و در بازتفسیر فلسفی خود از نظریات «فروید» استدلال نمود که با غلبه کمبود مادی در جوامع صنعتی پیشرفته شرایط برای انسان‌ها به گونه‌ای برقرار گردید که از طریق آزادی جنسی به هدف سعادت نایل آمد؛ اما آدورنو امکان آزادی فرد از قید را نه در ظهور گروه‌های مخالف (اپوزسیون) جدید و نه در آزادی جنسی، بلکه در کار هنرمند اصیل می‌دید که واقعیات مسلم را با نشانه‌هایی از آنچه می‌توانست باشد، روبه‌رو می‌سازد (همان، ص ۵۰-۵۱).

۳-۱. سلطه^۱

به اعتقاد آدورنو گستره و نفوذ سلطه بر فرد در جامعه مدرن آنقدر ظریف و نامرئی است که شخص دچار «توهم آزادی» می‌گردد. این توهم نه تنها در اذهان عوام و افکار عمومی جا باز می‌کند، بلکه حتی در مطالعات علوم اجتماعی، که نهادهای جامعه را واقعیت می‌پندارند نیز منعکس می‌شود. شیوه‌های نامرئی سلطه به یکپارچگی و همبستگی کامل افراد و تطبیق دادن آنها با فرایندهای اجتماعی و مناسبات تاریخی کمک می‌کند. دامنه تثبیت و نهادینه‌شدن مناسبات سلطه در تمامی شئون حیات فردی و اجتماعی چنان گسترده شده است که رهایی از آن روزبه‌روز برای افراد مشکل‌تر می‌شود (نوذری، ۱۳۸۶: ص ۲۴۰).

۴-۱. جامعه توده‌ای^۲ و فرهنگ توده‌ای^۳

این مفهوم را اولین بار آدورنو در نظریه انتقادی مطرح کرد. او استدلال می‌کند ستم‌دیدگان دیگر نمی‌توانند خود را چونان یک طبقه بدانند و ماهیت جامعه طبقاتی به جای آنکه کاملاً آشکار شده باشد، به واسطه تبدیل به جامعه توده‌ای که ماهیت طبقاتی در آن به اوج خود رسیده بود، رمزآلوده شده است. از این دیدگاه مسلماً تضاد طبقاتی

1. Authority.

2. Aggregative Society.

3. Culture Aggregative .

نمی‌تواند نیروی محرکه تاریخ به حساب آید، بلکه نیرو را باید در هر آنچه سبب ظهور جامعه توده‌ای گشته است، جستجو کرد (باتامور، ۱۳۷۵: ص ۴۳).

محصول اصلی جامعه توده‌ای همان فرهنگ توده‌ای است که آدورنو و هورکهایمر آن را از آنچه «فرهنگ انبوه» خوانده می‌شود، جدا می‌کنند.

به زعم باورمندان به فرهنگ انبوه، فرهنگ گفته شد ظاهراً فرهنگی است که به‌طور خودجوش از میان توده‌ها برمی‌خیزد. وانگهی مفهوم فرهنگ انبوه با سعی در معرفی خود به مثابه جریانی اصیل، موجب گمراهی می‌گردد؛ زیرا برخلاف پندار طرفداران فرهنگ توده‌ای «امروزه دیگر فرهنگ، محصول خواسته‌ها و تقاضاهای اصیل نیست، بلکه ناشی از تقاضاها و خواسته‌هایی است که به‌طور مصنوعی برانگیخته شده‌اند».

۵-۱. فرهنگ عامه

جان فیسک و میشل دوسرتو فرهنگ عامه‌پسند را به منزله فرهنگ عملی مردم در زندگی روزمره آنان تعریف می‌کنند؛ بر این اساس فرهنگ دینی مردم در زندگی روزمره که در ارتباط با فرهنگ رسمی و راهبرد اساسی آن تحقق می‌یابد، به منزله فرهنگ دینی عامه‌پسند تعریف می‌شود.

۲. ویژگی‌های موسیقی عامه‌پسند

آدورنو برای موسیقی‌های عامه‌پسند دو ویژگی را ذکر می‌کند: استاندارد شدن و فردیت مجازی. مراد از استاندارد شدن شباهت روزافزون ترانه‌های عامه‌پسند است، به نحوی که می‌شود قسمت‌های مختلف آنها را برید و به هم پیوند زد. به نظر او این همسانی «نشان می‌دهد که چگونه صنعت هرگونه چالش، اصالت، اعتبار یا رضایت فکری از موسیقی‌ای را که تولید می‌شود، تحت فشار قرار می‌دهد». منظور آدورنو از فردیت مجازی تفاوت غیرواقعی ظاهری ترانه‌ها است به نحوی که مصرف‌کننده را به دام بیندازد (استریناتی، ۱۳۸۰: ص ۹۸).

پس در نظریه موسیقی عامه آدورنو، احتمالاً معروف‌ترین جنبه، تحلیل او از «صنعت فرهنگ» است. به اعتقاد وی، موسیقی عامه تولیدشده از سوی صنعت فرهنگ، تحت تأثیر

دو فرایند استانداردشدن و فردیت مجازی قرار دارد. در اینجا منظور ما این است که ترانه‌های عامه، روزه‌روز به یکدیگر شبیه‌تر می‌شوند و بخش‌های آنها با یکدیگر قابل تعویض است؛ با این حال، این ساختار اصلی با سرپوشی از جنبه‌های حاشیه‌ای نوگرایی و تنوع سبک که به عنوان علائم منحصربه‌فرد بودن ترانه‌ها شناخته می‌شود، پنهان شده است. به اعتقاد آدورنو، موسیقی عامه به مردم آرامش و فرجه‌ای را که پس از تمام‌شدن «کارهای ماشینی» و سخت به آن نیاز دارند، می‌دهد؛ دقیقاً به این دلیل که دشوار نیستند؛ چرا که می‌شود در حال بی‌توجهی هم به آنها گوش کرد. مردم تا حدودی به این دلیل از موسیقی عامه لذت می‌برند که سرمایه‌داران این ذهنیت را به آنها القا می‌کنند و ظاهر مطلوب را به آنها می‌دهند (همان: ص ۹۸ - ۱۰۲). حاصل این فرایند، درپیش‌گرفتن رویکرد «خط تولیدی» در مورد فرهنگ بوده است. فیلم‌های سینمایی، موسیقی و غیره - مانند دیگر محصولات صنعتی - از راه تقسیم وظایف استاندارد شده در بین کارگران، تولید می‌شوند. حسابداران و ترازنامه‌ها در تعیین آنچه که به عنوان محصول فرهنگی تولید می‌شود و اینکه چگونه باید تولید شود، نقش عمده‌ای دارند. محصولی که به دست می‌آید، کلیشه‌ای و فرمولی و نهایتاً تهی از معانی اصیل است و محتوای آن جز پیرنگ‌های سهل‌انگارانه و شخصیت‌های مقوایی در آثار نمایشی چیز دیگری نیست و تنها دربردارنده آن اندازه جذابیت است که نازل‌ترین فصل مشترک را در تمام محصولات تولیدی داشته باشد (اسمیت، ۱۳۸۲: ص ۸۳).

۱-۲. آدورنو و مخالفت با هنر عامه

در حقیقت سهم اصلی آدورنو در نظریه انتقادی را باید در نقد فرهنگی وی دید که در ابتدا در اثر مشترک او و هورکهایمر یعنی کتاب دیالکتیک روشنگری (۱۹۴۴م) آشکار شده است. باید اذعان کرد که او درک فلسفی تیزی داشت همراه با حساسیتی بیشتر زیاشناسانه تا علمی.

یکی از مهم‌ترین مباحث دیالکتیک روشنگری بحث از صنعت فرهنگ است و محصول این صنعت، یعنی فرهنگ توده‌ای در این اثر مورد توجه قرار گرفته است (احمدی، ۱۳۷۳: ص ۱۴۰). فرهنگ و هنر عامه در شکل مدرن آن بسیار مورد توجه مکتب فرانکفورت بود؛ چرا که یکی از مهم‌ترین مسائل جوامع مدرن است که همچون سدی در مقابل آگاهی

طبقاتی می‌ایستد و تضمینی برای بقای سرمایه‌داری می‌شود؛ چنان‌که آدورنو این مسئله را با بت‌وارگی کالا نزد مارکس پیوند می‌زند. در واقع نظریه مارکس را می‌توان به شکل بازسازی شده‌اش در بطن آنچه آدورنو «صنعت فرهنگ» می‌خواند، یافت. همان‌گونه که بت‌وارگی کالا در نزد مارکس سبب از خود بیگانگی و سلطه اقتصادی و هویتی می‌شد، از نظر آدورنو و مکتب فرانکفورت نیز شکل‌های گوناگون فرهنگی مانند موسیقی جاز نیز قادرند سلطه سیاسی و ایدئولوژیکی سرمایه را تضمین کنند. او هنر عامه یا توده را در قالب «صنعت فرهنگ» موجبات تحمیق توده مردم در جامعه سرمایه‌داری می‌داند؛ صنعتی که در جهت استاندارد کردن و یکسان‌سازی توده خدمت می‌کند، آن هم با توهمی به نام فردیت (آدورنو و هورکهایمر، ۱۳۸۴: ص ۲۶۶) و آزادی.

نظریه‌پردازی انتقادی همچون آدورنو نه تنها هنر عامه یا توده را امری ناقص می‌انگارد، بلکه از نظر او ایجاد چنین هنرهایی به قصد عوام‌فریبی سیاسی صورت می‌گیرد، تا بتواند ایدئولوژی مورد نظر اقتصادی را بر مخاطبان ناآگاه خود القا کند. آدورنو بیان می‌کند که هنر عامه مانعی است برای پیشرفت خودآیینی، استقلال و فردانیت افرادی که می‌توانند تصمیمات آگاهانه برای خود بگیرند. این استقلال در تفکر از نظر او برای جامعه در حال ترقی ضروری است؛ از این رو تلاش دارد تا تأثیرات مخرب هنر عامه را نشان دهد.

از دیدگاه او صنعت فرهنگ، پذیرش، هم‌نشاندن با دیگران، از میان رفتن گفتگوی آزادانه بر اساس تمایز اندیشه‌ها و از میان رفتن استقلال فکر را پدید می‌آورد. هنر توده‌ای و محصولات صنعت فرهنگ تمایزهای درونی میان عناصر جمع را برنمی‌تابند (احمدی، ۱۳۷۳: ص ۱۴۳).

او یکی از طرفداران موسیقی آوانگارد و غیرتجاری بود (استریناتی، ۱۳۷۹: ص ۹۸). او بارها به این مسئله اشاره کرده بود که هر موسیقی که برای پول ساخته شود، بی‌ارزش است (ملرز و دیگران، ۱۳۸۵: ص ۱۶۵)؛ بنابراین از مخالفان سرسخت موسیقی عامه‌پسند، خصوصاً جاز و پاپ بود. جاز هم مانند دیگر فرآورده‌هایی که آدورنو صنعت فرهنگ می‌نامد، منکر فردیت و نیازهای فردی است و در عین حال وانمود می‌کند که این نیازها را به رسمیت می‌شناسد و ارجح می‌نهد (ولف، ۱۳۶۷: ص ۵۴).

آدورنو اگرچه به از بین رفتن مرز بین دو هنر عالی و پست اشاره می‌کند؛ اما از نظر او

هنر مدرن هنوز، گرچه در سطحی محدودتر، می‌تواند علیه این صنعت فرهنگ عمل کند؛ بنابراین برای دیدگاه او می‌توان این تمایز را محفوظ نگاه داشت. دفاع او از «خودبنیادی هنری»، هنرهای توده را در جامعه مصرفی پس می‌زند و مفری را باقی می‌گذارد.

آدورنو و هورکهایمر بر این عقیده بودند که فیلم‌ها، رمان‌ها و موسیقی‌های عامه‌پسند در حقیقت به صورت بارزی نوعی کار و کاسبی هستند و این را به یک ایدئولوژی تبدیل می‌کنند تا آنچه را که تولید می‌کنند، به خورد مخاطبان ناآگاه خود دهند (احمدی، ۱۳۷۹: ص ۱۶۳). آدورنو در نامه خود به بنیامین نوشت که شرکت توده‌ها در تولید هنری به هیچ‌رو به معنای تعالی هنر نیست، بلکه هنر را تا حد آگاهی روزمره آنها تنزل می‌دهد. از نظر آدورنو خودآیینی هنر امری است که هنر را آلوده به نظام شیء‌وارگی نمی‌کند و تنها جای مقاومت در برابر سرمایه‌داری و سودمحوری است (همو، ۱۳۶۶: ص ۷۰).

آدورنو فیلم‌های سینمایی را با عنوان صنعت فرهنگ و وسیله القای ایدئولوژی سرمایه‌داری همواره مورد سرزنش قرار می‌داد. از دیدگاه کسانی چون آدورنو و هورکهایمر، محصولات سینمایی با تکیه بر احساسات تماشاگران، آنان را تحت سلطه در می‌آوردند و در وضعیتی انفعالی قرار می‌دهند. در نظر آنان این محصولات فاقد آن خصوصیت هنر اصیل، یعنی نفی و تعالی از طریق به کارگیری روش‌های نقادی هستند.

۳. تحلیل سبک مداحی اخیر با رویکرد نظری صنعت فرهنگ تئودور آدورنو

اشعار و کلماتی که در مداحی‌های موج نو به کار می‌رود، بیشتر از آنکه معنا برساند، مأمور ایجاد حس‌های به‌خصوص است؛ از این‌رو در مواردی به جای استفاده از واژه، شاهد به کارگیری اصوات و الفاظی هستیم که به‌خودی‌خود معنایی ندارند. رواج استفاده از کلماتی مثل «آها ها ها»، «ای ای ای» از این قبیل است. این موضوع یادآور دیدگاه گندرون است. وی در تحلیلی از موسیقی عامه‌پسند از الگوی آدورنو استفاده کرد. یکی از نکاتی که او در تحلیل دو - وپ و دیگر سبک‌های موسیقی عامیانه اشاره می‌کند، استفاده تکراری از هجاهای آوایی و بی‌معنا مانند «دو - بی - دوو - بی - دوو»، «اوو - وا - اوو - وا» و امثال اینها است (استریناتی، ۱۳۸۰: ص ۱۰۵).

تغییر در مداحی‌های موجود از سال‌های ۷۰ به بعد، با مداحان جوان به اوج رسیده

است. یافته‌ها نشان می‌دهد اولاً در دههٔ اخیر، سبک‌های جدیدی از نوحه‌خوانی شکل گرفته است که می‌تواند ساختار عزاداری را تغییر دهند و سرانجام به نقد عزاداری سنتی بینجامد؛ ثانیاً گونه‌های متفاوت مداحی با حضور افراد نوحه‌خوان با شکل و روش‌های متفاوت، مراسم دینی را در قالب کالاهای فرهنگی (دینی) عرضه کرده است که با جلب مخاطب و مصرف‌کنندهٔ خاص موجب شکل‌گیری علاقه‌های جدید مذهبی شده است. شکل‌گیری بازار و مصرف جدید دینی، راه را برای کمرنگ کردن حساسیت دینی در عزاداری سنتی ایجاد می‌کند. تنوع سبک‌ها و شیوه‌های متفاوت نوحه‌خوانی، امکان حضور افراد و گروه‌های اجتماعی متعدد با علاقه‌های متفاوت را فراهم کرده است؛ علاقه‌هایی که الزاماً به قلمروی دین و مناسک دینی تعلق ندارند. این نوع حضور، نقش افراد را در برابر ساختارها و نظم سنتی مهم کرده است و سرانجام موجب شکل‌گیری مقاومت‌هایی شده است که جامعه نیز به تدریج به تغییرهای ناشی از آن تن می‌دهد. اوج این وضعیت، مناسکی سلیقه‌ای و گاه دنیایی است (بهار، ۱۳۹۰: ص ۲۱۶-۲۱۷).

به نظر می‌رسد در سال‌های اخیر، این سبک از موسیقی در نوحه ایرانی، رواج بسیار زیادی پیدا کرده است و با توجه به آزادی‌هایی که در عزاداری، به نوحه و مخاطبان آن داده می‌شود، می‌توان گفت حجم بسیار زیادی از انرژی سرکوب‌شده جوانانی که به دنبال موسیقی پاپ بی‌قید و شرط هستند، در جریان عزاداری و از طریق نوحه ریتم تند و مفاهیم پوچ و بی‌معنا تخلیه می‌شوند؛ بنابراین از جنبه نظری، پاپ‌شدن نوحه به فرایندی اطلاق می‌شود که طی آن، نوحه با ریتم تند و به صورت ضربه‌ای و همراه شور ایفا می‌شود. طبیعی است که چنین نوحه‌ای از مفاهیم اصیل و سنتی تهی است.

در دهه‌های اخیر به‌ویژه از دههٔ هفتاد به بعد، با ظهور موج گسترده‌ای از هیئات عزاداری، نوع خاصی از هیئت مطرح شد که بیانگر ایجاد تحولی عمیق در روند عزاداری سنتی بود که هم به لحاظ ظاهر و شکل اجرا و هم به لحاظ محتوا از نوع سنتی آن متمایز است و نوع جدیدی از هیئت عزاداری به شمار می‌رود. جدیدبودن آنها به واسطهٔ خروج از هنجارهای سنتی عزاداری و استفاده از ریتم و آلات موسیقی متمایز و تکیه بر شورمندی و هیجان مذهبی بالا در میان جماعت عزادار است که توسط مداح رهبری می‌شود.

نقش هیئت‌های مذهبی و جایگاه مردمی آن بر هیچ کس پوشیده نیست. شاید

بزرگ‌ترین پایگاه دینی - ملی در جامعه اسلامی ما، هیئت و محافل مذهبی باشند. هرچه جایگاه و ارزش یک هیئت در میان مردم شناخته شده و والا باشد، میزان تأثیرگذاری آن بر مردم نیز بیشتر خواهد بود. حال اگر این هیئت‌ها، مروج نوحه با آموزه‌های دینی و اخلاقی باشند، عزاداران نیز به این سمت گرایش پیدا خواهند کرد؛ اما اگر نوحه پاپ، بدون محتوای دینی و اخلاقی در هیئت ارائه شود، جوانان از آموزه‌های دینی فاصله خواهند گرفت. امروزه جریان عزاداری و سینه‌زنی میان جوانان از شکل سنتی و اصولی خود که در قدیم رواج داشته تقریباً به‌طور کلی خارج شده و از محتوای غنی و شکل وزین خود به شکل هیجانی و جوان‌پسند آن - که مصداق کاملاً برنامه‌ریزی شده شورزنی است - گرایش پیدا کرده است. این سبک از نوحه، را محققان زیادی تحت عنوان نوحه پاپ معرفی کرده‌اند که با ریتم تند و محتوایی از این دست ارائه می‌شوند: ۱. کلمات کوچک و بازاری؛ ۲. استفاده از محاورات روزمره و غیر تخصصی (مانند عشق زمینی و مجازی، کلمات سخیف و پست و عبارات سلطنتی)؛ ۳. وهم آلود جلوه‌دادن حادثه عاشورا؛ ۴. عاری بودن از آموزه‌های اخلاقی و تاریخی.

ارائه نوحه‌هایی با سبک پاپ به‌طور حتم با سیره ائمه و زمینه‌های مذهبی جامعه، فاصله زیادی دارد و حتی برخی مراجع به‌طور ضمنی از مداحان پاپ انتقاد کرده‌اند. حال مسئله اینجا است که آیا واقعاً ما حاصل حکومت دینی، باید این باشد که نوحه‌های سنتی به نوحه‌های پاپ تبدیل شوند و عاری از آموزه‌های دینی و اخلاقی شوند. همان‌طور که آشکار است، بیشتر عزاداران هیئت مذهبی را جوانان تشکیل می‌دهند و این‌گونه مداحی‌ها نیز بر آنان تأثیرگذار هستند.

رواج موسیقی پاپ در سومین دهه انقلاب، تنها در حوزه موسیقی نیست، بلکه گسترش موسیقی پاپ دینی، نشانگر رواج مداحی به‌عنوان شکلی مردم‌پسند از عزاداری در دوران پس از انقلاب است.

در زمان پیش از انقلاب، مداحان در سبک‌های سنتی نقش ثانویه را در عزاداری ایفا می‌کردند؛ اما پس از انقلاب، به دلیل نیاز به ایجاد هیجان در رزمندگان، کارکرد مستقلی در عزاداری پیدا کردند. این روند، پس از جنگ نیز ادامه یافت و مداحان به گروه مستقلی که شأن اجتماعی جدیدی پیدا کرده بودند، تبدیل شدند. عامل دیگری که بر

تغییر جایگاه مداحان تأثیر زیادی داشت، ظهور پدیده هیئت پاپ مذهبی بود (کوثری: ۱۳۸۷: ص ۱۴۵).

تغییر جایگاه مداحی در ایران را با توجه به دو مقوله سکولارشدن و نوع جدید دینداری قابل تشریح است. نوحه در ایران به دو نوع سنتی و مدرن قابل تقسیم است و نوحه مدرن تقریباً معادل نوحه پاپ ارزیابی شده است. عواملی همچون کنترل نکردن محافل مذهبی، روزمره شدن متن دینی و تغییر نسلی، از جمله عوامل مؤثر در شکل گیری مداحی مدرن بوده اند.

عوامل زیادی در پاپ شدن نوحه دخالت دارند؛ اما دو عامل از دیگر عوامل مهم ترند: اولین عامل، استفاده از موسیقی پاپ غربی در اجرای نوحه است، یعنی تغییر ریتم نوحه از ماژور به مینور؛ دومین عامل، استفاده از اصطلاحات خاص غیردینی با سبک محاوره‌ای به مثابه آزاد کردن عزاداری از تقیدات مذهبی است. هر دو عامل مذکور، در سال‌های اخیر با هوشمندی خاصی از طریق قدرت نرم بر عزاداران اعمال شده است؛ پس اولاً تقارن معناداری بین مفاهیم مرتبط با نوحه عاری از تقدس در بین نمونه‌های آماری هر دو زبان ترکی و فارسی وجود داشته است که این امر نشانگر فاصله گرفتن نوحه از متن مذهبی و تقدس زدایی از نوحه است؛ ثانیاً همگرایی در بین نوحه‌های فارسی و ترکی در زمینه تقدس زدایی مشاهده می‌شود (بهار، ۱۳۹۰: ص ۵۷).

زمانی که آدورنو از موسیقی پاپ سخن می‌گوید، چند ویژگی مهم را برای آن توضیح می‌دهد که عبارت‌اند: نخست استاندارد شدن این موسیقی که زمینه کالایی شدن را به تدریج برای مصرف کننده فراهم می‌کند. او از موسیقی با نام «فردیت دروغین و مجازی» یاد می‌کند. به نظر آدورنو این موسیقی و ساختار آن، از پیش ساخته شده و طراحی آن پیش‌تر انجام شده است. دومین نکته‌ای که آدورنو به آن اشاره می‌کند، مربوط به شنونده منفعل موسیقی است. از نظر وی، پناه بردن به شکل‌هایی مثل موسیقی پاپ، حس انفعالی را در شنونده ایجاد می‌کند که پایان ندارد و تکراری است و دنیایی را با این ویژگی ترسیم می‌کند. دل‌تنگی انسان را و می‌دارد که اوقات فراغتی داشته باشد که موزیک این لحظه‌های خوش را برای او فراهم می‌آورد. موسیقی پاپ دو طرفه و دوجانبه که وقتی مصرف کننده آن را مصرف می‌کند، نوعی حس سرگرمی و حواس پرتی و بی‌توجهی در

او ایجاد می‌شود؛ در حالی که در دور برگشت مصرف، مصرف‌کننده بدون توجه و غفلت آن را تولید می‌کند؛ به عبارتی، مصرف موسیقی، سرانجام به اغفال مصرف‌کننده می‌انجامد. آدورنو بی‌توجهی به امور واقع و ایجاد فراغت را سومین ویژگی موسیقی پاپ می‌داند. از نظر روان‌شناسی، مصرف موسیقی در مصرف‌کننده، این حس را به وجود می‌آورد که مصرف‌کننده خود را با نیازهایی که قدرت حاکم صلاح می‌داند، متصل کند و تطبیق دهد؛ یعنی مصرف‌کننده نمونه‌ای مطیع و هم‌وزن با نیازهای حاکم تولید می‌شود که به تدریج با قدرت هم‌احساس می‌شود. آدورنو از این احساس پیوستگی، به «سیمان اجتماعی» تعبیر می‌کند (همان: ص ۶۷-۶۸).

۴. سیاست‌گذاری و ارائه راهکار

آسیب‌های مرتبط با نهاد عزاداری ریشه درون‌نهادی و برون‌نهادی دارد؛ از این رو آسیب‌زدایی از این عرصه نیازمند اقدام‌های دوسویه است.

۴-۱. سالم‌سازی فضای عزاداری با دخل و تصرف در ساختار و محتوای خرده‌نظام

عزاداری (درون‌نهادی)

در این سمت و سو باید راهبردهای زیر مدنظر قرار گیرند:

۱. تصفیه و ترمیم نیروی انسانی دخیل در امور عزاداری؛
۲. کانالیزه کردن نحوه گرفتن و رشد در حرفه مداحی؛
۳. مشخص کردن متولیان نهاد عزاداری؛
۴. سهیم کردن مداحان در کنترل و نظارت بر این نهاد از طریق قانون مداحان یا انجمن‌های مربوط؛
۵. طراحی و برجسته‌سازی الزامات اخلاقی مرتبط با عزاداری (اخلاق مداحان، اخلاق حضار و ...)
۶. تقویت مطالعات دینی، به‌خصوص مرتبط با آسیب‌شناسی نهاد عزاداری؛
۷. ارائه ظرفیت‌های متنوع بومی و قومی دربارهٔ مرثیه‌سرایی و عزاداری؛
۸. ارتقای مهارت‌های فنی، دانشی و بینشی کارگزاران عزاداری.

۲-۴. اقدامات برون‌نهادی و پالایش عناصر منفی فرهنگی از متن جامعه (تصفیه فرهنگ

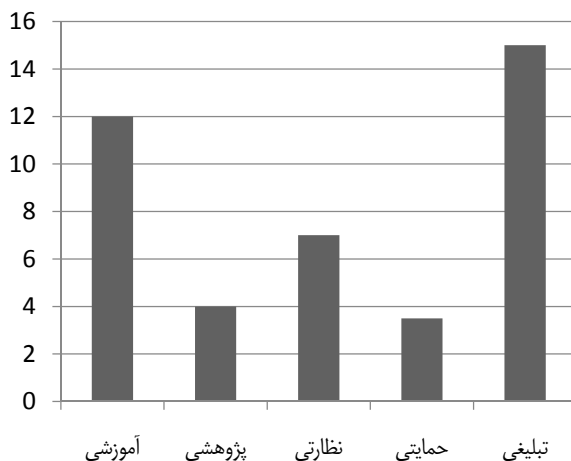
عمومی)

در این بخش می‌توان دو راهبرد در دستور کار قرار داد:

۱. اتصال و تقویت تعامل نهادهای مرتبط با نهاد عزاداری به صورت زنجیروار و سامانمند. این راهبرد شامل همه نهادهای تولید محتوا (به‌ویژه نهادهای ادبیات و هنر)، نظارت‌کننده، سامان‌دهنده، هدایت‌کننده و انتشاردهنده دستاوردهای مرتبط با عزاداری می‌شود.

۲. شناسایی خلیات نامناسب فرهنگی ایرانیان یکی از موضوعات محوری ادبیات علوم اجتماعی است. در این زاویه با بالابردن حساسیت‌های اجتماعی به واسطه برنامه‌های فرهنگی - هنری و فعالیت‌های نخبگان رسمی و غیررسمی (گفتاری و کرداری) می‌توان به هدف یادشده رسید. از طرف دیگر با افزایش سطح آگاهی عمومی از موضوعات عزاداری (قیام عاشورا، زندگانی بزرگان مذهبی و ...) به بالابردن کیفیت عزاداری و رشد روحیه مطالبه‌گری مطالب درست و ارزشمند امیدوار بود. تفکیک سیاست‌های پیشنهادی واحدهای بررسی شده نشان می‌دهد برای زدودن آسیب‌های نهاد عزاداری بیش از اینکه نگاه سلبی و تنبیهی پیشنهاد شود، اقدامات ایجابی از جمله آموزش، تبلیغ و حمایت مورد نظر است. سهم هر یک از سیاست‌های پیشنهادی در نمودار ذیل به صورت کلی و در ادامه راهکارهای تفصیلی آسیب‌زدایی از نهاد عزاداری آورده شده است.

نمودار کلی سیاست‌های پیشنهادی



۵. راهکارهای تفصیلی آسیب‌زدایی از نهاد عزاداری

این راهکارها شامل این مواردند: ۱. آموزشی؛ ۲. پژوهشی؛ ۳. نظارتی؛ ۴. حمایتی؛ ۵. تبلیغی.

۵-۱. آموزشی

• مبلغان

- شناسایی و نحوه مبارزه با خرافات، تحریف‌ها و بدعت‌ها؛
- ارتقای کیفیت سخنرانی.

• مداحان

- مستندخوانی و استفاده‌نکردن از منابع ضعیف؛
- افراط‌نکردن در استفاده از زبان حال؛
- شناسایی توطئه‌های دشمن؛
- اهتمام به مطالعه؛
- استفاده از شعرهای مناسب؛
- پرهیز از ورود در عرصه‌های مختلف بدون تخصص (سخنرانی، مباحث سیاسی)؛
- هدف‌ندیدن گریه و اهتمام به معارف دین.

• مدیران

- انتخاب سخنران و مداح مناسب؛
- اهتمام به داشتن روحانی و توجه به محتوای علمی جلسات؛
- پرهیز از رقابت.

۵-۲. پژوهشی

- تأمین منبع علمی و تاریخی معتبر؛
- تأمین شعر و کتاب‌ها و نشریات آموزشی مناسب؛
- مرزبندی دقیق اشکالات و تبیین مستمر آسیب‌ها؛

○ تبیین شاخص‌های هیئت‌های مطلوب.

۳-۵. نظارتی

- تعیین تخلفات حرفه‌ای و شیوه برخورد با متخلفان؛
- ساماندهی هیئت‌ها و جلوگیری از رشد بی‌حساب آنها بدون توجه به تمرکز جمعیتی و کیفیت محتوا؛
- ایجاد مدیریت واحد و هماهنگ‌کردن سازمان‌های موثر مثل صدا و سیما؛
- فعال‌کردن کانون مداحان برای شناسایی و تربیت استعداد‌های مناسب؛
- پرهیز از برخوردهای آمرانه و حساسیت برانگیز؛
- برخورد تدریجی با نابسامانی‌ها و توجه به مصون‌ماندن اصل عزاداری؛
- برنامه‌ریزی برای مراقبت از ارزش‌ها.

۴-۵. حمایتی

- ارائه اشعار و سبک‌های مناسب در سایت و ...؛
- قدردانی از هیئت‌ها و مداحان شایسته؛
- مطرح‌کردن مداحان کارآمد برای انحصار شکنی؛
- تشکیل شورا برای تدوین متون لازم.

۵-۵. تبلیغی

• عمومی

- توجه به بایسته‌های عزاداری (رعایت حقوق دیگران)؛
- آگاهی‌بخشی در مورد آسیب‌ها و انحرافات برخی مداحان و هیئت‌ها؛
- ارتقای فرهنگ عمومی؛
- پیروی از علمای راستین و توجه به رهنمودهای امام و رهبری؛

- ترغیب دیگران به موضع‌گیری در برابر مطالب تحریف‌شده؛
- پرهیز از شرکت در جلسات دچار انحراف مگر به قصد اصلاح؛
- ترویج برنامه‌های انس با قرآن در هیئت؛
- بیان درس‌ها و عبرت‌های عاشورا؛
- توجه دادن به عقلانیت و تقویت عناصر بینشی؛
- توجه دادن به ستمگران هر عصر؛
- مهیا بودن برای فداکاری و جهاد؛
- به‌حاشیه‌راندن تفکرات متحجرانه و انحرافی؛
- زنده نگاه‌داشتن فرهنگ عاشورا و انتظار.

• علما

- حضور مؤثر در جلسات؛
- نهراسیدن از عوام در طرح حقایق.

نتیجه‌گیری

در جواب این پرسش که اولاً رابطه‌ای بین مداحی‌ها با مقوله صنعت فرهنگ وجود دارد و ثانیاً در صورت وجود رابطه چگونه قابل تحلیل است، باید گفت اولاً تحلیل برخی مبنی نبود رابطه این است که خصیصه اول صنعت فرهنگ تولید انبوه یک‌دست و یک‌دست‌کننده مخاطب است. به نظر می‌رسد تحولاتی که در سال‌های اخیر در حوزه مداحی رخ داده، ارتباط وثیقی با صنعت فرهنگ پیدا نمی‌کند؛ چون ما هنوز به آن شیوه از تولید انبوه در این حوزه‌ها نرسیده‌ایم. دلیل آن هم واضح است، اینکه همه جامعه، مصرف‌کننده این نوع از کالاهای فرهنگی نیست؛ البته اگر مفهوم کالای فرهنگی را در نظر بگیریم، ممکن است این مفهوم با صنعت فرهنگ ارتباطی پیدا کند؛ اما این مورد قبل از انقلاب هم وجود داشته است؛ مثلاً نوارهای روضه‌آقای کافی قبل از انقلاب به همان میزان معنای بازاری داشته که امروزه نوارهای فلان مداح از فرایندهای بازار تبعیت می‌کند؛ چون هدف این تولید، مثل هر تولید اقتصادی دیگری در حوزه سرمایه‌داری معطوف به بازار است.

اگر این سبک، تولید انبوه و مصرف انبوه نیست؛ پس چرا عده‌ای از اقشار اجتماعی به‌ویژه جوانان به این سبک از موسیقی روی آورده‌اند؟ آیا این گواه بر صنعت فرهنگ مداحی نیست؟ باید گفت دلیل تغییر سبک موسیقی، تغییر سلیقه موسیقایی و زیبایی‌شناختی جوانان امروزی است که مداحان نیز برای جذب مخاطب جوان، بدون فهم این موضوع که موسیقی پاپ فاقد محتوا و توده‌پرور است، این سبک مداحی را اجرا می‌کنند؛ پس دلیل دوم مبنی بر اینکه مداحی به سبک پاپ در چهارچوب نظری صنعت فرهنگ آدورنویی تحلیل نمی‌شود، این است که برخلاف موسیقی پاپ که سلايق عامه را شکل می‌دهد، در مداحی پاپ این سلیقه مخاطب است که سبک مداحی را شکل می‌دهد؛ پس صرف مصرف انبوه یک کالای فرهنگی دلیل بر صنعت فرهنگ شدن آن نیست.

در صورت وجود رابطه بین مداحی به سبک پاپ و صنعت فرهنگ، این‌گونه استدلال می‌شود که امروزه مداحان با درآمد سرشاری که دارند، خود تبدیل به یک طبقه اجتماعی شده‌اند و مداحی شغل به شمار می‌رود؛ همچنین با تبدیل مداحی به یک رشته دانشگاهی، علاوه بر طبقه، واجد پایگاه اجتماعی نیز شده است.

از طرفی مداحی توانسته مخاطب خاص خود را جذب و تولیدات انبوه خود را به فروش برساند. از لحاظ محتوا نیز چنین مداحی‌هایی از محتوای اصیل، ارزشی و مبتنی بر حقیقت کمتری برخوردار هستند؛ مثلاً با عشق زمینی مقایسه می‌شوند.

بنابر آنچه گفته شد اگر بخواهیم این موضوع را از نظر صنعت فرهنگ آدورنو تحلیل کنیم، وجوه اشتراک و افتراقی با هم دارند؛ از جمله وجوه اشتراک مداحی پاپ با موسیقی پاپ، در محتوا است که هر دو محتوایی محاوره‌ای و معطوف به عشق زمینی و ملموس دارند؛ همچنین مخاطب هر دو عامه مردم به‌ویژه جوانان هستند؛ اما تفاوت این دو در این است که موسیقی پاپ بر جامعه اثر می‌گذارد و سلايق افراد را شکل می‌دهد و به آنان فردیت کاذب می‌بخشد؛ ولی در مداحی به سبک پاپ این جوانان و ذائقه موسیقایی جامعه است که سبک مداحی را شکل می‌دهد و مداح را و می‌دارد برای جذب مخاطب بدون آموزش ردیف‌های موسیقی، از خوانندگان پاپ تقلید کند.

کتابنامه

۱. آدورنو تئودور و ماکس هورکهایمر (۱۳۸۰)، «صنعت و فرهنگ‌سازی، روشنگری به‌مثابه فریب توده‌ای»، ترجمه: مراد فرهادپور، ارغنون، ش ۱۸، ص ۳۵-۸۴.
۲. آدورنو تئودور و ماکس هورکهایمر (۱۳۸۴)، دیالکتیک روشنگری، ترجمه: مراد فرهادپور و امید مهرگان، تهران: گام نو.
۳. ابراهیمی مینوق، جعفر (۱۳۸۶)، «مکتب فرانکفورت و نظریه انتقادی (آراء و نظریه‌ها)»، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، س ۱، ش ۴، ص ۶۵-۸۶.
۴. احمدی، بابک (۱۳۶۶)، نشانه‌ای به رهایی (مجموعه مقالات)، تهران: نشر چشمه.
۵. احمدی، بابک (۱۳۷۶)، خاطرات ظلمت: درباره سه اندیشگر مکتب فرانکفورت (والتر بنیامین، ماکس هورکهایمر، تئودور آدورنو)، تهران: نشر مرکز.
۶. احمدی، بابک (۱۳۷۹)، خاطرات ظلمت درباره سه اندیشمند مکتب فرانکفورت، تهران: نشر مرکز.
۷. احمدی، بابک (۱۳۸۰)، مدرنیته و اندیشه انتقادی، تهران: نشر مرکز.
۸. احمدی، بابک (۱۳۸۶)، حقیقت و زیبایی، درس‌های فلسفه هنر، تهران: نشر مرکز.
۹. استریناتی، دومینیک (۱۳۸۰)، مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه، ترجمه: ثریا پاک‌نظر، تهران: گام نو.
۱۰. اسمیت، فیلیپ (۱۳۸۲)، درآمدی بر نظریه فرهنگی، ترجمه: حسن پویان، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۱. باتامور، تام (۱۳۷۵)، مکتب فرانکفورت، ترجمه: حسینعلی نودری، تهران: نشر نی.
۱۲. بهار، مهری (۱۳۹۰)، مصرف و فرهنگ، تهران: سمت.
۱۳. توابعش، مهرداد (۱۳۸۵)، «بررسی نظریه زیباشناختی و صنعت فرهنگ در اندیشه آدورنو»، مطالعات علوم اجتماعی ایران، ش ۸، ص ۸۱-۱۰۳.
۱۴. کتابدار، علیرضا (۱۳۸۶)، زندگی و اندیشه‌های تئودور آدورنو، در: <http://www.journalist.ir>

۱۵. کوثری، مسعود (۱۳۸۷)، درآمدی بر موسیقی مردم‌پسند، تهران: انتشارات طرح آینده نو.
۱۶. ملرز، آرتور و دیگران (۱۳۸۵)، دموکراسی و هنر، ترجمه: گروه شیراز، تهران: نشر چشمه.
۱۷. نودری، حسینعلی (۱۳۸۶)، نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت در علوم انسانی و اجتماعی، تهران: نشر آگاه.
۱۸. ولف، جانت (۱۳۶۷)، تولید اجتماعی هنر، ترجمه: نیره توکلی، تهران: نشر مرکز.
19. Adorno, T. & Steinbach. G (1975), "Culture Industry Reconsidered", *new german critique*, No. 6, pp. 12-19.

References in Arabic / Persian

1. Adorno Theodore and Max Horkheimer (1380 SH), "*Industry and Culture making, Enlightenment as a Mass Deception*", Translated by Morad Farhadpour, Arghonoun, vol.18, pp. 35-84.
2. Adorno Theodore and Max Horkheimer (1384 SH), *The Dialectic of Enlightenment*, Translated by Morad Farhadpour and Omid Mehregan, Tehran: Game No.
3. Ebrahimi Minagh, Ja'far (1386 SH), "The Frankfurt School and Critical Theory (Views and Theories)", *Journal of Social Science*, vol. 1, no 4, pp. 65 - 86.
4. Ahmadi, Babak (1366 SH), *A Sign of Liberation* (Proceedings), Tehran: Cheshmeh Publications.
5. Ahmadi, Babak (1376 SH), *Memories of Darkness: About Three Thinkers of the Frankfurt School* (Walter Benjamin, Max Horkheimer, and Theodore Adorno), Tehran: Markaz Publications.
6. Ahmadi, Babak (1379 SH), *Memories of Darkness about Three Thinkers of the Frankfurt School*, Tehran: Markaz Publications.
7. Ahmadi, Babak (1380 SH), *Modernity and Critical Thought*, Tehran: Markaz Publications.
8. Ahmadi, Babak (1386 SH), *Truth and Beauty, Lessons in the Philosophy of Art*, Tehran: Markaz Publications.
9. Strinati, Dominic (1380 SH), *An Introduction to Popular Culture Theories*, Translated by Soraya Paknazar, Tehran: Game no.
10. Smith, Philip (1382 SH), *An Introduction to Cultural Theory*, Translated by Hasan Pouyan, Tehran: Office of Cultural Research.
11. Batamur, Tom (1375 SH), *The Frankfurt School*, Translated by Hossein Ali Nozari, Tehran: Ney Publications.
12. Bahar, Mehri (1390 SH), *Consumption and Culture*, Tehran: Samt.
13. Tavanbakhsh, Mehrdad (1385 SH), "Aesthetic Theory and Culture Industry in Adorno's Thought", *Journal of Iranian Social Science Studies*, Vol. 8, pp. 88-103.
14. Librarian, Alireza (1386 SH), *Theodore Adorno's Life and Thoughts*, at: <http://www.journalist.ir>
15. Kowsari, Massoud (1387 SH), *An Introduction to Popular Music*, Tehran: New Future Plan Publications.

16. Mollers, Arthur et al. (1385 SH), *Democracy and the Arts*, Translated by Shiraz Group, Tehran: Cheshmeh Publications.
17. Nozari, Hossein Ali (1386 SH), *The Critical Theory of the Frankfurt School of Humanities and Social Sciences*, Tehran: Agah Publications.
18. Wolf, Janet (1988), *Social Production of Art*, Translated by Nayereh Tavakoli, Tehran: Markaz Publications.
19. Adorno, T. & Steinbach. G (1975), "Culture Industry Reconsidered", *new german critique*, No. 6, pp. 12-19.