

تاریخ دریافت مقاله: ۹۳/۰۴/۱۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۳/۰۶/۱۳

محمد رضا آزاده فر<sup>۱</sup>

## سنجش چگونگی تغییر نائقه و سبک شنیداری عمومی موسیقایی در ایران بین سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۸۹ بر مبنای آلبوم‌های منتشر شده و اجرای کنسرت‌ها

### چکیده

وقایع اجتماعی و سیاسی همواره در جوامع گوناگون منجر به تغییر کیفی و کمی ارائه‌ی محصولات هنری بویژه موسیقی است. این مقاله در صدد آن است که این تغییر شکل را در دو سال پیش و پس از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸ ایران مقایسه نماید. در کشور ما آمار دقیقی از میزان فروش محصولات موسیقی وجود ندارد. تنها آمار قابل دستیابی شمار و نوع مجوزهای صادره از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای انتشار آلبوم‌ها و اجرای کنسرت‌های رسمی است. افزایش آمار اجراهای صحنه‌ای همزمان با رکود انتشار آلبوم‌های موسیقایی نشان می‌دهد ایران نیز مانند سایر نقاط دنیا در حال حرکت به سمت کاهش تولید آلبوم و افزایش اجراهای زنده است. اما روند کاهش تولید موسیقی سنتی در هر دو شکل انتشار و اجرا نیازمند توجه بیشتر دوستداران فرهنگ ایرانی به این مهم است. تحلیلی که می‌توان بر افزایش تولید موسیقی پاپ و کاهش تولید موسیقی سنتی داشت، پراکندگی سنی جمعیت کشور است. ایران هم‌اینک یکی از جوان‌ترین جمعیت‌های جهان را به خود اختصاص داده است. پیش‌بینی می‌شود؛ آینده‌ی صنعت موسیقی از آنچه در ۵۰ ساله گذشته رخ داده است، کاملاً متفاوت باشد. هنوز صنعت موسیقی به شدت به تولیدات فیزیکی از قبیل لوح‌های فشرده صوتی و تصویری وابسته است و به‌تازگی و در چند سال گذشته فروش محصولات به‌شکل دیجیتال آغاز شده است.

**کلیدواژه‌ها:** صنعت موسیقی ایران، انتخابات ۱۳۸۸، انتشار موسیقی ایران، کنسرت موسیقی در ایران، موسیقی پاپ و سنتی در ایران.

<sup>۱</sup> دانشیار دانشکده موسیقی دانشگاه هنر، تهران، ایران

## ۱- مقدمه

ضرورت پرداختن به موضوعات روز جامعه یکی از نیازهایی است که در هر عصر و زمان توجه متخصصان علوم و فنون گوناگون را به خود جلب کرده است. در کشور ما که تلاش می‌شود در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی رشد و توسعه داشته باشد، بیشترین کار جدی در حوزه اقتصادی و صنعتی صورت گرفته است و تلاش‌ها در زمینه توسعه اجتماعی و فرهنگی بیش از آن که در مسیر یافتن رهیافت‌های مؤثر ایجابی باشد، به اقدامات بازدارنده مانند محدودیت دسترسی به تولیدات فرهنگی مغایر با هنجارهای اجتماعی و اخلاقی و مقابله با مظاهر آن در کوچه و خیابان معطوف شده است. این امر به هیچ‌روی به توسعه مورد نیاز کشور کمک نخواهد کرد و ضروری است متخصصان هر شاخه از رشته‌های مرتبط به حوزه فرهنگ و هنر با مطالعه و برنامه‌ریزی دقیق نسبت به شناسایی و پاسخگویی به نیازها وارد عمل شوند. وقایع اجتماعی و سیاسی همواره در جوامع گوناگون به تغییر کیفی و کمی ارائه‌ی محصولات هنری بویژه موسیقی می‌انجامد. مقاله‌ی حاضر که بخشی از یک مطالعه‌ی وسیع در حوزه اقتصاد و صنعت موسیقی ایران است بر آن است که به مستند سازی وضعیت موجود و پیش‌یابی حرکت پیش‌روی صنعت موسیقی ایران بپردازد و در این رهگذر به صورت خاص میزان تولید و اجراهای رسمی موسیقی در دو سال پیش و پس از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸ ایران را مقایسه و تحلیل نماید.

## ۲- تولید موسیقی در ایران

در ایران شرکت‌های بزرگ تهیه و توزیع موسیقی به شکلی که در اروپا، امریکا و ژاپن وجود دارد دیده نمی‌شود. در مقابل مؤسسه‌های تهیه و تولید آلبوم به چند مؤسسه‌ی دولتی و غیردولتی محدود می‌شود. مؤسسه‌های دولتی عموماً زیرمجموعه‌ای از سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، حوزه‌ی هنری سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان‌های فرهنگی هنری وابسته به شهرداری‌ها هستند، در گذشته کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان نیز یکی از این مراکز بوده است. بخش خصوصی نیز شامل مؤسسه‌هایی است که با گرفتن مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با عنوان «مؤسسه‌ی فرهنگی هنری» به کار تولید و نشر موسیقی در کنار انجام دیگر فعالیت‌ها مانند چاپ کتاب، برگزاری کلاس‌های فرهنگی، هنری و ... اشتغال دارند. گفته می‌شود ۹۵٪ تولید محصولات موسیقایی و سایر آثار صوتی به بخش خصوصی تعلق دارد. تعداد شرکت‌هایی که در این زمینه به فعالیت اشتغال دارند بیش از ۱۵۰ شرکت ثبت شده است و البته آمار دقیقی از شرکت‌های ثبت نشده و غیرمجاز وجود ندارد. با این اوصاف، شمار شرکت‌هایی که عملاً و بطور مداوم در حال تولید و نشر آثار صوتی در کشورند به سختی به تعداد انگشتان یک دست میرسد.

در کشور ما متأسفانه در زمینه‌ی آثار موسیقایی، حق مؤلف رعایت نمی‌شود و تکثیر غیرمجاز آثار صوتی در سطح بسیار وسیعی رواج دارد. «بسیاری از مؤسساتی که در زمینه‌ی تولید آثار موسیقایی سرمایه‌گذاری کرده بودند به دلیل تکثیر غیرمجاز محصولاتشان، متأسفانه در آستانه‌ی ورشکستگی قرار گرفته‌اند» (محمدبیگی، ۱۳۷۹: ۵۳).

در کشور ما آمار و ارقام دقیقی از میزان فروش محصولات موسیقی وجود ندارد. علت این امر عدم وجود مؤسسات آماری مانند سنداسکن در ایران است. تنها آمار دقیقی که قابل دستیابی است آمار مربوط به انتشار آلبوم‌ها و اجرای کنسرت‌هایی است که کار خود را با کسب مجوز از

دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام می‌دهند، که این آمار نیز معمولاً به صورت سالانه منتشر نمی‌شود. دسترسی به این آمار و بررسی آن‌ها برای موضوع پژوهش حاضر نیز اگر کمک پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات نبود میسر نمی‌شد. در ادامه بخشی از این آمار که قابلیت انتشار دارند، معرفی و تحلیل خواهد شد.

### ۳- مطالعه‌ی آماری

#### ۳-۱- آلبوم‌های موسیقی دارای پروانه‌ی انتشار در ایران به تفکیک گونه‌های موسیقایی الف. آلبوم‌های منتشر شده در سال ۱۳۸۷

در سال ۱۳۸۷ در مجموع ۶۶۹ عنوان آلبوم موسیقی از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز گرفته است. همانگونه که در نمودار زیر مشاهده می‌شود بالاترین آمار مجوزهای اعطایی به آلبوم‌های موسیقی سنتی ایرانی تعلق داشته است. موسیقی پاپ با فاصله‌ی بسیار اندک، رتبه‌ی دوم عناوین آلبوم‌های منتشر شده در این سال را به خود اختصاص می‌دهد. البته این بدان معنا نیست که آلبوم‌های موسیقی سنتی فروش بیشتری داشته‌اند، چراکه این آمار شامل تیراژ آلبوم‌های فروخته شده نیست و بدیهی است که تیراژ فروش آلبوم‌های پاپ در بسیاری موارد بیشتر تیراژ فروش از آلبوم‌های سنتی بوده است. با این وجود ستاره‌های موسیقی سنتی مانند خواننده‌ها و نوازندگان صاحب نام ایرانی، در این مورد استثناء هستند.



نمودار ۱. آلبوم‌های منتشر شده در سال ۱۳۸۷ در ایران  
(آمار از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نمودار از مؤلف)

#### ب. آلبوم‌های منتشره در سال ۱۳۸۸

در سال ۱۳۸۸ تعداد عناوین آلبوم‌های منتشر شده در چهار گونه‌ی موسیقایی مورد بررسی، که از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز گرفته‌اند، ۱۸۱ عنوان بوده است. همانگونه که در نمودار زیر مشاهده می‌شود، موسیقی سنتی جایگاه نخست خود را به موسیقی پاپ داده است. علاوه بر آن، موسیقی محلی ایرانی نیز در این سال جای خود را به موسیقی کلاسیک داده است. به این ترتیب در هر دو بخش موسیقی سنتی و محلی ایرانی نسبت به موسیقی‌های وارداتی پاپ و کلاسیک کاهش تولید به چشم می‌خورد.



نمودار ۲. آلبوم‌های منتشر شده در سال ۱۳۸۸ در ایران  
(آمار از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نمودار از مؤلف)

### ج. آلبوم‌های منتشر شده در سال ۱۳۸۹

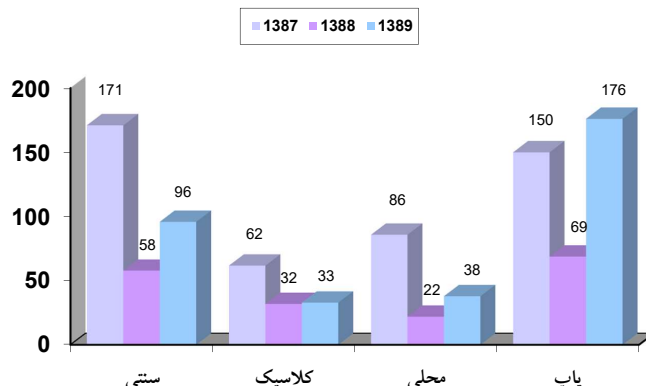
در سال ۱۳۸۹ مجموع عناوین آلبوم‌های منتشر شده به ۴۵۸ آلبوم می‌رسد که در مجموع ۳۴۳ عنوان آن در چهار گونه‌ی موسیقایی مورد بررسی بوده است. همانگونه که در نمودار زیر مشاهده می‌شود، موسیقی پاپ با ۱۷۶ عنوان جایگاه نخست را به خود اختصاص داده است. علاوه بر آن، موسیقی محلی و مقامی ایرانی نیز در این سال از رشد چشمگیری برخوردار نبوده است. موسیقی سنتی نیز اگرچه از رشد نسبی برخوردار بوده است اما فاصله‌ی آن با موسیقی پاپ بیشتر شده است. در این سال انتشار موسیقی‌های کلاسیک رشد قابل اعتنایی نداشته است.



نمودار ۳. آلبوم‌های منتشر شده در سال ۱۳۸۹ در ایران  
(آمار از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نمودار از مؤلف)

### د. کاهش چشمگیر تولید آلبوم‌های موسیقی در ایران از سال ۱۳۸۸

مقایسه‌ی تولید آلبوم‌ها در همه‌ی گونه‌های مورد بررسی از سال ۱۳۸۷ تا ۱۳۸۸ نشانگر کاهش معادل ۶۱/۴٪ است که چشمگیرترین کاهش در سال‌های اخیر محسوب می‌شود. بیشترین کاهش در زمینه‌ی تولید موسیقی سنتی اتفاق افتاده است. بررسی وضعیت بازار نشان می‌دهد میزان رکود به اندازه‌ی سال ۱۳۸۸ نیست اما هنوز فاصله‌ی زیادی تا رونق سال پیش از آن، یعنی سال ۱۳۸۷، دارد. نمودار زیر میزان انتشار آلبوم‌های موسیقی در سال‌های ۱۳۸۷، ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ را با یکدیگر مقایسه می‌کند.



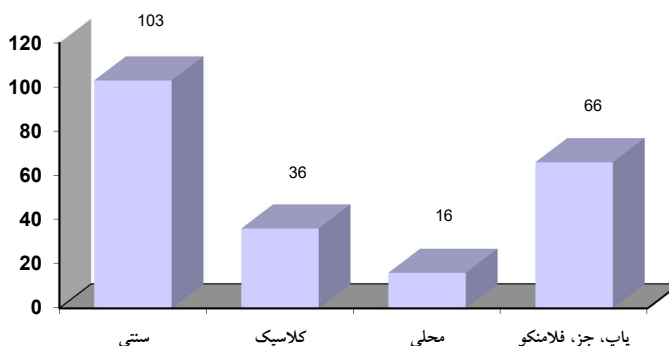
نمودار ۴. مقایسه‌ی تولید آلبوم‌ها در چهارگونه‌ی موسیقایی در سال‌های ۱۳۸۷، ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ در ایران (آمار از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نمودار از مؤلف)

کاهش تولید آلبوم‌های موسیقی از سال ۱۳۸۸ دلایل متفاوتی دارد. یکی از دلایل آن رکود اقتصادی در حوزه‌ی بین‌الملل است که در دیگر کشورها نیز رخ‌نمایی کرده است. دلیل داخلی آن نیز شرایط کشور پس از وقایع مربوط به انتخابات ریاست جمهوری در این سال است. روند کاهش تولید آلبوم در ایران در سال ۱۳۸۹ نیز نسبت به سال ۱۳۸۷، البته به استثناء گونه‌های پاپ، جز و فلانکو، ادامه یافته است.

### ۲-۳- اجراهای صحنه‌ای رسمی موسیقی در ایران به تفکیک گونه‌های موسیقایی

#### الف. اجراهای صحنه‌ای موسیقی در سال ۱۳۸۷

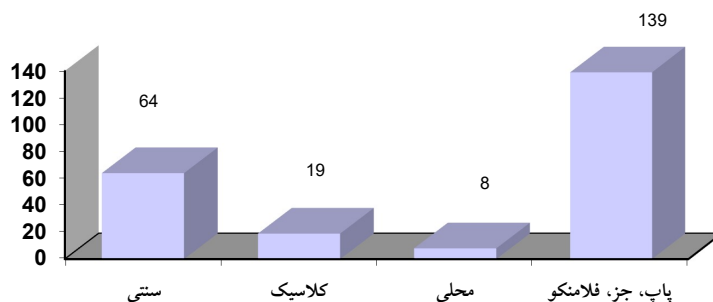
در سال ۱۳۸۷ در مجموع ۲۵۵ مجوز اجرای صحنه‌ای موسیقی برای اجرا در سالن‌های با ظرفیت بیش از ۵۰۰ نفر از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر شده است. همانگونه که در نمودار زیر مشاهده می‌شود، بالاترین آمار مجوزهای اعطایی به اجرای صحنه‌ای موسیقی سنتی ایرانی مربوط می‌شود. موسیقی پاپ با فاصله‌ی نسبتاً زیادی رتبه‌ی دوم را در این سال به خود اختصاص داده است. البته این بدان معنا نیست که اجراهای موسیقی سنتی فروش بیشتری داشته‌اند، چراکه این آمار شامل تعداد صندلی‌های فروخته شده و قیمت بلیت نمی‌شود. بدیهی است که تعداد صندلی‌های فروخته شده و قیمت بلیت اجراهای پاپ در موارد بسیاری بیش از اجراهای سنتی بوده است. با این وجود در اینجا نیز ستاره‌های موسیقی سنتی مانند خواننده‌ها و نوازندگان صاحب نام ایرانی، استثناء هستند. نمودار زیر تعداد اجراهای صحنه‌ای را به تفکیک گونه‌های موسیقایی نشان می‌دهد.



نمودار ۵. اجراهای صحنه‌ای به تفکیک گونه‌های موسیقایی در سال ۱۳۸۷ در ایران (آمار از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نمودار از مؤلف)

### ب. اجراهای صحنه‌ای موسیقی در سال ۱۳۸۸

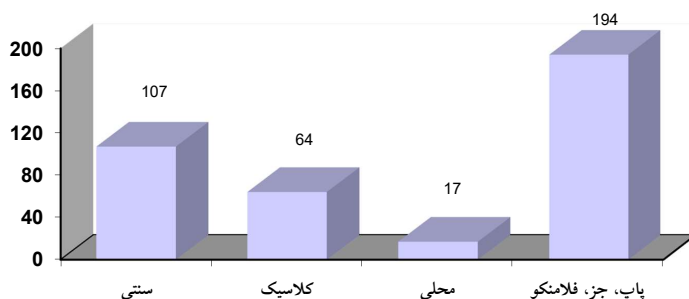
در سال ۱۳۸۸ در مجموع ۲۷۱ مجوز اجرای صحنه‌ای موسیقی برای اجرا در سالن‌های با ظرفیت بیش از ۵۰۰ نفر از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر شده است. همانگونه که در نمودار زیر مشاهده می‌شود، در اجراهای صحنه‌ای نیز مانند انتشار آلبوم‌ها، موسیقی سنتی جایگاه نخست خود را به موسیقی پاپ داده است.



نمودار ۶. اجراهای صحنه‌ای به تفکیک گونه‌های موسیقایی در سال ۱۳۸۸ در ایران (آمار از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نمودار از مؤلف)

### ج. اجراهای صحنه‌ای موسیقی در سال ۱۳۸۹

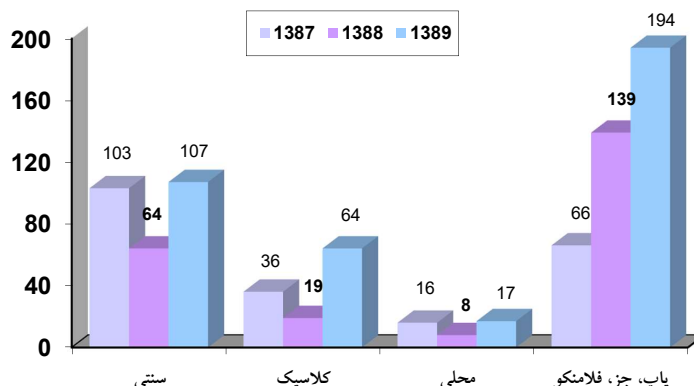
در سال ۱۳۸۹ در مجموع ۴۰۴ مجوز اجرای صحنه‌ای موسیقی برای اجرا در سالن‌های با ظرفیت بیش از ۵۰۰ نفر از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر شده است. همانگونه که در نمودار زیر مشاهده می‌شود، در این سال نیز موسیقی پاپ با فاصله‌ی زیادی بالاترین آمار اجراهای صحنه‌ای را به خود اختصاص داده است.



نمودار ۷. اجراهای صحنه‌ای به تفکیک گونه‌های موسیقایی در سال ۱۳۸۹ در ایران (آمار از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نمودار از مؤلف)

### د. کاهش اجراهای صحنه‌ای موسیقی سنتی در ایران از سال ۱۳۸۸

مقایسه‌ی اجراهای صحنه‌ای موسیقی در همه‌ی گونه‌های مورد بررسی از سال ۱۳۸۷ تا سال ۱۳۸۸ نشانگر کاهشی معادل ۳۷/۹٪ در اجراهای موسیقی سنتی و افزایشی بیش از ۱۱۰٪ در اجراهای پاپ، جز و فلانکو است. این امر نشانگر آن است که انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸ و وقایع پس از آن تأثیر زیادی در کاهش اجراهای موسیقی سنتی داشته است. در سال ۱۳۸۹ کاهش همه‌ی گونه‌ها تا حدود زیادی جبران می‌شود. نکته‌ی مهم در روند اجراهای صحنه‌ای در ایران شتاب افزایش اجراهای صحنه‌ای موسیقی پاپ، جز و فلانکو با ضریبی فزاینده است.



نمودار ۸. مقایسه‌ی اجراهای صحنه‌ای در چهارگونه‌ی موسیقایی در سال‌های ۱۳۸۷، ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ در ایران (آمار از دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نمودار از مؤلف)

افزایش بیش از دو برابر اجراهای صحنه‌ای موسیقیهای پاپ، جز و فلانکو در سال ۱۳۸۸ باعث شده است کاهش چشمگیری که در زمینه‌ی تولید آلبوم‌های موسیقی در این سال نسبت به سال پیش از آن به وجود آمد، در اجراهای صحنه‌ای دیده نشود و آمار اجراها در مجموع حتی اندکی بالاتر از آمار اجراهای سال ۱۳۸۷ قرار گیرد. این در حالی است که اجراهای صحنه‌ای در سال ۱۳۸۹ به ۴۰۴ عنوان اجرا در ۸۰۰ شب می‌رسد که نشان از اوجگیری اجراهای صحنه‌ای در ایران دارد. افزایش آمار اجراهای صحنه‌ای همزمان با رکود انتشار آلبوم‌های موسیقایی نشان می‌دهد ایران نیز مانند سایر نقاط دنیا در حال حرکت به سمت کاهش تولید آلبوم و افزایش اجراهای زنده است. اما روند کاهش موسیقی سنتی در هر دو شکل انتشار و اجرا نیازمند توجه بیشتر دستداران فرهنگ ایرانی به این مهم است. البته باید اذعان کرد که نتیجه‌گیری کلی بر اساس آمار سه ساله‌ی انتشار و اجرای موسیقی از دقت بالایی برخوردار نیست و توانایی نمایش تصویری روشن از سمت و سوی حرکت تولید موسیقی در ایران را ندارد. اما به دلیل آنکه در سال‌های پیش از این سه سال آمار به شکل طبقه‌بندی شده در این دفتر موجود نیست، ناگزیریم به همین اندک اکتفا کنیم.

#### ۴- نتیجه و بحث

تحلیلی که می‌توان بر افزایش تولید موسیقی پاپ و کاهش موسیقی سنتی داشت، پراکندگی سنی جمعیت کشور است. آمار نفوس و مسکن ایران نشان می‌دهد ایران هم‌اینک یکی از جوان‌ترین جمعیت‌های جهان را دارد. طبیعی است که در سراسر دنیا گرایش جوانان به موسیقی پاپ نسبت به گرایش آن‌ها به گونه‌های سنتی و کلاسیک بیشتر است. با این وجود، جمعیت جوانان ۲۰ تا ۲۹ سال کشور از سال ۱۳۹۰ روند نزولی پیدا می‌کند. یافته‌های آماری نشان می‌دهد جمعیت جوانان کشور از سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۲ در اوج و مشخصاً جمعیت جوان کشور با میانگین سنی ۲۰ تا ۲۹ سال در سال ۱۳۸۹ بیشترین میزان یعنی حدود ۱۷/۸ میلیون نفر بوده است. اما با یک نرخ کاهش بسیار اندک این جمعیت از سال ۱۳۹۰ به حدود ۱۷/۷ میلیون نفر کاهش یافته است و این تعداد تا سال ۱۳۹۵ به کمتر از ۱۵/۵ میلیون نفر می‌رسد (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۹). بنابراین می‌توان انتظار داشت با گذر کشور از این دوران، گرایش به موسیقی سنتی بار دیگر شکل گیرد. یکی از ویژگی‌های مخاطبان موسیقی نسبت به مخاطبان سایر رشته‌های هنری آن است که مخاطب موسیقی - به ویژه موسیقی زنده - مشارکتی فعالانه در فرایند خلق، اجرا و ادراک آن دارد (مک‌کوایل، ۱۳۸۰: ۷۰). در پژوهشی میدانی که با استفاده از یک جامعه‌ی آماری ۳۰۰

نفری از شرکت‌کنندگان «فستیوال سونیسفر» در «استادیوم اینونوی بشیکتاش»<sup>۲</sup> ترکیه، توسط «محمدرضا آزاده‌فر» و «مهرداد نوری» (۱۳۸۹) انجام و در مجله‌ی علمی-پژوهشی جامعه‌شناسی هنر و ادبیات منتشر شده است، نتایجی از حضور ایرانیان جوان در این اجرا به دست آمد که غیرقابل تصور است. این پژوهش نشان داد سبک راک به عنوان یکی از حوزه‌های مهم موسیقی مردمی که در ایران به صورت رسمی به آن کمتر پرداخت شده است، جایگاه خاصی بین جوانان ایرانی دارد. در این مطالعه‌ی میدانی، جامعه‌ی هدف مخاطبان از هر دو جنس بودند که بر اساس تمایل‌شان به پاسخگویی با میل و دقت، از میان هزاران نفری که برای دیدن و شنیدن این موسیقی گرد آمده بودند، انتخاب شدند. بررسی این جامعه‌ی آماری نشان می‌دهد در حدود یک چهارم کل جمعیت چند هزار نفری فستیوال جوانان ایرانی بوده‌اند. یعنی پس از مخاطبان کشور میزبان (ترکیه) که ۶۸/۷٪ را به خود اختصاص داده بودند، جوانان ایرانی با ۲۴/۱٪ در رتبه‌ی دوم قرار داشتند و سایرین از دیگر کشورهای جهان بودند. این امر نشان می‌دهد که گرایش جوانان ایرانی به سوپا و گرایش موسیقی‌های رسمی عرضه شده در ایران به سوپا دیگر بوده است.

پیش‌بینی می‌شود آینده‌ی صنعت موسیقی از آنچه در ۵۰ ساله گذشته رخ داده است، کاملاً متفاوت باشد. هنوز صنعت موسیقی به شدت به تولیدات فیزیکی از قبیل لوح‌های فشرده صوتی و تصویری وابسته است و به تازگی و در چند سال گذشته فروش محصولات به شکل دیجیتال آغاز شده است. به نظر می‌رسد شرکت‌های بزرگ تهیه و تولید محصولات موسیقایی، در آینده به تدریج به شرکت‌های خدماتی تبدیل شوند، چیزی شبیه به آنچه امروزه با عنوان شبکه‌های خصوصی تلویزیونی شناخته می‌شود. تصور می‌شود که این شرکت‌ها کار خود را بر مهیا کردن محتوای موسیقی و سپس یافتن بازاری برای مصرف آن متمرکز نمایند. از سوی دیگر، با کاهش تدریجی درآمدهای ناشی از فروش محصولات صوتی به صورت لوح فشرده و دیگر شکل‌های فیزیکی، شرکت‌ها مترصد یافتن منابع درآمدی جایگزین، احتمالاً در حوزه‌ی اجراهای صحنه‌ای، خواهند شد.

## پی‌نوشت‌ها

1. Sonisphere Festival
2. Beşiktaş İnönü Stadium

## منابع

- آزاده‌فر، محمدرضا. (۱۳۹۰)، *اقتصاد موسیقی*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.
- آزاده‌فر، محمدرضا؛ مهرداد نوری (۱۳۸۹). «تحلیل نحوه برخورد و ارزش‌گذاری موسیقی راک از دیدگاه مخاطبان: مطالعه موردی شنوندگان ایران و ترکیه»، *مجله علمی-پژوهشی جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، پاییز و زمستان ۱۳۸۹ (۲۱۱-۱۸۵).
- دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. (۱۳۸۹). *گزارش آلبوم‌ها و کنسرت‌های مجوز گرفته در سال‌های ۱۳۸۷ و ۱۳۸۸*، بی‌نا.
- صداقت کیش، آروین. (۱۳۸۵)، *نگاهی به سانسور موسیقی در ایران*، نقد نو، ش ۱۴.
- صدیقی، رامین. (۱۳۸۹)، *مصاحبه در مورد وضعیت اقتصاد موسیقی*، تهران: نشر هرمس، مصاحبه‌کننده: دانشمند، آلاله.
- عبدالله پور، شیما و مرضیه رحیم‌زاده. (۱۳۸۸)، *بررسی ارتباط رشته تحصیلی و شغل دانشجویان رشته موسیقی دانشگاه هنر*، پایان‌نامه کارشناسی، استاد راهنما محمدرضا آزاده‌فر، تهران: دانشگاه هنر.
- محمد بیگی، علی اعظم. (۱۳۷۹)، *بررسی نظام ملی حق مؤلف در ایران*، تهران: روش.
- مک‌کویل، دنیس. (۱۳۸۰)، *مخاطب‌شناسی*، مهدی منتظر قائم، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- موسایی، میثم. (۱۳۸۶)، *ایران، سازمان جهانی تجارت و کپی‌رایت*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.



Received: 01 July 2014  
Accepted: 04 Sept 2014

## Changes in Iranians Musical Taste based on analyzing the Concerts and Music Albums released from 2008 to 2010

Mohammad R. Azadehfar, Associate Professor, Faculty of Music, University of Arts, Tehran, Iran

### Abstract

Providing bases for developing the people's musical taste can increase the music consumption in every society. While in the United States and some major developed countries there are companies and organizations such as SoundScan that constantly monitor the consumption of music and selling musical albums and concerts to provide the exact statistics in periodic manners such as weekly, monthly and annually, there are no statistics for music consumption in Iran in any form. The only statistics one can find is the number of licenses issued by Ministry of Culture and Islamic Guidance for publishing albums and giving formal concerts. This article provided the statistics for Albums and concerts formally took licenses in Iran in the period of 2009-2011 and compares the decline and increase of various musical genres in Iran. Analyzing the data provided by this study sheds light on this fact that the production of musical albums in Iran is declining steadily, while the number of seats sold for music concerts are increasing. Same change has been taking place in other countries since 2005. The data, on the other hand, shows that while various genres of popular music are increasing in Iran, in recent years, the production of Iranian traditional music is decreasing quite sharply. This fact rings the alarm for lovers of Persian culture all around the world. Governmental statistics show that Iran currently has one of the youngest populations in the world (more than 17 million of Iranian population are between 20 to 29). By 2016 the population of young people will be drop to less than 15.5 million. So, it is quite normal for now to see increase in the number of albums and performances on various genres in popular music. The problem however, lies on presently declining the production of Iranian traditional music. By the time that current Iranian youngsters will become old and nostalgic about their musical heritage, the contemporary Iranian musicians would be retired and there would be a great shortage of master performers who traditionally can produce Iranian music. The findings of this study put this fact forward that governmental and non-governmental organizations should act now to preserve Iranian traditional music for future generations. The other problem Iranian traditional music is facing is its absence in the local and national TV stations. During the last decade, Iranian musical tradition is gradually taking out from daily schedule of TV programs so that youngster mostly cannot remember watching any Iranian musical instruments on TV. Since Iran has not been signed the copyright agreement, Iranian artists are feeling very vulnerable over the future of their professional careers. In the light of this problem the only artists who can save themselves are pup singers who can guarantee selling the seats of their live concerts in big music halls. Traditional performers who perform in small halls and have little on their hands to set large concert tours can only relay on selling their physical albums. The medium which already is getting forgotten among other means of musical recordings.

**Key Words:** Iranian Music Industry, Music Albums in Iran, Public Concerts in Iran, Iranian Presidential Election and Music, Pop music in Iran, Traditional music in Iran