

یازده تزدرباره‌ی موسیقی

پل برکت

ترجمه‌ی امیر گرایش نژاد



اشاره

پل برکت (۱۹۵۶-۲۰۲۴) استاد اقتصاد در دانشگاه ایالتی ایندیانا، و نویسنده‌ی کتاب *مارکس و طبیعت*^۱ (Haymarket, second edition 2014) است. او هم‌چنین موسیقیدان جز بود. این مقاله برگرفته از یک دست‌نوشته‌ی پیشتر منتشرنشده، به‌عنوان بخشی از یک گفتگوی مفصل با ویکتور والز،^۲ استاد علوم انسانی کالج موسیقی برکلی، مقاله‌نویس *مانتلی ریویو* و نویسنده‌ی کتاب *انقلاب قرمز-سبز*^۳ (Political Animal Press, second edition 2022) است. برای آشنایی با دیدگاه والز درباره‌ی روابط اجتماعی موسیقی به منبع زیر رجوع کنید. ["On Music and Politics," And Then, no.16 \(2011\): 79-80](#)

۱- از نظرگاه توسعه‌ی انسان، موسیقی (تا حد زیادی مانند شعر) راهی اساسی برای بیان^۴ فردی و جمعی عواطف شخصی و سیاسی مردم، از جمله آنانی در میان ماست که به‌وسیله‌ی ساختارهای مسلط قدرت به‌حاشیه رانده شده، سرکوب شده یا نادیده گرفته شده‌اند. از منظر مبارزه علیه سرمایه‌داری، آفرینش و اجرای موسیقی، شیوه‌ای است مطلقاً ضروری برای بسط‌دادن و اعتبار بخشیدن به ظرفیت‌های خلاقه‌ی بیانی مردم، در فرهنگ سرمایه‌دارانه‌ی شرکتی غالب و در برابر آن. موسیقی آفریده‌شده به‌شیوه‌ی مردمی (مردم‌نهاد^۵) می‌تواند مردم را قادر سازد تا عواطف شخصی و اجتماعی‌شان را به روش‌های نوآورانه‌ای به غیر از روش‌های موجود در صنعت فرهنگ سرمایه‌دارانه به بیان درآورند و [با یکدیگر] به اشتراک گذارند. این روش‌ها، دربرگیرنده‌ی تولید مشارکتی^۶ موسیقی و استفاده از تولید و اجرای موسیقایی برای درهم‌شکستن طبقه، جنسیت، نژاد و دیگر موانع توسعه‌ی انسان است.

توسعه‌ی آزاد انسان‌ها، در سطحی بسیار ابتدایی، مستلزم قابلیت مردم - چه در سطح فردی و چه در سطح جمعی - برای صورت‌بندی، بیان و به‌اشتراک گذاشتن عواطف شخصی و اجتماعی در پاسخ به روابط اجتماعی و بین‌فردی‌ای است که درون آن زندگی می‌کنند، کار می‌کنند و به‌عنوان انسان تکامل پیدا می‌کنند. توسعه‌ی قابلیت بیان و به‌اشتراک گذاشتن عواطف حتی ممکن است جنبه‌ای محوری از چیزی باشد که توسعه‌ی [گونه‌ی] انسان را در مقایسه با توسعه‌ی سایر گونه‌ها تعریف می‌کند. بیان موسیقایی بخش مهمی از این قابلیت است، به‌ویژه از آن‌رو که این بیان محدود به

یازده تزد در باره‌ی موسیقی

عواطفی نیست که می‌توانند از طریق کلمات صورت‌بندی شوند. موسیقی حتی می‌تواند عواطفی را بیان کند که یا ذاتاً فراتر از کلمات هستند یا در مراحل اولیه و پیشاکلامی^۷ برآمدن و صورت‌بندی قرار دارند.

۲- فرهنگ سرمایه‌دارانه تحت سلطه‌ی ضرورت‌های ارزش مبادله است (تولید، مبادله و توزیع رقابتی و سود-محور^۸). این مسئله [موارد متعددی را] در بر می‌گیرد: تقسیم فعالیت موسیقایی و دیگر فعالیت‌های خلاقه به قلمروهای جداگانه‌ی تولید و مصرف (بدل‌شدن موسیقی به چیزی که مردم به‌شکلی فردی می‌خرند، نه چیزی که به‌شکلی فردی و اجتماعی می‌آفرینند)؛ پاره‌پاره‌شدن فعالیت‌ها و محصولات خلاقه به مقولات مجزای تبلیغات توده‌ای؛ جداکردن بیان‌های موسیقایی و دیگر بیان‌های فرهنگی از خاستگاه‌های مردمی‌شان و تبدیل کردن آن‌ها به کالاهای بازار توده‌ای؛ و، مسلماً، تحمیل تقسیم کاری سلسله‌مراتبی، سود-بنیان^۹ و سود-محور به خود تولید موسیقایی. تمام این‌ها را می‌توان تا سلطه‌ی انباشت سرمایه بر حیات اقتصادی و اجتماعی و بدل‌شدن ارزش‌های استفاده‌ای (یعنی ثروت در معنای تنوع غنی توسعه‌ی انسان) به اشکال صرف ارزش مبادله‌ای، [یعنی] ثروت در حرکت انتزاعی گردش‌های سرمایه، ردیابی کرد. (نقد محیط‌زیستی^{۱۰} شکل^{۱۱} ارزش در کتاب من، مارکس و طبیعت، می‌تواند به تولید، مبادله و توزیع موسیقی نیز بسط یابد.)

۳- هنگامی که تجربه‌های موسیقایی مردم به مصرف و/یا تولید موسیقی سرمایه‌دارانه‌ی شرکتی محدود شود، قابلیت‌هایشان برای استفاده‌ی فردی و جمعی از موسیقی به‌مثابه‌ی روشی برای بیان و به‌اشتراک گذاشتن خودآیین عواطف (احساسات گوناگون شادی، ناامیدی، هم‌بستگی، انزوا و مانند آن) متوقف می‌شود، تحلیل می‌رود، بیگانه و به‌طور کلی توسعه‌نیافته می‌شود. اگر تولید موسیقایی موسیقیدانان به «اجرای دوباره^{۱۲}» آثار موسیقایی شرکتی^{۱۳} پذیرفته‌شده یا آثار «جدید» تقلیدی از شکل‌های پذیرفته‌شده‌ی تجاری محدود شود، این بیگانه‌شدن ظرفیت‌های خلاقه حتی برای خود موسیقیدان‌ها هم رخ می‌دهد. به این ترتیب، صنعت سرمایه‌دارانه‌ی شرکتی موسیقی

می‌تواند به‌عنوان شیوه‌ای^{۱۴} دیده شود که نظام به‌وسیله‌ی آن توسعه‌ی انسان را محدود و تحریف^{۱۵} می‌کند و این توسعه را درون اشکال و خروجی^{۱۶}‌هایی هدایت می‌کند که نه‌تنها نظام را تهدید نمی‌کنند بلکه درواقع قدرت سرمایه بر حیات انسان و چارچوب مادی-اجتماعی آن را تقویت می‌کنند.

۴- [مسئله] تنها این نیست که موسیقی به کالایی در دسترس برای خرید بدل شده است. موسیقی شرکتی برنامه‌ریزی شده بدل به موسیقی متنی برای هستی انسانی بیگانه‌شده [در اوقات گوناگون] شده است: در کار، عبور و مرور، هنگام خرید، در بارها و رستوران‌ها، هنگام مراجعه به دکتر، اداره‌ها یا دیگر مکان‌های انتظار که مردم وقت‌شان را با تلفن همراه، اینترنت و مانند آن صرف می‌کنند. این محیط موسیقایی برنامه‌ریزی شده و از پیش معین، در ظاهر انتخاب‌های موسیقایی بسیاری ارائه می‌کند، اما انتخاب‌هایی از میان بدیل‌هایی که توسط سرمایه‌ی شرکتی محدود و مقوله‌بندی شده‌اند و تولیدشان، به‌وسیله‌ی رقابت سرمایه‌دارانه و اولویت‌های مبتنی بر سود محدود شده و شکل گرفته، نه به‌وسیله‌ی الزامات توسعه‌ی فردی و جمعی انسان. به‌علاوه، تعداد انتخاب‌های در دسترس به شرایط [بسیاری] بستگی دارد، از جمله به قابلیت خرید، سبک^{۱۷}‌ها و مدهای باب روز^{۱۸} جریان اصلی و شرکتی و تطابق پیشینی خانوارها و مدیران کسب‌وکارها با ترجیحات موسیقایی جریان اصلی.

۵- حقیقت دارد که بیان عواطف شخصی و سیاسی تنها کارکرد معتبر^{۱۹} موسیقی نیست. لذت محض (شامل آسودن^{۲۰})، جشن گرفتن و تقویت سنت‌ها و توسعه و بهبودبخشیدن مهارت‌های تکنیکی و اجرایی، [از جمله] دیگر کارکردهای آن هستند. اما کارکرد بیانی موسیقی مهم‌ترین کارکرد آن برای [آن دسته از] ظرفیت‌های خلاقه و بیانی‌ای است که انسان را به‌عنوان گونه‌ای (به شکل بالقوه) منحصر به فرد از حیث برخوردار از خودآگاهی و عاطفه‌ی اجتماعی مشخص می‌کند. بنابراین، تحدید و هدایت مسیر بیان موسیقایی درون شکل‌ها و عواطفی که تابع کالایی‌سازی رقابتی و انباشت سرمایه هستند، شیوه‌ی مهمی است که سرمایه‌داری به‌وسیله‌ی آن توسعه‌ی

بازده تز درباره‌ی موسیقی

انسان را محدود و تحریف می‌کند. در مقابل، مبارزه‌ی موسیقیدان‌ها و عاشقان موسیقی برای خودآیینی در بیان موسیقایی (درون، مقابل و بیرون بازار) می‌تواند به‌عنوان بخشی از مبارزه‌ی وسیع‌تر برای توسعه‌ی انسان دیده شود، یعنی به‌عنوان نمونه‌هایی ضمنی و پیشینی^{۲۱} (و بعضی اوقات کاملاً آشکار) از مبارزات سوسیالیستی.

۶- در بدل‌شدن موسیقی به کالایی که مردم (و کسب‌وکارها) می‌خرند، اولویت‌های شرکتی، خود آفرینش موسیقی را محدود می‌کند. موسیقیدان‌ها تشویق می‌شوند که در فرآیند تعیین شکل‌هایی که می‌خواهند خود را در آن بیان کنند و همین‌طور در انتخاب انواع عواطفی که مایل هستند بیان کنند، «به دنبال بازار بگردند». ظرفیت‌ها و بیان‌های موسیقایی معمولاً محدود به مجراهای امن و قابل پیش‌بینی تجاری می‌شوند، [البته] به‌جز معدودی از تولیدکنندگان دارای امتیاز فرهنگ پیشرو^{۲۲} که به‌وسیله‌ی کمک‌هزینه‌های بنیادها، موقعیت‌های دانشگاهی و مانند آن تأمین مالی می‌شوند و می‌توانند برخی از اشکال جدید خلاقیت را به‌کار بگیرند، اما به شیوه‌ای که از اکثریت قریب به اتفاق کارگران و اجتماعات بیگانه‌اند و [تنها] نیازهای بورژوازی شرکتی (سفید و غیرسفید) را تأمین می‌کنند (برای مثال جَز در مرکز لینکلن^{۲۳} و سازمان‌های مشابه).

۷- با وجود این گرایش‌ها، تلاش‌های خودآیین مردم برای بیان عواطف شخصی و سیاسی‌شان از طریق موسیقی، ذاتاً دربرگیرنده‌ی مبارزه به‌گونه‌ای کاملاً همه‌جانبه است: مبارزاتی برای پدیدآوردن اشکال جدید بیان در گرایش‌های مسلط موسیقی سرمایه‌دارانه‌ی شرکتی و در برابر آن. بخشی از این تلاش شامل مبارزه در برابر گرایش سرمایه به جذب و تجاری‌سازی (و بدل‌کردن به اشکال ازخودبیگانه) آثار موسیقایی موجودی است که خاستگاه‌های آن‌ها در تلاش‌های آزادانه و خلاقه‌ی فردی و جمعی برای بیان خود قرار دارد. تمام سنت‌های موسیقایی، از جمله آن‌هایی که برآمده از مبارزات مردمی علیه سرمایه‌داری، برای دموکراسی و برای آزادی جنسیتی، ملی^{۲۴} و نژادی هستند، به این شیوه تجاری‌سازی و بیگانه شده‌اند. به‌طور هم‌زمان، بعد مهمی

از مبارزه‌ی موسیقایی، بازآرایی و استفاده از اشکال موجود - حتی آن‌هایی که نشان‌های از خودبیگانگی سرمایه‌داری شرکتی را حمل می‌کنند - به شیوه‌های جدید خلاقه‌ی خودآیین و بالقوه ضدسرمایه‌دارانه، است. حتی درون دژهای فرهنگ شرکتی، برخی هنرمندان موفق به پدیدآوردن جایگاه‌های پیشرو^{۲۵} شده‌اند (ریچ / گنست د ماشین^{۲۶} مثالی متأخر است).

۸- به نظر من، شیوه‌های «شکل آزاد»^{۲۷} بیان موسیقایی، به‌ویژه موسیقی بداهه‌پردازانه‌ی آزاد (که معمولاً «جَز آزاد»^{۲۸} نامیده می‌شود)، بزرگ‌ترین بالقوگی برای آزادی مردم‌نهاد از فرهنگ و موسیقی سرمایه‌دارانه‌ی شرکتی را عرضه می‌کنند. اشکال بداهه‌نوازی ارگانیک ممکن است حتی به شیوه‌ای خودانگیخته، پیش‌طرحی (یا نمونه‌هایی ساده و هماهنگ‌ساز^{۲۹}) از تولید غیرازخودبیگانه را در حوزه‌ی وسیع‌تر اجتماعی اقتصادی فراهم کنند. اما بالقوگی اصلی این اشکال در خودآیینی خلاقه و در این واقعیت قرار دارد که آن‌ها به‌گونه‌ای فردی و جمعی فضاهای خودساخته‌ای را در برهم‌کنش‌های مادی-اجتماعی خودآگاهانه و بین‌فردی، برای بیان عواطف شخصی و سیاسی پدید می‌آورند - به‌ویژه آن عواطفی را که صورت‌بندی کلامی‌شان، به‌وسیله‌ی طبیعت‌شان یا در حال حاضر، ناممکن است. (اشارات سودمند زیادی به این ارتباطات در ادبیات مربوط به موسیقی موسیقی بداهه‌پردازانه وجود دارد؛ اما به‌ویژه بیوگرافی درک بیلی^{۳۰} اثر بن واتسون،^{۳۱} کتاب دیوید ساچ^{۳۲} راجع به موسیقیدانان جَز پیشرو و ادای سهم‌های گوناگون به سیگنال تونویر^{۳۳} و د وایر^{۳۴} را ببینید.) با وجود این، باید بر این مسئله تأکید شود که مبارزه برای بیان آزاد عواطف و توسعه‌ی ظرفیت‌های بیانی کمابیش در تمام حوزه‌های موسیقی، حتی آن‌هایی که تحت کنترل سرمایه‌ی شرکتی قرار دارند، در جریان است. مسئله، محدودیت‌های متفاوتی است که بر کنشگران انسانی در حوزه‌های گوناگون فعالیت موسیقایی اعمال می‌شود. منظور من، به بیان دیگر، آن است که آشکارترین اشکال بیانی رادیکال و رهایی‌بخشی، عمدتاً خارج از مرزهای پذیرفته‌شده‌ی «صنعت موسیقی» و به‌ویژه در حوزه‌های با شکل-آزاد بیشتر تولید موسیقایی قرار دارند.

۹- مبنای دیگری برای تلاش‌های خلاقه‌ی در جریان برای از خود بیگانگی‌زدایی در صنعت موسیقی سرمایه‌دارانه و در برابر آن، خود فناوری دگرگون‌شونده‌ی موسیقی است. کامپیوترها، ابزارهای دیجیتال، فناوری‌های ضبط میکرو-صدا^{۳۵} و تصویر و اینترنت به موسیقیدانان جوان این امکان را داده است که عواطف شخصی و سیاسی‌شان را به روش‌های نو و خلاقه‌ای بیان کنند و به اشتراک بگذارند که با فرهنگ سرمایه‌دارانه‌ی شرکتی در تضاد است و حتی منابع فرهنگی کارآمدی برای جنبش‌های اجتماعی‌رهایی‌بخش فراهم می‌کند. مسلماً، استفاده از این فناوری‌ها - که برای اهداف تبلیغات توده‌ای ایجاد شده‌اند - همواره خطر محصورشدن تلاش‌های خلاقه در درون اسلوب^{۳۶}‌های برآمده از ضرورت‌های سرمایه‌ی شرکتی رقابتی و سود-محور را به همراه دارد. به علاوه، برای هر کسی دشوار است که به‌عنوان یک موسیقیدان زندگی‌اش را بگذارند، اما این مسئله برای کسی که تلاش‌های خلاقه‌اش از همان ابتدا غیرتجاری است، حتی دشوارتر است، یعنی کسی که بگذارد بیان و به‌اشتراک‌گذاری خلاقه راهنمایش شوند و نه قابلیت تجاری به‌گونه‌ای که محل‌های اجرا^{۳۷} و شرکت‌های رسانه‌ای خصوصی مسلط تعریف می‌کنند. این مسیر مبارزه منجر به تصرف و آفرینش محل‌های اجرای جدید (اغلب نه فقط دربرگیرنده‌ی موسیقی بلکه شامل ترکیب‌های جدید «هنرهای اجرا» و هم‌چنین بازپس‌گیری فضاهای معمول) و نهادهای رسانه‌ای جدید مردم‌نهادی (مانند رادیوهای محلی^{۳۸} یا بدون مجوز^{۳۹} یا توزیع چریکی^{۴۰} آثار ضبط‌شده خارج از مسیرهای شرکتی) می‌شود که سود خصوصی و رقابت بازار توده‌ای، کم‌تر آن‌ها را محدود کرده است. با این حال، با در نظر داشتن شرایط وسیع‌تر فرهنگ شرکتی شده و این مسئله که بیشتر هنرمندان باید تن به «شغل‌های روزانه»^{۴۱} بدهند یا منابع معاش دیگری پیدا کنند، این مبارزه‌ی دشواری است.

۱۰- بنابراین، منطبق این مبارزات موسیقایی مردمی، به تقاضاهایی برای درآمد تضمین‌شده برای تأمین معاش موسیقیدان‌ها و دیگر تولیدکنندگان فرهنگی می‌انجامد، هم‌چنین به یارانه‌های عمومی هدفمند برای تولیدات فرهنگی مردم‌نهاد (بنابراین تلقی کردن فرهنگ هم‌چون کالای عمومی^{۴۲}‌ای که در واقع هست؛ در این باره به تز

یازدهم من مراجعه کنید) و بازجهت‌دهی کلان مازاد اقتصادی به‌سوی بخش فرهنگی حقیقتاً مردمی و به دور از امور نظامی و دیگر اشکال اتلاف^{۴۳} نظام‌مند. در این‌جا، هم‌افزایی بالقوه‌ای با مبارزات محیط‌زیستی تا جایی که تولید فرهنگی مردم‌نهاد، مصرف ماده-انرژی کمتری دارد و کمتر آلاینده است، وجود دارد. با این همه، ویژگی دوستدار محیط‌زیست^{۴۴} تولید موسیقی مردمی، با درنظرداشتن استفاده از فناوری‌های دیجیتالی‌شده، خودکار نیست و ارزش جست‌وجویی با جزئیات بیشتر را دارد (برای مثال، کاربرد بالقوه‌ی انرژی خورشیدی و باد برای به‌کارانداختن ابزار تولید موسیقایی). به هر صورت، ضرورت تلقی‌کردن فرهنگ به‌عنوان کالایی عمومی یا مخارج عمومی^{۴۵} اجتماعی، چالش چگونگی رسیدگی به ارزیابی کیفی در توزیع یارانه‌های عمومی به تولیدکنندگان موسیقی و محل‌های اجرایشان را ایجاد می‌کند. تضادهای توزیعی مرتبط با یارانه‌های موسیقایی تا جایی که معاش تضمین‌شده، نه فقط از طریق افزایش درآمد حداقل بلکه به‌طور کلی از طریق دسترسی بیشتر به کالاهای عمومی شامل خدمات درمانی، آموزش و دسترسی به فعالیت‌های فرهنگی و هم‌چنین مسکن (زمانی که مسکن به‌خودی‌خود آشکارا در اشکال گوناگون بخش عمومی و مشارکتی اجتماعی شود) بهبود پیدا کند، کاهش می‌یابد. با وجود این، مسئله‌ی کیفیت، چالشی برای هر جامعه‌ای که بخواهد فعالیت موسیقایی را به‌عنوان ابزار و شکلی از توسعه‌ی انسان ترویج کند، باقی خواهد ماند. این مسئله باید به‌شکلی آشکار و دموکراتیک و نه بر مبنای سلسله‌مراتب‌های ازپیش‌موجود حل شود، از سلسله‌مراتب‌های فرهنگی نخبه‌محور^{۴۶} تا [الگوهای] فرهنگ-شرکتی.^{۴۷}

۱۱- بسیاری از بحث‌های اخیر درباره‌ی صنعت موسیقی بر مسئله‌ی احقاق حق فردی [مالی یا مادی] موسیقیدانان متمرکز شده است، به‌ویژه هنگامی که موسیقی‌شان در اینترنت در دسترس قرار می‌گیرد. ممکن است کسی بر اساس این بحث‌ها فکر کند که مسئله‌ی اصلی مربوط به حقوق مالکیت فردی است. در این باره که کل این مسئله به ضرورت تلقی‌کردن تولید موسیقایی و دیگر اشکال تولید فرهنگی هم‌چون کالای عمومی‌ای که [در واقع] هست (یعنی، به‌عنوان مخارج عمومی اجتماعی‌ای که

بازده تز درباره‌ی موسیقی

بودجه‌های بخش عمومی به‌گونه‌ای متناسب، آن را تأمین مالی کنند) اشاره دارد، کم‌تر اظهار نظر شده است. این موضوع درباره‌ی این برداشت نیز حقیقت دارد که چالش بزرگ آن است که چگونه فرهنگ را به‌عنوان مخارج عمومی اجتماعی تلقی کنیم درحالی که خودآیینی، خلاقیت و تنوع را نیز به شیوه‌ای دموکراتیک حفظ می‌کنیم. اما یک نکته‌ی حتی اساسی‌تر به کلی از قلم افتاده است: آیا جامعه می‌تواند با تضاد بارز میان بالقوگی عظیم فناوری دیجیتال برای توسعه‌ی انسان در برابر کاربرد این فناوری به‌عنوان ابزاری رقابتی و سود-محور به‌وسیله‌ی سرمایه‌ی شرکتی به‌شیوه‌ای که توسعه‌ی انسان را تحریف، محدود و سرکوب کند، روبرو شود؟

مشکل تنها احقاق حق مادی هنرمندان (سازندگان آثار موفق^{۴۸}) نیست، [آن هم] در زمانی که کپی کردن یک ترانه هیچ هزینه‌ی اضافی‌ای دربر ندارد. مسئله آن است که مواد فرهنگی بی‌ارزش^{۴۹} دیجیتال، سد مداومی از نوپزهای به لحاظ فکری و فرهنگی بی‌مایه که توسعه‌ی انسان را تحریف و محدود می‌کنند، فضا و زمان شخصی و اجتماعی را پر می‌کند. در این زمینه‌ی وسیع، بیشتر مردم (یعنی، کسانی به غیر از هنرمندان در حال مبارزه) به موسیقی به‌مثابه‌ی منبع یا شکلی بالقوه از بیان خلاقه‌ی عواطف فردی و اجتماعی خود که به‌گونه‌ای خودآیین زاییده‌شده نمی‌اندیشند، بلکه در عوض به آن، به‌سادگی به‌عنوان مسئله‌ی انتخاب صداهای پس‌زمینه از میان گزینه‌هایی که سرمایه‌ی شرکتی ارائه می‌کند، می‌اندیشند. با این حال، جوانان بسیاری، هم‌چنین اجتماعات بومی^{۵۰} غیرسرمایه‌دارانه در سراسر جهان، با تلاش‌هایشان برای توسعه‌ی اشکال و اجتماعات موسیقایی خودآیین، شجاعانه در برابر این گرایش مبارزه می‌کنند. از نظرگاه توسعه‌ی انسان، این خط‌مقدمی فرهنگی در مبارزه برای گسترش زمان و فضا برای توسعه‌ی خودآیین انسان است؛ خط‌مقدمی که راهی به جز به‌چالش کشیدن^{۵۱} قدرت پول و بازار در قلمروهای مادی و فرهنگی ندارد.

پیوند با منبع اصلی:

<https://monthlyreview.org/2024/03/01/eleven-theses-on-music/>

-
- 1 Marx and Nature
 - 2 Victor Walls
 - 3 Red-Green Revolution
 - 4 Express
 - 5 Grassroot
 - 6 Cooperative
 - 7 Preverbal
 - 8 Profit-driven
 - 9 Profit-shaped
 - 10 Ecological
 - 11 Form
 - 12 Cover
 - 13 Corporately
 - 14 Modality
 - 15 Distort
 - 16 Outlet
 - 17 Fashion
 - 18 Fad
 - 19 Valid
 - 20 Relaxing
 - 21 Prefiguratively
 - 22 Avant-garde
 - 23 Lincoln Center
 - 24 Ethnic
 - 25 Progressive
 - 26 Rage Against the Machine
 - 27 Free form
 - 28 Free jazz
 - 29 Coordinative
 - 30 Derek Bailey

- 31 Ben Watson
- 32 David Such
- 33 Signal to Noise
- 34 The Wire
- 35 Micro-audio
- 36 Mode
- 37 Venue
- 38 Municipal
- 39 Pirate
- 40 Guerrilla
- 41 Day Job
- 42 Public good
- 43 Waste
- 44 Pro-ecological
- 45 Overhead
- 46 Elite-based
- 47 Corporate-culture
- 48 Hit makers
- 49 Junk
- 50 Indigenous
- 51 Contest