

संगीतकला, सर्जनशीलता आणि आधुनिक वैज्ञानिकता

प्रा. डॉ. थाडेष्वर सं. मदनकर

सहयोगी प्राध्यापक (संगीत विभाग)

सेवादल महिला महाविद्यालय,

नागपूर

Crossref DOI - <https://doi.org/10.63665/rh.v7i1.68>

मुख्य शब्दावली : 1) संगीतातील संस्कृती, सर्जनशीलता आणि आधुनिक उद्योग 2) संगीतातील डिजीटल मार्केटिंग व विविध पैलू, 3) सांस्कृतिक आणि सर्जनशील घटक 4) संगीत संस्कृतीवर डिजीटलायझेशनचा प्रभाव, 5) सांस्कृतिक प्रभाव आणि परिवर्तन

भारतीय संगीत कला म्हणजे वैश्विक देण होय. संगीत कला म्हटले की अध्यात्मिक दिव्यत्व आणि संगीतीक सानिध्यातून मानवी उत्कर्ष आणि संगीतीक प्रवासातून वैज्ञानिक वाटचाल या प्रवासाचे वर्णन इतिहास ग्वाहि देतो. समस्त ललितकलांमध्ये संगीताचे स्थान अत्यंत महत्वाचे आहे. मानवी जीवनात मानसिक तथा शारीरिक व्यथेतून आक्रांत होऊन जेव्हा माणुस व्यस्ततेत असतो. तेव्हा मानसिक शांतीसाठी आणि सषक्त होण्यासाठी पुन्हा संगीत कलेचा आधार घेतो. आज संगीतीक कलेत संगीत आणि विज्ञानाचा जवळचा संबंध असून संगीत हे ध्वनीच्या भौतिक शास्त्रावर आधारीत आहे. संगीत म्हणजे केवळ कला नसून ते कंपन वारंवारता आणि लहरीचे गणितीय विवरण आहे. स्वरनिर्मिती, लय, ताल, आणि वाद्यांची रचना या सर्व गोष्टी शास्त्रीय तत्वावर चालतात. ज्यामुळे संगीताला ध्वनीक विज्ञान मानले जाते. संगीत उद्योगातील संस्कृती, सर्जनशीलता आणि डिजीटल मार्केटिंगच्या संयोगातून संगीत उद्योगात मुलभुत बदल झाला आहे. पारंपारीक भौतिक माध्यामातून स्ट्रीमिंग सोशल मिडीया आणि डेटाएनालिस्ट व्दारे चालवल्या जाणाऱ्या वेगवान डिजीटल इकोसिस्टमध्ये बदल झालेले आहे. हे डिजीटल परिवर्तन थेट मार्केटिंगला अनुमती देते ज्यामुळे स्वतंत्र्य कलाकारांना पारंपारीक सर्व गोष्टींना मागे टाकता येते आणि नविन तंत्रज्ञानाशी सतत जुळवून घेण्याची आवश्यकता असते.

संगीतातील संस्कृती, सर्जनशीलता आणि आधुनिक उद्योग :

डिजीटल संगीत प्लॅटफॉर्म स्पॉटिफाय, युट्युब, गाना-बजाना आणि इतर बरीचशी चॅनल्स इत्यादीच्या वापराला आकार दिला आहे. विशेषतः तरुणांमध्ये सुलभतेने आणि विविधता वाढवने हे डिजीटल संस्कृतीला प्रोत्साहन देते जिथे संगीत समुदाय उभारणी आणि सामायिक ओळखीसाठी उत्प्रेरक म्हणून काम करते. विशेषतः छोट्या स्वरुपातील व्हिडीयो प्लेटफॉर्मव्दारे आणखी नवनव्या संधी उपलब्ध होत आहे. सर्जनशीलता लक्षात घेता संगीत उद्योगात एक नविनता येवून संगीत क्षेत्रातील आधुनिकीकरणात उपलब्धी दिसून येत आहे. अलिकडच्या संशोधनावर आधारीत संस्कृति, सर्जनशीलता आणि डिजीटल संगीत



व्यवसायीक यांचे एकत्रीकरण, केंद्रिकृत, भौतिक माध्यम उद्योगापासून विकेंद्रित डेटा चलित आणि स्ट्रीमिंग प्रभुत्व असलेल्या परिसंस्थेकडे बदल दर्शविते. डिजीटलाजेशनमुळे उत्पादनाचे लोकषाहीकरण सक्षम झाले आहे. ज्यामुळे स्वतंत्र कलाकरांना जागतीक स्तरावर संगीत तयार करण्याची आणि वितरीत करण्याची परवानगी मिळाली आहे. त्याचवेळी उद्योगाला लहान अल्गोरीदमिक दृष्ट्या अनुकूल आणि उच्च क्युरेट केलेल्या सामृगीकडे ढकलेले गेले आहे. संगीत उद्योगातील डिजीटल मार्केटिंग पारंपारीक प्रमोषनापासून सर्जनषिल डेटाचलित आणि प्रेक्षक-केंद्रित लॅडस्केप मध्ये रुपांतरित झाले आहे. जिथे यशासाठी सांस्कृतिक सहभाग आवश्यक आहे.

संगीतातील डिजीटल मार्केटिंग व विविध पैलू :

नविन मार्केटिंग, इकोसिस्टम, संगीत उद्योग थेट चाहत्यांशी संवाद साधण्याच्या धोरणावर मोठ्या प्रमाणात अवलंबून आहे. स्वतंत्र कलाकार वितरण आणि मार्केटिंगसाठी डिजीटल प्लॅटफॉर्मचा वापर करतात. प्रसारीत होणारे कार्यक्रम निर्माण करण्यावर लक्ष केंद्रित करून नवीन रिलीज होणारे कार्यक्रम हयांचा प्रचार करण्यासाठी सोषल मिडीया कंटेंट मार्केटिंग आणि इंपल्युंएंजर भागीदारी महत्वपूर्ण आहे. एआय जनरेटेड संगीत स्ट्रीमिंग आणि व्हर्च्युअल रिप्लेटीचा उद्योगामध्ये सर्जषिलतेसाठी नवीन संधी आणि कॉपीराईट या मौलीकतेबाबत इत्यादी आव्हाने निर्माण झाली आहे. तसेच डाटा चलनशील रणनीतीवरही मार्केटिंगमध्ये मोठ्या प्रमाणात उद्योग मोहिम तयार करण्यासाठी आणि श्रोत्यांच्या वर्तनाला समजून घेण्यासाठी प्लॅटफॉर्मवरील प्रेक्षकांच्या सहभागाच्या डाटा वापरतात.

सांस्कृतिक आणि सर्जनषिल घटक :

डिजीटल संगीत प्लेटफॉर्ममुळे तरुनांना संगीताशी कसे जोडले जाते आणि सांस्कृतिक ओळख कशी निर्माण होते त्या सर्व जडण-घडणीवर विशेष भर आढळून येतो. यश बहुतेकदा नाविण्यपूर्ण अपारंपारीक जाहिरातींवर अवलंबून असते. जसे की भीम संस्कृतीचा वापर, परस्परसंवादि मोहिमा आणि वैयक्तिकवृत्तीतून उत्पन्न सामृगी स्वतंत्र्य कलाकारांचा रननीतीसाठी स्वतंत्र्य कलाकारांसाठी मर्यादित संसाधनांवर मात करण्यासाठी एकनिष्ठ चाहतावर्ग तयार करण्यासाठी आणि पारंपारीक उद्योगातील व्दारपालांना मागे टाकण्यासाठी डिजीटल साधने महत्वाची आहेत. संगीत व्यवसायात नवीन तंत्रज्ञानाचे एकत्रीकरण आणि डिजीटल डेटाचलीत व्यवस्थापनाकडे होणारे बदल यांच्या समावेश दिसून येतो. सांस्कृतिक आणि सर्जनषिल उद्योगांमध्ये उद्योगवाढीसाठी डिजीटल मार्केटिंग धोरनाच्या वापर होऊन डिजीटल मार्केटिंग सर्जषिल क्षेत्रात वाढ कशी वाढवते याचे विप्लेषण करते. डिजीटल युगातील संगीतमुल्य निर्मितमध्ये ग्राहकांच्या सहभाग महत्वपूर्ण आहे. कलाकारांसाठी मुल्य निर्माण करण्यात ग्राहक भागीदार म्हणून कसे काम करतात याचा शोध घेण्यात विशेष रुची दिसून येते. स्ट्रीमिंगच्या काळात संगीत बाजारपेठेचा शोध घेणे आणि त्याच्या कलात्मक सर्जषिलतेवर योग्य परीणाम दिसून येतो. स्ट्रीमिंग प्लॅटफॉर्म आणि



अल्गोरिदम आणि संगीतातील मौलिकता यांच्यातील तनावातील परिक्षण करते. संगीतामध्ये होणारे बदलाचे विश्लेषण करते ज्यामुळे सोशल मीडिया मुख्यत्वे केस स्टडीजचा समावेश करीत आहे.

संगीत संस्कृतीवर डिजीटललायझेशनचा प्रभाव :

डिजीटलायझेशनमुळे संगीताचे रुपांतर भौतिक उत्पादनापासून डिजीटल सहज उपलब्ध असलेल्या वस्तुमध्ये झाले आहे. ज्यामुळे त्याचे उत्पादन, वितरण आणि वापर कसे केले जाते ते बदलेले आहे. संगीत हा समाज आणि संस्कृतीचा एक मुलभूत भाग आहे. जो सार्वत्रिक भाषा म्हणून काम करतो. जो मार्केटिंगमध्ये भावना आणि ब्रॅन्ड धारणा प्रभावित करतो. इटरनेटमुळे स्वतंत्र कलाकरांना पारंपारीक उद्योगातील व्दारपालांना मागे टाकता आले आहे. ज्यामुळे संस्कृती निर्माण झाली आहे. संगीतातील सर्जनशीलता ही केवळ वैयक्तिक कृती म्हणून न पाहता सामाजिक संवादाद्वारे आकार घेतलेली सांस्कृतिक प्रक्रिया म्हणून पाहिली पाहिजे. इतर कलाकारांसोबत काम केल्याने नवीन ध्वनीसह प्रयोग करणे आणि इतर शैलीचे मिश्रण करणे शक्य होते. ज्यामुळे करीयरच्या वाढीला चालणा मिळते. यामध्ये मुलभूत जाहिराती ऐवजी परस्पर संवादी आणि आकर्षक सामग्री डिजीटल फाइल्स आणि संगीत विडीयो आणि ऑनलाईन सोशल नेटवर्क, स्ट्रीमिंग प्रोफाईल यांचे व्यवस्थापन विक्री पलीकडे नवीन महसूल मॉडेल्सचा वापर करणे ज्यामध्ये स्ट्रीमिंग रॉयल्टी, व्यापारी माल आणि आभासी अनुभवांच्या समावेश आहे. श्रोत्यांचा पसंतीचे विप्लेषण करण्यासाठी आणि मार्केटिंग प्रयत्नांना अनुकूल करण्यासाठी एआय सिस्टम वापरणे मुळातच फायदेशीर ठरत आहे. आणि म्हणूनच डिजीटल प्लॅटफॉर्म संगीताला भौगोलिक सिमांची रुपरेषा ओलांडून एक नवीन उत्कर्ष आणि सर्जनशील व जागतिक सांस्कृतिक बहुमुल्य देवानघेवाण सुलभपणे होत आहे.

निष्कर्ष :

सांस्कृती सर्जनशीलता आणि डिजीटल मार्केटिंगच्या एकत्रिकरणामुळे संगीत उद्योगात क्रांती घडून आलेली आहे. ज्यामुळे ते भौतिक देवाणघेवाण उद्योगापासून तात्काळ जागतिक आणि विकेंद्रित डिजीटल इकोसिस्टम रुपांतरीत झाले आहे. आधुनिक संगीत आता यष समुदाय चलित मार्केटिंगवर आधारीत दिसून येते. जिथे कलाकार प्रामाणिकपणे एकत्रिकरण वाढविण्यासाठी डिजीटल प्लॅटफॉर्मचा वापर करतात. सांस्कृतिक ट्रेंड आणि व्ययक्तिक कथाकथनांचा वापर करुन अती संतृप्त बाजारपेठेचा आवाज कमी करतात. आधुनिक संगीत उद्योगात हे घटक एकमेकांना पूरक दिसून येतात.

संदर्भग्रंथ सूची :

- हाऊ म्युजिक वर्क – डेविड बायर्न



- डिजीटल युगात संगीत आणि बॅडिंग – लेसली एम्मेयर
- द न्यु रॉक स्टार – केली रिचर्ड

