



سال یازدهم / تابستان ۱۴۰۱

پیامدهای کرونا برای موسیقی ایران

• سندوس محمدی نوسودی^۱

DOR: 20.1001.1.38552322.1401.11.43.8.4

چکیده

در دوره شیوع ویروس کرونا، هنر - صنعت موسیقی، تغییرات چشمگیری را تجربه کرده است که باعث بازاندیشی‌های جدی در رویه‌های معمول فعالیت در این حوزه شده‌اند. این بازاندیشی و تجدیدنظر در مناسبات رایج در یک حوزه، هم‌زمان که منادی دستاوردهایی عمیق برای آینده است، می‌تواند چالش‌هایی گسترده را به همراه داشته باشد که آینده هنر - صنعت موسیقی را رقم می‌زنند. به همین دلیل هدف اصلی پژوهش پیش‌رو، واکاوی پیامدهای شیوع پاندمی کووید-۱۹ بر موسیقی ایران است. برای دستیابی به هدف پژوهش با ۹ نفر از خبرگان حوزه موسیقی، مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته صورت گرفته است. یافته‌های پژوهش مؤید این نکته هستند که موسیقی ایران در دوره پاندمی در چهار حوزه اصلی تولید، توزیع، آموزش و مصرف با تحولاتی شگرف مواجه شده است و چشم‌اندازهای نوینی پیش روی موسیقی قرار گرفته‌اند که باعث می‌شوند موسیقی در ایران در مسیری متفاوت با دوره پیش از کرونا قرار گیرد. در این شرایط، با توجه به عدم اجرای رویدادهای موسیقایی که پیش‌تر به‌صورت حضوری (غیرمجازی) برگزار می‌شدند، روند مجازی و شبکه‌ای شدن که به‌صورت تدریجی در حال رخ دادن بود، تشدید یافت. با توجه به اینکه در بهره‌برداری از فضای مجازی برای فعالیت‌های موسیقایی، آهنگ همسانی بین جامعه هنری ایران و مخاطبان‌شان وجود ندارد و معمولاً مخاطبان بیشتر از ظرفیت‌های این فضا استفاده می‌کنند، با ادامه این روند در درازمدت ممکن است ذائقه برخی کاربران ایرانی فضای مجازی به موسیقی خارجی گرایش یابد. به همین دلیل، ایجاد ظرفیت‌های بیشتری برای حضور فعال‌تر جامعه هنری در فضای مجازی ضرورت دارد.

کلیدواژه‌ها: موسیقی، کرونا، فضای مجازی، آموزش، تولید، توزیع، مصرف.

^۱ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه تهران sondosmn26@gmail.com

مقدمه و طرح مسئله

کرونا ویروس سندرم حاد تنفسی ۲ (SARS-CoV-2) در دسامبر ۲۰۱۹ در شهر ووهان چین استان هوبئی چین شیوع پیدا کرد. این ویروس در مدتی کوتاه از مرزهای کشور چین فراتر رفت و سایر کشورها را نیز درگیر کرد. در کشور ایران در تاریخ ۳۰ بهمن اولین موارد از کرونای جدید در شهر قم از طریق روابط عمومی وزارت بهداشت گزارش شد. تا ۱۰ فوریه ۲۰۲۲ (۲۱ بهمن ۱۴۰۰) در جهان بیش از ۴۰۳ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر به بیماری کووید-۱۹ مبتلا شده‌اند و بیش از ۵ میلیون و ۷۹۰ هزار جان خود را در اثر این بیماری از دست داده‌اند. در ایران نیز بیش از ۶ میلیون و ۶۹۶ هزار نفر به این بیماری مبتلا شده‌اند که از این تعداد بیش از ۱۳۳ هزار نفر فوت کرده‌اند (ایسنا، ۱۴۰۰)^۱. در قرن گذشته، جهان نتوانسته است بیماری‌ای را مشاهده کند که عواقب آن به اندازه همه‌گیری ویروس کووید-۱۹ (COVID-19) جدی باشند. وحشت، ترس، عدم اطمینان و استرس در سراسر جهان حاکم است و شرایط روزبه‌روز بدتر می‌شوند (Noor et al, 2020).

اقدامات مربوط به فاصله‌ی اجتماعی، ممنوعیت سفر، قرنطینه و تعطیلی مشاغل، دانشگاه‌ها و سایر مکان‌های عمومی ساختار جوامع جهانی را تغییر داده است. حوزه هنر نیز، مانند سایر حوزه‌های زندگی انسان‌ها، تحولات زیادی را در دو سال اخیر پشت سر گذاشته است. در این میان، موسیقی، به‌مثابه یکی از اصلی‌ترین هنرهایی که منعکس‌کننده مؤلفه‌های اصلی هویتی جامعه است، تغییرات ملموسی را تجربه کرده است که باعث بازاندیشی‌های جدی در رویه‌های معمول فعالیت در این حوزه شده‌اند. این بازاندیشی و تجدیدنظر در مناسبات رایج در یک حوزه، هم‌زمان که منادی دستاوردهایی عمیق برای آینده است، می‌تواند چالش‌هایی گسترده را به همراه داشته باشد که آینده هنر - صنعت موسیقی را رقم می‌زنند.

شیوع ویروس کرونا باعث لغو شدن بسیاری از رویدادهای موسیقایی نظیر جشنواره‌های موسیقی، تورهای کنسرت، و برنامه‌های اعطای جوایز شد. بسیاری از هنرمندان نیز انتشار آلبوم‌های موسیقایی خود را تا بازگشت شرایط به حالت عادی به تعویق انداخته‌اند. نشریه تجاری کنسرت *پل‌ستار*^۲ مجموع ضررهای صنعت موسیقی ناشی از لغو رویدادهای زنده موسیقایی سال ۲۰۲۰ را بیش از ۳۰ میلیارد دلار برآورد کرد (Fekadu, 2020). بر مبنای

1 <https://www.isna.ir/news/1400112116414/>

2 concert trade publication Pollstar

تحلیل پی‌دابلویوسی (پرایس‌واترهاوس‌کوپرز)^۱، سال ۲۰۲۰ پولی که از فروش بلیت و حمایت مالی برنامه‌های زنده به دست آمد، با افت ۶۴ درصدی در مقایسه با سال پیش از آن، بیش از ۱۸ میلیارد دلار کاهش یافته است (دنیای اقتصاد^۲، ۱۳۹۹). به گزارش ددلاین^۳، شرکت بزرگ «لایونیشن^۴»، که در امریکای شمالی برنامه‌های زنده را برنامه‌ریزی و تبلیغ و اجرا می‌کند، پس از شیوع کرونا ۹۸ درصد درآمدش را از دست داده و بیش از نیم میلیارد دلار زیان دیده است. این در حالی است که در مدتی مشابه، یک سال پیش از این، نزدیک به ۲۰۰ میلیون دلار سود برده بود (دنیای اقتصاد، ۱۳۹۹). بر اساس گزارش مؤسسه تجاری «یوکامیوزیک^۵» سال ۲۰۲۰، با توجه به اینکه بسیاری از سالن‌ها درهای خود را بسته بودند و رویدادهایی مانند جشنواره گلستونبری^۶ به‌ناچار لغو شدند، سهم صنعت موسیقی در اقتصاد انگلیس ۴۶ درصد کاهش یافت و از ۵/۸ میلیارد پوند در سال ۲۰۱۹ به ۳/۱ میلیارد پوند در سال ۲۰۲۰ رسید (BBC, 2021). زمانی که مردم به دلیل اقدامات لازم برای مهار ویروس کووید-۱۹ از فضاهای عمومی فیزیکی فاصله می‌گیرند، فضاهای مجازی و آنلاین نقش برجسته‌تری در درک بحث‌های اجتماعی پیدا می‌کنند. به همین دلیل در حیطه موسیقی نیز استفاده از فضاهای جایگزین مجازی نظیر عرضه موسیقی در پلتفرم‌های مجازی و استریمینگ افزایش پیدا کرده است. در سه‌ماهه اول سال ۲۰۲۰، درآمد اشتراک موسیقی برخط، در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، ۷۰ درصد افزایش یافت (Brambilla, 2020).

در کشور ایران نیز در اسفندماه ۱۳۹۸ به دستور ستاد مقابله با ویروس کرونا تمام فعالیت‌های موسیقایی تعطیل شدند. این تعطیلی گسترده در حوزه موسیقی برای مدت طولانی تمدید شد و علی‌رغم اینکه برخی از مشاغل هنری دیگری در ماه‌های بعدی فعالیت خود را به‌صورت حضوری با رعایت پروتکل‌های بهداشتی آغاز کردند اما فعالیت‌های موسیقایی برای مدت طولانی‌تری از صحنه‌های اجرا دور ماندند. در همین راستا به‌منظور مطالعه تحولات رخ داده در حوزه موسیقی ایران در دوره کرونا، پژوهش پیش رو به دنبال پاسخگویی به سؤالات زیر است:

1 PwC (PricewaterhouseCoopers)

2 <https://www.donya-e-qtasad.com/fa/tiny/news-3703535>

3 Deadline

4 Live Nation

5 UK Music

6 Glastonbury Festival

پیامدهای شیوع اپیدمی کووید-۱۹ بر موسیقی ایران چه مواردی هستند؟
در هر کدام از بخش‌های تولید، توزیع، آموزش و مصرف موسیقی این تحولات به چه صورتی بودند؟

مرور مفهومی

موسیقی و گذران اوقات فراغت

اوقات فراغت مجموعه‌ای از اشتغالات است که افراد پس از رهایی از تعهدات و تکالیف شغلی، خانوادگی و اجتماعی به‌منظور استراحت، توسعه اطلاعات، آموزش غیرانتفاعی و مشارکت اجتماعی به کار می‌برند (Torkildsen, 2012: 74). بیشتر نوجوانان و جوانان، به موسیقی علاقه دارند و در واقع گوش دادن به موسیقی جزئی از برنامه ثابت روزانه آنان است. به‌عبارت‌دیگر موسیقی، عنصری اصلی در گذران وقت و پرکننده اوقات روزانه محسوب می‌شود (رضوی طوسی و یاهک، ۱۳۹۳: ۸). آن‌ها زمان بسیاری را به گوش دادن موسیقی اختصاص می‌دهند. به نظر می‌رسد نوعی احساس نیاز به موسیقی و حتی در میان برخی از افراد، احساس وابستگی و گاه اعتیاد به موسیقی نیز مشاهده می‌شود (بیچرانلو، ۱۳۹۳: ۱۰۲).

در مورد نحوه گذران اوقات فراغت در ایران، نتایج نظرسنجی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات (۱۳۹۹) با عنوان «اوقات فراغت در دوران کرونا» مؤید این است که مهم‌ترین گزینه‌های افراد برای گذران اوقات فراغت شامل فعالیت در شبکه‌های اجتماعی (۴۱ درصد)، تماشای برنامه‌های تلویزیونی (۴۱/۰۱ درصد)، گفت‌وگو با اعضای خانواده (۳۲/۹ درصد) و سرگرمی و بازی با فرزندان (۲۳/۸ درصد) هستند. در این نظرسنجی تنها ۷/۴ درصد افراد بیان کرده‌اند که گوش دادن به موسیقی یکی از اصلی‌ترین راه‌های آن‌ها برای گذران اوقات فراغت است. بر طبق این نظرسنجی ۶۳/۵ درصد افراد پاسخگو اعلام کرده‌اند برای سپری کردن وقت‌های اضافی خود در دوران کرونا موسیقی گوش می‌دهند. میزان مصرف موسیقی ۳۳/۱ درصد پاسخگویانی که در دوران کرونا برای سپری کردن اوقات فراغتشان موسیقی گوش داده‌اند نسبت به قبل از ظهور کرونا افزایش یافته است. با توجه به پژوهش‌های صورت گرفته باید این نکته را مدنظر قرار داد که مصرف موسیقی برای بسیاری از افراد مکملی برای سایر فعالیت‌های آن‌ها نظیر حواس‌پرتی در ترافیک، حین انجام کارهای خانه و رفت آمد است.

موسیقی و کرونا

فاصله‌گذاری اجتماعی و انزوای اجباری تمام فعالیت‌های موسیقی را متوقف کرد. صدها هزار کنسرت، اجراهای زنده، جشنواره‌ها، مسابقات و سایر رویدادهای موسیقی یا لغو شده‌اند یا به تعویق افتاده‌اند. این ضربه بزرگی به دنیای موسیقی چه در مقیاس کلان و چه در مقیاس خرد - به صنعت موسیقی به‌عنوان یک کل و برای هنرمندان به‌صورت فردی_ است (Jabłońska, 2021; Gu et al, 2021; van der Hoeven et al, 2022; Onderdijk et al, 2021). بعد از گذشت چندین ماه بنابر پیش‌بینی‌ناپذیر بودن وضعیت و مشخص نبودن اینکه شرایط چه زمانی به حالت عادی بازمی‌گردد و آیا اصلاً قرار است که دوباره همه‌چیز مثل سابق شود، کسب‌وکارهای موسیقایی نیز مجبور شدند در پاسخ به چالش‌های جدید ناشی از بحران، مدل‌های کسب‌وکار خود را با شرایط جدید تطبیق دهند و راه‌های خلاقانه‌ای برای ارائه خدمات خود در دنیایی با فاصله اجتماعی ایجاد کنند (Khlystova et al, 2022; Commerce Council, 2020; Sahid, 2020). هنرمندان به راه‌های جدید برقراری و حفظ ارتباط با مخاطبان و طرفداران و استراتژی‌های جدید برای کسب درآمد در صنعت موسیقی نیاز داشتند (Jabłońska, 2021:161). در صنعت موسیقی، انتقال آثار به فضای مجازی برای هنرمندان فعال در حوزه موسیقی به یک پدیده محبوب تبدیل شد (Quartz, 2020; Ren, 2020; Hacker et al., 2020; Palamar & Acosta, 2021; Vandenberg et al., 2021; Thomas, 2020). نتایج مطالعه اوندردیک و دیگران (۲۰۲۱) نشان می‌دهد ساخت موسیقی زنده در محیط‌های اجتماعی ۷۹ درصد کاهش یافته است و ساخت موسیقی اشتراکی مجازی به نسبت قبل از همه‌گیری ۲۶۴ افزایش یافته است.

در این دوره مشخص شد که رسانه‌های جدید همان چیزی بودند که دنیای موسیقی به آن نیاز داشت. فرهنگ به اینترنت منتقل شد و فضای مجازی عملاً به‌تنها جایی تبدیل شد که اعضای محافل هنری و دریافت‌کنندگان محتوای موسیقایی می‌توانستند در آن فعالیت کنند (Jabłońska, 2021). تحولات دوره کرونا باعث شد فناوری‌های نوین موسیقی، مثل استریمینگ^۱ که از چندین سال پیش جای پای محکمی در صنعت موسیقی پیدا کرده بود، رواج بیشتری پیدا کنند. در آوریل ۲۰۲۰، «بی‌یاندلایو»^۲ - اولین سرویس استریم^۳ در جهان که

1 Streaming

2 Beyond Live

3 Stream

کنسرت زنده برخط را با کمک فناوری، از جمله واقعیت افزوده و تعاملات بی‌درنگ بین هنرمندان و مخاطبان زنده، ارائه می‌دهد - به برگزاری کنسرت‌های کی‌پاپ در سراسر جهان کمک کرد (Chan, 2020).

در دوره کرونا استفاده از پلتفرم‌های برخط و پخش نماهنگ‌های درخواستی افزایش یافت. در سه‌ماهه اول سال ۲۰۲۰، درآمد اشتراک موسیقی برخط، در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، ۷۰ درصد افزایش یافت. تعداد کاربران پرداخت‌کننده موسیقی برخط به ۴۲,۷ میلیون نفر رسید که در مقایسه با سال گذشته ۵۰,۴ درصد افزایش داشت (Brambilla, 2020). پلتفرم‌های استریم روش‌های جدید کسب درآمد را نیز فعال کردند؛ از جمله عضویت در کانال‌های هنرمندان که امکان دسترسی زودهنگام یا انحصاری به محتوا را فراهم می‌کنند، گردهمایی‌های مجازی و ویژگی‌های اظهارنظر پولی (Brambilla, 2020). در همین راستا، سهام نتفلیکس و اسپاتیفای از ابتدای سال تا ۲۱ می ۲۰۲۰ به ترتیب ۳۲,۲ و ۲۷,۱ درصد افزایش یافتند (Sim et al, 2022).

روش تحقیق

در پژوهش حاضر به منظور پاسخگویی به سؤالات اصلی پژوهش از روش مصاحبه عمقی استفاده شده است. افراد مصاحبه شونده از خبرگان، مدیران، کارشناسان و فعالان حوزه هنر و موسیقی که بیش‌ترین آشنایی را با پیامدهای شیوع ویروس کرونا بر حوزه موسیقی در ایران داشته‌اند. نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت نمونه‌گیری هدفمند است و با ۹ نفر از خبرگان این حوزه در بازه زمانی خرداد ۱۴۰۰ تا مهر ۱۴۰۰ مصاحبه صورت گرفته است. برای تحلیل داده‌ها نیز از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. افرادی که با آن‌ها مصاحبه شده است، به شرح ذیل هستند:

نام	سمت فرد
پیروز ارجمند	مدرس و پژوهشگر موسیقی، مشاور عالی اقتصاد هنر اتاق بازرگانی ایران
شهرام صارمی	کارشناس موسیقی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران
محمد سریر	آهنگ‌ساز و موسیقی‌دان و رئیس هیئت‌مدیره خانه موسیقی ایران
محمدعلی مرآتی	پژوهشگر موسیقی، مدرس دانشگاه و دبیر چهاردهمین

نام	سمت فرد
	جشنواره موسیقی نواحی ایران
محمدسعید شریفیان	مدرس دانشگاه، پژوهشگر و آهنگ‌ساز موسیقی سمفونیک
عبدالله بیچرانلو	عضو هیئت‌علمی گروه ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران و پژوهشگر موسیقی و فرهنگ
داریوش طلایی	نوازنده، پژوهشگر و مدرس دانشگاه
کاوه خورابه	دانش‌آموخته فلسفه و موسیقی
عبدالحسین مختاباد	دکتری موسیقی و خواننده

یافته‌های پژوهش

پیامدهای اپیدمی کرونا بر حوزه موسیقی ایران در چهار دسته اصلی طبقه‌بندی شده‌اند که شامل تولید، توزیع، آموزش و مصرف موسیقی هستند. هر کدام از این موارد زیرمجموعه‌هایی را شامل می‌شوند که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود.

تولید

– تولید تک‌آهنگ‌ها به جای مجموعه‌ها

در کشور ایران اصلی‌ترین منبع درآمدی صنعت موسیقی از برگزاری کنسرت‌هاست، به همین دلیل آلبوم‌هایی هم که تولید می‌شوند بیشتر از اینکه برای فروش باشند، پشتوانه‌ای برای کنسرت‌هایی هستند که هنرمندان می‌خواهند در ماه‌های بعدی برگزار کنند. همان‌طور که پیروز ارجمند بیان می‌کند: «مثلاً خواننده‌ای که فصل اجراهای خود را پشت سر گذاشته است و تماشاچیان خود را داشته و برای تماشاگران جدید محصول جدید تولید کند. بنابراین آلبومی تولید می‌کند و اعلام می‌دارد که می‌خواهد کنسرت آلبوم جدید خود برگزار کند». در دوره شیوع ویروس کرونا با توجه به تعطیلی کنسرت‌های موسیقی، تولید آلبوم‌های موسیقی نیز کاهش قابل توجهی پیدا کرد، به همین دلیل در این دوره هنرمندان به جای تولید آلبوم‌های موسیقایی، تک‌آهنگ‌ها را روانه بازار کردند. آمار تولید تک‌آهنگ‌ها در کشور نیز مؤید فزونی گرفتن تولید تک‌آهنگ‌ها به نسبت آلبوم‌های موسیقی هستند. بر اساس آمار، سال ۹۹، تعداد تولید تک‌آهنگ توسط هنرمندان با رشد چشم‌گیری نسبت به سه سال پیش مواجه بوده و بر این اساس ۴۵۱۴ تک‌آهنگ تولید و عرضه شده است. این رقم در مقایسه با سال ۹۸ (۳۰۵۷)

تک‌آهنگ)، سال ۹۷ (۲۴۶۰) و سال ۹۶ (۱۲۶۸) قرار می‌گیرد (ایسنا^۱، ۱۴۰۰). این روند در سال ۱۴۰۰ هم ادامه پیدا کرد؛ به‌نحوی که دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز بیش از ۲۲۰۰ تک‌آهنگ را در ۶ ماه اول این سال صادر کرد (خبرگزاری صداوسیما^۲، ۱۴۰۰).

– تولید خانگی و غیررسمی موسیقی

در دوره شیوع ویروس کرونا با توجه به محدودیت‌هایی که در فعالیت‌های جمعی ایجاد شد و ترویج فعالیت در فضای مجازی، نوعی از تولید موسیقی که به تولید خانگی، غیررسمی و یا زیرزمینی موسیقی اشاره دارد در کشور تشدید شد. تولیدات غیررسمی و زیرزمینی موسیقایی که در استودیوهای خانگی ضبط می‌شوند، خارج از جریان رسمی موسیقی کشور قرار دارند و معمولاً تولیدات حرفه‌ای و در استاندارد جهانی تولید نمی‌کنند. این نوع از تولید به دنبال اخذ مجوز از مجراهای رسمی نیست و معمولاً هم سهم قابل‌توجهی از تولید موسیقایی در کشور را به خود اختصاص می‌دهد. پیروز ارجمند در مورد سهم تولید زیرزمینی و خانگی موسیقی در صنعت موسیقی ایران گفت: «در پژوهشی که سال ۱۳۹۱ صورت گرفت، مشخص شد که حدود پنج هزار قطعه زیرزمینی موسیقی تولید شده‌اند و از مجاری رسمی مجوز نگرفته‌اند. در آن سال سهم آن‌ها از نظر اقتصادی چیزی نزدیک به ۱۵ میلیارد تومان در صنعت موسیقی بود. این در حالی بود که در آن سال، سهم بودجه جشنواره موسیقی یک میلیارد تومان، بخش تولیدات رسمی بین ۶ تا ۷ میلیارد تومان و بودجه حوزه هنری ۳۰ میلیارد تومان بود. هرچند موسیقی زیرزمینی در تولید موسیقی سهم شایان توجهی دارد، اما مدل دائمی قابل‌اعتنا نیست».

– همکاری بین‌المللی در تولید آثار موسیقایی

قرنطینه جهانی به شیوه‌ای بی‌سابقه نوعی از روبه‌های موسیقایی را تسریع کرده است که مطمئناً در زمان‌های عادی به این سرعت ظهور پیدا نمی‌کردند. یک مثال خوب در این زمینه ابتکارات هنرمندانی است که از راه دور آهنگ‌هایی را با هم در فضای مجازی ضبط و اجرا کردند. جابویسکا^۳ (۲۰۲۱) این پدیده را «مجازی‌سازی جهانی‌شده شیوه‌های موسیقی^۴» نامیده است، که اشاره به توانایی ضبط موسیقی از راه دور توسط هنرمندان فراتر از محدودیت‌های

1 <https://www.isna.ir/news/1400052416693/>

2 <https://www.iribnews.ir/00DcY9>

3 Barbara Jabłońska

4 The globalized virtualization of music practices

زمانی و مکانی دارد. در این دوره، بعضی از خوانندگان و نوازندگان ایرانی این فرصت را پیدا کردند تا با استفاده از فضای مجازی کارهای مشترکی با آهنگ‌سازان و نوازندگان خارج از کشور داشته باشند؛ شبکه‌ای ارتباطی شکل گرفت که در آن افرادی از کشورهای مختلفی می‌توانستند در فضایی مشترک هم‌صدا شوند. برای نمونه، پیروز ارجمند کاری مشترک با خواننده‌ای ایتالیایی در فضای مجازی ضبط کرد. خواننده در ایتالیا، نوازنده در ایران و صدابردار در جای دیگری بود؛ باوجوداین، آن‌ها در فضایی مشترک به اسم فضای مجازی قطعه موسیقایی مشترکی ضبط کردند. آرام باجاکیان^۱ (۲۰۲۱) این پدیده را «تنها بودن با هم» می‌نامد. به‌عبارت‌دیگر، می‌توان گفت که واژه «فاصله اجتماعی» شکل و ماهیت شیوه‌های موسیقی را بازتعریف کرده است. به‌زعم محمدعلی مرآتی: «اگر مشکلات پهنای باند حل شود در بحث اجراهای مشترک بین‌المللی کارایی اینترنت در موسیقی بسیار بالاست و می‌توان در ارتباطات بین فرهنگی و بین‌المللی از مزایای آن بهره برد».

توزیع

– وضعیت برگزاری کنسرت‌ها در دوره کرونا

با تحلیل وضعیت مالی صنعت موسیقی می‌توان به این نتیجه رسید که بیشترین سهم و بهره صنعت موسیقی به کنسرت‌ها اختصاص دارد که چندین برابر سایر بخش‌هاست. در دهه‌های ۱۳۶۰ تا ۱۳۸۰ بیشترین سهم در صنعت موسیقی به نوار کاست، لوح فشرده و سی‌دی اختصاص داشت، اما در دهه ۱۳۹۰ این موضوع تغییر کرد، به حدی که در سال ۱۳۹۷ شمار سانس‌های کنسرت به ۹ هزار سانس در کشور رسید. یکی از تبعات آن کاهش استقبال از سایر سبک‌های عرضه آثار موسیقایی است. تا پیش از این، آلبوم‌های موسیقی در کشور یک میلیون نسخه فروش داشتند، اما امروزه در خوش‌بینانه‌ترین حالت یک آلبوم پرفروش نزدیک به ۱۵ تا ۲۰ هزار نسخه فروش دارد. این امر نشان‌دهنده تغییر مدل درآمدی در صنعت موسیقی ایران از آلبوم‌های موسیقی به کنسرت‌هاست. در این زمینه پیروز ارجمند در مورد تبعات گسترش ویروس کرونا بر برگزاری کنسرت‌ها گفت: «در شرایطی که ویروس کرونا شیوع پیدا کرد و فاصله اجتماعی و قرنطینه‌ها اعمال شدند، برگزاری کنسرت، که اصلی‌ترین راه کسب درآمد در صنعت موسیقی ایران است، با مشکل مواجه شد».

در دوره همه‌گیری کووید-۱۹، یکی از پاسخ‌های اولیه هنرمندان فعال در حوزه موسیقی این بود که اجراهای خود را به فضای آنلاین منتقل کنند. این امر به هنرمندان این امکان را داد که با طرفداران و مخاطبان خود در ارتباط باشند و همچنین فعالیت خود را فراتر از بحران توسعه دهند (Gu et al, 2021). در بسیاری از موارد مشاهده شد که کنسرت‌ها و جشنواره‌های موسیقی به پلتفرم‌های آنلاین منتقل شدند (Quartz, 2020; Swarbrick, 2021; Vandenberg et al., 2021). چنین رویدادهایی اغلب از طریق پلتفرم‌های آنلاین برای مخاطبان مختلف از گروه‌های کوچک تا هزاران یا حتی میلیون‌ها نفر در سراسر جهان به صورت زنده پخش می‌شدند (Palamar & Acosta, 2021). در کشور ایران نیز برنامه‌هایی به نام کنسرت آنلاین برگزار شد که بسیاری از آن‌ها بدون دریافت هزینه بود و به شکل رایگان انجام شد. برخی دیگر از آن‌ها هم که فروش بلیت داشت که البته هر دو مورد دارای ایرادات و اشکالاتی بود. ابتدایی‌ترین اشکال این است که زیرساخت‌هایی برای انجام این‌گونه کارها در کشور وجود ندارد. کاوه خورابه در این زمینه گفت: «با اینترنت کم کیفیت نمی‌توان کنسرت آنلاین داشت. مردم تمایلی ندارند که هزینه بلیت یک کنسرت آنلاین پرداخت کنند، درحالی‌که قطعی مکرر اینترنت مانع از این شود که بتوانند از محتوای آن به‌درستی استفاده کنند». عبدالحسین مختاباد نیز دلیل اینکه تمایلی به برگزاری کنسرت آنلاین نداشته است را سرعت پایین اینترنت در ایران و قطعی‌های مکرر آن بیان کرد.

پیروز ارجمند مشکلات دیگر کنسرت‌های آنلاین را این‌گونه بیان کرد: «یکی دیگر از مشکلات کنسرت‌های برخط به صدابرداری بازمی‌گشت. برای نمونه، کنسرت همایون شجریان با رهبری بردیا کیارس یکی از بدترین صدابرداری‌ها را داشت. برای کنسرت همایون شجریان ارکستر ملی اجرا می‌شد، اما مخاطب فقط صدای چهار ساز را می‌شنید. تصویربرداری‌ها بسیار تخت، بی‌روح، و صداوسیمایی بود. کنسرت‌های برخط حتی برای خواننده بزرگ و توانمندی نظیر شهرام ناظری هم شکست خوردند، زیرا اعمال ممیزی‌های صداوسیما بر کنسرت‌های برخط مانع از ارائه باکیفیت این کنسرت‌ها شد. برای نمونه، همان‌گونه که در تلویزیون ساز را نشان نمی‌دهند، در پخش برخط نیز ساز را نشان ندادند و کنسرت‌ها کیفیت تصویری مطلوبی نداشتند. نکته دیگر این است که این ممیزی‌ها حتی به محتوای کنسرت نیز کشیده شده‌اند و مثلاً به شهرام ناظری گفته شده است که فلان قطعه موسیقی را اجرا کند». از سوی دیگر تعداد دیگری از کارشناسان به سوگیری‌هایی که در انتخاب افراد برای کنسرت آنلاین وجود داشته

است اشاره کرده‌اند و به نبود فرصت یکسان برای همه هنرمندان برای استفاده از این بستر اشاره کرده‌اند. کاوه خورابه در این زمینه گفت: «در انتخاب بسیاری از هنرمندان باید توافق جمعی انجام می‌شد چون برخی نسبت به این انتخاب‌ها معترض بودند چراکه برای حضور افرادی خاص رانت‌هایی وجود داشت اما به هرروی از آن‌ها استقبال چندانی نشد».

رکود شدید در صنعت موسیقی به دلیل عدم برگزاری کنسرت‌ها در شرایطی رخ داد که به نظر برخی از کارشناسان امکان اتخاذ تمهیداتی برای برگزاری کنسرت‌های حضوری وجود داشت. به‌زعم شهرام صارمی؛ «علی‌رغم پیگیری‌های صورت گرفته برای برگزاری کنسرت‌هایی با یک‌سوم ظرفیت، ولی هیچ‌کدام از نهادهای مسئول از این اقدام حمایت نکردند». کنسرت‌های روباز گزینه دیگری هستند که در ظرفیت استفاده از آن‌ها وجود داشت، باوجوداین به نظر عبدالحسین مختاباد؛ «یکی از اتفاقات عجیب این دوره این بود که تنها در کیش کنسرت در فضای باز برگزار شد، درحالی‌که امکان برگزاری کنسرت روباز در سایر شهرهای کشور هم وجود داشت».

– عرضه موسیقی در فضای مجازی

عصر دیجیتال زندگی انسان را در همه جنبه‌ها راحت‌تر می‌کند. اصطلاح دیجیتال اغلب به‌عنوان ظهور شبکه اینترنت یا فناوری اطلاعات و ارتباطات شناخته می‌شود. این سهولت در توسعه صنعت موسیقی نیز تأثیر داشته است (Zhao et al, 2020). در این عصر یک فضای بی‌مرز برای عرضه آثار موسیقایی در اختیار موسیقی‌دانان قرار گرفته است. از طریق فضای دیجیتال هنرمندان موسیقی می‌توانند آزادانه آثار خود را توزیع کنند، این مسئله به‌ویژه برای افراد که تجربه‌های اول حضور در دنیای موسیقی را پشت سر می‌گذارند بیشتر حائز اهمیت است (Zhao et al, 2020; Jabłońska, 2021). در این شرایط هنرمندان باید خود را به چالش بکشند تا با استفاده از خلاقیت و فناوری محیط‌های تازه‌ای برای عرضه کارهای موسیقایی‌شان ایجاد کنند (Sahid, 2020). محمد سریر در زمینه استفاده از فضاهای جایگزین برای انتشار آثار موسیقایی گفت: «در شرایط کنونی بین کسانی که کارهای موسیقایی دارند و می‌خواهند آن‌ها را عرضه کنند با مردمی که مخاطب این آثار هستند، قطع ارتباط شده است. در این شرایط به خطوط جایگزینی نیاز است که پیام‌ها و اطلاعات به‌واسطه آن‌ها فرستاده شوند. اگر بتوانیم این امکانات را فراهم کنیم موسیقی در کشور ما از بحران رهایی پیدا می‌کند». عرضه آثار

موسیقایی در وب تا پیش از شیوع کرونا نیز وجود داشته است، اما با شیوع ویروس کرونا و به علت شرایطی که ایجاد شد، این رویه تشدید شد.

مورد دیگر در زمینه عرضه موسیقی در فضای مجازی استفاده از ظرفیت پلتفرم‌هاست. در دوره کرونا، علی‌رغم اینکه پلتفرم‌های جدیدی به حوزه موسیقی وارد نشده‌اند، پلتفرم‌هایی که پیش از این نیز در این حوزه فعال بوده‌اند فعالیت بیشتری پیدا کرده‌اند، اما هنوز در کشور ما به استاندارد جهانی در این زمینه نرسیده‌اند. به‌زعم پیروز ارجمند؛ «در کشور ایران نیاز به ایجاد پلتفرم‌های قوی موسیقی وجود دارد که بتوانند زمینه فروش قانونی آثار موسیقایی را فراهم کنند. هرچند که انتظار می‌رفت در دوره کرونا فرصت استفاده از پلتفرم‌ها از دست نرود و برای نمونه، پرتالی نظیر آمازون برای عرضه و فروش آثار موسیقایی فراهم شود؛ باین‌حال، در این زمینه اقدام خاصی صورت نگرفت». کاوه خورابه نیز مشکلات ناشی از عدم استفاده از پلتفرم‌ها را این‌گونه شرح داد: «در کشور ما به عدم به‌کارگیری پلتفرم‌های موسیقایی باعث شد که صنعت موسیقی نتواند از امکانات فضای مجازی بهترین بهره را ببرد، در صورتی که ما باید با خودانتقالی و خودتصحیحی و بازخوردهایی که می‌گرفتیم پلتفرم‌هایی را برای عرضه آثار موسیقایی ایجاد می‌کردیم».

یکی از پیامدهای انتشار آثار موسیقایی در فضای مجازی ظهور خرده‌سلبریتی‌ها در حوزه موسیقی بود. هنرمندان آثارشان را در صفحات اینستاگرامی انتشار دادند و توانستند با مخاطبان‌شان ارتباطی دوسویه پیدا کنند. بسیاری از جوانانی که می‌خواستند برای آثار موسیقایی‌شان مخاطب جهانی پیدا کنند محتوای موسیقایی را در شبکه‌های اجتماعی منتشر کردند. از سوی دیگر، استفاده از این فضا این فرصت را به این افراد داده تا فارغ از فرایند طولانی مجوز گرفتن به عرضه آثار موسیقایی بپردازند. داریوش طلایی پیامدهای خرده‌سلبریتی‌سازی در حوزه موسیقی را این‌گونه بیان کرد: «حضور در فضای مجازی آسیب‌های متنوعی را نیز به همراه داشت که یکی از این موارد ظهور هنرمندان یک‌شبه یا خرده‌سلبریتی‌ها در حوزه موسیقی است که با عرضه آثارشان در فضای مجازی به دنبال کسب شهرت هستند. معمولاً هم آثاری را که در این فضا هنرمندان یک‌شبه عرضه می‌کنند از کیفیت لازم بی‌بهره‌اند و تنها برای دیده‌شدن و جذب دنبال‌کننده هستند».

خرده‌سلبریتی‌های هنرمندما در این فضا به‌سبب دنبال‌کننده‌هایی که دارند احساس سلبریتی‌بودن به آن‌ها دست می‌دهد و برای همین، رفتارهایی از خودشان بروز می‌دهند که در

طولانی مدت می‌تواند برای حوزه موسیقی کشور آسیب‌زا باشد؛ عبدالله بیچرانلو پیامدهای خرده‌سلبریتی را برای فرهنگ چنین شرح داد: «هدف اصلی این خرده‌سلبریتی‌ها موسیقی و فرهنگ نیست، بلکه شرط‌بندی و تبلیغ وبگاه‌های قمار و یا ارجاع به مصرف کالا یا برندی خاص است. رفتارهایی که این افراد از خودشان در فضای مجازی بروز می‌دهند ممکن است تأثیراتی منفی بر نسل نوجوان و جوان داشته باشد. بنابراین، تبعات گسترش خرده‌سلبریتی در فضای مجازی را می‌توان گسترده ارزیابی کرد که از آن جمله می‌توان به سطحی‌سازی، عامه‌پسند شدن، کالایی‌سازی و تجاری‌شدن هنر اشاره کرد. از سوی دیگر، آنچه در فضای مجازی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای تولید و مصرف موسیقی رخ می‌دهد ایجاد تراکم-شناختی است. منظور از تراکم‌شناختی این است که برای نمونه در حوزه موسیقی ذائقه افراد دیگر نتواند سره و ناسره و هنر و غیر هنر را تشخیص دهد و از آن استفاده کند».

آموزش

- تعطیلی آموزشگاه‌های موسیقی

به دنبال شیوع اپیدمی کووید-۱۹ و رعایت پروتکل‌های بهداشتی متعاقب آن، آموزش موسیقی در سراسر جهان مسیری متفاوت پیدا کرد. در کشور ایران نیز یکی از اولین اقداماتی که در همان روزهای آغازین شیوع ویروس کرونا در کشور در اسفندماه ۱۳۹۸ صورت گرفت تعطیلی مکان‌های آموزشی نظیر آموزشگاه‌های موسیقی و دانشگاه‌ها بود. شهرام صارمی، کارشناس موسیقی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران از «تعطیلی نزدیک به ۳۰۰ آموزشگاه موسیقی به دلیل نداشتن مراجعه‌کننده و هنرجو» سخن گفت. به نظر وی «با توجه طولانی شدن وضعیت و مشخص نبودن آینده به نظر می‌رسد که تعداد زیادی از این آموزشگاه‌ها هیچ‌گاه نمی‌توانند دوباره به فعالیت خود ادامه دهند». در همین راستا محمد سعید شریفیان فعالیت محدود آموزشگاه‌ها در دوره اپیدمی کرونا را این‌گونه بیان کرد: «فعالیت آموزشگاه‌ها در این دوران بسیار محدود شد و برخی از آن‌ها یک یا دو روز در هفته کار می‌کردند و برخی دیگر برای همیشه تعطیل شده‌اند». در این زمینه کاوه خورابه نیز مشکلات تعطیلی آموزشگاه‌ها را این‌گونه ارزیابی کرد: «عدم حمایت مادی و معنوی از آموزشگاه‌های موسیقی باعث تعطیلی‌های گسترده‌ای شد که به بیکاری تعداد زیادی از افراد فعال در این حوزه منجر شد».

تعطیلی آموزشگاه‌های موسیقی در کشور ما در شرایطی ادامه پیدا کرد که به‌زعم برخی از کارشناسان امکان استفاده از آموزش حضوری موسیقی با رعایت پروتکل‌های بهداشتی وجود داشت. در این زمینه نظر شهرام صارمی به شرح زیر است: «کلاس‌های موسیقی معمولاً تک نفر برگزار می‌شوند و در آن یک معلم و یک شاگرد حضور دارند به همین دلیل امکان رعایت کامل پروتکل‌های بهداشتی (ماسک، فاصله اجتماعی، ماده ضدعفونی‌کننده) در آن‌ها وجود دارد. با وجود این، علی‌رغم پیگیری‌های هنرمندان و اساتید موسیقی اما ستاد مقابله با کرونا حمایت‌های لازم را از آموزشگاه‌های موسیقی انجام نداد تا بتوانند در این مقطع به فعالیت خود ادامه دهند». در مورد کارآمدی آموزش حضوری با رعایت پروتکل‌های بهداشتی محمد سعید شریفیان تجربه‌اش را در این زمینه این‌گونه بیان کرد: «من مستر کلاس‌های ۶ تا ۷ نفره آهنگ‌سازی داشتم که همه افراد با ماسک و رعایت فاصله بیش از یک متر در آن حضور پیدا می‌کردند. در این کلاس‌ها کولر وجود دارد و تهویه‌ی هوا انجام می‌شود و تاکنون مشکل خاصی وجود نداشته است».

– وضعیت آموزش مجازی در دانشگاه‌ها

تا پیش از شیوع ویروس کرونا افزایش استفاده از تکنولوژی‌های گوناگون باعث تغییر در آموزش و ایجاد فرصت‌هایی جدید برای آن شده بود (Kesendere et al, 2020) و بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته تکنولوژی را به‌عنوان یک بخش اساسی از آموزش در عصر جدید پذیرفته بودند، به همین دلیل آن‌ها آمادگی بیشتری برای بهره‌برداری از ظرفیت تکنولوژی در شرایط بحران به‌منظور آموزش مجازی داشتند. اما به نظر می‌رسد در کشور ما در زمینه پذیرش تکنولوژی برای آموزش رویه‌ای متفاوت طی شده است. که آن‌گونه که پیروز ارجمند بیان کرد: «در کشور ما در برابر آموزش آنلاین مقاومت وجود داشت و اگر کرونا نیامده بود آموزش عالی و آموزش‌وپرورش هیچ‌گاه برای این تحول آموزشی پیش‌قدم نمی‌شدند». ارجمند در بخش دیگری از سخنانش وضعیت آموزش مجازی در ماه‌های آغازین شیوع ویروس کرونا را این‌گونه شرح داد: «در ماه‌های اول شیوع ویروس کرونا دانشگاه‌ها دچار اختلال ارتباطی با دانشجویان شدند. در این مقطع سامانه‌ها هنوز به‌روز نشده بودند و زیرساخت‌های لازم برای آموزش آنلاین وجود نداشت. اما در ترم‌های بعدی وضعیت آموزش بهبود پیدا کرد و دانشگاه‌ها متقاعد شدند که از پلتفرم‌های به‌روزتری برای آموزش آنلاین استفاده کنند». در این زمینه محمدعلی مرآتی نیز در مورد تجربه ناموفق آموزش مجازی موسیقی در ماه‌های آغازین شیوع ویروس کرونا

گفت: «پلتفرم‌هایی که دانشگاه‌ها برای آموزش برخط در اختیار استادان قرار داده بودند امکانات لازم برای آموزش باکیفیت را نداشتند؛ برای نمونه، امکان بارگذاری فایل‌های با حجم سنگین در آن‌ها وجود نداشت». اما در ترم‌های بعدی آموزش عالی در کشور ما توانسته است سازگاری بیشتری با آموزش در فضای مجازی پیدا کند.

در آموزش آنلاین مربیانی که از بسترهای مختلف برای آموزش آنلاین استفاده می‌کنند و شیوه‌های نوآورانه‌تری را در آموزش در پیش می‌گیرند عملکرد موفق‌تری در انتقال مواد آموزشی به هنرجویان موسیقی دارند (Hash, 2020; Kesendere et al, 2020; Senol Sakin, 2021). در این زمینه محمدعلی مرآتی دلیل موفقیت شیوه‌های تدریس را در دانشگاه استفاده ترکیبی از نرم‌افزارهای مختلف اعلام کرد و گفت: «شیوه تدریس من در دانشگاه موفق بود زیرا از چند پلتفرم به شکل هم‌زمان استفاده می‌کردم و کوشش می‌کردم روند کاری دانشجویان را یادگیری مباحث پیگیری کنم. برای نمونه، استفاده از روش‌های مکمل نظیر نرم‌افزارهای تلفن همراه مثل واتس‌آپ و تلگرام برای بارگذاری فایل‌های آموزشی و استفاده از نرم‌افزارهای دیگر نظیر اسکای روم و گوگل میت برای آموزش برخط نیز توانسته است تا حدودی به برطرف کردن مشکلات آموزشی کمک کند». در این زمینه کسندلر^۱ و دیگران (۲۰۲۰) توصیه می‌کنند که با توجه به اینکه در عصر تکنولوژی زندگی می‌کنیم، می‌توان گفت که برای آموزش مطلوب سازهای موسیقی استفاده از روش آموزش ترکیبی مناسب‌تر است. بنابراین در آموزش موسیقی می‌توان از شیوه‌های مختلفی استفاده کرد که داریوش طلایی آن‌ها را به آموزش برخط و آموزش با استفاده از فایل‌های ضبط‌شده تقسیم‌بندی کرد: «در این دوره، استادان به علت مشکلات اینترنت، درس را ضبط می‌کردند و به صورت فایل برای هنرجویان می‌فرستادند. در واقع، بخشی از تدریس به صورت فایل‌هایی بود که پیش‌تر ضبط و ارسال می‌شدند. در ارتباط مستقیمی که به صورت برخط در کلاس شکل می‌گرفت، توصیه‌های تکمیلی و نکاتی در مورد فایل‌های ضبط‌شده بیان می‌شدند».

– مسائل و مشکلات آموزش و مجازی دانشگاه‌ها

یکی از مهم‌ترین مشکلات آموزش مجازی در کشور به شکاف دیجیتال مربوط است. پهنای باند محدود، سرعت پایین و قطعی‌های مکرر اینترنت باعث مشکلاتی در آموزش مجازی موسیقی و

اختلال در ارتباط بین هنرجو و استاد شده‌اند. همان‌طور که سنول ساکین^۱ (۲۰۲۱) بیان می‌کند مشکلات فنی مربوط به اینترنت، کمبود کامپیوتر و سخت‌افزار و کمبود برنامه‌های کاربردی باعث اختلال در آموزش آنلاین می‌شوند. نتایج پژوهش نیکولز^۲ (۲۰۲۰) نیز مؤید این نکته هستند که بسیاری از دانش‌آموزان در این دوره با نابرابری در آموزش مواجه شده‌اند.

آموزش برخط موسیقی مسائل و مشکلات متعددی را در پی دارد که باعث می‌شود آموزش دادن به این شیوه بسیار سخت و طاقت‌فرسا باشد. محمد سعید شریفیان در این زمینه گفت: «یکی از مهم‌ترین مشکلات آموزش مجازی این است که، به‌علت عدم حضور فیزیکی و نبود ارتباط چهره به چهره بین استاد و هنرجو، تمرکز افراد کاهش پیدا می‌کند. نکته‌ای که در آموزش حضوری با یک بار گفتن منتقل می‌شد در آموزش مجازی باید چند بار تکرار شود. این مسئله در تدریس دروس عملی مانند تدریس سازها به‌مراتب دشوارتر است و نیاز به تلاش و زحمت بیشتری دارد». در این زمینه نتایج پژوهش کسندلر و دیگران (۲۰۲۰) از این یافته حمایت می‌کنند که آموزش آنلاین برای دروسی که نیاز به مهارت‌های کاربردی دارند و یا حاوی مفاهیم انتزاعی‌تری هستند، ناکافی است. از سوی دیگر به‌زعم محمدعلی مرآتی؛ «محدوده دید در کلاس برخط کاهش پیدا می‌کند، صفحه رایانه یا تلفن همراه تنها بخشی از محیط را نشان می‌دهد و همین باعث می‌شود مواد آموزشی به‌درستی و به‌صورت کامل منتقل نشوند».

علاوه بر همه مشکلات بیان‌شده اعضای هیئت‌علمی در ارتباط آنلاین با دانشجویان مشکلاتی دارند زیرا به نظر می‌رسد مواردی نظیر غیبت هنرجویان و کاهش انگیزه آن‌ها مانع از تحقق اهداف آموزشی می‌شوند (Senol Sakin, 2021). در این زمینه محمد سعید شریفیان گفت: «متأسفانه به‌علت اینکه آموزش مجازی در کشور ما به‌درستی جا نیفتاده است، در این دو سال که دانشگاه‌ها برخط شده‌اند، برخی دانشجویان در یادگیری مباحث جدی نیستند». از سوی دیگر به‌زعم محمدعلی مرآتی؛ «آموزش برای هنرجویانی که مباحث مقدماتی را گذرانده‌اند و تا حدودی به این حوزه تسلط دارند آسان‌تر از آموزش به مبتدیانی است که اولین تجربه‌های یادگیری موسیقی را پشت سر می‌گذارند. آموزش مباحث به افراد مبتدی در فضای مجازی کار دشواری است و چالش‌های بسیاری دارد». در این زمینه کسندلر و دیگران (۲۰۲۰) و سنول ساکین (۲۰۲۰) بر این نکته تأکید کرده‌اند که چالش‌های آموزش آنلاین در آموزش به دانش‌آموزان مقاطع پایین‌تر به‌صورت محسوس‌تر و بیشتری نمایان هستند.

1 Ajda Şenol Sakin

2 Bryan E. Nichols

مصرف

- مجازی شدن مصرف موسیقی

آمارهای منتشرشده در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات (۱۳۹۹) در زمینه بررسی وضعیت گذران اوقات فراغت مردم در ایام کرونا بیانگر این است که مصرف رسانه‌های اجتماعی در دوره کرونا افزایش یافته است. حدود ۴۰ درصد از مردم اعلام کرده‌اند که مصرف رسانه‌های اجتماعی نزد آن‌ها در دوره کرونا بیشتر شده است. این مسئله بیانگر این است که شیوع ویروس کرونا باعث حذف آیین‌ها و حضور در اجتماعات شده است و فعالیت در رسانه‌های اجتماعی و ارتباطات انتقالی جایگزین آن شده است. عبدالحسین مختاباد مزایای مجازی شدن مصرف موسیقی را این‌گونه بیان کرد: «در فضای مجازی، دسترسی مردم به آثار هنرمندان شاخص آسان‌تر شده است؛ به همین علت، انحصار رسانه‌های جریان اصلی نظیر رادیو و تلویزیون در شکل‌دهی به ذائقه مخاطبان از بین رفته است. برای نمونه، می‌توان یوتیوب را مثال زد که آرشیوی موسیقایی است و در آن می‌توان به تمام کنسرت‌های دهه‌های پیشین دسترسی پیدا کرد. رسانه‌های اجتماعی نظیر یوتیوب باعث شده‌اند که فرصت‌های برابر در مصرف رسانه‌ای ایجاد شوند و افراد در دورافتاده‌ترین نقاط کشور نیز بتوانند به محتوای موسیقایی غنی در سطوح محلی، ملی و جهانی دسترسی پیدا کنند. بنابراین، از اصلی‌ترین مزایای فناوری اطلاعات می‌توان به عدالت و آزادی نسبی در دسترسی به محتوا اشاره کرد».

کووید-۱۹ حتی بی‌میل‌ترین مصرف‌کنندگان به فضای دیجیتال را به سمت حضور در این فضا سوق می‌دهد. (Giordani & Rullani, 2020) عبدالله بیچرانلو پیامدهای این مسئله را آیین زدایی از مصرف موسیقی مطرح کرد: «انتقالی شدن و دیجیتال شدن موسیقی در دوران کرونا نسبت به گذشته تشدید شد و عملاً صحنه‌های اجرا حذف شده‌اند. در دوره کرونا، انتقالی شدن موسیقی به معنای استفاده گسترده از فضای مجازی و رسانه‌هایی است که دوربرد هستند و مصرف موسیقی از طریق رسانه‌ها صورت می‌گیرد. در شرایط کرونا آیین‌ها، موقعیت‌ها و شرایط گوناگونی که عواطف انسان درگیر آن‌هاست با تحولات گسترده‌ای مواجه شده‌اند. اگر اجرای موسیقی به‌مثابه آیین در نظر گرفته شود، وقتی که از آن آیین‌زدایی می‌شود ویژگی‌های آیینی موسیقی از دست می‌روند. عدم حضور در آیین‌هایی که همراه با مصرف موسیقی بوده‌اند باعث می‌شود در زندگی حالت یکنواختی به وجود بیاید. مجازی شدن به قالب اصلی مصرف موسیقی از بارگیری و مصرف بدل شده و این شکل عمده دریافت موسیقی نزد مردم است». وی معتقد

است که برای رسیدن به رویکردی متعادل نیاز است که ارتباطات آیینی و ارتباطات انتقالی مکمل یکدیگر به کار بروند: «اگر بین ارتباطات آیینی و انتقالی تعادل و توازی وجود داشته باشد، بهترین نوع کارایی حاصل می‌شود. ارتباطات انتقالی و ارتباطات آیینی مکمل یکدیگرند».

– جهانی شدن مصرف موسیقی

جهانی شدن^۱ فرایند فشرده شدن فزاینده زمان و مکان و ادغام تدریجی کمابیش آگاهانه مردم جهان در این فرایند است. در این فرایند، مفروضات سرزمینی و دولت - ملت‌ها در خصوص پدیده‌های گوناگون از جمله در زمینه فرهنگ و تولید و مصرف موسیقی به چالش کشیده شده‌اند. اکنون، مخاطبان موسیقی آزادتر می‌توانند به دنبال آثار موسیقایی که واقعاً با ذائقه آن‌ها مطابقت دارد بگردند (Zhao et al, 2020). این می‌تواند تقویت‌کننده‌ی پدیده همه‌چیزخواری موسیقی از طریق دسترسی گسترده‌تر و جهانی‌تر به محتوای موسیقی باشد (Jabłońska, 2021). پیروز ارجمند در این زمینه گفت: «جهانی شدن در مصرف موسیقی باعث شده که حوزه گسترده‌تری برای شنیدن و مخاطبان جدید و با کمیت زیاد به وجود بیاید». عبدالله بیچرانلو جهانی شدن مصرف موسیقی در ایران را این‌گونه شرح داد: «در دهه‌های ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ تولید و مصرف موسیقی بیشتر در درون مرزهای کشور صورت می‌گرفت و مصرف میان فرهنگی و جهانی کمتر بود، اما امروزه به واسطه تحولات فاورانه و رسانه‌ای، این محدودیت‌های مرزی از میان رفته‌اند. همین مسئله باعث شده است که مصرف موسیقی در کشور ما تنها به موسیقی ایرانی محدود نباشد و از موسیقی‌هایی که در جوامع دیگر تولید می‌شود استقبال به عمل آید». برای نمونه، نتایج پژوهش بیچرانلو و اقبالی (۱۳۹۹) با عنوان «بررسی دلایل اقبال نوجوانان و جوانان ایرانی به موسیقی پاپ کره‌ای» مؤید این نکته است که با شتاب توسعه پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی در دهه ۱۳۹۰ قدرت، سرعت و شدت موج کی‌پاپ بسیار افزایش پیدا کرده تا آنجا که طرفداری از پاپ کره‌ای به موجی گسترده در میان جوانان و نوجوانان ایرانی تبدیل شده است. این در حالی است که نتایج پژوهش فاضلی (۱۳۸۶) با عنوان «جامعه‌شناسی مصرف موسیقی» نشان می‌دهد که تا پیش از دهه ۱۳۸۰ تولیدات بین‌المللی نقش کم‌رنگی در ذائقه موسیقایی ایرانیان داشتند. در آن دوره، موسیقی‌های هندی، ترکی، امریکایی و عربی به میزان ناچیزی در ایران مصرف می‌شد که علت اصلی این موضوع هم

1 Globalization

پدیده جهانی شدن نیست؛ بلکه مجاورت‌های جغرافیایی و فرهنگی در آن نقش داشته‌اند. در دوره کرونا با توجه به حضور بیشتر مردم در فضای مجازی جهانی شدن مصرف موسیقی تشدید شد. به‌زعم داریوش طلایی؛ «در دوره کرونا، به‌واسطه تحولات رخ داده، حضور مردم در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی افزایش پیدا کرد و متعاقب این مسئله، امکانی برای افراد فراهم شد تا از طریق فضای مجازی با موسیقی‌های خارجی که تا پیش از کرونا فرصت گوش‌دادن به آن‌ها را نداشتند آشنا شوند».

– نقش موسیقی در بهبود روحیه مردم

در دوره شیوع ویروس کرونا مردم با مشکلات متعددی نظیر ترس از ویروس، افزایش استرس به دلیل اقدامات فاصله‌گذاری اجتماعی، مرگ اطرافیان، کاهش درآمد و یا بیکاری، کار در خانه و مراقبت از فرزندان و عدم اطمینان از آینده و انزوای اجتماعی مواجه بودند. نتایج پژوهش‌های مختلف شواهدی از تأثیرات منفی این دوران بر سلامت روان، مانند افزایش سطح اضطراب، افسردگی، احساس تنهایی، کاهش تمرکز و اختلال در کیفیت خواب ارائه داده‌اند (Dagnino et al, 2020; Dawel et al, 2020; Groarke et al, 2020; Hur et al, 2020; Rossi et al, 2020; Hoffart et al., 2020). موسیقی در این دوره برای افراد نقش مسکن و دارویی را ایفا می‌کرد که تحمل این شرایط سخت را برای آن‌ها ممکن می‌کرد. در واقع، چندین مطالعه نشان داده‌اند که گوش دادن به موسیقی به آرامش، بهبود خلق‌وخو، کاهش احساسات منفی نظیر اضطراب، افسردگی و احساس تنهایی کمک می‌کند (Fink et al, 2021; Martínez-Castilla et al, 2021; Vidas et al, 2021; Krause et al, 2021; Daffern et al., 2021; MacDonald et al., 2021; Ziv, 2022; Morgan-Ellis, 2021). موسیقی برای خودتنظیمی هیجانی و رهایی از تنهایی است (Martín, 2021). گوش دادن به موسیقی می‌تواند یک استراتژی مؤثر برای تنظیم عاطفه باشد که منجر افزایش استقامت افراد در مواجهه با شرایط سخت شود. عبدالله بیچرانلو در این زمینه این نکته را متذکر می‌شود که؛ «با کنترلی که موسیقی بر بدن یعنی عواطف، احساسات، عصب‌ها و روح آدمی دارد، باعث می‌شود تحمل و شکیبایی افراد در برابر شرایط دشوار بیشتر شود». محمدعلی مرآتی نیز به استفاده هدفمند از موسیقی را این‌گونه شرح داد: «هرچقدر استفاده از موسیقی هدفمندتر باشد، تأثیرگذاری موسیقی در ارتقای روحیه شنوندگان آن بیشتر می‌شود. اگر افراد با سبک‌های موسیقی آشنایی داشته باشند و بدانند که هنرمندان قطعه‌های موسیقی را به چه

علت و مناسبتی ساخته‌اند، آن وقت استفاده هدفمند از موسیقی شکل می‌گیرد که باعث می‌شود کارکرد روان‌کاوانه و روان‌شناسانه موسیقی در این دوران ارتقا پیدا کند». داریوش طلایی نیز از یادگیری موسیقی به‌عنوان کاربردهای آن برای ارتقای روحیه جامعه در زمان بحران یاد کرد: «بخش دیگری از کارکرد موسیقی در این دوره به یادگیری آن بازمی‌گردد که می‌تواند باعث تغییر روحیه افراد شود. کسانی که به یادگیری موسیقی علاقه دارند در دوره کرونا از یادگیری موسیقی به‌مثابه راهی برای تقویت روح و روانشان و جبران خلأهای معنایی زندگی‌شان استفاده کردند».

علاوه بر این، قرار گرفتن منظم در معرض اشعار موسیقی که به یک موضوع خاص می‌پردازد، احتمال اینکه افراد اطلاعات ارسال شده را بپذیرند، افزایش می‌دهد. از این رو، قرار گرفتن مکرر در معرض موسیقی حاوی اقدامات پیشگیرانه کووید-۱۹ می‌تواند به افراد و به‌ویژه جمعیت‌های جوان کمک کند تا به چنین اقداماتی پایبند باشند و در نتیجه رفتارهای خود را تطبیق دهند (Courmoyer Lemaire, 2020). در همین راستا عبدالله بیچرانلو کارکرد موسیقی در سطح کلان مدیریتی را این‌گونه شرح داد: «موسیقی باعث می‌شود هم‌بستگی اجتماعی به وجود بیاید. برای نمونه، برای ارتقای روحیه جمعی در زمینه همکاری در مدیریت بحران، مانند افزایش اقبال از شیوه‌نامه‌های بهداشتی، می‌توان از موسیقی استفاده کرد در این شرایط، از موسیقی می‌توان برای اقناع مردم و تغییر نگرش آن‌ها استفاده کرد. بنابراین، می‌توان موسیقی را ابزار تغییر اجتماعی نامید، چون بی‌واسطه با عواطف و احساسات مردم، به‌ویژه قشر جوان که مصرف‌کنندگان اصلی آن هستند، سروکار دارد. به همین علت، موسیقی می‌تواند سرعت تغییرات اجتماعی را در جامعه افزایش دهد».

نتیجه‌گیری

شیوع ویروس کووید-۱۹ با تغییراتی که در زندگی فردی و جمعی انسان‌ها ایجاد کرد باعث تحولاتی شگرف در حیطه موسیقی در سراسر جهان و در کشور ایران شد. در این دوره بسیاری از رویه‌های معمول کاری در حوزه موسیقی به بازاندیشی نیاز پیدا کردند و شریان‌های نوین برای تولید، توزیع، آموزش و مصرف موسیقی ایجاد شدند. در این شرایط با توجه به تعطیلی رویدادهایی که تا پیش از این به‌صورت حضوری برگزار می‌شدند، روند دیجیتال شدن زندگی که به‌صورت تدریجی در حال رخ دادن بود به دیجیتالی‌سازی کامل تغییر پیدا کرد. کووید-۱۹ نشان‌دهنده یک شوک موقت است که با این حال، تأثیر دائمی بر رشد بازار دیجیتال دارد

(Giordani & Rullani, 2020). تا قبل از شیوع ویروس کرونا، فناوری‌های دیجیتال در حال گسترش بودند، اما هنوز از پتانسیل آن‌ها تا حد زیادی استفاده نشده بود. از آن‌ها در بخش‌های و کاربردهای خاصی استفاده می‌شد اما بعد از شیوع ویروس کووید-۱۹ دیجیتال شدن از حالت فرعی خارج شد و به گزینه اصلی در صنعت موسیقی تبدیل شد. تجربه موسیقی در کشور ایران بیانگر این است که در برخی از حیطه‌ها از فرصت‌های دیجیتال شدن تا حدود زیادی استفاده شده است، اما بسیاری از حوزه‌های دیگر که ستون‌های اصلی موسیقی در کشور به شمار می‌روند هنوز نتوانسته‌اند روند دیجیتال شدن را نهادینه کنند و به‌درستی از مزایای آن بهره ببرند. در این زمینه برای نمونه می‌توان به استفاده از ظرفیت کنسرت‌های مجازی در سراسر دنیا اشاره کرد، که در کشور ما به تجربه‌ای شکست‌خورده تبدیل شد. شکست کنسرت‌های مجازی در کشور ما در شرایطی رخ داد که کنسرت‌ها اصلی‌ترین منبع درآمد برای موسیقی کشور هستند. در سایر زمینه‌ها نیز وضعیت استفاده از فضای مجازی برای فعالیت‌های موسیقایی به همین صورت ناکافی، نامطلوب و یا با تأخیر صورت گرفته است. برای نمونه در آموزش مجازی بعد از گذشت دو سال از شیوع ویروس کووید-۱۹ هنوز دانشگاه‌ها نتوانسته‌اند مدل‌های مناسبی را برای آموزش مجازی موسیقی که بیش‌ترین بهره را داشته باشند اتخاذ کنند. در عرضه موسیقی در فضای مجازی هم شرایط به همین صورت است، با توجه به اینکه تدابیر لازم برای استفاده از ظرفیت پلتفرم‌های مجازی در کشور ایجاد نشده‌اند، عرضه موسیقی در فضای مجازی توسط هنرمندان شاخص برای آن‌ها سود مادی به همراه ندارد و این فضا بیشتر تبدیل به عرصه‌ای برای رشد هنرمندان یک‌شبه و خرده‌سلب‌ریتی‌هایی شده است که با فعالیت‌هایشان به موسیقی کشور لطمه می‌زنند. ریشه برخی از تحولات دیگر نظیر مجازی شدن مصرف موسیقی و جهانی شدن مصرف بیشتر از آنکه به دوره کرونا بازگردد به تحولاتی مربوط است که پیش از دوره کرونا به واسطه حضور بیشتر مردم در فضای مجازی ایجاد شده‌اند، بنابراین کرونا در این زمینه‌ها بیشتر نقش تشدیدکننده را داشته است.

حضور فعالانه مردم و هنرمندان در فضای مجازی باعث جهانی شدن رویه‌های تولید، توزیع، آموزش و مصرف موسیقی در کشور شده است. آغاز همکاری‌های بین‌المللی در تولید آثار موسیقایی مشترک در دوره کرونا نویدبخش مسیری تازه برای موسیقی کشور بود که در آن هنرمندان ایرانی این فرصت را خواهند داشت که با هنرمندان سایر کشورها تعامل داشته باشند و از فرصت‌های بازار جهانی استفاده کنند. علی‌رغم دیدگاه خوش‌بینانه‌ای که به این مسئله

وجود دارد، ضعف‌هایی نظیر شکاف دیجیتال، نبود آموزش موسیقایی مناسب، نداشتن مهارت‌های استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث شده است که هنرمندان ایرانی امکانی محدود برای استفاده از این فضا داشته باشند. برعکس حضور هنرمندان که محدودیت‌های مختلفی باعث ناکامی آن‌ها در استفاده از ظرفیت‌های بین‌المللی شده، حضور مردم در فضای مجازی آن‌ها را به هواداران موسیقی‌های خارجی تبدیل کرده است. در شرایطی که موسیقی ایرانی نقش چندانی در شکل‌دهی به ذائقه شنیداری جهان ندارد، موسیقی‌های کشورهای دیگر نظیر کره، ترکیه، امریکا و هند در ایران طرفداران زیادی پیدا کرده‌اند. مسئله هواداری از موسیقی خارجی به حدی جدی است که متعاقب آن، ایران به مقصدی برای فروش کالاهای کشورهای مبدأ این نوع از موسیقی تبدیل می‌شود. بنابراین، پشت اهداف فرهنگی این کشورها اهداف تجاری جدی وجود دارند و به‌علت عدم سیاست‌گذاری صحیح در حوزه موسیقی در کشور ما زمینه برای جذب مخاطبان ایرانی به این نوع از موسیقی‌ها فراهم شده است.

منابع

- ایسنا. (۱۴۰۰). آمار کرونا در جهان تا ۲۱ بهمن.. بازیابی شده از: <https://www.isna.ir/news/1400112116414/>
- ایسنا. (۱۴۰۰). کرونا با موسیقی چه کرد؟. بازیابی شده از: [/https://www.isna.ir/news/1400052416693](https://www.isna.ir/news/1400052416693)
- بیچرانلو، ع. و اقبالی، ر. (۱۳۹۹). بررسی تحلیل زمینه‌ها و دلایل اقبال نوجوانان و جوانان ایرانی به موسیقی پاپ کره‌ای. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- بیچرانلو، ع. (۱۳۹۳). رسانه موسیقی و جوانان ایرانی؛ با تمرکز بر موسیقی در تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان. فصلنامه رسانه، ۲۵(۲)، ۱۰۱-۱۱۹.
- پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. (۱۳۹۹). گذران اوقات فراغت در دوران کرونا (مطالعه کشوری). تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- خبرگزاری صداوسیما. (۱۴۰۰). صدور مجوز بیش از ۲۲۰۰ تک‌آهنگ در ۶ ماه اول سال. بازیابی شده از: <https://www.iribnews.ir/fa/news/3246453>
- رضوی طوسی، م.، و یاهک، س. (۱۳۹۳). مصرف موسیقیایی. فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات، ۱۵(۲۵)، ۷-۳۶.
- فاضلی، م. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی مصرف موسیقی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- Bichranlou, A., & Iqbali, R. (2020). Analyzing the contexts and reasons for Iranian teenagers and young people's interest in Korean pop music. Tehran: Research Center for Culture, Art and Communication.
- Bichranlou, A. (2014). Music and Iranian Youth: Focus on Music at Persian Language Satellite TV Channels. *Rasaneh*, 25(2), 101-119.
- Bajakian, A. (2021). Alone Together: Musicking in the Time of COVID-19. *Critical Studies in Improvisation/Études critiques en improvisation*, 14(1), 1-3.
- BBC (2021). 'One in three music industry jobs were lost during pandemic'. Retrieved from: <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-58959179>.
- Brambilla, H.S. (2020). 'This is how COVID-19 is affecting the music industry'. Retrieved from: <https://www.weforum.org/agenda/2020/05/this-is-how-covid-19-is-affecting-the-music-industry/>.
- Chan, T. (2020). 'SuperM Set Unprecedented Live Streaming Concert to Give Back to Fans'. Retrieved from: <https://www.rollingstone.com/music/music-news/superm-beyond-live-streaming-concert-990019/>.
- Connected Commerce Council (2020). Digitally Driven. U.S. Small Businesses Find a Digital Safety Net During COVID-19 report. Retrieved from: <https://connectedcouncil.org/wp-content/uploads/2020/09/Digitally-Driven-Report.pdf>.
- Cournoyer Lemaire, E. (2020). Extraordinary times call for extraordinary measures: the use of music to communicate public health recommendations against the spread of COVID-19. *Canadian Journal of Public Health*, 111(4), 477-479.

- Daffern, H., Balmer, K., & Brereton, J. (2021). Singing together, yet apart: the experience of UK choir members and facilitators during the Covid-19 pandemic. *Frontiers in psychology*, 303.
- Dagnino, P., Anguita, V., Escobar, K., & Cifuentes, S. (2020). Psychological effects of social isolation due to quarantine in Chile: An exploratory study. *Frontiers in psychiatry*, 1232.
- Dawel, A., Shou, Y., Smithson, M., Cherbuin, N., Banfield, M., Caezar, A. L., ... & Batterham, P. J. (2020). The effect of COVID-19 on mental health and wellbeing in a representative sample of Australian adults. *Frontiers in psychiatry*, 1026.
- Fazli, M. (2007). *Sociology of music consumption*. Tehran: Research Center for Culture, Art and Communication.
- Fekadu, M. (2020). 'Pollstar: Live events industry lost \$30B due to pandemic'. Retrieved from: <https://apnews.com/article/elton-john-celine-dion-coronavirus-pandemic-b63179e05d0768dcd907da5beecad52>.
- Fink, L. K., Warrenburg, L. A., Howlin, C., Randall, W. M., Hansen, N. C., & Wald-Fuhrmann, M. (2021). Viral tunes: changes in musical behaviours and interest in coronamusic predict socio-emotional coping during COVID-19 lockdown. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 1-11.
- Giordani, P. E., & Rullani, F. (2020). The Digital Revolution and Covid-19. Department of Management, Università Ca'Foscari Venezia Working Paper, (6).
- Groarke, J. M., Berry, E., Graham-Wisener, L., McKenna-Plumley, P. E., McGlinchey, E., & Armour, C. (2020). Loneliness in the UK during the COVID-19 pandemic: Cross-sectional results from the COVID-19 Psychological Wellbeing Study. *PloS one*, 15(9), e0239698.
- Gu, X., Domer, N., & O'Connor, J. (2021). The next normal: Chinese indie music in a post-COVID China. *Cultural Trends*, 30(1), 63-74.
- Hacker, J., vom Brocke, J., Handali, J., Otto, M., & Schneider, J. (2020). Virtually in this together—how web-conferencing systems enabled a new virtual togetherness during the COVID-19 crisis. *European Journal of Information Systems*, 29(5), 563-584.
- Hash, P. M. (2021). Remote learning in school bands during the COVID-19 shutdown. *Journal of Research in Music Education*, 68(4), 381-397.
- Hoffart, A., Johnson, S. U., & Ebrahimi, O. V. (2020). Loneliness and social distancing during the COVID-19 pandemic: risk factors and associations with psychopathology. *Frontiers in Psychiatry*, 11, 1297.
- Hur, J., Smith, J. F., DeYoung, K. A., Anderson, A. S., Kuang, J., Kim, H. C., ... & Shackman, A. J. (2020). Anxiety and the neurobiology of temporally uncertain threat anticipation. *Journal of Neuroscience*, 40(41), 7949-7964.
- ISNA .(2022). Corona statistics in the world until 10 February. Retrieved from: <https://www.isna.ir/news/1400112116414/>.
- ISNA .(2021). What did Corona do to music?. Retrieved from: <https://www.isna.ir/news/1400052416693/>.
- IRIB NEWS AGENCY. (2021). Licensing more than 2,200 singles in the first 6 months of the year. Retrieved from: <https://www.iribnews.ir/fa/news/3246453/>.

- Jabłońska, B. (2021). The Virus as a Catalyst for Culture? Sociological Reflections Using as Example the Musical Practices during the COVID-19 Pandemic. *Kultura i Społeczeństwo*, 65(1), 145-164.
- Kesendere, Y., Sakin, A. Ş., & Acar, A. K. (2020). Educators' views on online/distance violin education at Covid-19 outbreak term. *Journal for the interdisciplinary art and education*, 1(1), 1-19.
- Khlystova, O., Kalyuzhnova, Y., & Belitski, M. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 139, 1192-1210.
- Krause, A. E., Dimmock, J., Rebar, A. L., & Jackson, B. (2021). Music listening predicted improved life satisfaction in university students during early stages of the COVID-19 pandemic. *Frontiers in Psychology*, 4022.
- MacDonald, R., Burke, R., De Nora, T., Sappho Donohue, M., & Birrell, R. (2021). Our virtual tribe: sustaining and enhancing community via online music improvisation. *Frontiers in Psychology*, 4076.
- Martín, J. C., Ortega-Sánchez, D., Miguel, I. N., & Martín, G. M. G. (2021). Music as a factor associated with emotional self-regulation: a study on its relationship to age during COVID-19 lockdown in Spain. *Heliyon*, 7(2), e06274.
- Martínez-Castilla, P., Gutiérrez-Blasco, I. M., Spitz, D. H., & Granot, R. (2021). The efficacy of music for emotional wellbeing during the COVID-19 lockdown in Spain: an analysis of personal and context-related variables. *Frontiers in psychology*, 12, 1193.
- Morgan-Ellis, E. M. (2021). "Like Pieces in a Puzzle": Online Sacred Harp Singing During the COVID-19 Pandemic. *Frontiers in Psychology*, 12, 746.
- Nichols, B. E. (2020). Equity in music education: Access to learning during the pandemic and beyond. *Music Educators Journal*, 107(1), 68-70.
- Noor, S., Guo, Y., Shah, S. H. H., Fournier-Viger, P., & Nawaz, M. S. (2020). Analysis of public reactions to the novel Coronavirus (COVID-19) outbreak on Twitter. *Kybernetes*.
- Onderdijk, K. E., Acar, F., & Van Dyck, E. (2021). Impact of lockdown measures on joint music making: playing online and physically together. *Frontiers in psychology*, 12, 1364.
- Palamar, J. J., & Acosta, P. (2021). Virtual raves and happy hours during COVID-19: new drug use contexts for electronic dance music partygoers. *International Journal of Drug Policy*, 93, 102904.
- Quartz. (2020). Livestream Platforms are a Home for the World We've Lost Under Quarantine. Retrieved from: <https://qz.com/1828586/twitch-is-a-home-for-the-world-weve-lost-under-quarantine/>
- Razavi Toosi, M., & Yahek, S. (2014). Musical Consumption. *Journal of Culture-Communication Studies*, 15(25), 7-36.
- Research Center for Culture, Art and Communication. (2021). Spending leisure time in the era of Corona (country study). Tehran: Research Center for Culture, Art and Communication.
- Ren, Y. (2020). 'Cloud Raves' and Online Marriages Go Viral Amid Coronavirus Fears. Retrieved from: <https://www.telegraph.co.uk/technology/2020/02/29/cloud-raves-online-marriages-go-viral-amid-coronavirus-fears/>.

- Rossi, A., Panzeri, A., Pietrabissa, G., Manzoni, G. M., Castelnuovo, G., & Mannarini, S. (2020). The anxiety-buffer hypothesis in the time of COVID-19: when self-esteem protects from the impact of loneliness and fear on anxiety and depression. *Frontiers in psychology*, 11, 2177.
- Sahid, S. (2020). What Coronavirus Has Done to Music Industry and How They Overcome It. Available at SSRN 3590920.
- Senol Sakin, A. (2021). Flute Education in Turkey in the Process of COVID-19 Pandemic. *Online Submission*, 6(2), 3-28.
- Sim, J., Cho, D., Hwang, Y., & Telang, R. (2022). Frontiers: virus shook the streaming star: estimating the COVID-19 impact on music consumption. *Marketing Science*, 41(1), 19-32.
- Swarbrick, D., Seibt, B., Grinspun, N., & Vuoskoski, J. K. (2021). Corona concerts: the effect of virtual concert characteristics on social connection and kama muta. *Frontiers in psychology*, 12, 1732.
- Thomas, M. D. (2020). Digital performances Live-streaming music and the documentation of the creative process. *The future of live music*, 83-96.
- Torkildsen, G. (2012). *Leisure and recreation management*. Routledge.
- van der Hoeven, A., Everts, R., Mulder, M., Berkers, P., Hitters, E., & Rutten, P. (2022). Valuing value in urban live music ecologies: negotiating the impact of live music in the Netherlands. *Journal of Cultural Economy*, 15(2), 216-231.
- Vandenberg, F., Berghman, M., & Schaap, J. (2021). The 'lonely raver': music livestreams during COVID-19 as a hotline to collective consciousness?. *European Societies*, 23(sup1), S141-S152.
- Vidas, D., Larwood, J. L., Nelson, N. L., & Dingle, G. A. (2021). Music listening as a strategy for managing COVID-19 stress in first-year university students. *Frontiers in psychology*, 12, 647065.
- Zhao, J., Chen, C., & Zhao, L. (2020). The spread characteristics of music videos relating to COVID-19 in China online video platforms. *International Journal of Communication and Society*, 2(1), 1-11.
- Ziv, N., & Hollander-Shabtai, R. (2022). Music and COVID-19: Changes in uses and emotional reaction to music under stay-at-home restrictions. *Psychology of Music*, 50(2), 475-491.