

جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، دوره ۱۲، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۹  
**مطالعه کیفی رابطه برساخت خلاقیت و سیالیت ژانرهای موسیقی؛ مطالعه  
موردی تغییرات ژانری و نوآوری در فرهنگ تولید موسیقی کلاسیک ایرانی**

مهری بهار<sup>۱</sup>، زهرا سادات چلنگر<sup>۲\*</sup>

### چکیده

در این مقاله، سیالیت در تقسیم‌بندی ژانر موسیقی کلاسیک ایرانی را مرتبط با معنای خلاقیت به‌مثابه «فرآیندی فرهنگی» مطالعه کردیم. از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با پنج نفر از موسیقی‌دانان در ژانر موسیقی دستگاهی، چگونگی رابطه برساخت خلاقیت در «فرهنگ تولید» صنعت موسیقی ایران را با تقسیم‌بندی ژانر کلاسیک ایرانی تحلیل کردیم. طبق نتایج، مضامین اصلی عبارتند از «خلاقیت شهرت-محور» که موسیقی شبه‌دستگاهی، ترکیبی و سفارشی-سازمانی را ایجاد می‌کند، «خلاقیت ناب» که ژانر هنری را می‌آفریند و «خلاقیت فرهنگ‌ساز» که ژانر اصیل دستگاهی و هنر اجتماعی را خلق می‌کند. در هر ژانری، کدهای اخلاقی و آیینی و جایگاه مخاطب و سود متفاوت است. کدهای اخلاقی و آیینی در مضمون فرهنگ‌ساز، مرتبط با پیش‌شرط‌های اخلاقی مانند تواضع و آداب آیینی ساز زدن است. رابطه با مخاطب، عمودی و در راستای ارتقای سلیقه شنیداری اوست و سود مالی در آن آینده‌نگرانه است. در خلاقیت ناب، کدهای اخلاقی و آیینی برجسته نیستند، مخاطب غایب است و خود واقعی خالق در این ژانر حضور دارد. ژانر شهرت-محور، با تصور مخاطب شروع می‌شود، احساس از خودبیگانگی هنرمند در این ژانر وجود دارد، نتیجه‌گرایی سریع مالی در آن دنبال می‌شود و کدهای اخلاقی و آیینی مبتنی بر خودنمایی تکنیکی است.

**کلیدواژه‌ها:** خلاقیت، فرهنگ تولید، ژانر، موسیقی کلاسیک ایرانی، صنایع فرهنگی

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۲/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۱/۱۲

۱ دانشیار گروه علوم ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران؛ mbahar.ut@gmail.com

۲ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران؛ Barrych1987@gmail.com

## طرح مسئله

خلاقیت یکی از کلیدواژه‌های مهم در مطالعه صنایع فرهنگی است. اگرچه آغاز پرداختن به آن ریشه در تفکر رومانتیستی اروپایی قرن هجدهم و نوزدهم، به‌عنوان یک امر ذاتی، غیرارادی و فرازمینی داشته است، اما سیر تحولات جامعه‌شناسی هنر، این مفهوم را در زمینه اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی تولید، توزیع و مصرف در نظر می‌گیرد (هسموندهلق، ۲۰۰۷، توین بی ۲۰۱۱).<sup>۱</sup>

هسموندهلق<sup>۲</sup> در مقدمه کتاب صنایع فرهنگی (۲۰۰۷) تمایز کار هنری از سایر فعالیت‌ها را به‌عنوان خلاقیت مطرح می‌کند. از زمان رنسانس و از جنبش رمانتیک قرن نوزدهم، هنر از بالاترین اشکال خلاقیت به حساب آمده است. جامعه‌شناسان و مارکسیست‌ها معتقدند که کار هنری تفاوتی با سایر کارها ندارد، زیرا هر دو به سمت تولید اشیاء یا تجربیات سوق داده می‌شوند، اما یک چیز متمایز در این زمینه از خلاقیت انسان وجود دارد که اغلب هنر نامیده می‌شود. اینجا هسموندهلق برای پیوند دادن هنر و فرهنگ با اقتصاد و صنعت به‌جای اصطلاح هنر از اصطلاح «خلاقیت نمادین» و برای کسانی که داستان‌ها، آهنگ‌ها و تصاویر را می‌سازند، تفسیر می‌کنند یا دوباره اجرا می‌کنند، به‌جای اصطلاح هنرمندان از «خالقان نماد» استفاده می‌کند (هسموند هلق، ۲۰۰۷: ۶).

درباره تحلیل صنعت موسیقی چنین برداشتی از نوآوری که آن را متصل به زمینه تولید و مصرف کند، در فهم این صنعت بسیار اهمیت دارد؛ چرا که موسیقی هم به‌عنوان هنر و هم به‌عنوان بخشی از فرهنگ عامه به یکی از عناصر اصلی فرهنگ تبدیل شده و «امری اجتماعی است که در رمزگذاری، تولید و بیان خلاقانه معانی جامعه نقش دارد» (شفرد، ۱۳۹۰: ۱۳۳). بنابراین، تحول در صنعت موسیقی، تحول در بخش مهمی از فرهنگ است. موسیقی، بخش مهمی از فرهنگ شنیداری مردم سراسر جهان را شکل می‌دهد. تغییرات رسانه‌ای، ظهور علوم جدید، فرهنگ مصرفی، شهرنشینی، صنعتی شدن و دموکراتیزه شدن، و... زمینه‌های تغییراتی‌اند که فرهنگ شنیداری در آن حضور داشته و تغییر کرده است. جاناتان استرن معتقد است: «صدا، محصولی از فضای درهم ریخته و سیاسی و اجتماعی انسان است. شنیدن، یک ظرفیت فرهنگی

1 Jason Toynbee

2 David Heshmondhalgh

مرتبط با تغییرات تاریخی است. همچنین به معنای عمل تولید صدا و گوش دادن به آن‌هاست که در یک چارچوب گسترده‌تر سیاسی، فرهنگی و اجتماعی جای می‌گیرد و همزمان به شکل‌گیری آن‌ها کمک می‌کند (مورات<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴: ۳-۴).

یکی از تغییراتی که در صنعت موسیقی رخ داده، در هم‌ریختگی تقسیم‌بندی ژانرهای موسیقی است که با مرتبط فهم خلاقیت در بستر روندهای همگرایی، جهانی‌شدن، کالایی شدن فرهنگ، اهمیت یافتن بعد مصرف به دلیل دسترسی به متون از خلال رسانه‌های مختلف مرتبط است. به قول نگوس<sup>۲</sup> «اساساً شیوه‌های خلاقانه در موسیقی را باید از طریق مفهوم ژانر درک کرد» (نگوس<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹: ۲۵).

در این تحولات، تغییر فرهنگ شنیداری و ذائقه مردم، خالقان اثر موسیقی در ژانرهای مختلف را به سمت تغییرات اساسی در اصول آهنگسازی، تنظیم و حتی کلام موسیقی سوق داده، و این تغییرات، موسیقی کلاسیک ایرانی را نیز تحت تأثیر قرار داده است؛ به‌عنوان مثال آلبوم‌های تلفیقی که از نظر سازبندی و ملودی ترکیبی از موسیقی‌های کلاسیک ایرانی و پاپ غربی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است (سرای، ۱۳۹۴)، یا مثال دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد، درهم ریختن ترتیبات موسیقی کلاسیک ایرانی یعنی پیش‌درآمد، سازوآواز، رنگ، تصنیف و چهارمضرب بوده است، همچنین از نظر اشعاری که در آن استفاده می‌شود شعر به سمت ترانه تغییر کرده است، سازبندی‌ها نیز تغییر کرده است، سازهای کلاسیک ایرانی در کنار سازهای موسیقی پاپ و کلاسیک غربی قرار گرفته‌اند و حتی در مواردی صدای سازهای ایرانی بیشتر به‌نوعی تزیین‌کننده کل تم موسیقی است. مثال عینی‌تر کارهای همایون شجریان است. اثر معروف «چرا رفتی» همایون شجریان از آلبوم *نه فرشته‌ام، نه شیطان* با آهنگسازی طهمورث پورناظری، نمونه‌ای از تغییرات یا مطابق با ادبیات این پژوهش، نوآوری در ژانر موسیقی کلاسیک ایرانی است. این درهم ریختگی‌ها نگرانی‌هایی را از بابت فرهنگ و ذائقه شنیداری ایران ایجاد کرده است. اینکه آیا این تغییرات در جهت نوآوری و گفتمان کارآفرینی است یا در جهت انقیاد صنعت موسیقی ایران، تسلیم آن در برابر فرهنگ دو رگه و از بین رفتن بخشی از فرهنگ موسیقی کشور؟

1 Daniel Morat

2 Keith Negos

آنچه که در این مقاله مطالعه می‌کنیم تحلیل‌های ژانری یا تعریف دقیق ژانر کلاسیک موسیقی ایرانی و عناصر زیبایی‌شناسانه و فنی آن نیست بلکه این نوآوری‌ها را در زمینه آنچه که نگوس (۱۹۹۹) به آن «فرهنگ تولید» می‌گوید تحلیل می‌کنیم. در این مقاله خلاقیت را از منظر موسیقی‌دانان اعم از آهنگساز، نوازنده و خواننده و به عبارت هسموندهلق (۲۰۰۷) «خالقان نماد» یعنی کسانی که با امر تولید متون در ارتباط هستند، مطالعه می‌کنیم و هدفمان پاسخ به این پرسش است که چگونه برساخت خلاقیت توسط موسیقی‌دانان با تغییرات و تقسیم‌بندی‌های ژانری در موسیقی کلاسیک ایرانی در ارتباط است. اینکه یک موسیقی‌دان اثری با ادعای ژانر کلاسیک ایرانی و دستگاهی را نپذیرد چون روتین ژانر را درهم‌شکسته و یا برعکس موسیقی‌دانی دیگر این را نشانه نوآوری بداند، نشان‌دهنده سیالیت معنای معاصر نوآوری در مطالعه صنایع فرهنگی است. این سیالیت، مرتبط با زمینه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی است که خلاقیت در آن صورت می‌گیرد. بنابراین، مفهوم خلاقیت و بازتعریف آن از دید خالقان نماد یکی از نقاط مهم در فهم تغییرات صنایع فرهنگی مرتبط با تولید متون در ایران است. در واقع خلاقیت را باید به مثابه «فرایند فرهنگی» (توین بی، ۲۰۱۱: ۱۶۹) و به قول نگوس (۱۹۹۹: ۲۴) ژانر، و تکنیک‌های خلاقانه را به عنوان نقطه اتصال زمینه تولید و مصرف، مورد مطالعه قرار داد. البته قرار نیست آنچه را که این تحولات رقم می‌زند به قول هسموندهلق تقدیس کنیم، بلکه برای دفاع از تجربه هنری موسیقی می‌بایست رویکردی انتقادی و متعادل را در پیش گرفت (هسموندهلق، ۲۰۱۱). بحث خلاقیت، وقتی با امر کالایی و تجاری شدن فرهنگ گره می‌خورد امر متناقض و پیچیده‌ای می‌شود، از یک طرف به گفتمان کارآفرینی و استقلال هنرمندان می‌انجامد و از یک طرف ممکن است سطح بیشتری از استقلال را شامل شود (توین بی ۲۰۰۳، استال، ۲۰۱۳ به نقل از هاینس و مارشال، ۲۰۱۸). بنابراین، گاهی از موسیقی‌دانان می‌توان به عنوان کارآفرین یاد کرد، اما از طرف دیگر تجارت و دستگاه‌های دولتی نیز در فرسایش استقلال فکری و هنری موسیقی‌دانان نقش مؤثری دارند که تقدیس چنین تحولاتی می‌تواند باعث تقویت آن‌ها شود (هسموند هلق، ۲۰۱۱). اینجا هم تلاش می‌کنیم، دیدگاهی متعادل را برای تحلیل رابطه خلاقیت و تغییرات در ژانر موسیقی کلاسیک ایرانی ارائه دهیم.

در این پژوهش با ترکیبی از رویکردهای جامعه‌شناسی فرهنگ و رویکرد اقتصاد سیاسی

تلاش می‌کنیم به سؤالات زیر پاسخ دهیم:

خلاقیت و نوآوری در اندیشه موسیقی دانان چه تعریفی دارد و چگونه به آن معنا می دهند؟ محدودیت های نوآوری از نظر آنان چیست؟ چه نوع اثری از نظر آنان خلاقانه به شمار می آید؟ در ژانری که خود در آن فعالیت دارند، خلاقیت را چگونه و در ارتباط با چه عناصری می بینند؟ چه عواملی بر موسیقی دانان ژانر کلاسیک ایرانی در خلق یک اثر موسیقی تأثیر می گذارد؟ برای پاسخ دادن به این سؤالات از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده می کنیم. ابتدا به ریشه های نظری معنای خلاقیت و نوآوری می پردازیم، به طور مختصر مروری بر مفهوم ژانر در موسیقی خواهیم داشت و سپس به کمک ترکیبی از رویکردهای نظری مطالعات فرهنگی، جامعه شناسی فرهنگ و اقتصاد سیاسی، هم اهمیت ساختار و هم اهمیت عاملان اجتماعی را در معنا دادن به خلاقیت و زمینه های تغییرات ژانریک مورد مطالعه قرار می دهیم.

### مفهوم خلاقیت؛ ریشه های نظری

در گفتمان رمانتیک، روند خلاقیت یک سو به است و هیچ ارتباطی با دیگر موسیقی های گذشته یا حال ندارد؛ خلاقیت غیرارادی است و تحت کنترل آگاهانه نیست. ترکیب در مراحل انجام می شود، از «ایده جدید» به «شکل مشخص». این یک رویکرد تحول آفرینش است که ریشه آن، همان طور که جورج اشتاینر اشاره می کند، در آموزه مسیحی مبنی بر استحاله (ریشه دواندن) دیده می شود (اشتاینر ۲۰۰۱، به نقل از توین بی، ۲۰۱۱: ۱۶۳). به نظر توین بی برای فهم خلاقیت در هنر باید رویکردی اعتدالی اتخاذ کرد. موسیقی هم مانند هر سیستم نمادین دیگری وابسته به افرادی است که آن را طراحی و اجرا می کنند (توین بی، ۲۰۱۱: ۱۶۱). نکته قابل تأملی که توین بی مطرح می کند این است که خود نوازندگان تمایل دارند کارهایشان را از نظر رمانتیک درک کنند. مهم تر از همه، این با خلقت به عنوان یک روند عرفانی و با خالقین به عنوان یک گروه منتخب از نوابغ خاص برخورد می کند. با این کار، رمانتیسیسم ماهیت عمیقاً اجتماعی نویسندگی را در همه اشکال فرهنگ، از جمله موسیقی نادیده می گیرد. نویسندگان از سنت های کاملاً متفاوت به گشودن رویکرد جایگزین برای خلاقیت کمک کرده اند.

از نظر توین بی، تولید در درجه اول قرار دارد و با توجه به تقسیم کار، آهنگساز، نوازنده، خواننده و تکنسین است که فرم خارق العاده متن موسیقی را شکل می دهد (همان: ۱۶۲).

به نظر کیت نگوس و مایکل پیکرنگ ( ۲۰۰۴ به نقل از تواین بی، ۲۰۱۱: ۱۶۲)، در نظرگرفتن خلاقیت، مستلزم نوعی ارزیابی است. باید مشخص کنیم که کدام آهنگ‌ها و سمفونی‌ها کاملاً خلاقانه‌اند. اگر طیف وسیعی از خالقان موسیقی مانند شوپن، لئوین آرمسترانگ و لیدی گاگا را در نظر بگیریم، خلاقیت آن‌ها از طریق ارزیابی پس از کار، فرآیند انتشار و استقبال که به معنای وسیع‌تر فرهنگی است، آشکار می‌شود. بنابراین، نمی‌توان مسئله را به انتخاب تولید یا استقبال به‌عنوان لحظه تحقق ارزش فرهنگی تقلیل داد، بلکه هر دو یعنی بعد مصرف و بعد تولید در تحلیل خلاقیت در نظر گرفته می‌شوند (تواین بی، ۲۰۱۱: ۱۶۲).

هوارد بکر جامعه‌شناس آمریکایی، در دنیای هنر (۱۹۸۲)، درباره تولید هنر نه بر مبنای شناسایی آفرینندگان هنری یا ویژگی‌های ساختاری موقعیت‌شان، بلکه بر مبنای توصیف کنش‌ها و واکنش‌هایی که آثار هنری از آن‌ها حاصل می‌شود، درباره تولید هنر پرسش می‌کند. از نظر او موضوع مورد مطالعه «ساختارهای کنش جمعی در هنر» است؛ یک سنت در مسیر مخالف با زیباشناسی اومانستی و جامعه‌شناسی سنتی هنر (هینیک<sup>۱</sup>، ۱۳۸۴: ۲۳۱). وقتی این کنش‌ها تکرار شود، ممکن است در قراردادهایی که هم نحوه کار هنرمند و هم نحوه واکنش مخاطب را سازمان می‌دهد، ثابت شود. با این حال، این قراردادها، اغلب بدون آگاهی هنرمند در انتخاب خلاقانه او اثر می‌گذارد که بکر این را «لحظه به‌تحریر درآوردن» می‌نامد، یعنی وقتی هنرمند گزینه‌های خلاقانه را شناسایی می‌کند و سپس آن‌ها را براساس معیارهایی غیررسمی که در مورد موسیقی، نقطه شنود ایدئال شنونده است انتخاب می‌کند. بنابراین، برای بکر، خلاقیت شامل مقادیر کمی اختیارات فردی و مقادیر زیادی تعامل اجتماعی منظم است. حتی شدیدترین خلوت‌ترین لحظات اشتیاق خلاق، به نظارت دقیق بر انتخاب‌ها از موضع خارج خود خالق و در انبوه فرهنگی بستگی دارد که وی در آن کار می‌کند. همانطور که بکر می‌گوید، «دنیای هنر به‌جای هنرمندان، هنر را می‌سازد» (به نقل از تواین بی، ۲۰۱۱: ۱۶۳).

موسیقی نیز توسط نویسندگانی اجتماعی ساخته می‌شود که در شبکه‌ها کار می‌کنند، با همکاران، منتقدان، صنعت و مخاطبان همکاری دارند و گاهی اوقات با آن‌ها درگیر می‌شوند، بنابراین، خلاقیت آشکارا یک فرایند فرهنگی است (تواین بی، ۲۰۱۱: ۱۶۷).

1 Natalie Heinick  
2 editorial moment

## ژانر و خلاقیت

به عقیده نگوس، شیوه‌های خلاقانه را باید از طریق مفهوم ژانر درک کرد (نگوس، ۱۹۹۹: ۲۵). در واقع این روش کمک می‌کند تا تقسیمات اجتماعی جدیدتری از ژانر ارائه دهیم. اینکه ژانرها چگونه به وجود می‌آیند؟ و چگونه می‌توان آن‌ها را با خلاقیت مرتبط کرد؟ چرا برخی از آهنگسازان خلاق هستند؟

توین بی، شکل گرافیکی یک فضای دایره‌ای از گزینه‌های خلاقانه احتمالی را در نظر می‌گیرد که با شعاع خاصی محدود می‌شود. در مرکز، چیزی است که توین بی به آن «نویسنده اجتماعی» می‌گوید. خوشه‌ای از نقاط مترکم توزیع شده در اطراف او، نمایانگر گزینه‌هایی است که برای تولید صحیح متن در یک ژانر مشخص مورد نیاز است. با حرکت در امتداد شعاع، توزیع نقاط به‌طور فزاینده نازک‌تر نشان‌دهنده دشواری فزاینده در انتخاب فراتر از داده‌های ژانر است، بلکه فضای بیشتر و بزرگ‌تری از امکانات را نشان می‌دهد. سرانجام، انتهای شعاع یک فضای مبهم یا افق مجازی وجود دارد که فراتر از آن نویسنده نمی‌تواند هیچ صدای رمزگذاری شده‌ای را شناسایی کند (توین بی، ۲۰۱۱: ۱۶۵).

لازم است سه نکته در مورد گزینه‌های محدود پراکنده به سمت خارج شعاع بیان شود. اول، آن‌ها نمایانگر انتخاب صداهای رمزگذاری شده هستند. بنابراین، در مورد کارهای خلاقانه ساختار شکنانه که اصوات و ساختارهای عجیب تولید می‌کنند، باید معناداری آن‌ها از طرف مخاطبان تشخیص داده شود که برای این منظور نشانه‌هایی ارائه می‌شود یا ضد کدهایی به صورت ضمنی مطرح می‌شود. در هر صورت، خلاقیت از طریق فرایند پیوند دادن به «بدنه کنوانسیون» (بکر ۱۹۸۲، به نقل از توین بی، ۲۰۱۱: ۱۶۵) که حاکم بر انتخاب‌های واضح‌تر در مرکز است، تولید می‌شود. چنین فرایندی یک تناقض مشخص در مورد خلاقیت را دربرمی‌گیرد: اول اینکه تفاوت را باید شناخت و دوم این که انتخاب‌های کاملاً غیر عادی در مدل به ترکیب بستگی دارد. سوم، انتخاب‌های بسیار خلاقانه، اغلب هنگامی انجام می‌شود که یک نویسنده اجتماعی به موقعیتی در زمینه برسد که توسط عادتواره نشان داده نشود.

اکثر تولید موسیقی، شامل نوازندگانی است که در «جهان ژانر» نسبتاً پایدار کار می‌کنند (فریث، ۱۹۹۶ به نقل از نگوس، ۱۹۹۹: ۲۵) که در آن عمل خلاق مداوم نه چندان مربوط به

انفجارهای ناگهانی نوآوری بلکه تولید مداوم آشنایی است. مطابق با اندیشه فرانکو فابری<sup>۱</sup> نیز (۱۹۸۲، ۱۹۸۵، ۱۹۸۹ به نقل از نگوس، ۱۹۹۹) قوانین نشانه‌شناختی، قوانین رفتاری، قوانین اقتصادی و قوانین اجتماعی کدها و قراردادهایی را تولید، و فعالیت نوازندگان و مخاطبان را راهنمایی می‌کنند. چنین قوانینی ممکن است نت‌هایی را که نوازنده می‌تواند برای نواختن انتخاب کند، نحوه رفتار یک ستاره در ملاء عام یا هنگام مصاحبه را که در آن مخاطبان رفتار می‌کنند تعیین کند (نگوس، ۱۹۹۹: ۲۵).

برای کسانی که به‌طور فعال درگیر فعالیت‌های روزمره موسیقی هستند، ژانرها اغلب به‌عنوان امر پویا و متغیر تجربه می‌شوند تا محدود به قاعده و ایستا (نگوس، ۱۹۹۹: ۲۶)، در همین مطالعه نیز می‌بینیم که چگونه نوازندگان و آهنگسازان، ژانرها را به‌عنوان امری پویا و متغیر و با توجه به زمینه‌های خلق اثر در نظر می‌گیرند.

ژانرها یک مسئله به‌همان اندازه جالب زندگی معمول و تدریجی در حال تغییر است، به نظر می‌رسد آنچه از یک منظر به‌عنوان کدها، قوانین و قراردادهای درک می‌شود از دیدگاهی دیگر به‌عنوان ویژگی‌های موسیقی پویا و متغیر شنیده می‌شود (نگوس، ۱۹۹۹: ۲۶). تمرکز بر سازمان اجتماعی ژانرها می‌تواند بینشی در مورد پویایی این تنش دگرگون‌کننده / روتین فراهم کند (نگوس، ۱۹۹۹: ۲۸).

### فرهنگ تولید

همان‌گونه که در مقدمه مطرح کردیم خلاقیت را به‌عنوان یک فرایند فرهنگی در زمینه فرهنگ تولید و در یک بستر وسیع‌تر اجتماعی مورد مطالعه قرار می‌دهیم. این مطالعه را بر مبنای برساختی آغاز کرده‌ایم که از خلاقیت در فرهنگ تولید می‌شود، لذا لازم است فرهنگ تولید را در تکمیل نگاهی اجتماعی و فرهنگی هم به خلاقیت و هم تقسیم‌بندی‌های ژانری تعریف کنیم. کیت نگوس در کتاب خود با نام *ژانرهای موسیقی و فرهنگ شرکتی* (۱۹۹۹)، اصطلاح فرهنگ تولید را مطرح می‌کند. او معتقد است «یک صنعت، فرهنگ تولید می‌کند و یک فرهنگ، صنعت» (نگوس، ۱۹۹۹: ۱۴).

1 Fabbri

منظور نگوس از اینکه صنعت، فرهنگ تولید می‌کند این است که چگونه شرکت‌ها، ساختارهای سازمان و روش‌های کاری متفاوتی را برای تولید محصولات، کالاها و «خصوصیات فکری» قابل‌شناسایی ایجاد می‌کنند. این روش، ایده‌هایی را از اقتصاد سیاسی و مطالعات سازمانی استخراج می‌کند و از این موارد برای جستجوی استراتژی‌های مختلف و شیوه‌های تجاری شرکت‌های موسیقی و رسانه استفاده می‌کند. نویسندگانی که این خط‌مشی گسترده را دنبال کرده‌اند، تمایل دارند تا روایتی از «تولید فرهنگ» را بازتاب دهند که طی آن شیوه‌ها، شکل و محتوای موسیقی و سایر اشکال فرهنگی تحت تأثیر طیف وسیعی از محدودیت‌های سازمانی و معیارهای تجاری قرار می‌گیرد (نگوس، ۱۹۹۹: ۱۵). پیترسون بر مشارکتی که در آن فرهنگ ایجاد می‌شود، تأکید می‌کند که چگونه فرهنگ توسط طیفی از گروه‌های شغلی و در محیط‌های اجتماعی خاص «ساخته» می‌شود (پیترسون، ۱۹۹۷ به نقل از نگوس، ۱۹۹۹: ۱۷). نگوس اصطلاح فرهنگ را برای تولید صنعت مطرح می‌کند که در آن تأکید دارد، تولید به‌سادگی در محیطی شرکتی صورت نمی‌گیرد که مطابق با الزامات تولید سرمایه‌داری یا فرمول‌های سازمانی ساختاریافته است، بلکه در رابطه با شکل‌گیری‌ها و شیوه‌های فرهنگ گسترده‌تر است که نه در کنترل شرکت و نه در درک آن هستند بنابراین، صنعت و رسانه نمی‌توانند معنای محصولات موسیقی را به‌سادگی تعیین کنند، و این‌ها ممکن است توسط موسیقی‌دانان و گروه‌های معرفی‌کننده به‌طرق مختلف استفاده و اختصاص داده شود. این مرتبط با نگاه انسان‌شناختی به فرهنگ و تعریف نسبتاً ساده‌شده آن یعنی فرهنگ در معنای «شیوه کلی زندگی» است که در آن، تأکید بر فرهنگ به‌عنوان تاروپودی است که در تمام کردارهای اجتماعی رخنه می‌کند و مجموع روابط متقابل بین آن‌هاست (هال، ۱۳۸۸: ۱۸).

بنابراین، فعالیت‌های افراد در صنعت موسیقی باید به‌عنوان بخشی از «کل زندگی» در نظر گرفته شود، فعالیتی که محدود به وظایف شغلی در شرکت‌ها نباشد، بلکه فعالیت‌های تولید موسیقی باید به‌عنوان روش‌هایی معنادار در نظر گرفته شود که به روش‌های مختلف تفسیر و درک می‌شوند و در موقعیت‌های خاص اجتماعی به‌معنای مختلفی می‌پردازند. بنابراین، باید معانی را که هم به «محصول» داده می‌شود و روش‌هایی را که از طریق آن محصول تولید می‌شود درک کنیم. فرهنگ، به‌عنوان یک شیوه زندگی و اعمالی در نظر گرفته می‌شود که از

طریق آن مردم، جهان را معنادار می‌کنند، و همچنین باید به‌عنوان زمینه سازنده‌ای درک شود که در آن صداها، کلمات و تصاویر موسیقی ساخته می‌شود (نگوس، ۱۹۹۹: ۲۰).

### مروری بر چیستی موسیقی کلاسیک ایرانی

موسیقی کلاسیک ایرانی یا دستگاهی گونه‌ای از موسیقی است که دارای قطعات متعددی است و ترتیب آن‌ها در یک دستگاه یا آواز نقش ویژه‌ای را ایفا می‌کند. این قطعات، انواع متعددی دارند که به نام‌های پیش درآمد، مقدمه، درآمد، چهار مضراب، گوشه، تیکه و رنگ خوانده می‌شوند. در یک دستگاه یا آواز تعدادی گوشه با حالت‌های گوناگون با ترتیب و ربطی منطقی به شکل ردیف و به دنبال یکدیگر هستند. در واقع، مفهوم ردیف در موسیقی سنتی ایران، همین ترتیب منظم نغمات و گوشه‌هاست (کیانی، ۱۳۹۳: ۵۱). ردیف یا رپرتوار موسیقی کلاسیک ایرانی، مجموعه ملودی‌هایی است که توسط افراد مختلف جمع‌آوری شده است و مجموعه‌ای است مرکب از ملودی‌های سنتی که بسیاری از آن‌ها از منابع موسیقی شهری و روستایی گرفته شده است (طلایی، ۱۳۷۸).

در آغاز قرن بیستم و مواجهه ایران با غرب به‌عنوان معرف فرهنگ پیشرو و ایدئال و ورود سازهای غربی دگرگونی‌هایی در موسیقی دستگاهی به وجود آمد که موجب گسست‌هایی از سنت موسیقایی ایرانی شد (طلایی، ۱۳۷۸، کیانی، ۱۳۹۳، خاکساری، ۱۳۸۸). بنابراین، می‌توان گفت در فضای معاصر موسیقی ایرانی پارادایم‌های مختلفی در ارتباط با موسیقی ایرانی در جامعه شکل گرفته است که خاکساری (۱۳۸۸) آن‌ها را به این شکل دسته‌بندی می‌کند:

پارادایم اول که در آن گرایش به فرهنگ موسیقایی غرب از طریق تدوین موسیقی ایرانی به شیوه علمی مطرح است. این رهیافت در فراگیری آکادمیک مباحث نظری و عملی موسیقی ایرانی مفید بود اما ادامه آن موجب حذف تدریجی فواصل ایرانی و گرایش به سمت نیم‌پرده‌های غربی شد. پارادایم دوم تاریخ‌گرایانه است که با «خود شیفتگی موسیقایی» و «یادبودگرایی موسیقایی» (اسعدی، ۱۳۸۲ به نقل از خاکساری، ۱۳۸۸). همراه است. مطابق با این پارادایم، هدف مطرح کردن بحث تداوم تاریخی است و در آن، «موسیقی سنتی ایران» به‌عنوان پدیده‌ای لایتغیر تلقی می‌شود.

و سوم پارادایم موسیقی مردم‌پسند است که در مقابل با حزن آلودگی موسیقی سنتی معاصر که ویژگی آن ریتم‌های تند و تحرک‌برانگیز، ملودی تغزلی و شعر عاشقانه و عامیانه است. (خاکساری، ۱۳۸۸).

## روش‌شناسی

این مطالعه کیفی است و با استفاده از تکنیک مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با پنج نفر از موسیقی‌دانان ژانر کلاسیک ایرانی اعم از آهنگساز، خواننده و نوازندگان حرفه‌ای انجام شده است. هر مصاحبه، حدوداً یک ساعت و نیم به طول انجامید. پس از پیاده‌سازی، با استفاده از تحلیل تماتیک یا آنچه که مضمون‌بندی داده‌ها (سالدنا، ۱۳۹۵: ۲۶۶) می‌نامند، متون در محیط نرم‌افزار مکس کیودی ای<sup>۱</sup> ۲۰۲۰ کدگذاری و مقوله‌بندی شدند. در کدگذاری مرحله اول از مجموع تمام داده‌ها ۵۵۰ کد به دست آمد. سپس کدها تعریف شدند، و فهرستی از مضامین و کدهای مرتبط تهیه شد؛ فرایندی که اغلب کدگذاری باز (فیلیک، ۱۳۸۷: ۳۲۹) نامیده می‌شود. سپس کدهای زائد و بی‌ربط کنار گذاشته شدند و بعضی دیگر از کدها در تم‌ها و زیر مجموعه‌های اصلی قرار گرفتند تا بتوانند تحلیل روابط متقابل موضوعی را تسهیل کنند، فرایندی که کدگذاری محوری نام دارد.

جدول ۱: اطلاعات مصاحبه شونده‌ها

پویا سرایی	آهنگساز، دکترای موسیقی، ساز تخصصی: سنتور
رضا عبادی	نوازنده تار، سه‌تار و تنبور، سازنده تار و سه‌تار
هادی زارعی	نوازنده سه‌تار و مدرس موسیقی، آهنگساز
مسعود یکتا	خواننده موسیقی کلاسیک ایرانی
مهناز حقیقی	نوازنده تار، سه‌تار و تنبور، مدرس موسیقی کودکان و مدرس تار و سه‌تار

## تحلیل یافته‌ها

سه ابرمضمون در پاسخ به چیستی خلاقیت، هدف و محتوای آن حاصل شد که عبارتند از: «خلاقیت شهرت-محور»، «خلاقیت ناب»، و «خلاقیت فرهنگساز». سپس مرتبط با هر کدام از آن‌ها تقسیم‌بندی اجتماعی از ژانرهای موسیقی کلاسیک ایرانی ارائه شده است. هریک از این ژانرها کدهای اخلاقی و کدهای آیینی خاصی نیز دارند.

1 MAXQDA

محوری دیگر که مطابق با ادبیات نظری مورد مطالعه قرار گرفت، تصور مخاطب در ذهن موسیقی‌دانان و تجارت در برساخت خلاقیت و رابطه متقابل با ژانرها بود که نقش بسیار مؤثری در آرایش و شکل‌گیری ژانرهای موسیقی کلاسیک ایرانی و رابطه آن با خلاقیت دارد.

### خلاقیت شهرت-محور

خلاقیت استعمارزده، خلاقیت تطبیقی، خلاقیت نتیجه‌گرا و خلاقیت نمایشی زیر مقوله‌های این مضمون هستند. هدف از این خلاقیت، خودارتقای آهنگساز، ایجاد کسب سود مالی و برند شخصی است. این خلاقیت، سلبریتی‌محور یا همان شهرت-محور است. تلاش برای کسب شهرت و عناصری که یک سلبریتی را می‌سازد بسیار اهمیت دارد. خلاقیت در چنین حالتی خود را به صورت نمایش توانایی‌های تکنیکی و نمایشی نشان می‌دهد که کارکردش برانگیزاننده احساسات و تفنن است. در خلاقیت نمایشی، تمرکز موسیقی‌دان، نمایش توانایی‌های تکنیکی نواختن یا خواندن است، مثلاً در صحنه اجرا، جذابیت‌های دیداری موسیقی‌دان که مجموعه‌ای از حرکات بدن و همچنین انتخاب قطعه‌ای پیچیده با فرم خاصی از نواختن را شامل می‌شود به جهت جذابیت دیداری اهمیت می‌دهد. رضا عبادی می‌گوید:

«... به نقره‌دینگه یک پسری رو... برای من فرستاده بود و موهارو رنگ کرده بود و مش کرده بود و اینا بعد با سه‌تارش دقیقاً داشت گیتار می‌زد... خوب برای اون و برای دوستانی که توی رنج اینن و اینا شاید نوآوری هم باشه و اینا بگن ببین با سه‌تار داره این رو میزنه..» (عبادی)

نوعی نتیجه‌گرایی مرتبط با رسیدن سریع به سود مالی در این نوع از خلاقیت وجود دارد. حسی که ایجاد می‌کند نیز حس گذرا و لحظه‌ای است و جنبه مصرفی دارد. در این باره مسعود یکتا، می‌گوید:

«... همه به یک فرم از صداسازی رو آوردن و چون می‌خوان زود به نتیجه برسند، باقی مسائل رو می‌زارن کنار و فقط اون روشی رو که زودتر از همه جواب میده میرن دنبالش».

موسیقی کلاسیک ایرانی، میل به شبیه‌شدن به موسیقی‌های غربی پیدا کرده است که دلایلش را می‌توان کالایی‌شدن، جهانی‌شدن و همگرایی برشمرد. خلاقیت، بیشتر خود را به صورت جابه‌جایی بعضی از عناصر ژانری نشان می‌دهد. موسیقی‌دانان نوعی غربزدگی و یا تطبیق موسیقی غربی با ساز ایرانی را در این نوع از جابه‌جایی ژانری مطرح می‌کنند. خلاقیت استعمارزده نیز بر همین مبنا استخراج شده است.

هادی زارعی در این باره می‌گوید:

«آقای ... (نام یک نوازنده معروف)<sup>۱</sup> ... مشی‌ای رو پیش گرفتن که متفاوت... خلاقیت ایشان از اون نوع خلاقیت‌هاست که یک فرهنگی رو با یک فرهنگ دیگه می‌چ کرده، حالا این می‌چ کرده جور در میاد در نمیداد خیلی‌ها موافقن، اکثر اساتید صاحب نظر مخالف، یک قطعه از پاگانینی یا مثلاً زنبور عسل رو با تار بزنه خوبه این یک مهارته ایناست یا خوب به قول خیلی از اینا خوب شما می‌تونید بری گیتار بزنی ...».

خلاقیت تطبیقی از در کنار هم قرار دادن ژانر موسیقی کلاسیک ایرانی با موسیقی کلاسیک غربی از جهت سازبندی، ملودی و ریتم حاصل می‌شود. اگر بخواهیم خلاقیت تطبیقی را از نظر ارزیابی موسیقی‌دانان در یک طیف قرار دهیم، یک سرش استعمار است و طیف دیگرش آشنا کردن مخاطبان ایرانی و بین‌المللی با سازهای ایرانی و موسیقی دستگاهی.

ژانرهای مرتبط با این نوع از خلاقیت، موسیقی شبه‌دستگاهی، ترکیبی و ژانر سفارشی- سازمانی است. این تقسیم‌بندی بیشتر یک تقسیم‌بندی اجتماعی و فرهنگی است که کدهای زیبایی‌شناسی و فنی را هم تحت تأثیر قرار می‌دهد.

در موسیقی شبه‌دستگاهی، اصول آهنگسازی موسیقی دستگاهی به‌عنوان زیربنای اثر حفظ می‌شود اما از طریق ادیت و کاور کردن در مراحل خلق از تم و ملودی گرفته تا ارکستراسیون و میکس، عناصری از آن تغییر می‌کند. ردیف‌های آوازی طی تنظیم و سازبندی تغییر می‌کنند تا به سلیقه شنیداری مخاطب نزدیک شود. فواصل و پرده‌های موسیقی ایرانی تحت تأثیر قرار گرفته و تغییر می‌کند. از نظر محتوایی، شعر به سمت ترانه حرکت می‌کند، محتوا عامه‌پسند می‌شود، یک ترجیع‌بند حفظ‌پذیر دارد و کار به سرعت ضبط می‌شود. پویا سرایی می‌گوید:

« بدون اینکه اسم برن چیه مثلاً اسم گذاشتن یک قطعه آرومی که با همون کارکرد کم‌وبیش پیش درآمده، یه آغازکننده ... کنده ... اصولاً تو مایه‌ای هست که این کار قراره توش انجام بشه، حالا شوره، همایونه، ... الان کسی کار ابوعطا نمی‌کنه کار شور نداره، همه کارها شده لامینور، دو مینور، رماژور، جاز، فلامنکو، اصلاً خود من با سالار عقیلی اخیراً یه کارهایی انجام دادم که در صفحه‌ام قرار دادم به‌لحاظ تیپ ملودی‌ها شبه‌دستی هست ... مثلاً در مقایسه با چرا رفتی (یه کار پاپ مینوره) چیز عامه‌پسند، گام مینوره، یعنی نه شوره نه

۱ تا جایی که در درک مفهوم مصاحبه‌ها خلل ایجاد نشود ما از آوردن نام خواننده‌ها، آهنگسازان و نوازنده‌هایی که مصاحبه‌شونده‌ها مثال می‌زنند به دلایل اخلاقی امتناع می‌کنیم مگر اینکه اثر معروفی باشد و بخواهیم آن را تحلیل کنیم.

ابوعطائه، نه سه‌گانه ...، اون ربع‌پرده‌ها، ریزپرده‌های مخصوص به موسیقی شرقی ما یک ریزپرده‌هایی داریم ... اینا اصلاً دیگه تو هیچ کاری در نیما...».

این ژانر محصولی خلوت، فاقد هر پیچیدگی ریتمیک، ملودیک و هارمونیک و یا معنایی است. موسیقی دستگاهی به سمت موسیقی مصرفی تغییر شکل پیدا می‌کند. نوعی یکسان‌سازی، هم از نظر صداسازی و هم از جهت سازبندی و محتوای اشعار وجود دارد. در این ژانر فرم‌های اجرایی بی‌نام و مبهم هستند و هویت دستگاهی مشخصی ندارند.

موسیقی ترکیبی را نیز به خاطر تلاش برای شناساندن موسیقی کلاسیک ایرانی به جهان، نشان‌سازی بین‌المللی و همچنین نشان‌سازی شخصی می‌توان ژانر مرتبط با خلاقیت شهرت-محور در نظر گرفت. «موسیقی تلفیقی، پدیده‌ای متاخر در جوامع فرهنگی معاصر است. سازها در این گونه موسیقایی بینافرهنگی، جهانی و همگانی شده‌اند. ملودی‌ها و ریتم‌ها دیگر خاستگاهی متقن و مشخص ندارند. چه بسا ملودی، ساز یا حتی حالتی در موسیقی یک فرهنگ خاستگاهی کاملاً بیگانه داشته باشد و در فرهنگ جدید به گونه‌ای سازگار شده باشد که رکنی جداشدنی در آن به نظر برسد... این گونه نوظخته بیش از هر چیز، محصول فرهنگ جهانی شدن در دوره معاصر است. موسیقی تلفیقی، با بهره‌گیری از مولفه‌های هنری-زیبایی‌شناختی سایر گونه‌های موسیقایی، بسیار جذاب است؛ مخاطبین همواره از آنها استقبال می‌کنند چرا که خروجی موسیقی تلفیقی هم فاخر است، هم روشنفکرانه و هم همسو با فرهنگ جهانی‌تحمیلی در رسانه‌ها. جدای این موضوع، مهمترین محور این نوشته مبتنی بر این اصل است که موسیقی تلفیقی چه از نظر ماهوی، محتوایی و چه از منظر زیبایی‌شناختی با هر کدام از گونه‌هایی که خود، از آنها تاثیر می‌گیرد متفاوت است.» (سرای، ۱۳۹۴).

شاید بتوان گفت در این موسیقی تطبیق فرمی و محتوایی با موسیقی غربی مطرح است، به عقیده برخی از موسیقی‌دانان این نوع موسیقی می‌تواند هم مردم ایران و هم جهان را نیز با موسیقی کلاسیک ایرانی و سازهای ایرانی آشنا کند. مهناز حقیقی در این باره می‌گوید:

«الان چیزی که مردم بیشتر می‌پسندند، موسیقی تلفیقی است ... من شاگردهایی دارم که به‌خاطر همین کارهای تلفیقی با سازهای ایرانی آشنا شدند.»

ژانر سفارشی-سازمانی معمولاً به سفارش سازمان‌ها و نهادهای دولتی ساخته می‌شود و به مناسبت‌های مختلف از آهنگسازان معروف خواسته می‌شود که اثری مرتبط بسازند یا بخوانند.

ساختار ساده و مارش گونه دارند، حفظ پذیرند و باید کر داشته باشند. پویا سرایی در این باره می گوید:

«...یه سازمانی هست که به من کار سفارش میده، اونجا پارامترهای اون سازمان هم ملاکه و برای من کاملاً اصله و حجتیه که یه سروده باید ساختارش خیلی ساده باشه، مارش گونه باشه، مثلاً حفظ پذیر باشه...اونجایی که باید توصیفی تر باشه جایی که باید به اوج باشه بحث از فجر شده از نور شده باید یه جوهری تو سازبندیش تو ارکستراسیونش شدت و ضعفها تو حجم سازبندی و تو حجم ضربی باید یه کاری کنیم که توصیف بشه...»

حضور مخاطب در ذهن موسیقی دان در این ژانر بسیار پررنگ است. در این ژانر، آهنگساز احساس از خود بیگانگی می کند. اصالت حضور با مخاطب است. این حضور مخاطب و غیاب خود آهنگساز، یک تقابل جدی است و اساساً موسیقی دانان کلاسیک ایرانی، لحنی تقابلی با مخاطب دارند که فضای پیچیده ای را در عرضه و تقاضای موسیقی کلاسیک ایرانی ایجاد می کند. موضوع قابل تأمل دیگر، بحث عینی و ابجکتیو بودن موسیقی کلاسیک ایرانی به مثابه یک شی حقیقی و اصیل غیرقابل تغییر در مقابل موسیقی ذهنی و سوبژکتیو غربی است. گویی موسیقی کلاسیک ایرانی در مسیری که طی کرده، از کالایی مقدس و فرازمینی به سمت سوبژکتیویته غربی و کالایی شدن حرکت کرده است. استفاده از تکنولوژی های مربوط به ضبط صدا، نقش بسیار مهمی در این فرایند داشته است. این دقیقاً متناظر است با ریشه های نظری مفهوم خلاقیت که چگونه خلاقیت از حالتی فرازمینی و غیر ارادی با زمینه های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی و فرهنگی، معناداری پیدا می کند و زمینه مند می شود.

پویا سرایی می گوید:

«... اون موقعی که بخواد یک انجمن الکترونیک ... دیگه حالت سبجکتیو و ذهن گرایانه داشته باشه دیگه مثل قبل نیست... تا حدی برای اینکه وقتی شما چیزی رو با چیز دیگه ای قاطی میکنی، دیگه اساساً سبجکتیو میشه، اساساً میره تو سلیقه کانتی که من دوست دارم تو دوست نداری، اینا اصلاً هدف این نیست...»

...عموماً ربطی نداره به مخاطب، ربط داره به عالم سنت که ... یک چیز کاملاً ابجکتیو و برعلیه اون سبجکتیویسمی هست که در غرب بوده ... یعنی میگه یک عینیت شریفی است که همیشگی است همیشه از ازل بوده و هست تا ابد یعنی ... ربطی نداره به اینکه چه مخاطبیه»

هر ژانر، کدهای اخلاقی و آیینی خاصی هم دارد که مجموعه ای از رفتارها و آداب خاصی است که در اجراهای زنده و یا به طور کل در زیست حرفه ای موسیقی دانان پررنگ می شود و

همچنین آیین و آدابی را در بر می‌گیرد که موقع نواختن ساز بسیار اهمیت دارد. کدهای آیینی به‌ویژه در موسیقی مقامی که مرتبط با نواحی مختلف ایران است، بسیار پررنگ‌اند. به‌عنوان مثال بزرگان موسیقی که در نواختن تنبور مشهورند، معمولاً حالت متواضعانه‌ای در گرفتن ساز و نواختن دارند، یا ساز برایشان مقدس است و مانند نماز خواندن، بدون وضو آن را نمی‌نوازند. رضا عبادی، در این باره می‌گوید:

«.. اصلاً به ساز عارفانه بدون وضو دست نمی‌زنم، رو به قبله میشینم خیلی با احترام ... نوع نشستشون اصلاً آقای شاه ابراهیمی سرش از اینجا بالاتر نیاید (نحوه نشستن متواضعانه...) سازشم که دستش بود میشینه میزنه ...»

در حالی که امروزه به‌خصوص در اجراهای زنده، خودنمایی‌های تکنیکی و نمایش خود به‌عنوان نوازنده حرفه‌ای، نمایش جایگاه خود در مقام سرپرست گروه بسیار برجسته است. رضا عبادی می‌گوید:

«دیدین دیگه بغل ... نشسته بعد با دست اشاره می‌کنه به اون یعنی من سرپرست این گروه هستم ... میخواد به نظر بیاد، ... مثلاً همین آقای ... رو ببینین مثلاً اون کار ... هست سه تا غول کمانچه زمان، ... رویروشن این کار رو شش ماه تمرین کردن بعد می‌زنه و بعد با سرش اشاره می‌کنه انگار مثلاً شاگرداشن ...»

درخلاقیت شهرت-محور نکته قابل تأمل دیگر این است که موسیقی‌دانانی که جوان‌ترند و بیشتر در فضای مجازی فعالیت دارند و از این فضا برای برندسازی و مارکتینگ آثارشان استفاده می‌کنند، نگاه واقع‌بینانه‌تری نسبت به این تقسیم‌بندی‌های ژانر بر اساس کسب درآمد و جذب مخاطب دارند. جالب است که ذیل این نوع از برساخت خلاقیت، یک «خودبیانگری حرفه‌ای» ارائه می‌دهند، یعنی ساختن اثر بر مبنای ژانر سفارشی، عامه‌پسند یا خلاقانه ناب را کاملاً امری حرفه‌ای و حاصل از هوشمندی خود می‌دانند. مثلاً در این باره پویا سرایی این خودبیانگری حرفه‌ای را این‌گونه بیان می‌کند:

«... من به زعم خودم یه هوشمندی‌ای که دارم سه تا ژانر در کارهام دارم، یکی این کارهاست که کاملاً عامه‌پسند در حقیقت یک ژانر دیگه دارم که به کارهای کاملاً هنری میدم ...»

## خلاقیت ناب

زیرمقوله این برساخت خودبیانگری هنرمند و مهم‌ترین ویژگی این خلاقیت، غیاب مخاطب در ذهن آهنگساز است. خلاقیت ناب کاملاً ساختارشکنانه و تجربی است، جایی است که کدها و

قواعد دستگامی به هم ریخته می‌شود و به نوعی آشنازدایی از ژانر است. هدف از این نوع خلاقیت، خودبیانگری هنری و برجسته کردن جایگاه هنری خالق نماد است. خودبیانگری بین‌المللی نیز در این نوع از خلاقیت بروز پیدا می‌کند. در اینجا هدف صرفاً بیان خود هنرمند آهنگساز است، به همین دلیل در این نوع از خلق اثر، خالق نماد با خود احساس نزدیکی می‌کند. به اصطلاح پویا سرایی این ژانر «کارت ویزیت» هنرمند است، یعنی ژانری که به صورت خالص، احساساتش را بیان می‌کند. ژانر هنری در این بر ساخت از خلاقیت ایجاد می‌شود. این ژانر کاملاً فرازمان و فراساختار است و خالق نماد، خود واقعی‌اش را در این ژانر هنری باز یابی می‌کند. فیدبک مخاطب، اصلاً در این ژانر مطرح نیست و در نظر گرفته نمی‌شود. مخاطب این نوع از موسیقی، طبقه خاصی از افرادند که معمولاً طبقه متوسط و نخبه را شامل می‌شوند. پویا سرایی می‌گوید:

«به سری کارها هم کاملاً هنریه، کاملاً سعی می‌کنم توش ساختار شکنی‌های عجیب و غریب باشه، ریتم عجیب غریبه، سازبندی هم [همینطور]، کار هنریه.. کار اکسپریمنتال منه که حال می‌کنم به این شکل باشه، دوست ناداری گوش نکن، دوست داری گوش کن، شاید واقعیت اون خلاقیت ناب خالص اینجا باشه تو این ژانرها باشه برای من که خودمم توی اینایی هم که خودم .... یعنی به زبان ساده به طبقه خاصی حالا اشاره داره به اون طبقه نخبه ... کاملاً به چیز فرا زمان و فراساختاره...»

کدهای اخلاقی و آیینی در این نوع از موسیقی چندان برجسته نیست، به این خاطر که معمولاً این کدها در تعامل با مخاطب و سایر هنرمندان به وجود می‌آید و از آنجا که این ژانر نسبت به ژانرهای دیگر در فضای فردی گرایانه‌تر هنرمند رخ می‌دهد، لذا چنین کدهایی برجسته نیست.

### خلاقیت فرهنگساز

زیر مقوله‌های این بر ساخت، خلاقیت به مثابه کشف کردن و خلاقیت گذشته محور است. در این مضمون، خلاقیت باید برای رفع نیاز فرهنگی صورت گیرد، در غیر این صورت اساساً هرگونه نوآوری مردود است. لازم است تأکید شود که اینجا معنای فرهنگ، کاملاً مبتنی بر درکی نخبه‌گرایانه از آن است. آنچه که بدان فرهنگ بالا گفته می‌شود. به عبارتی دیگر مصاحبه‌شوندگانی که چنین معنایی از خلاقیت را بر ساخت کرده‌اند، مفهوم نخبه‌گرایانه‌ای از فرهنگ را مد نظر قرار می‌دهند. رضا عبادی می‌گوید:

« هر نوآوری موقعی به درد می‌خورد که برای رفع نیازی باشد... مثلاً سنتوری رو که آقای ... گفتن ابداع کردن سیماش قطرش ۱۵۰ هست درحالی که سیم سنتور ۶۰ هست این سیم بم ۳۵ هست ۶۰ خیلی بم‌تر میشه ۱۵۰ میشه مثل میل بافتنی خیلی بم‌تر باشه ایشون تزشون این بود که این سیم بم رو توی ارکستر نداریم خوب بعد از ایشون هم هیچکس استفاده نکرد، نشون میده احتیاجی نبوده...».

اینجا خلاقیت به‌مثابه کشف کردن است؛ استفاده از انباشت رپرتوار در خلق اثر اهمیت دارد و اصوات گذشتگان به‌عنوان منبعی برای خلاقیت به‌حساب می‌آید. خلاقیت فرهنگساز، بسیار گذشته‌محور و پایبند به اصول آهنگسازی ردیفی و دستگاہی قدیمی است. گذشته، به‌مثابه امری مقدس در نظر گرفته می‌شود و در واقع اصالت خلاقیت در آن وابسته به چیزی است که از گذشته رسیده است. هر نوع خلاقیتی باید به تأیید اساتید موسیقی برسد و با معیارهای زیبایی‌شناسانه آن‌ها به چرخه تولید راه یابد. در این خلاقیت، تقدس‌گرایی و گرایش عرفانی نسبت به موسیقی دستگاہی بسیار برجسته است. مفهوم مانایی هنر در این نوع از خلاقیت شکل می‌گیرد، یعنی هنری که در زمان قدیم خلق شده و هنوز اثرش پابرجاست. حتی در زیست حرفه‌ای هنرمندان، اساتید زمان گذشته الگو می‌شوند. هادی زارعی نوازنده و آهنگساز می‌گوید:

«[درباره] هنر اصیل، من به شخصه ارتزاق و اقتصاد زندگی‌م سوای هنر و موسیقی و ایناست من انتخابم این بوده اون کسی هم که تو ذهنم الگو بوده همیشه استاد بنان بوده، ایشون برای هیچ‌کدوم از کارهاشون پول نگرفتن... اینکه بشینه به‌خاطر پول این کار رو بکنه نه کرده».

لحن موسیقی‌دان با مخاطب تقابل استاد-شاگردی است. موسیقی‌دان معتقد است که ذائقه شنیداری مخاطب که بر اثر زندگی شتابان این عصر، حوصله شنیدن آواز ندارد، باید تربیت شود. اگر سرعت در ریتم، پاسخی است به حال‌وهوای شتابان مخاطب، در این برساخت از خلاقیت، موسیقی باید تجویزی برای دعوت به آرامش باشد. هنر در این رویکرد به‌مثابه تجلی پیام و دیدگاه هنرمند است. سود مالی در این نوع از خلق اثرها آینده‌نگرانه است.

در این مضمون، موسیقی، بستری است که ادبیات کلاسیک ایرانی در آن قرار می‌گیرد.

خلاقیت باید پیامد اخلاقی و فرهنگی داشته باشد. مسعود یکتا در این باره می‌گوید:

«...اینی که خلاقیت باید یک دلیل ویژه، یک پیام و مفهوم داشته باشه ... باید در خدمت اثر باشه باید برای مخاطب باشه یعنی احساس بشه که مخاطب در اینجا نیاز داره ... مثلاً الان حوصله گوش کردن آواز وجود نداره ... الان ما می‌خوایم برسیم به اینجا که اصلاً ما چرا آواز

می‌خوانیم، اصلاً چه دلیلی داره که خواننده‌ای آواز بخواند. این به پیشینه فرهنگی و به پیشینه ادبیات ما برمی‌گردد. ما وقتی که یک ادبیات با این غنا داریم ... قطع به یقین بستری می‌خواد مناسب اون ... به این که مخاطب یک درسی رو که در این کلام سعدی یا در کلام حافظ نهفته است بتونه راحت‌تر بگیره راحت‌تر بهش منتقل شه ... در بستر موسیقی قرار بگیره ... راحت‌تر به مخاطب منتقل میشه یعنی مخاطب کلام رو جذب می‌کنه درک می‌کنه...».

این بر ساخت از خلاقیت، نزدیک به اصطلاح «خود شیفتگی موسیقایی» و «یادبودگرایی موسیقایی» (خاکساری، ۱۳۸۸) است که در مطالعه حدود موسیقی کلاسیک ایرانی به آن پرداختیم. ژانر موسیقی دستگاهی و کلاسیک ایرانی با همان تنظیمات و چارچوب‌های دقیقی است که از گذشته به دست ما رسیده است که در معرفی حدود و ثغور موسیقی کلاسیک ایرانی تا حدی به آن اشاره شده است. یکی دیگر از ژانرها، ژانر اجتماعی است، آثاری که با فرم و بنیان‌های موسیقی دستگاهی خلق شده‌اند و حاوی محتوای اجتماعی یا سیاسی است، مانند اثر «ای ایران» روح الله خالقی.

کدهای اخلاقی و آیینی در این ژانر بسیار حائز اهمیت‌اند. تواضع یکی از کدهای اخلاقی مهم در موسیقی کلاسیک به خصوص با توجه به زمان گذشته است. رضا عبادی در این باره می‌گوید:

«کنسرتی رو از آقای مشکاتیان رفتم... ... طوری باهم اومدن که اونجا شلوغ نشه، همونطور که باهم میرفتن پشت سازهاشون به صف اومده بودن آخرین نفر قانوناً میشد آقای مشکاتیان که این گوشه می‌شست از روبه‌رو هم کسی نمی‌دید، نیم‌رخ می‌دیدنش، اگر کسی نمیشناخت شاید نمیدونستن فکر میکردن اون آقای مشکاتیانه یعنی فقط به اینا گفت یک دو .. شروع کردن...».

### رویکرد انتقادی؛ محدودیت‌های نوآوری

مطابق با نتایج، می‌توان نگاه انتقادی را که به عنوان محدودیت‌های نوآوری در ژانر موسیقی دستگاهی ایران در نظر گرفتیم، در چهار محور خلاصه کرد که عبارتند از: تقابل‌ها، نقد سیاست گذاری، نقد رابطه تجارت و خلاقیت، نقد فرهنگی.

تقابل‌ها فضای متشتتی در فرهنگ تولید موسیقی ایجاد کرده‌اند. در تمام این مضامین، فضای تقابلی برجسته است. تقابل بین گذشته و اکنون، تقابل هنر اجتماعی و هنر دنباله‌رو، تقابل هنر برای مخاطب به مثابه دادوستد و هنر برای هنر به مثابه خلاقیت اصیل، تقابل هنر

موزه‌ای و هنر اجتماعی و... این تقابل‌ها، هم بین خود موسیقیدانان در ژانرهای مختلف و هم بین موسیقیدانان و مخاطبان شکاف‌های عمیقی ایجاد کرده است. علاوه بر تمام این تقابل‌ها، رابطه عمودی بین ژانرها در فرهنگ تولید موسیقی کلاسیک ایرانی بسیار شدید است. به این معنا که موسیقی‌دانان در ژانرهای موسیقی کلاسیک ایرانی خود را اصیل‌تر از سایر ژانرها می‌دانند و این به دلیل عدم تفکیک صحیح بین ژانرهاست. ژانرها در جایگاه درست خودشان قرار ندارند و فضایی متشتت نیز از ژانرها مشاهده می‌شود که به آسیب زدن به فرهنگ و ذائقه شنیداری مخاطب منجر شده است.

محور بعدی، نقد سیاست‌گذاری‌های کلان است. نگاه‌هایی ایدئولوژیک که به موسیقی وجود دارند، نشان‌دادن سازها در تلویزیون، پخش نکردن صدای بعضی از هنرمندان مطرح و ... آسیبی جدی به ذائقه شنیداری مردم زده و همچنین عدم آشنایی با سازهای کلاسیک ایرانی را باعث شده است. بحث دیگری که ذیل سیاست‌گذاری‌ها مطرح می‌شود، رابطه بین بودجه و ژانرهاست. معمولاً بیشترین بودجه‌ها برای ژانرهای عامه‌پسندتر در نظر گرفته می‌شود که خواننده در آن به‌عنوان یک سلبریتی مطرح می‌شود و سود بیشتری عاید سازمان یا نهادی می‌شود که متصدی تولید و عرضه آن موسیقی است. چالش‌های سیاست‌گذاری‌های کلان و عدم حمایت از ژانرهای موسیقی کلاسیک ایرانی نیز در بحث تبلیغات موسیقی اصیل بسیار مطرح می‌شود.

مسئله‌ای دیگری که به‌عنوان چالشی برای خلاقیت در نظر گرفته می‌شود، رابطه نادرستی است که بین تجارت و خلاقیت در ایران وجود دارد. موسیقی‌دانان، بخشی از دلیل این رابطه نادرست را قرار گرفتن در فضای کلی غیرشفاف اقتصاد ایران می‌دانند. باندبازی و استفاده از رانت، فضایی برای سواستفاده مالی از هنرمندان و سرکوب کردن خلاقیت شده است. یکی دیگر از مشکلاتی که به آن اشاره شده، مشکلات معیشتی است که هنرمندان با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنند.

و محور آخری که به‌عنوان محدودیت نوآوری به آن می‌پردازیم، نقد فرهنگی است، یعنی جایی که موسیقی‌دانان به پسرقت سلیقه شنیداری مردم روی می‌آورند. خالقان نماد، معمولاً تعریفی منفی از سلیقه شنیداری مردم ارائه می‌دهند که آن‌ها را ناگزیر می‌کنند تا وجه شهرت-محور خلاقیت را به نمایش بگذارند. جایی که کلمه پاپ و پول به هم گره می‌خورد و کار برای

مخاطب به‌مثابه دادوستد در نظر گرفته می‌شود، خلاقیت را به سمت نتیجه‌گرایی مالی و به اصطلاح هیت‌شدن یک کار و خواننده سوق می‌دهد. سلبریتی‌محوری در ذات هنر کلاسیک ایرانی امری متناقض‌نماست. توجه به موسیقی نیز از سمت مخاطب، صرفاً برای خودنمایی، نمایش تمایز طبقاتی و لذت گذراست. به‌عنوان مثال، رفتن به کنسرت به‌عنوان امری مصرفی و نمایشی رخ می‌نماید. البته از سوی دیگر، این نقد را نیز بایستی به موسیقی‌دانان وارد دانست که شاید رویکردی عمودی و صرفاً بدبینانه به مخاطب دارند و بیشتر به دنبال جذب مخاطب نخبه و طبقه متوسط هستند و این خود نیز سبب شکاف‌های فرهنگی در جامعه می‌شود.

جدول خلاصه یافته‌ها

اهداف خلاقیت	کدهای آیینی و اخلاقی	تصور مخاطب	ژانر	چیستی خلاقیت
کسب سود مالی برندینگ شخصی برندینگ بین‌المللی	نمایش حرفه‌ای‌گرایی در اجرا	حضور پررنگ مخاطب در ذهن، سلیقه شنیداری گذرا	موسیقی شبه‌دستگاهی، موسیقی ترکیبی، ژانر سفارشی-سازمانی	خلاقیت شهرت-محور
بیان جایگاه هنری خودبیانگری	-	غیاب کامل مخاطب	ژانر هنری	خلاقیت ناب
تربیت ذائقه شنیداری مخاطب رساندن پیام‌های اخلاقی	تواضع آداب و آیین نواختن ساز مانند وضو گرفتن، نحوه متواضعانه ساز زدن زیست حرفه‌ای بدون وابستگی به کسب و سود مالی	مخاطب به‌مثابه طفلی برای تربیت رابطه عمودی با مخاطب	ژانر دستگاهی هنر اجتماعی	خلاقیت فرهنگساز

### نتیجه‌گیری

در این مقاله بر اساس مسئله پژوهش و ادبیات نظری که درباره مفهوم خلاقیت و ریشه‌های نظری آن و ارتباطش با ژانر وجود دارد، بر ساخت خلاقیت در فرهنگ تولید موسیقی کلاسیک ایرانی را بین خالقان نماد؛ آهنگساز، خواننده و نوازنده مطالعه کردیم. در این پژوهش نشان دادیم که چگونه فرهنگ تولید، یعنی جایی که فرهنگ، صنعت را تولید می‌کند، بر ساخت‌های

متفاوتی از خلاقیت ایجاد می‌شود و این برساخت‌های متفاوت باعث شکل‌گیری، تغییر، از بین رفتن و استحاله‌ی ژانر کلاسیک ایرانی می‌شود. مضامینی که خلاقیت را در این مطالعه برساختند یعنی: خلاقیت «شهرت-محور»، «خلاقیت ناب» و «خلاقیت فرهنگساز»، سیالیت این مفهوم را به‌مثابه‌ی یک «فرایند فرهنگی» (توین بی، ۲۰۱۱) نشان داد.

نگریستن به خلاقیت به‌مثابه‌ی یک فرایند فرهنگی، تقسیم‌بندی اجتماعی و سیال‌تری از ژانرها را امکان‌پذیر می‌کند. در این مطالعه براساس مضامین برساختی خلاقیت، یک تقسیم‌بندی مبتنی بر فرهنگ تولید از ژانرها ارائه دادیم. ژانرهای شبه‌دستگاهی، سفارشی-سازمانی، ترکیبی یا فیوژن در ارتباط با ژانر شهرت-محور است. ژانر هنری در ارتباط با خلاقیت قرار دارد. ژانر دستگاهی و ردیفی و هنر اجتماعی در ارتباط با خلاقیت فرهنگسازند.

نکته‌ی کلیدی‌ای که وجود دارد، این است که در خلاقیت به‌مثابه‌ی فرایند فرهنگی، در همه مضامین برساختی، مؤلف، موجودی اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. حتی در خلاقیت ناب که فضای خلوتی برای هنرمند به‌لحاظ عدم حضور مخاطب وجود دارد، اما بازهم در آن بحث خودبیانگری هنری به جامعه هنرمندان طبقه‌ی نخبه مطرح است و به‌اصطلاح پویا سرایی، به‌مثابه‌ی «کارت ویزیت» هنرمند در نظر گرفته می‌شود.

بنابراین، اگرچه خالق نماد در مرکز دایره خلاقیت قرار دارد، اما محدودیت‌ها و امکاناتی که وی برای نوآوری دارد، او را تحت فشار قرار می‌دهد. کنش جمعی خالقان نماد، ذائقه شنیداری مخاطبان، روابط اقتصاد سیاسی در جریان تولید، گزینه‌های متراکم و محدودی را در اختیار خالق اثر برای نوشتن در یک ژانر یا تغییر آن قرار می‌دهد. در رابطه با این مطالعه، محدودیت‌های سیاست‌گذاری، تقابلهای و تشبتهای بین خالقان نماد بر سر ژانرها، شکاف بین خالقان نماد و مخاطبان، نبود رابطه‌ی شفاف و صادقانه بین امر تجارت و خلاقیت و هنر، نوآوری را محدود می‌کند.

## منابع

۱. خاکساری، علی (۱۳۸۸). «رفرماسیون موسیقایی، بررسی و نقد «موسیقی سنتی ایران»» با رویکردی به «سنت موسیقایی ایرانی» در دوره معاصر»، جامعه‌شناسی‌جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، سال اول، صص ۱۵۹ تا ۱۷۶، ۱۷۶-۱۵۹.
۲. سالدنا، جانی (۱۳۹۵). «راهنمای کدگذاری برای پژوهشگران کیفی»، عبدالله گیویان، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۳. سرایی، پویا (۱۳۹۴) « طرح مدلی سه‌گانه از نقش‌پذیری موسیقی‌دانان در جامعه معاصر موسیقی ایران»، ماهنامه گزارش موسیقی، پیاپی ۷۷، صص ۳۴-۳۵.
۴. شفرود، جان (۱۳۹۰). موسیقی به‌مثابه متن اجتماعی، (ترجمه جمال محمدی)، چاپ اول، تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو، ۱۳۹۰.
۵. طلائی، داریوش (۱۳۷۸). «ردیف و سیستم مقام‌ها»، نشریه هنر، شماره ۴۲، صص ۱۲۱-۱۴۵.
۶. فیلیک، اووه (۱۳۸۷). درآمدی بر تحقیق کیفی، (ترجمه هادی جلیلی)، چاپ دوم، تهران: نشر نی.
۷. کیانی، مجید (۱۳۹۳) هفت دستگاه، تهران: سوره مهر.
۸. هال، استوارت و دیگران (۱۳۸۸). درباره مطالعات فرهنگی، (ترجمه جمال محمدی)، تهران: نشر چشمه.
۹. هینیک، ناتالی (۱۳۸۴)، جامعه‌شناسی هنر. (ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر)، تهران: نشر آگه.
10. Hesmondhalgh, David (2007), Cultural industries, 2<sup>nd</sup> edition, London, Sage Publication
11. Hesmondhalgh, David (2011), "Towards A Political Aesthetics of Music", Wiley-Blackwell.", The Cultural Study of Music: A Critical Introduction, edited by Martin Clayton, et al., Routledge.
12. Hesmondhalgh, David, Baker, Sarah (2010), "A very complicated version of freedom': Conditions and experiences of creative labour in three cultural industries", Poetics 38, 4-20
13. Haynes, Jo, Marshall, Lee, (2018), "Reluctant Entrepreneurs: Musicians and Entrepreneurship in the 'New' Music Industry", British Journal of Sociology, 69(2), 459-482.
14. Morat, Daniel (2014), Sounds of Modern History, Auditory Cultures in 19th- and 20th-Century Europe, Berghahn Books
15. Negus, Keith (1999), Music Genres and Corporate Cultures, London and New York: Routledge
16. Toynbee, Jason (2011), "Music, Culture, and Creativity", Wiley-Blackwell.", The Cultural Study of Music: A Critical Introduction, edited by Martin Clayton, et al., Routledge.