

تاثیر موسیقی بر فیلم و مخاطبان آن با تکیه بر فیلم‌های سینمای ایران از دهه ۴۰ تا کنون

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۱/۲۰

کد مقاله: ۳۰۶۷۴

نیوشا اعرابی^۱

چکیده

هنر سینما، هنری است که با موسیقی ارتباط تنگاتنگی دارد؛ و به عبارتی موسیقی، یکی از عناصر مهم فیلم‌ها می‌باشد که فیلم‌سازان از آن برای انتقال هر چه بهتر پیام و کیفیت تأثیرات دراماتیک و حسی فیلم استفاده می‌نمایند. لذا موسیقی فیلم از دوران سینمای صامت تا به امروز، به‌عنوان عنصر مکمل و جدایی‌ناپذیر فیلم، فرم‌ها و قالب‌های متنوع زیادی را به خود دیده است. بدین منظور در این مطالعه نقش موسیقی بر فیلم و تأثیرگذاری موسیقی فیلم بر مخاطبان مورد بررسی قرار گرفته است و سعی شده است با بررسی فیلم‌های سینمای ایران از دهه ۴۰ تا کنون رابطه منطقی بین دو هنر موسیقی و فیلم، به چالش کشیده شود. چرا که به نظر می‌رسد در دهه‌های اخیر موسیقی کارکرد اصلی خود را در فیلم‌ها بازنمود ساخته و تنها پرکننده فضای خالی فیلم‌ها بوده‌اند که این امر خواه ناخواه کیفیت جذب مخاطب را تحت تأثیر قرار داده است. در این مطالعه برای گردآوری داده‌های اولیه از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته و مطالعات کتابخانه‌ای بهره گرفته شده است و روش تحلیل داده‌ها کیفی می‌باشد، مصاحبه‌هایی با آهنگسازان موسیقی فیلم، مدیر استودیو موسیقی، مشاور هنری و روانشناس که پس از مطالعات کتابخانه‌ای برای تدوین مبانی نظری تحقیق توسط مقالات و کتاب‌های معتبر سپس با کارشناسان نام برده مصاحبه‌ها انجام شده. پیرو این مطالعه، موسیقی احساساتی را بیان می‌کند که در میان همه انسان‌ها مشترک است. در سینما که موسیقی همراه کننده فیلم است، نقش به‌سزایی در تأثیرگذاری آن دارد و موسیقی فیلم باعث می‌شود در میان مخاطبان حس خوشایندی مشترک ایجاد کند و احساسات مخاطبان را برانگیزد و حتی موسیقی فیلم نوعی «تبلیغ» برای فیلم محسوب می‌شود که مخاطبان را جذب و ترغیب می‌کند. هرچه مخاطب برای فیلم ترغیب شود، بازار وسیع‌تری را می‌طلبد که می‌توان گفت این صنعت برای هنرمندان ملی، شهرتی فراملی ایجاد می‌کند.

واژگان کلیدی: موسیقی، فیلم، سینما، موسیقی فیلم، مخاطبان

۱- دانشجوی ارشد پژوهش هنر، گروه هنر، دانشگاه هنر و معماری آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب

موسیقی وسیله‌ای برای بیان احساسات و نشان دادن حالات درونی انسان است و به همین دلیل، یکی از لطیف‌ترین و زیباترین هنرها به شمار می‌رود. به‌طور کلی می‌توان هنرهای زیبا را ارزنده‌ترین و اصیل‌ترین جلوه‌های فرهنگی ملت‌ها دانست، زیرا فرهنگ عبارت از مجموعه تلاش‌ها و کوشش‌هایی است که افراد ملتی در طی دوران تاریخ طولانی و دامنه‌دار خود برای دست یافتن به زندگانی آرمانی به عمل آورده‌اند. از اینجاست که هنرها و از جمله موسیقی می‌تواند نموداری از ذوق، سلیقه، روحیه و احساس آن ملت باشد. از آنجا که موسیقی در عین بی‌زبانی، زبان آور توانایی برای بیان احساس است و با در نظر گرفتن این که احساس یکی از جلوه‌های مشترک عاطفی و روانی بشر محسوب می‌شود، تردید نیست که خیلی زود می‌تواند از نقطه‌ای به نقطه‌ای دیگر یا از ملتی به ملتی دیگر منتقل شود. موسیقی، هنر بیان احساسات انسانی، به وسیله‌ی صداهاست. مهم‌ترین عوامل تشکیل دهنده موسیقی، صدا و ریتم هستند. صدا، نتیجه «حرکت ارتعاشی» است که به وسیله‌ی گوش احساس می‌شود. (کمال پورتراب، ۱۳۸۵، ص ۱۷) هنر سینما هنری است که با هنرهای دیگر از جمله نقاشی، رقص و موسیقی ارتباط تنگاتنگی دارد. موسیقی یکی از عناصر مهم فیلم‌ها به ویژه فیلم‌های داستانی است و غالباً فیلم‌سازان از آن برای انتقال بهتر ایده‌های خود و افزایش تأثیرات دراماتیک و حسی فیلم استفاده می‌کنند. موسیقی فیلم از دوران صامت تا امروز راه درازی را طی کرده و به عنوان عنصر مکمل و جدایی‌ناپذیر یک فیلم، سبک‌ها، فرم‌ها و ژانرهای متنوعی را به خود دیده است. تحولات موسیقی فیلم در طی سال‌ها، تابع تغییر سبک‌ها، مکتب‌ها، ژانرها و جریان‌های سینمایی بوده است. آهنگ‌سازان بزرگی در این حوزه وارد شدند و با به‌کارگیری خلاقیت، استعداد و مهارت‌های منحصر به فردشان، نه تنها به غنای آثار سینمایی یاری رساندند بلکه آثار فراموش‌ناشدنی و ماندگاری از خود به جا گذاشتند. امروز، موسیقی فیلم، تفاوت‌های چشم‌گیری با گذشته دارد و با پیچیده‌تری به خود گرفته است. در این فاصله، نه تنها درک تماشاگران سینما از موسیقی فیلم تغییر کرده بلکه به همان نسبت، خواست‌ها و انتظارات آن‌ها از این هنر نیز دگرگون شده است.

۲- بیان مسئله

سینمای ایران از دیرباز تاکنون با توجه به شرایط و خواست مخاطب در هر قشر و جامعه‌ای فیلم‌های مختلفی با موضوعات متفاوت ساخته شده است؛ اما در هر دوره‌ای از زمان و دهه بنا بر تحولات اجتماعی و سیاسی که رخ داده است، موسیقی فیلم همراه موضوع فیلم تغییر کرده است که در این پایان‌نامه به فیلم‌های پرمخاطب سینمای ایران خواهیم پرداخت. در دهه ۴۰ با شروع فیلم فارسی که به فیلم‌های کوچک بازاری، کافه و کاباره‌ای و کلاه مخملی معروف است. "در سینمای قبل از انقلاب که فیلم‌ها به صورت رقص و آوازی بوده (به تقلید از سینمای هند برای جلب و جذب مخاطبان) از خواننده بیشتر در فیلم‌ها استفاده میشد و ماندگاری و تأثیرگذاری آن در فیلم خواننده‌ها بودند". (بهزاد عبدی، مصاحبه، شهریور ۱۴۰۰) در دهه ۵۰ ایران آبستن حوادث مهمی بود که جریان مخالفت با حکومت شاه مطرح بود. چنین حال و هوایی در سینما هم بی‌تأثیر نیست و برخی از فیلم‌سازان که البته تعدادشان بسیار کم است به ساختن فیلم‌های با مضامین سیاسی و اجتماعی روی می‌آوردند که در اینجا سانسور و توقیف فیلم در سینمای ایران به وجود می‌آید. مسعود کیمیایی با فیلم گوزن‌ها و بلوچ این مضامین را به نمایش در می‌آورد. در دوره‌ی پس از انقلاب فیلم‌ها انقلابی می‌شود. "سینما بعد از انقلاب دچار رکود می‌شود و برای جبران این رکود تابع تلویزیون می‌شود." (دکتر حسین اعرابی، مصاحبه، مهر ۱۴۰۰) با شروع جنگ فیلم‌های جنگی بسیار مورد توجه مخاطب قرار می‌گیرد و موسیقی‌ها بر اساس نوع فیلم و موضوع آن ساخته می‌شود. پس از جنگ، مردم به دنبال آرامش در کنار خانواده هستند. برای همین فیلم‌سازان شروع به ساختن فیلم‌های خانوادگی از جمله کودکان می‌کنند که موسیقی کودکان از اینجا شکل می‌گیرد. در هر دهه فیلم‌ها بر اساس شرایط اجتماعی تغییر می‌کند و رفته رفته موضوعات عوض می‌شود. کمدی، خانوادگی، عاشقانه و جوان‌پسند که در دهه ۷۰ و ۸۰ بسیار پر رونق می‌شود؛ و حالا فیلم‌های روز جامعه چه به صورت اجتماعی و یا کمدی به نمایش گذاشته می‌شود و موسیقی‌ها هم موضوع فیلم را همراهی می‌کند. "موسیقی فیلم مکمل مضمون فیلم است و آهنگساز باید همراه کارگردان و نویسنده باشد چرا که مولفه‌های اصلی فیلم هستند." (آرمان موسی‌پور، مصاحبه، آبان ۱۴۰۰) "آهنگساز باید بخش‌های مختلف فیلم را ببیند و همراه باشد که متأسفانه در اکثر فیلم‌ها به آهنگساز زمان کمی داده می‌شود و یا پس از پایان فیلم درخواست ساخت موسیقی را می‌کنند، در نتیجه آهنگساز نمی‌تواند آهنگ قابل قبولی بسازد." (میلاذ فرهودی، مصاحبه، شهریور ۱۴۰۰)

۳- ضرورت و اهمیت پژوهش

تحقیق حاضر سعی بر این داشته است که محل پیوند دو هنر زیبا یعنی موسیقی و سینما را مورد بررسی قرار دهد. دو هنری که مکمل هم هستند یعنی صدا و تصویر که به نام موسیقی فیلم شناخته می‌شود. موسیقی فیلم اثرگذاری بسیاری در جذب

مخاطبان و ارتباط عمیقی با موضوع و صحنه های فیلم ایجاد می کند. موسیقی زبان همه ملت ها است و نیازی به زبان خاصی نیست. حتی با نبود دیالوگ هم می شود احساسات مختلف بازیگر را به مخاطب انتقال داد که موسیقی در آن لحظه کاملا گویا می کند.

۳-۱- اهداف پژوهش

اهداف تحقیق عبارتند از:

۱. بررسی نقش موسیقی بر فیلم در برانگیختن احساسات مخاطب
 ۲. تحلیل رابطه میان هماهنگی موسیقی با داستان و صحنه های فیلم
 ۳. بررسی موسیقی فیلم های سینمای ایران در کیفیت ماندگاری حافظه ی مخاطبان
- در این مطالعه با توجه به اهداف تحقیق از دیدگاه های آدورنو و هورکهایمر بر اساس نظریه صنعت فرهنگ و هیوم و کانت در نظریه معیار ذوق بهره گرفته شده است که به تحلیل آنها پرداخته می شود.

۳-۲- روش پژوهش

نوع نظری است که از روش های استدلال و تحلیل عقلانی استفاده می کند و بر پایه مطالعات کتابخانه ای انجام می شود. با جمع آوری اطلاعات به دست آمده به روش کتابخانه ای و نوع داده مورد جستجو کیفی می باشد. با مفاهیم کلیدی موضوع پژوهش موجود در این تحقیق یعنی موسیقی، فیلم، موسیقی فیلم، سینما و رابطه های آن باهم مورد بررسی و کنکاش قرار می گیرد. موسیقی فیلم قبل از هرگونه تعریف و توضیح، موسیقی است و آهنگساز سینما این را به خوبی می داند. او از راز و رمز تأثیرات موسیقی بر مخاطب خویش آگاه است. به همین لحاظ می تواند با اثر خود تماشاگران را تکان دهد. او این توانایی را دارد که اثر ذهنی خود را عینیت ببخشد و در سالن تاریک سینما احساسات تماشاگر را برای همراهی با صحنه های فیلم برانگیزد. (کاشفی، ۱۳۸۰)

۳-۳- پیشینه پژوهش

هدف پژوهش جمع آوری مطالبی مرتبط با موضوع موسیقی فیلم می باشد که غالباً به صورت پراکنده در کتب و مجلات به چاپ رسیده است روش پژوهش: کتابخانه ای و با استفاده از پایان نامه، مقالات، کتاب های مربوط به موسیقی فیلم و سینما و مصاحبه هایی با موسیقیدانان برای جمع آوری اطلاعات اولیه پرداخته شده.

۴- نقش اساسی موسیقی فیلم خوب در جذب و اثرگذاری مخاطبان

موسیقی بر احساس انسان اثرگذار است و واکنش احساسی شونده به موسیقی کاملاً جدا و مستقل از احساسات واقعی او در زندگی واقعی نیست. بلکه از واقعیت نشأت گرفته است موسیقی با احساسات انسان در واقعیت نیز مرتبط است و ظهور احساس صرفاً احساس امری که در چهره و ظاهر افراد آشکار شده باشد، بی آنکه ارتباطی با احساسات واقعی آن ها داشته باشد نیست و احساساتی که موسیقی انعکاس می دهد یا در شونده بیدار می کند با انگیزه ها، امیال و اعمالی که ضمایم همیشگی آن ها هستند همراه است. توان موسیقی شدیداً تحریک احساسات است به حدی که انسان را به حرکت، خنده، گریه، شتاب، رکود، خشم، آرامش، نفرت و امثال آن وا می دارد. (آهی، ۱۳۹۵). هنر موسیقی، به عنوان انتزاعی ترین و مجردترین هنر در بین سایر هنرها، علاوه بر داشتن کوتاه ترین راه در ایجاد ارتباط با عواطف و احساسات انسانی، از ویژگی های بیانی گسترده ای برخوردار است. این ویژگی های ذاتی موسیقی، آن را قادر می سازد که از صور و طرق مختلف به بیان اندیشه ها و احساسات انسان بپردازد و در ارائه این بیان و پرداختن به مقوله های عاطفی، با موفقیت کامل رو به روست و قادر است که بر قلبان احساسات نیز موثر افتند و در تشدید حالات و احوال مقطعی و یا دائم انسان هم ارز و هم بیان شود و در تشدید آن حالات، تأثیری شگرف بگذارد. (شکوهمند، ۱۳۷۱)

هدف اصلی حضور موسیقی در فیلم، تشدید حالت های مختلف تصویر و بازگویی بیشتر مفاهیم موجود در فیلم برای مخاطب پذیری بهتر آن است. (امامی، ۱۳۹۸) طبق نظر آدورنو فرآیند استاندارد شدن موسیقی موجب استاندارد شدن مخاطب طبق الگوی کمپانی های سازنده می شود. آدورنو بر آن داشت تا موسیقی را در جامعه سرمایه داری توده ها را در موقعیت اجتماعی نگه دارد و نوعی تخلیه احساسات را در آن صورت دهد. از نظر کانت موسیقی به راحتی و بی درنگ «تأثیرگذار» یا «هیجان انگیز» توصیف می شود و احتمالاً بیشتر آن را به این صورت وصف می کنند. تا به صورت «لذتبخش».

جدول ۱- موسیقی و احساس. ماخذ: نگارنده

۱. بر روی روابط، ساختار و نظام اجتماعی آنها تأثیر عمیقی و شگرفی دارد.
۲. به بیان اندیشه‌ها و احساسات انسان بپردازد.
۳. می‌توان احساسات را به‌طور دلخواه تغییر، شکل و یا کنترل کرد.
۴. انتقال دهنده غم و شادی و شور و هیجان به مخاطب خویش است.
۵. زبان برانگیختگی احساس و آشکار کننده اثرات فیزیولوژیک مخاطب هنگام تجربه آن است.
۶. می‌تواند انسان را به خاطرات تلخ و شیرین گذشته خود نیز سوق دهد.
۷. در تخلیه روحی انسان و رضایت خاطر وی اثر فراوانی دارد.
۸. شکل دهنده افکار و ایده‌ها و احساسات فرد است.
۹. توان موسیقی شدیداً تحریک احساسات است به حدی که انسان را به حرکت، خنده، گریه، شتاب، رکود، خشم، آرامش، نفرت و امثال آن وا می‌دارد.

۵- موسیقی فیلم در ایجاد جذب و حس خوشایند مخاطبان

اولین شرط این است که مخاطب به نوعی با اثری که گوش می‌دهد آشنا باشد به‌طوری که ویژگی‌ای که اثر بر درون مخاطب می‌گذارد و مسیر و روند آهنگ به شکل درونی برای شنونده ثبت شده باشد؛ اما آن قدر هم نباید برای مخاطب آشنا باشد که مخاطب هنگام شنیدن آهنگ احساس خستگی و کسالت کند و باعث شود شنونده صحنه اجرا را ترک کند. دومین شرط این است که مخاطب توجه صمیمانه و دوستانه به آهنگ داشته باشد و نسبت به جهان خارج از فضای موسیقی بی‌توجه و بی‌اعتنا شود و همه توجهش جانب موسیقی شود. سومین شرط، صداقت احساسی نسبت به موسیقی است یعنی اشخاص باید اراده کنند که با موسیقی یکی شود و خودش را درون فضای موسیقی ببیند و از تظاهر دوری کند، شخص باید اجازه دهد که با احساس خودش به موسیقی نزدیک شود و آن را بپذیرد و با آن به حرکت درآید. چنین شنونده‌ای به پوسته ظاهری احساسات هدایت نشده و آهنگ را به فراموشی نمی‌سپارد. برای چنین مخاطبی، واکنش احساسی عمیقی به موسیقی به دست می‌آید و موسیقی آینه درون شخص می‌شود که شخص هنگام گوش دادن به آن، با آن یکی می‌شود. در آن لحظه تجربه موسیقایی یادآور احساسات و خاطرات برای مخاطب می‌شود که در زندگی واقعی‌اش تجربه کرده است و اکنون به واسطه گوش دادن به موسیقی برانگیخته شده است و در نتیجه مخاطب احساسات درونی خود را به واسطه موسیقی بروز می‌دهد. (آهی، ۱۳۹۵)

موسیقی با احساس آدمی و جریانات روانی و معنوی درون انسان رابطه عمیقی دارد. چه موسیقی را تنها تحریک کننده احساس مخاطب بدانیم، چه آن را تنها تجلی احساس مصنف بدانیم و چه موسیقی را وسیله‌ای برای بروز واکنش‌های احساسی عمیق یا ظاهری و تصنعی نسبت به شنیدن آهنگ در نظر آوریم، آنچه در این میان جلوه می‌کند شکوه احساسات عظیم و زیبایی است که در طی فرآیند تجربه موسیقی بر هر انسانی جلوه می‌کند. موسیقی مانند پلی می‌تواند میان آهنگساز و مخاطب ارتباط برقرار کند و معانی یا احساساتی که مصنف و آهنگساز با آن‌ها سر و کار داشته و قصد انتقال آن را به مخاطب در سر داشته است به آن‌ها انتقال دهد. (آهی، ۱۳۹۵)

موسیقی برای فیلم عنصر همراهی کننده ایست که در برجسته‌سازی مفاهیم موجود و هویت بخشی به شخصیت‌های داستان نقش اساسی ایفا می‌کند که در آن مهم، از طریق به کارگیری نشانه‌های خاص موسیقایی و تصویری به مخاطب القاء می‌شود. (امامی، ۱۳۹۸) بدون شک برای ایجاد یک تصور و احساس قوی در تصویر، نیازمند آنیم که موسیقی پیوند منطقی‌ای با فیلم داشته باشد. هیوم می‌گوید: در هنر آنچه اهمیت دارد «خوشایندی» آن است، یعنی لذتی که از هنر به ما دست می‌دهد. ملاک ذوق در طبیعت انسان‌ها ریشه دارد. از آنجا که آدمیان طبیعتی مشترک دارند. ذهن آدمی بنابر کیفیات هنری آن را خوشایند یا ناخوشایند به شمار می‌آورد. تجربه‌های ذوقی از نظر ذهنی یکسان هستند. از نظر کانت نشانه‌های امر خوشایند این است که صرفاً به ذوق شخصی مربوط می‌شود و آن‌هایی که چنین ارزیابی‌هایی می‌کنند دلیلی ندارند که انتظار داشته باشند دیگران نیز همان چیز را ترجیح دهند. نظریه کانت این است که: زیبایی آن است که لذت بیافریند رها از بهره و سود بی‌مفهوم همگانی که چون غایتی به هدف باشد. کانت در نقد سوم حکم ذوقی ساپژکتیو در مورد زیبا طبیعی و هنری است. ساپژکتیو ریشه‌ای حکم ذوقی و رسیدن به نوع ایژکتیویه است. ایژکتیویه‌ای که از جنس عقل نباشد یا به بیان دیگر کلی و همگانی باشد در یک «حس مشترک» حقیقی استوار شود.

۶- برانگیختن احساسات مخاطب متناسب با صحنه های داستان فیلم

موسیقی فیلم با توجه به صحنه های مختلف داستان ساخته می شود. یک موسیقی خوب احساسات مخاطب را درگیر صحنه های مختلف داستان می کند. در این جا احساسات مخاطب و موسیقی و فیلم سه مثلث برای اثر بخشی و سه عنصر برای اثر بخشی به یکدیگر و قوت دادن هستند؛ که موسیقی فیلم خوب به جذابیت فیلم می افزاید و باعث جذب مخاطبان می شود.

موسیقی ← فیلم ← احساسات و جذب مخاطبان

موسیقی بیان احساسات انسان است. موسیقی، انواع احساس را در انسان تولید می کند و بر روی روابط، ساختار و نظام اجتماعی آن ها تاثیر عمیقی و شگرفی دارد. همه افراد تحت تاثیر موسیقی قرار می گیرند و می توان احساسات آن ها را به طور دلخواه تغییر، شکل و یا کنترل کرد؛ بنابراین، اگر جامعه یا افراد به مسیر احساسی دلخواه روند، می توان دوباره فضای احساسی آن ها را تغییر داد. (آهی، ۱۳۹۵) تاثیر موسیقی و بحث در موضوع مفید یا مخرب بودن آن بستگی به شرایط فردی اجتماعی افراد دارد. در نظریه آدورنو و هورکهایمر در صنعت فرهنگ، حس نوستالژیکی که موسیقی بیانگر شکاف های طبقاتی و سرکوب های اجتماعی است. همچنین آدورنو قائل به تاثیر جامعه بر موسیقی بود «هنگامی که از جامعه شناسی موسیقی سخن می گویند این است که موسیقی برای مخاطب حالت هایی را می سازد و عواطفی را برانگیزد که به زبان قابل بیان نیستند. آدورنو این نگاه جامعه شناختی خود حل می کند به این بیان که موسیقی بیان ناتوانی های انسان است و بیان شکاف ها و تناقضات زندگی اجتماعی است، موسیقی انتقال دهنده غم و شادی و شور و هیجان به مخاطب خویش است؛ اما نه این معنی که خود موسیقی دارای احساس است بلکه موسیقی تنها بیانگر احساس (قطعات موسیقی یا اجراهای موزیکال بیان کننده احساس هستند نه این که اجراهای موسیقی موزیکال بیان کننده احساس هستند نه این که اجراهای موسیقی خودشان احساسات باشند. هنرمندان احساسات یا هیجانان خود را تولید اثر هنری وارد و ارائه می کنند. احساساتی که از آثار هنری تفسیر و برداشت می شوند و نوعی تصدیق و واکنش به خالقان آثار هنری هستند. در واقع احساسات برداشت شده از آثار هنری به عنوان احساساتی که منفعتشان آن ها را تجربه و حس کرده اند و از طریق اجرای قطعات هنری عرضه و بیان کرده اند، نگریسته می شوند، واکنش احساسی شنونده به یک اثر موزیکال، واکنشی است بیانگر احساساتی که آهنگساز هنگام خلق اثر آن ها را تجربه کرده است. شخص مخاطب می تواند احساس مصنف (شاعر) را از آهنگش دریابد همانطور که میتواند ناراحتی فرد را از روی رفتار و علائمی چون گریه کردن و اخم کردن تشخیص دهد. احساس مخاطب در واقع همان احساس مصنف است. طبق این نظر، واکنشی احساسی شنونده به یک اثر موسیقایی واکنشی است بیانگر احساساتی که آهنگساز هنگام خلق اثر آن ها را تجربه کرده است. واکنش مخاطبان به موسیقی از خود موسیقی جدا نیست و موسیقی ذاتا دارای معنا و انتقال دهنده احساس است و واکنش افراد به موسیقی نیز یک اعتبار میان افراد است و واکنش احساسی مخاطبان به موسیقی از ویژگی احساسی و نیز معانی خود موسیقی جدا نیست. خود موسیقی با دارای ویژگی هایی باشد که با اصطلاحات فنی موسیقی قابل تبیین و صحیح باشد، سپس، چنین موسیقی ای متمایل به این که احساس را در مخاطبی نظریه تحریک، به معناداری موسیقی قائل است و معتقد است که واکنش های مخاطبان به موسیقی نشان از این دارد که معنایی را از موسیقی دریافت کرده اند و به همین دلیل عمیقا به آن واکنش نشان می دهند. موسیقی مانند کسی است که حرفی مهم را به آن ها زده و آنها نیز در مقابل احساسات خود را نسبت به آن بروز می دهد تا نشان دهند به آن همدرد هستند. در واقع مخاطب هنگام تجربه موسیقایی، معنایی از آهنگ دریافت می کند و به آن واکنش مناسب و شایسته مخاطب به موسیقی را شرح دهد به این شکل که در ابتدا خود موسیقی باید دارای ویژگی هایی باشد که با اصطلاحات فنی موسیقی قابل تبیین و صحیح باشد. سپس، چنین موسیقی ای متمایل است به این که احساس را در مخاطبی برانگیزد که بدون وجود موانع و مزاحم های فکری به آهنگ گوش می دهد و به آن توجه و تمرکز دارد. در نهایت، تحریک احساس توسط موسیقی به شکل غیر عمدی و ناخودآگاه شکل می گیرد تا واکنش مناسب مخاطب به آن همیشگی بوده و به نحو شایسته و اخلاقی انجام شود. البته یک ایراد به نظریه تحریک وارد است. این ایراد این است که واکنش همه مردم به موسیقی و تحریک شدن احساسات افراد از طریق موسیقی حتی با شرایط ذکر شده در این نظریه باز هم کلیت ندارد و موسیقی همه جا و همیشه واکنش احساسی مخاطب را بر نمی انگیزد. موسیقی غمناک، موسیقی است که ما را غمناک می کند و این تحریک ساده احساسات است اما در شکل پیچیده تر این نظریه، موسیقی غمناک، موسیقی است که فقط شنونده را اندوهگین نمی کند بلکه حس شفقت و ترحم را نیز در او به وجود می آورد که نوعی واکنش به غم و اندوه دیگران است. موسیقی شکل دهنده افکار و ایده ها و احساسات فرد است. اگرچه ترکیبات موسیقی مستقیما و جز به جز مطابق با نگرانی های خاص و عملی انسان نیست ولی از چنان قدرتی در برانگیختن احساسات برخوردار است که میتوان آن را به زندگی افراد مرتبط دانست به طوری که احساسات افراد از آن به نحو عمیقی تاثیر می پذیرد. موسیقی می تواند معانی بسیاری را به مخاطبان خود القا کند و احساسات آن ها را برانگیزد. (آهی، ۱۳۹۵) شناخت موسیقی شامل استفاده از کدهای صوتی و شنیداری برای برانگیختن انواع تجربیات آگاهانه است. هنگام شنیدن یک بیان موسیقی از احساسات، شنونده اغلب احساسات ابراز شده را در حالت عاطفی یا خلق و خوی خود جذب می کند. این پاسخ تحت نظریه سرایت اجتماعی توضیح داده شده بود. به نظر می رسد که

مردم احساساتی را که در دیگران مشاهده می‌شود درک می‌کنند. اگرچه به نظر می‌رسد که احساسات در موقعیت‌های اجتماعی مسری هستند. عجیب است که احساسات موسیقی به این راحتی قابل درک است. برخلاف سایر انواع سرایت، به نظر می‌رسد که میکروب‌های احساسات منتقل شده توسط موسیقی نیازی به تعامل اجتماعی ندارند- احساسات موسیقایی سرایت‌های هوایی هستند، تصور می‌شود که سرایت اجتماعی احساسات از تمایل به تقلید خودکار نشانه‌های اجتماعی دیگران، مانند وضعیت بدن، حرکت، حالات چهره و حالات صوتی ناشی می‌شود. شاید این دومی است که منجر به سرایت اجتماعی در موسیقی می‌شود. اگر موسیقی به دلیل شباهت آن با عبارات آوازی، گویا تلقی شود، ممکن است شنوندگان به تقلید از این عبارات آوازی، شاید به صورت ناخودآگاه، یا با آواز خواندن یا زمزمه کردن سوق داده شوند. این تقلید حرکتی ممکن است احساسات را برانگیزد، شاید از طریق بازخورد حس عمقی، گسترش احساسات مرتبط با پاسخ حرکتی به سایر اجزای پاسخ مرتبط با هیجان، همان‌طور که توسط پیشنهاد شده است. (Bharucha, & etal, 2006, 131-172)

یک قطعه موسیقی فیلم برجسته تر و اثرگذار تر از یک پلان از فیلم پدیدار گردد و قوانین مربوط به پیوستگی تصویر و افکت و کلام دنباله روی قوانین موسیقی فیلم باشند. در این حالت تأثیرگذاری و احساس برانگیزی عمومی موسیقی فیلم از آن چه ساختار بصری فیلم در پی آن است بیش تر می‌گردد. (روانجو، بی تا) از آن‌جا که فیلم به جز موسیقی، از انواع دیگر صداها نیز استفاده می‌کند، موسیقی آن باید به گونه‌ای مرتبط و هماهنگ با دیگر اصوات باشد، چه بسا که کارگران، ساختار و ترکیب اصوات طبیعی یا واقعی صحنه‌های فیلم خود را به گونه‌ای طراحی کرده باشد که موجد عبارات موسیقی شوند و بتوانند مبنای عمل و راهنمای کار آهنگساز قرار گیرند. (ضابطی جهرمی، ۱۳۸۵)

۷- موسیقی فیلم قادر است تصوراتی را برای مخاطب ایجاد کند که تصاویر به تنهایی قادر به خلق آن تصورات نیستند

سرعت انتقال احساسات توسط موسیقی بیشتر از تصاویر هستند به طوری که درک احساسات را می‌توان با موسیقی انتقال داد که تصویر به تنهایی قادر نیستند.

به علت قوانین و قراردادهای خاص و ویژه موسیقی که متفاوت از زبان گفتار است، انسان هنگام توصیف تجربیات موسیقایی خود از صنعت استعاره و تمثیل می‌برد تا احساس خود را نزدیک تر به آنچه خود تجربه کرده و به دیگری انتقال دهد. او در استعاره از قوه تخیل کمک می‌گیرد تا تجربه خود در وضعیت واقعی را به تصور و تخیل در آورد و خود را در حالت واقعی تصور کند. کاربرد استعاره و تمثیل در وصف تجربه احساسی گویای این است که ویژگی‌های احساسی انسان به واقعیت نزدیک و مشابه هستند. عبارات‌های احساسی که در مورد موسیقی به نحو استعاری یا تمثیلی به کار می‌رود می‌توانند بیانگر و اشاره‌کننده به تجربیات او در زندگی واقعی‌اش باشند؛ یعنی استعاره از حالت شخص در زندگی واقعی‌اش باشند و به عبارات واقعی و واژه‌به‌واژه که وی به واسطه زبان شفاهی و در ارتباطات واقعی‌اش به کار می‌برد شبیه هستند. در حقیقت، موسیقی باز نمود و نمادی از واقعیت احساسات انسانی است و واکنش مخاطبان به آن است که میان احساسات درونی آن‌ها و موسیقی و شکل اجرای آن یک ارتباط نزدیک و عمیق وجود دارد. ولی نه آن‌گونه که شخص در تجربه موسیقایی خود را در ورطه‌ای از اندوه واقعی بداند و غصه بخورد و آن‌غم را همیشه به عنوان یک واقعیت همراه خود بداند. (آهی، ۱۳۹۵)

موسیقی فیلم گاهی بسیار ساده و گاهی بسیار پیچیده است، گاهی در تاریخ سیر می‌کند و گاهی به آینده نظر دارد. گاهی به بیان شخصیت می‌پردازد و گاهی بیان احساسات متنوع انسانی. (روشن روان، ۱۳۷۷) گاهی حرکت را در ظرفیت‌ترین و دقیق‌ترین شکل خود بیان می‌کند و گاه ایجاد سکون و آرامش می‌کند. گاهی به بیان زمان می‌پردازد و گاهی به بیان مکان. گاه می‌خنداند، می‌گریاند. گاهی ایجاد دلهره، ترس و هیجان می‌کند و گاهی آرامش می‌بخشد. گاهی به ایجاد فضاهای صوتی برای تصاویر می‌پردازد و گاهی حس تداوم را در سکانس‌های فیلم به وجود می‌آورد. پرواضح است که موسیقی به تنهایی نمی‌تواند چیزی را تعیین کرده و به آن دلالت کند ولی این ویژگی را در طبیعت و ذات موسیقی می‌توان متصور شد که در همراهی با سایر عناصر دراماتیکی از جمله تصویر، احساسات مخاطب را با الگوی دقیقی منطبق سازد. قدر مسلم پیوند موسیقی با تصویر موقعی ویژه تر می‌شود به تصاویر دیداری نزدیک تر شده و به نوعی در درون تصویر حل شده باشد. موسیقی فیلم از جنبه‌های متعددی مورد بررسی قرار می‌گیرد که از آن جمله باید تناسب موجود بین موسیقی و محتوای فیلم اشاره کرد. موسیقی فیلم را می‌توان در وهله‌ی اول به عنوان برآیندی از تلفیق دو هنر موسیقی و فیلم دانست که در خلق آن باید هر دو هنر در خدمت یکدیگر بوده و با به کارگیری برخی المان‌های موجود که تقریباً با زیبایی‌شناسی عامه مطابقت دارد، ارتباط موسیقی و تصویر برقرار شده، به نوعی که موسیقی فیلم تأثیرگذار تصویر در مخاطب را به همراه داشته باشد: «برداشت ما از داستان، شخصیت‌ها و محتوای دراماتیک صحنه‌ها و سکانس‌های فیلم به شدت از نوع و شیوه‌ی دریافت ما از نمونه‌های دیداری را شکل می‌دهد و بسته به مورد، این دریافت را تقویت، مشروط یا حتی نفی می‌کند. از این روست که تأثیر موسیقی فیلم اغلب گرچه ناخودآگاه اما شدید است؛ کافی است صحنه‌ای تأثیرگذار را بدون موسیقی‌اش تماشا کنیم تا این نکته دستگیرمان شود. موسیقی یک عنصر انتزاعی است نقشی از سایر عناصر در ساختار فیلم دارد. ایجاد پیوستگی در فیلم، بیان افکار و احساسات بیان نشده و موقعیت‌های زمانی و مکانی صحنه از نقش‌های مختلف موسیقی در فیلم است آنجا که سخن باز می‌ماند، موسیقی آغاز می‌گردد. در هر فیلم قادر به بیان آن‌ها نمی‌باشد و از آنجا

که موسیقی، بیان حسی بسیار قوی دارد، خیلی از حرف‌هایی که در کل فیلم باید گفته شود به عهده موسیقی گذاشته می‌شود. وقتی انسان با موسیقی فیلم سر و کار پیدا می‌کند در واقع آنچه را می‌بیند، باید شنود و آنچه را می‌شنود باید ببیند. ملاحظه می‌کنید که در این مرحله ارتباطی چنین محکم بین دیدن و شنیدن برقرار می‌گردد، سپس بنابراین آن موسیقی می‌تواند در فیلم موفق باشد که در واقع آنچه را در فیلم موفق باشد که در واقع آنچه را در فیلم دیده می‌شود به زبان خاص خودش بیان کند. (امامی، ۱۳۹۸)

در بیش تر موارد فیلم‌سازان از موسیقی در مقام تشدید کننده ی تصویر و اتمسفر زمینه استفاده می‌کنند. بعضی از فیلم‌سازان هم روی موسیقی صرفاً توصیفی اصرار دارند که در آن، موسیقی همچون گونه ای معادل لفظ به لفظ تصویر به کار می‌رود، به‌طور مثال اگر در فیلمی یک شخصیت در حال دزدی از یک گاو صندوق است، هر حرکت دست او برای گشودن رمز گاو صندوق باید با یک نت موسیقایی ایجاد تعلیق کند. (روانجو، بی تا) کانت عقیده داشت که موسیقی ما را مجبور به فکر کردن نمی‌کند، بلکه برعکس، ما را به واکنش و رویایی شدن وا می‌دارد و در این زمینه از سایر هنرها قدرتمند تر است. موسیقی بیشتر از سایر هنرها حس درونی را برمی‌انگیزد و با انجام دادن این کار، رویایی شدن یا انتقال حس‌های درونی را آسان می‌کند. در حقیقت موسیقی، همانطور که زمان به ظاهر عقاید یا اشیاء را باز می‌نماید، احساسات را باز می‌نماید.

کانت بر این باور بود که موسیقی هیچ ایده ای را بیان نمی‌کند بلکه تنها احساسات را انتقال می‌دهد. کانت بر سرشت اجتماعی انسان و اینکه جامعه پذیری ذاتی انسان تأکید می‌کند. در همین راستا انسان همواره می‌خواهد احساساتش را با دیگران تقسیم کند و تأیید ایشان را به دست آورد. در این فقره کانت بریده انتقال پذیری کلی احساس لذت تأکید می‌کند آن را نمودی از وجهه اجتماعی انسان می‌داند. هدف استفاده از موسیقی در سینما، افزودن بر قدرت بینایی فیلم است.

جدول ۲: ویژگی‌های موسیقی فیلم. ماخذ: نگارنده

۱. هدف اصلی حضور موسیقی در فیلم، تشدید حالت‌های مختلف تصویر و بازگویی بیشتر مفاهیم موجود در فیلم برای مخاطب پذیری بهتر آن است.
۲. در برجسته سازی مفاهیم موجود و هویت بخشی به شخصیت‌های داستان نقش اساسی ایفا می‌کند که در آن مهم، از طریق به کارگیری نشانه‌های خاص موسیقایی و تصویری به مخاطب لقا می‌شود.
۳. موسیقی فیلم در جهت تکمیل و زیبایی فیلم به کار گرفته می‌شود.
۴. کمک به درک معنی فیلم است
۵. موسیقی تیتراژ بیانگر فضای کلی داستان است
۶. موسیقی موفق فیلم آن است که بتواند هرچه بیشتر و بهتر مفاهیم، فضاهای دراماتیک و احساسی، تأثیرات بخصوص مورد نظر کارگردان و به‌طور کلی بیان فیلم را قوی تر و موثر تر نماید.
۷. ارزش و احساس و تفکر و بیان در موسیقی فیلم تنها در صورتی قابل درک و پذیرفتنی است که در راستای تکمیل گرداندن و به انجام رسانیدن روند هدفمند احساس و تفکر و بیان فیلم پدید آیند.
۸. هدف استفاده از موسیقی در سینما، افزودن بر قدرت بینایی فیلم است.

۸- ذوق موسیقایی

ذوق موسیقایی-توانایی برای فهم و ارزیابی زیبایی موسیقایی، شکل یا هر نوع دیگر برتری-همیشه به عنوان یک عامل صرفاً عقلی که متعلق به یک حوزه فلسفه زیباشناسی می‌باشد، بررسی شده است و این که تعلق دارد یا ندارد، خود دیدگاه رایجی است که نشان دهنده تعلق خاطر کوچکی است که به ریشه و منشأ ذوق دارد. توانایی در تشخیص خوب از بد یک وظیفه ضروری است که نه تنها به احساسات ناب، بلکه به قضاوت هوش مندانه نیز نیازمند است؛ بنابراین، با توجه به اظهار نظر متفکرین می‌توان نتیجه گرفت که؛ فردی که دارای ذوق است، هیچ نیازی به راهنمایی تئوریک ندارد برای آنکه قادر باشد تا پدیده را طبقه بندی کند. (سیلبرمن، ۱۳۹۸) ذوق موسیقایی یک پدیده اجتماعی است که ظهور و افول آن درون حیات اجتماعی که او بدان متعلق است به‌طور اجتماعی مشروط و تعیین می‌شود. (همان) فرآیند‌های اجتماعی - کارکردی ذوق، در آن جاهایی که تجربه موسیقایی با یک نوع "خدمت به مصرف کننده" مرتبط می‌شود، اهمیت ویژه ای دارد. آمارهای موسیقایی به ویژه به عنوان یک روش در یادگیری فرآیند اجتماعی کنترل ذوق پر اهمیت می‌شوند. تقلید، نفوذ و تأثیر، سیاست‌ها و تحمیل ذوق همه این موارد زیر چتر مفهوم کنترل ذوق قابل بررسی است خودشان را در اشکال معین رفتار متجلی می‌کنند. در حقیقت اینها نتایج این کارکرد می‌باشد. این واقعیت که ذوق می‌تواند کنترل شود، تأثیر بپذیرد و تحمیل شود به هیچ وجه جدید و تازه نیست. چرا که این ادعا را میتوان با هزاران نمونه و مثال روشن ساخت. این از عملکردهای مطلوب مورخان هنری، تحلیل آثار هنری به منظور پی بردن به شرایط جامعه است که آنها را تولید کرده است. اگرچه آنها ممکن است که هیچ شناختی از اصول جامعه شناسی برای هدایت تحلیل شان

نداشته باشند. بدون مشاهده و بررسی تعامل کارکرد آنهايي که اثر هنري را توليد مي کنند و آنهايي که آن را مصرف مي کنند، چنين نويسندگاني اثر هنري را به منزله یک نشانه ای از وضعیت یک جامعه معین ارتقاء می دهند؛ بنابراین، آنها نتیجه می گیرند که وضعیت جامعه تنها نوع هنر توليد شده متناسب با زمان را تعیین می کند. این دیدگاه ممکن است در اینجا کاملاً صحیح و درست باشد، اما آن اغلب نادرست است. تنها کاربرد اصل کارکردی - به عبارت دیگر بررسی و آزمون ریشه ها و نه سطح می تواند به ما اجازه دهد که عناصر نشانه ای را که برای جامعه شناسی موسیقی ارزشمند هستند را بشناسیم. این مسئله زمانی به روشن ترین وجه آشکار می شود که ما با شدیدترین و نیرومندترین تجلی کنترل ذوق یعنی تحمیل ذوق مواجه می شویم. خواه این فرآیند در تقاضا برای یک نوع سیاسی موسیقی گنجانده شود که به طور مستقیم با حوادث تاریخی و توسعه تفکرات و عواطف بشري مرتبط است چه در عادت به سرزنش گروه های توليد کننده، گرایشات ضد دموکراتیک و فرمالیستی. ضمن این که این موضوع باعث می شود قدرت صنعت فرهنگ را تشخیص دهیم، وابستگی این صنعت به فرآیندی از آفرینش فرهنگی را هم نشان می دهد که فراتر از حوزه کنترل مستقیم این صنعت قرار دارد؛ این موضوع این مساله را به وجود می آورد که مرزهای صنعت فرهنگ با «تجارتی» که با هر آنچه فرای این مرزها وجود دارد روی می دهد، کجاست. (ویتکین، ۱۴۰۰) اجتماعیت زدایی موجود در توليد کالا، انبوهی از مصرف کنندگان فردی را با نظم اقتصادی یکسویه ای که برای توليد کالا به وجود آمده مواجه می کند. پیوند حیاتی بین کالا و مصرف کننده که ستون اتکای سرمایه داری است، ناشی از اثرپذیری غیر اجتماعی از «محرک» است، نه اثرپذیری اجتماعی از «ارزش». کالاها فقط به واسطه ظرفیتی که برای تهیج و به کارگیری محرک ها دارند می توانند کسب قدرت کنند و ارزش مبادله ای خود را به حداکثر برسانند؛ بنابراین، ارزش یک کالا را می توان با اندازه گیری میزان «تأثیر مطلوب» آن سنجید. تجهیزات بازاریابی و تبلیغات به کار گرفته می شوند تا نیازهایی را تهیج کنند و برانگیزانند که جهان توليدی کالاها و تاثیراتشان آنها را برآورده می کنند. آدورنو موسیقی مردم پسند و موسیقی جدی را دو نیمه ی یک واقعیت یکسان می بیند- بلکه از این نهاده ی آدورنو ریشه می گیرد که موسیقی ای که جایگاه کالایی و کالایی شدن را می پذیرد و تسلیم قدرت فریب کارانه ی نیروهای جمعی می شود را از آن موسیقی خود تأمل گری که در برابر آن نیروها مقاومت می کند جدا می سازد. در واقعیت، هر دوی این موسیقی ها را می توان ناتوان دانست. مورد اول ناتوان است چون نوکر صنعت فرهنگ است؛ و دومی ناتوان است چون غربت گزیده ای است که تأثیر محسوسی بر چیزی ندارد.

هیوم و کانت بر این باورند که حکم زیبایی شناختی مستلزم «ذوق» است و دیگر آنکه کیفیات زیبایی شناختی سوژکتیو هستند. (گاردنر، ۱۳۹۶)

کانت در نظریه «امر زیبا» می گوید: زیبایی آن است که لذتی بیافریند رها از بهره و سود، بی مفهوم و همگانی که چون غایتی به هدف باشد. امر زیبا سرچشمه آن حس است و خاص انسان. (باغبان ماهر، ۱۳۹۰) هیوم در باب «معیار ذوق» بیان می کند: تنها داشتن حس نیرومند که با تأثیر حسی ظریف همراه باشد، با تمرین پروده تر شود، رو به کمال رود و از هرگونه پیش داوری و تعصبی پاک گردد می تواند منتقد را به این سرشت ارزشمند بیاراید» (تسلیمی، ۱۳۹۶)

شکل ۱: تأثیر موسیقی بر فیلم و مخاطبان. ماخذ: نگارنده



۹- عواملی که باعث می‌شود موسیقی فیلم مورد توجه مخاطبان و اثرگذار نباشد

- تهیه کننده بد
- مشکل و مسائل اقتصادی (جنبه مالی)
- نداشتن امکانات موسیقی در تنوع سازها
- عدم درک موسیقی فیلم از سوی کارگردانان
- وجود بی مورد دستگاه های الکترونیکی
- سفارشات متعدد و زیاد
- بی حوصلگی آهنگساز
- کمبود وقت و زمان
- عدم همکاری مشترک بین کارگردان، آهنگساز و تهیه کننده
- دخالت های غیر حرفه ای عوامل کارگردان، آهنگساز و تهیه کننده
- خط قرمزها و محدودیت ها
- تابع سلیقه آهنگسازان

۱۰- موسیقی فیلم از دیروز تا امروز

موسیقی فیلم‌های منتخب در این بخش بر اساس زیبایی شناسی موسیقی و اثرگذاری آن در مخاطبان بررسی می‌شود. مخاطبان مهم ترین دلیل اصلی برای موفقیت در یک فیلم هستند زیرا وقتی رابطه موسیقی و فیلم هماهنگی لازم را داشته باشد باعث ایجاد جذب در مخاطب می‌شود؛ در نتیجه در فروش فیلم اثرگذار است و حتی پس از گذشت سالها همچنان در یاد مخاطبان باقی می‌ماند. حتی گاهی اوقات یادآوری بعضی موسیقی فیلم‌ها سبب لذت و یادآوری خوش گذشته می‌شود؛ و این نتیجه یک فیلم موفق است که توانسته چنین بازتابی در عرصه سینما و موسیقی و همچنین مخاطبان یعنی مردم داشته باشد.

جدول ۳: موسیقی فیلم از دیروز تا امروز (فغوری، ۱۳۹۸)

در چنین حال و هوایی است که انوهی از فیلم‌های هندی از راه می‌رسند و تا تهیه کنندگان و کارگردانان ایرانی بجنبند، ذهن و قلب تماشاگران ایرانی را تسخیر می‌کند. تماشاگران به سینما می‌روند و پس از پایان فیلم، با چشمانی سرخ از گریه، بیرون می‌آیند. سینماگران ایرانی که توان رقابت با چنین سینمایی را ندارند، راه مقابله را در ساختن کپی فیلم‌های هندی می‌یابند، فیلم‌هایی غمگین یا ساز و آواز.	سینمای دهه ۴۰
در حالی که فیلمسازی با قدرت پیش می‌رود و برای جلب تماشاگر به کلیشه های همیشگی می‌پردازد که بزنی بهادری که بخش زیادی از وقت خود را در کاباره ها می‌گذرانند تا حضور زنان نیمه لخت در این گونه فیلم‌ها توجیه شود. از آهنگساز فیلم‌های کلاه مخملی میتوان حسین واثقی را نام برد. فیلم‌سازان جوانی هم هستند که در زمره روشنفکری و موج نو قدم تازه ای هم برداشته اند؛ مانند مسعود کیمیایی که با فیلم قیصر به شهرت رسید و فیلم‌های دیگری از جمله رضا موتوری، داش اکل، گوزن ها و... توانست موج تازه ای را در سینمای ایران ایجاد کند، موجی که هم تماشاگر معمولی را دنبال خود می‌کشد و هم منتقدان و تماشاگر روشنفکر و فرهیخته را. یکی از ویژگی های ماندگاری فیلم‌های کیمیایی را می‌توان توجه او به موسیقی فیلم‌های اشاره کرد که با آهنگسازی دوست دوران دبستانی اش اسفندیار منفردزاده بسیار در ماندگاری آثارش تاثیر بسزایی داشته است.	سینمای دهه ۵۰
دست اندرکاران سینما که در ماه های آغازین انقلاب در تردید به سر می‌بردند و نمی‌دانستند چه باید بکنند، پس از گذشت سه - چهار سال از انقلاب رفته رفته راه فیلم ساختن در فضای جدید را پیدا می‌کنند و فیلم‌هایی ساخته می‌شوند. بخشی از سینماگران نسل پیش از ایران رفته اند و برخی دیگر کنار گذاشته شده اند. در این چند سال یکی از مهم ترین دغدغه ها و پرسش ها این بود که آیا کسانی که پیش از انقلاب در سینما فعالیت داشتند، بعد از انقلاب هم در سینما حضور داشته باشند یا نه؟ برخی دیگر با شرط هایی موافق هستند.	سینمای دهه ۶۰
در حالی که فیلم ساختن در برخی موضوع ها و بخصوص فیلم‌های انتقادی با مشکلاتی روبه روست، تمام ظرفیت سینمای ایران به «سینمای کودک و نوجوان» و «سینمای جنگ» منتقل می‌شود و کارگردانان جدی سینمای ایران در این دو زمینه فیلم‌هایی عرضه می‌کنند. حضور سینماگران برجسته، در این عرصه رقابت ایجاد می‌کند و باعث پیشرفت سینمای کودک و نوجوان می‌شود. گذشته از این دو موضوع، فیلم‌های خانوادگی نیز در این دوره افزایش می‌یابند.	سینمای دهه ۷۰
در این دهه تنوع فیلم‌ها بیشتر می‌شود. دیگر فقط فیلم‌های با موضوعات جنگ نیست، کمدی، اجتماعی، عاشقانه و... جای خود را در سینما پیدا کرده اند؛ اما می‌شود هنوز فیلم‌هایی ساخت که به دوره جنگ هم مربوط شود.	سینمای دهه ۸۰
در دهه ۹۰ خیلی مسائل جامعه و مشکلات اجتماعی مطرح است و حتی در قالب طنز هم به نمایش در می‌آید. فیلم‌هایی با موضوعات امنیتی و یا سیاسی هم نسبت به گذشته بیشتر ساخته می‌شود. کارن همایونفر آهنگساز در خصوص وضعیت موسیقی فیلم‌های این روزهای سینمای ایران گفت: رویکرد موسیقی فیلم در سینمای ایران نسبت به دهه ۶۰ و ۷۰ کاملاً در حال تغییر کردن است. کارگردان‌ها تمایل کمتری به قصه‌گویی دارند و در همین راستا تمایل کمتری به استفاده از موسیقی نشان می‌دهند. آن‌ها گمان می‌کنند فیلمشان بدون موسیقی دارای مفاهیم روشنفکرانه بیشتری خواهد بود.	سینمای دهه ۹۰

جدول ۴: مروری بر موسیقی فیلم‌ها از دهه ۴۰ تاکنون. ماخذ: نگارنده

سال	آهنگساز	کارگردان	نام فیلم
۱۳۴۴	حبیب الله بدیعی	سیامک یاسمی	گنج قارون
۱۳۴۷	انوشیروان روحانی	محمدعلی فردین	سلطان قلب‌ها
۱۳۴۸	پرویز اتابکی، اسفندیار منفردزاده، واروژان، بابک افشار	علی حاتمی	حسن کچل
۱۳۴۸	انوشیروان روحانی	عباس شباویز	روسی
۱۳۴۹	اسفندیار منفردزاده	مسعود کیمیایی	قیصر
۱۳۴۹	اسفندیار منفردزاده	علی حاتمی	طوقی
۱۳۴۹	اسفندیار منفردزاده	مسعود کیمیایی	رضا موتوری
۱۳۵۰	اسفندیار منفردزاده	مسعود کیمیایی	داش آکل
۱۳۵۰	اسفندیار منفردزاده	امیر نادری	خداحافظ رفیق
۱۳۵۱	انوشیروان روحانی	امان منطقی	بابا نان داد
۱۳۵۲	لوریس چکنواوریان	امیر نادری	تنگسیر
۱۳۵۴	واروژان	مسعود اسدالهی	همسفر
۱۳۵۴	واروژان	فرزان دلجو	علف‌های هرز
۱۳۵۴	اسفندیار منفردزاده	مسعود کیمیایی	گوزن‌ها
۱۳۵۶	بابک بیات	سیروس الوند	فریاد زیر آب
۱۳۵۶	مجتبی میرزاده	پرویز صیاد	در امتداد شب
۱۳۵۷	واروژان - شهرداد روحانی	محمدعلی فردین	بر فراز آسمان‌ها
۱۳۶۴	ناصر چشم‌آذر	ایرج قادری	تاراج
۱۳۶۴	محمد رضا علیقلی	مرضیه برومند و محمدعلی طالبی	شهر موش‌ها
۱۳۶۶	مجید انتظامی	امیر قویدل	ترن
۱۳۶۷	مجید انتظامی	حمید درخشانی	شب بیست و نهم
۱۳۶۸	گیتی پاشایی	مسعود کیمیایی	سرب
۱۳۶۸	مجید انتظامی	سیف‌الله داد	کافی مانگا
۱۳۶۸	ارسلان کامکار	علی حاتمی	مادر
۱۳۷۲	مجید انتظامی	ابراهیم حاتمی‌کیا	از کرخه تا لاین
۱۳۷۳	محمد رضا علیقلی	ایرج طهماسب	کلاه قرمزی و پسرخاله
۱۳۷۳	مجید انتظامی	شهرام اسدی	روز واقعه
۱۳۷۴	مجید انتظامی	ابراهیم حاتمی‌کیا	بوی پیراهن یوسف
۱۳۷۴	ناصر چشم‌آذر	کیومرث پوراحمد	خواهران غریب
۱۳۷۵	کارن همایونفر	مسعود کیمیایی	سلطان
۱۳۷۶	بابک بیات	مسعود کیمیایی	مرسدس
۱۳۷۷	مجید انتظامی	ابراهیم حاتمی‌کیا	آژانس شیشه‌ای
۱۳۷۸	مجید انتظامی	مسعود کیمیایی	اعتراض
۱۳۸۷	وارطان ساهاکیان	بهرام بیضایی	سگ‌کشی
۱۳۷۸	محمد رضا علیقلی	ابراهیم حاتمی‌کیا	روبان قرمز
۱۳۷۹	محمد رضا چراغعلی	خسرو معصومی	پر پرواز
۱۳۸۲	عماد بنکدار	داریوش مهرجویی	مهمان مامان
۱۳۸۲	مجید انتظامی	احمد رضا درویش	دوئل
۱۳۸۳	محمد رضا علیقلی	رضا میرکریمی	خیلی دور خیلی نزدیک
۱۳۸۵	آریا عظیمی‌نژاد	رسول صدرعاملی	میم مثل مادر
۱۳۸۵	اردوان کامکار و محسن چاووشی	داریوش مهرجویی	سنتوری
۱۳۸۵	فریدون شهبازیان	مسعود ده‌نمکی	اخراجی‌ها
۱۳۸۸	فردین خلعتبری	حسن فتحی	کیفر
۱۳۸۹	آریا عظیمی‌نژاد	همایون اسعدیان	طلا و مس
۱۳۸۹	محمد رضا علیقلی	رضا میرکریمی	یک حبه قند
۱۳۹۲	سهراب پورناظری	حمید نعمت‌الله	آرایش غلیظ
۱۳۹۴	بهزاد عبدی	بهروز شعبانی	سیانور

سال	آهنگساز	کارگردان	نام فیلم
۱۳۹۴	کارن همایونفر	ابراهیم حاتمی کیا	بادیگارد
۱۳۹۵	مسعود سخاوت دوست	نرگس آبیاری	نفس
۱۳۹۵	حبیب خزائی فر	محمد حسین مهدویان	ماجرای نیم روز
۱۳۹۵	سهراب پورناظری	حمید نعمت الله	شعله ور
۱۳۹۶	مسعود سخاوت دوست	مهران احمدی	مصادره
۱۳۹۷	پیمان یزدانیان	سعید روستایی	متری شش و نیم
۱۳۹۷	مسعود سخاوت دوست	نرگس آبیاری	شبی که ماه کامل شد
۱۳۹۷	بامداد افشار	هومن سیدی	مغزهای کوچک زنگ زده
۱۳۹۸	حبیب خزائی فر	محمد حسین مهدویان	ماجرای نیم روز - رد خون
۱۳۹۸	آرمان موسی پور	مصطفی کیایی	مطرب

۱۱- نتیجه گیری

یکی از مهم ترین نتایج و اهداف صنعت فرهنگ، ایجاد یک فرهنگ توده ای است. فرهنگ توده ای را برآیند صنعت فرهنگ دانست. صنعت تمام اشکال و کالاهای فرهنگی وابسته به «تولید صنعتی» و «تکثیر انبوه» و نیز رسانه های وابسته به سرمایه گذاری گسترده و تولید تکنولوژیک جمع «صنعت سینما و تلویزیون» را در برمی گیرد. صنعت فرهنگ هر اندازه قدرتمند تر شود می تواند با نیازهای مصرف کنندگان سر و کار یابد. هدف از تولید کالا این است که بیشترین تعداد ممکن مشتری را جذب خود کند. در عصر سرمایه داری پیشرفته تلفیق فرهنگ و سرگرمی است که سینما هنری است که با سرگرمی فرهنگ توده تلفیق می شود که مصرف کنندگان را مجبور به استفاده از آن می کند بدون آنکه مخالفت یا انتخاب شخصی باشد. صنعت فرهنگ در سینما آگاهانه مصرف کنندگان سطح بالا را درهم ادغام کرده و دو حوزه هنری سطح بالا و سطح پایین را که هزاران سال از هم جدا بودند وادار می کند تا باهم و پهلوی هم قرار بگیرند. صنعت فرهنگ از طریق سینما چنان فرهنگ توده را غرق در دنیای خیالی فرهنگ توده را غرق در دنیای جذاب خیالی خود ساخته که به دشواری می توانند روزمره را جدا از آن تصور کنند. در اینجا موسیقی با سینما همراه می شود چرا که آدورنو قائل به تاثیر جامعه بر موسیقی بود «هنگامی که از جامعه شناسی موسیقی سخن می گوید این است که موسیقی برای مخاطب حالت هایی را می سازد و عواطفی را برانگیزد که به زبان قابل بیان نیستند. آدورنو این نگاه جامعه شناختی خود حل می کند به این بیان که موسیقی بیان ناتوانی های انسان است و بیان شکاف ها و تناقضات زندگی اجتماعی است.

نظام اجتماعی نقش اساسی در جامعه و مردم دارد و حتی در هنرها هم اثرگذار است بخصوص امروزه در قرن بیستم، سینما و موسیقی که رابطه نزدیکی با مردم با هر قشر و فرهنگ و نسلی دارد. در هر دوره ای شرایط اجتماعی متفاوت بوده است، در نتیجه مردم خواهان فیلم هایی هستند که مطابق شرایط آن دوره اجتماعی باشد. البته در خصوص موسیقی به خوبی نشان دهنده آن است که تعارض در بین دستگاه های دولتی هم وجود دارد.

در همین راستا موسیقی فیلم هنری است که در دل فیلم قرار دارد و تاثیراتی بر مخاطبان می گذارد که با گذشت زمان در یادها می ماند و ماندگار می شود. موسیقی احساساتی را بیان می کند که در میان همه انسان ها مشترک است. در سینما که موسیقی همراه کننده فیلم است نقش به سزایی در تأثیرگذاری آن دارد و موسیقی فیلم باعث می شود با توجه به زیبایی شناسی و ذوق و سوژکتیویسم بودن در میان مخاطبان حس خوشایندی مشترک ایجاد کند و احساسات مخاطبان را برانگیزد. طبق نظریه هیوم و کانت: زیبایی شناسی مستلزم ذوق است و کیفیت زیبایی شناختی سبژکتیو هستند.

موسیقی فیلم با توجه به نظریه صنعت فرهنگ آدورنو و هور کهایمر به روابط عمومی تبدیل می شود و به خودی خود به تولید «حسن نیت» تبدیل گردد؛ و نیازهای سرمایه داری باعث تولید این فرآیند می شود.

حتی موسیقی فیلم نوعی «تبلیغ» برای فیلم محسوب می شود که مخاطبان را جذب و ترغیب می کند. امروزه صنعت فرهنگ از طریق رسانه های اثرگذاری مثل تلویزیون و سینما که رسانه ای صوتی و تصویری است، در اختیار مردم عرضه می شود و در ماندگاری ذهن مخاطب تاثیر بیشتری می گذارد. هیوم بر این باور است که آزمون زمان سرانجام حرف آخر را می زند و تنها آن چیزهایی که حقیقتا به لحاظ زیبایی شناسانه لذت بخش اند همچنان با گذشت سال ها نظر افراد را به خود جلب می کند.

تکرار موسیقی فیلم در رسانه ها عامل دیگری در ماندگاری در ذهن مخاطب دارد که در قالب صنعت فرهنگ که عنصر آن رسانه است موسیقی فیلم چندین بار در رسانه مانند تلویزیون و رادیو پخش می شود. صنعت فرهنگ، بنا به طبیعتش، فراسوی مرزهای ملی عمل می کند و بازار وسیع تری را می طلبد که می توان گفت این صنعت برای هنرمندان ملی، شهرتی فرا ملی ایجاد می کند.

۱. آهی، محدثه. (۱۳۹۵). موسیقی و احساس از دیدگاه نظریه تجلی، احساس و تحریک، نشریه پژوهش های علوم انسانی نقش جهان. شماره ۹، ۳۹-۵۰
۲. امامی، محمد. (۱۳۹۸). ضرورت حضور موسیقی در فیلم، همایش ملی هنرهای نمایشی و دیجیتال، دانشکده هنر دامغان، ۱-۱۱
۳. باغبان ماهر، سجاد. (۱۳۹۰). آشنایی با فلسفه هنر و زیبایی. تبریز: نشر ستوده
۴. تسلیمی، نصراله. (۱۳۹۶). فرهنگ زیبایی شناسی. گرگان: گنبد مینا
۵. روشن روان، کامبیز. (۱۳۷۷، بهار). جنبه های دراماتیک موسیقی ایرانی و کاربرد آن در موسیقی فیلم، نشریه هنر، شماره ۳۵، ۲۰۴ تا ۲۱۳.
۶. روانجو، مجید. (بی تا). جستاری در موسیقی فیلم، نشریه نقد سینما، شماره ۲۶ و ۲۸، ۴۲-۴۷
۷. سیلبرمن، آلفونز. (۱۳۹۸). جامعه شناسی موسیقی، ترجمه روح الله قاسمی. تهران: اندیشه احسان. (تاریخ انتشار به زبان اصلی، بی تا)
۸. ضابطی جهرمی، احمد. (۱۳۸۵). ویژگی و معیارهای زیبایی شناسی موسیقی فیلم، پژوهش و سنجش، (۱۳) ۴۵ و ۴۶، ۹۵-۱۱۰.
۹. فغوری، گیسو. (۱۳۹۸). سرگذشت سینما در ایران. تهران: نشر افق
۱۰. کاشفی، سعید (۱۳۸۰). آهنگسازان فیلم، تهران: نشر نوروز هنر
۱۱. کمال پورتراب، مصطفی. (۱۳۸۵). تئوری موسیقی، تهران: نشر چشمه
۱۲. گاردنر، سیاستین (۱۹۹۹) آشنایی با فلسفه تحلیلی زیبایی شناسی. ترجمه: نوید افشارزاده (۱۳۹۶). تهران: انتشارات حکمت
۱۳. ویتکین، رابرت (۱۹۹۸). آدورنو و موسیقی. ترجمه: خیاطی، حسن (۱۴۰۰). تهران: نشر سرود
14. Bharucha, J . Curtis, M . Paroo, K . (2006) . Varies of musical experience . Journal of Elsevier, 100, 131 – 172