

چرا خبر اجرای علیرضا افتخاری در یک برنامه تخصصی موسیقی سنتی مهم است؟

سه‌م اندک موسیقی فاخر

از برنامه‌های تلویزیون وشبکه‌نمایش خانگی



سید مهدی موسوی تبار

روزنامه‌نگار

باید. عراق نکرده‌ایم اگر بگویم تعداد بازیگر-مجریان سلبریتی از تعداد مجریان تخصصی بیشتر شده است. حالا قرار است علیرضا افتخاری در یک برنامه تخصصی اجرا کند و این نکته مثبت را می‌توان به فال نیک گرفت. بارها درباره لزوم تخصص گرایی در هنر و حضور افراد در جایگاه‌های خودشان نوشتیم و گفتیم و وقتی در هر رسانه‌ای این اتفاق می‌افتد، مثبت و قابل تقدیر است. برنامه‌های موسیقی اما در کشور ما دو دوره متفاوت را داشته است. در دهه هفتاد و هشتاد شاهد تغییراتی در نگاه مدیران فرهنگی و تأثیرگذار و همچنین مدیران صداوسیما بودیم و خروجی‌اش شد برنامه‌هایی که قسمت‌هایی از آنها همچنان در سایت‌ها و فضای مجازی وجود دارند و دست‌به‌دست می‌شوند. برنامه‌هایی که سعی داشتند مخاطب ایرانی را با دستگاه‌ها و موسیقی اصیل آشنا کنند و به‌واسطه موسیقی، حتی در نحوه خوانش اشعار شاعران بزرگی مانند سعدی، حافظ و مولوی هم تغییراتی ایجاد شد و برای بینندگان این برنامه‌ها مهم بود که غزل‌ها را صحیح بخوانند و معیارشان هم نسخه‌ای بود که توسط اهلس خوانده می‌شد. یکی از نقدهایی که به موسیقی در سال‌های اخیر و مشخصاً در چهارسالی که گذشت می‌شد و می‌شود، عدم تربیت درست و اصولی گوش‌های مخاطبان موسیقی است. به جای متخصصان موسیقی، بازار، افسار موسیقی را در دست گرفته و این تهیه‌کننده‌ها هستند که به جای نوازندگان یا اساتید موسیقی، ذائقه شنوندگان را دستکاری می‌کنند. بازار موسیقی البته دامنه گسترده‌ای دارد و از صداوسیما و دفتر موسیقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی سازمان تبلیغات اسلامی و حتی وزارت آموزش و پرورش نیز در این دایره قرار می‌گیرند. این تفکرات باعث شد که ارشاد صرفاً امضاکننده قطعات باشد و با کمترین نظارت آنها را تأیید کند و از آن سمت صداوسیما هم به‌واسطه نداشتن برنامه مشخص در موسیقی و برخی لابی‌گری‌ها به تعدادی از این قطعات سخیف میدان بدهد و بشود آنچه شاهدش هستیم. فضا آنقدر غبار گرفته و همزمان خالی از آثار خوب بود و هست که یک جوان مهاجرت کرده، ساسی‌مانکن، با تکیه بر اشعار مبتذل و ملودی‌های جذاب می‌توانست و می‌تواند ساختار آموزشی کشور را هدف قرار دهد و چنان آشوبی ایجاد کند که اکثر تحلیل‌گران و جامعه‌شناسان هم از بررسی آن عاجز بمانند. تلویزیون و شبکه‌نمایش خانگی به برنامه‌های فاخر در حوزه موسیقی نیاز دارند. این نیاز رابطه مستقیمی با جامعه و سلاطین موسیقایی کشورمان هم دارد. الان و با گسترش فضای مجازی، دیگر دغدغه جوانان و نوجوانان دیدن سازها نیست. اشتباهی که برخی از تاک‌شوهای شبکه‌نمایش خانگی مرتکبش شدند و تمام نقش و جایگاه موسیقی را محدود کردند به حضور یک گروه ارکستر در گوشه یا بالای استودیو. متأسفانه یا خوشبختانه مخاطبان موسیقی از برنامه‌سازان این حوزه جلو هستند و سطح آرزوهایشان را تا حد تماشای آلات موسیقی تنزل نمی‌دهند. زمان آن رسیده که تلویزیون هم با استفاده از روابط و استدلال‌های قوی و محکم به نفع موسیقی اصیل و فاخر وارد میدان شود و به‌جای میدان دادن به چهره‌های جوانی که از آنتن رسانه ملی برای رفتن به خارج از کشور استفاده می‌کنند و معلوم نیست بسود حضور آنها به جیب چه کسانی می‌رود، از فضای شبکه‌ها و برنامه‌های پر بازدید برای حمایت از موسیقی نه‌صرفاً سنتی که موسیقی با هویت و البته تمیز و ریشه‌دار استفاده کند.

در این فرصت و به بهانه اجرای علیرضا افتخاری نگاهی داریم به برنامه‌های مهمی که با موضوع موسیقی از رادیو و تلویزیون پخش شدند.

مهمان افتخاری



پیگیری‌های ما نشان می‌دهد که هنوز تصمیمی برای بستر پخش این برنامه تازه با اجرای علیرضا افتخاری گرفته نشده است، اما براساس گفت‌وگویی که با ناصر قدیرکاشانی، تهیه‌کننده این برنامه که عنوانش «مهمان افتخاری» است، داشتیم ظاهراً قرار است در بیست قسمت چهل تا ۵۰ دقیقه‌ای ضبط شود و در تلاش هستند تا از یکی از شبکه‌های تلویزیونی پخش شود و در غیر این صورت یکی از پلتفرم‌های پخش این برنامه را برعهده می‌گیرد که هنوز انتخابی در این خصوص صورت نگرفته است. قدیرکاشانی درباره این برنامه ادامه می‌دهد که در این برنامه قرار است شخصیت‌های مشهور موسیقی سنتی به‌عنوان مهمان حضور داشته باشند و دکور جذاب و گفت‌وگوهای جذاب و نوازندگان تازه‌نفس از ویژگی‌های دیگر این برنامه است.

با کاروان شعر و موسیقی

ترکیب برادران مناجاتی (محسن و محمد) برنامه‌های متعددی در حوزه موسیقی ساخته‌اند و همچنان نیز می‌سازند. یکی از مهم‌ترین برنامه‌هایی که پس از انقلاب در حوزه موسیقی و از شبکه‌دوسیمایا توسط این دوبرادر ساخته و پخش شد، برنامه «با کاروان شعر و موسیقی» بود. برنامه‌ای با اجرای سهیل محمودی و حضور مستمر علیرضا افتخاری و تنی چند از نوازندگان و خوانندگان مطرح دیگر. با کاروان شعر و موسیقی، اولین برنامه موسیقی محور در تلویزیون نبود. پیش از این برنامه‌های «نغمه‌بهاران» در نوروز ۷۹، «ضیافت» در ایام ماه مبارک رمضان، «کاروان» در ماه محرم و همچنین «تماشاگر راز» ساخته‌شده بودند و اتفاقاً مخاطبان زیادی هم جذب کردند. سال ۱۳۸۱ بود که برنامه «با کاروان شعر و موسیقی» برای اولین بار روی آنتن رفت و با توجه به دکور و فضای نوع اجرا، جایش را نه تنها بین فرهنگ و هنر دوستان که تقریباً در میان اکثر مخاطبان باز کرد. حالا بعد از گذشت نزدیک به دو

شب کوک



برنامه دیگر موسیقی محور تلویزیون اصلاً شباهتی به برنامه‌های دیگر سیمای نداشت. این بار از دستگاه‌ها و موسیقی سنتی خبری نبود و یک مجری و سه کارشناس یا داور گردهم آمده بودند تا با الگوبرداری از برنامه‌های موفق خارج از ایران، استعداد‌های جوان و تازه در حوزه خوانندگی را شناسایی و معرفی کنند. «شب کوک» با اجرای بارید بابایی و کارشناسی افرادی مانند فریدون آسرایی، مهدی یغمایی و پوریا حیدری در سال ۹۴ از شبکه نسیم پخش و پس از آن تعطیل شد. نفع‌های بسیاری به این برنامه و نوع دآوری‌ها وارد بود. فارغ از کپی‌بودنش و تلاش برای اثبات این شباهت‌های متعدد از طرف دست‌اندرکاران این برنامه، نکته دیگر این بود که هیچ برنامه یا هدفی پشت ساخت شب کوک وجود نداشت. ترجیح وجه سرگرمی بر وجه آموزش و تکیه بر شوخی‌های مجری یا کل‌کل‌های تصنعی داورها ملغمه‌ای از یک

قدیرکاشانی با بیان اینکه تا ضبط برنامه‌ای کامل تمام نشود برای پخشش تصمیم نخواهد گرفت، از تلاش برای پخش این برنامه در رسانه ملی خبر داد. فارغ از اینکه خروجی این برنامه چه کیفیتی خواهد داشت، مساله مهم این است که تلویزیون چه نگاهی به موسیقی در دوره جدید دولت خواهد داشت و آیا پلتفرم‌ها از این محدودیت‌های رسانه ملی سوءاستفاده و در نتیجه کم‌فروشی خواهد کرد؟ مساله دیگر این است که آرام‌آرام باید تکلیف موسیقی در ابعاد مختلفش روشن‌تر شود تا گروهی در داخل و خارج از ایران، از این خلأها استفاده خودشان را نبرند و هر قطعه ضعیفی را به اسم نوآوری یا موسیقی تازه و متفاوت وارد ذهن و روح نوجوانان و جوانان نکنند.

کاروان موسیقی شعر توانست این فضا را ایجاد کند. فارغ از تلاش‌های برادران مناجاتی، حضور سهیل محمودی به‌عنوان یک ادیب موسیقی‌شناس در این سلسله برنامه‌ها، نقطه عطف به حساب می‌آمد. صحبت از تاریخ موسیقی و آشنا کردن مخاطبان با دستگاه‌های موسیقی و همین‌طور تال به دیوان حافظ و بداهه‌خوانی علیرضا افتخاری با آن فال از دیگر جذابیت‌های این برنامه بودند. این برنامه تا سال‌های پایانی دهه هشتاد هم ادامه داشت و پس از اعلام ممنوعیت‌ها در فعالیت برخی از عوامل این برنامه، به‌طور موقت تعطیل و بعدها دچار تغییراتی شد. برادران مناجاتی البته بعدها برنامه‌هایی همچون «دستان» و «گلستانه» را هم با موضوع موسیقی و شعر و ادبیات روی آنتن بردند که اولی با اجرای عباس سجادی مورد توجه بسیاری قرار گرفت.

برنامه شاد و مفرح همراه با آهنگ‌های درخواستی را ایجاد کرده بود و نه یک برنامه جدی موسیقی محور. جالب اینکه این برنامه یک سال قبلش و در سال ۱۳۹۳ به تحلیل و بررسی وضعیت موسیقی ایران و پخش ترانه‌های درخواستی می‌پرداخت و با توجه به فضا و جو آن زمان ترجیح داد که کارشناسی وضعیت موسیقی را راه‌ها کند و سراغ سرگرمی و مسابقه برود. شتاب، بی‌سلیقگی و نبود چشم‌انداز، این برنامه را با وجود بینندگانی که به موسیقی علاقه داشتند به یک بیراهه کشاند و پس از آن دیگر خبری از برنامه‌های این چنینی نشد.

اسفند سال ۹۸ بود که عباس صالحی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در مراسم اختتامیه سی‌وپنجمین جشنواره موسیقی فجر گفت که ۹۲ درصد مردم ایران موسیقی گوش می‌کنند و میانگین مصرف روزانه مردم ایران یک ساعت و

اکران آنلاین فیلم‌های روز سینما را داریم، اما این تهیه‌کننده است که باید حاضر به این عرضه شود. تهیه‌کننده است که باید تصمیم بگیرد فیلمش روی پرده سینما اکران شود، یا در بستر اینترنت. وضعیت کووید-۱۹ و بحران کرونا تصمیم‌گیری تهیه‌کننده‌ها را در زمینه تراحت تأثیر خود قرار داده است و به محض اینکه کمی شرایط آیم‌ن می‌شود، تهیه‌کننده‌ها از بستر آنلاین فاصله می‌گیرند. «وی عنوان کرد: آنچه امروز شاهدش هستیم امید تهیه‌کنندگان به بازگشایی و رونق مجدد سالن‌های سینمایی در آینده نزدیک است و در این شرایط، طبیعی است که تن به اکران آنلاین نمی‌دهند. به‌خصوص که با تهدید سوخت‌شدن سرمایه‌نیز مواجه هستند.» صرف در ادامه درباره تسهیلات ارائه‌شده از سوی پلتفرم‌ها برای اطمینان خاطر بیشتر تهیه‌کنندگان گفت: اما کارهای بسیاری برای جلب این اطمینان کرده‌ایم. همین امروز مسیر عرضه فیلم‌های سینمایی در کانال‌های تلگرامی به‌واسطه پیگیری‌هایی که ما داشته‌ایم، تا حدودی محدود شده است. از نظر مالی هم ۸۰ تا ۹۰ درصد درآمد بلیت را هم به تهیه‌کننده می‌دهیم و این نهایت تلاشی و همکاری ما در این زمینه است. سود ما در این زمینه تقریباً صفر است. «وی در پایان با اشاره به تعدد تولید سریال با سرمایه‌گذاری پلتفرم‌ها

مهمان افتخاری



۱۲ دقیقه و در سن ۱۵ تا ۲۹ سال دو ساعت است. عدد شگفت‌انگیزی که منبایش تحقیقی بود که توسط پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام شده بود. در این زمان حدوداً دو سال، کسی ادعا نکرده که این آمار کاهش پیدا کرده و احتمالاً به خاطر وجود کرونا و افزایش اوقات فراغت، شاهد اعداد بزرگ‌تری هستیم و سوال اساسی‌تر این است که چه نظارتی و مدیریتی روی این ساعات و قطعات انجام می‌شود؟ ۹۲ درصد مردم ایران چه چیزهایی گوش می‌کنند؟ شنیدن روزی دو ساعت موسیقی برای یک جوان ۱۵ تا ۲۹ ساله لزوم تربیت و اصلاح ذائقه او را گوشزد نمی‌کند؟ موسیقی فاخر صرفاً غمگین نیست و شناختن موسیقی ایرانی و اصیل نیل‌به همکاری سازمان‌ها و نهادهای مسئول دارد و سهم رسانه‌های تأثیرگذار در این میان بیشتر است.

ادامه داد: «امروز بالغ بر ۸۰ درصد تولید سریال با سرمایه پلتفرم‌ها صورت می‌گیرد. به همین دلیل هم پلتفرم‌ها برای زنده نگه داشتن خودشان و بازگشت سرمایه‌شان توجه بیشتری به سریال‌ها دارند. در سینما اما شرایط فرق می‌کند، آنجا هنوز هم تهیه‌کننده با سرمایه شخصی کار می‌کند و به همین دلیل به راحتی راضی به عرضه آنلاین اثر خود نمی‌شود. در سریال‌سازی چون پلتفرم خودش هزینه می‌کند، سخت‌گیری کمتری هم وجود دارد تا بتوانند مخاطب خود را حفظ کنند».



چارسو

سه‌م ۹۰ درصدی تهیه‌کنندگان سینما از اکران آنلاین

فروش بلیت دارد و ۹۰ درصد این درآمد به تهیه‌کننده تعلق می‌گیرد. محمد صراف، رئیس انجمن «شرکت‌های نمایش ویدئوی آنلاین» در گفت‌وگو با مهر درباره شرایط نامناسب اکران آنلاین و عدم عرضه فیلم‌های سینمایی جدید در این بستر گفت: «این شرایط دودلیل دارد، یکی اینکه تهیه‌کنندگان به‌واسطه رونق نسبی سینماها و امید به اکران فیلم‌های خود بر پرده، دیگر رغبتی به ارائه فیلم‌های خود در بستر آنلاین ندارند. به‌خصوص که خیرها حاکمی رونق سینماها در کشورها پیشرفته، پس از تزریق واکسن منتشر شده و بسیاری را به آینده امیدوار کرده است. در این موقعیت تهیه‌کنندگان ترجیح می‌دهند جلوی اکران آنلاین آثار خود را بگیرند و منتظر اکران عمومی بمانند.» وی ادامه داد: «نکته دیگر این است که اکران آنلاین، برای پلتفرم‌ها هم سودی ندارد. در اکران آنلاین، پلتفرم عرضه‌کننده فیلم، سهم

ناچیزی از درآمد حاصل از فروش بلیت دارد و به‌منظور حمایت از فیلم‌های سینمایی نزدیک به ۹۰ درصد این درآمد به تهیه‌کننده فیلم تعلق می‌گیرد. این درحالی است که طبیعتاً اکران آنلاین یک فیلم، هزینه‌هایی مانند تبلیغات محیطی و نصب بیل‌بورد برای یک پلتفرم دارد و به‌واسطه بالا بودن هزینه تبلیغات، عملاً اکران آنلاین هیچ سودی برای پلتفرم‌ها ندارد. صرف درباره نقش سازمان سینمایی در زمینه ترغیب فیلمسازان به عرضه آثار خود در بستر اکران آنلاین هم گفت: «شاید دست سازمان سینمایی در این حوزه بسته است؛ چرا که تصمیم‌گیر نهایی تهیه‌کننده فیلم است. به‌خصوص که در ایران برخلاف کشورهای پیشرفته اگر فیلمی حین اکران آنلاین کپی یا قاچاق شود، بستر قانونی لازم برای حمایت از صاحب اثر وجود ندارد. زیرساخت‌های شبکه‌ای در کشورها پیشرفته، کمک بسیار زیادی در جلوگیری از این تخلف می‌کند. وی افزود: «در ایران به‌واسطه مباحث مرتبط با تحریم نمی‌توانیم با پخش آثار ایرانی در ماهواره‌ها و یا پلتفرم‌های خارجی، با سرعت مطلوب برخورد کنیم. در این شرایط طبیعتاً تهیه‌کننده می‌ترسد که سرمایه‌اش به‌واسطه اکران آنلاین به باد برود.» رئیس انجمن «شرکت‌های نمایش ویدئوی آنلاین» در ادامه تأکید کرد: «ما آمادگی کامل برای