



خواندن تیتراژ تاثیر غیرقابل انکاری در محبوبیت یک خواننده دارد. البته این موضوع به عوامل مختلفی بستگی داشته و یک خواننده تنها با خواندن تیتراژ یک برنامه معروف و مشهور نخواهد شد

❗ آیا این موضوع درست است که بعضی از خواننده

حاضرند برای اجرای تیتراژ برنامه یا سریالی پول بدهند؟

در هر جایی که دیده شدن در آن وجود داشته باشد، رقابت هم وجود دارد. تیتراژ از این جهت حائز اهمیت است که تکرار دارد و می‌تواند به دلیل این که در یک بازه زمانی مشخصی تکرار می‌شود، در ماندگاری و مشهورکردن خواننده تاثیر بیشتری داشته باشد. اما درباره سوال مطرح شده من ترجیح می‌دهم وارد حاشیه نشده و به این سوال پاسخ ندهم.

❗ خواننده‌هایی که می‌خواهند برای اولین بار تیتراژ

بخوانند باید قاعده یا مراحل خاصی را طی کنند؟

تیتراژها جزو آن دسته از موسیقی‌هایی هستند که باید مجوز مرکز موسیقی سازمان صدا و سیما را بگیرند. اصولا هر قطعه‌ای که از شبکه‌های رادیو و تلویزیونی پخش می‌شود، چه خواننده داشته باشد و چه نداشته باشد، باید مجوز دفتر موسیقی را بگیرد تا قابلیت پخش پیدا کند. تیتراژها هم از این قاعده مستثنا نیستند. این دفتر به غیر از کمک‌هایی که به برنامه‌سازها و تهیه‌کننده‌ها برای ساختن تیتراژ می‌کند و بعضا از طرف این افراد به دفتر پیشنهاد همکاری هم داده می‌شود، مجوز آنها هم باید از سمت این بخش از صدا و سیما صادر شود. همه آنها باید تیتراژهای خود را به دفتر موسیقی بفرستند تا در آنجا شعر و ملودی آن بررسی شود. این موسیقی اگر شرایط لازم را داشته باشد مجوز صادر خواهد شد و قطعه قابلیت پخش پیدا خواهد کرد. در این قسمت از

صدا و سیما موسیقی‌ها از هر جهت مورد بررسی قرار می‌گیرند. در آنجا تلاش می‌شود تا از طریق تیتراژها به مرور ذائقه مخاطب به سطحی بالاتر از موسیقی‌های موجود در فضای مجازی برود. این موزیک‌ها بدون کوچک‌ترین نظارتی هستند و ذائقه مخاطبان را خراب کرده‌اند. در این دفتر تلاش می‌شود تا سلیقه مخاطب اصلاح شود. به هر حال موسیقی هر چه از نظر کلام و موزیک فاخرتر باشد بهتر خواهد بود؛ اما متأسفانه در حال حاضر در جامعه، موسیقی‌هایی وجود دارد که نه مفهوم درستی را می‌رساند و نه از نظر فنی، ساخت درستی دارد و بعضا شعرهای مبتذلی روی این موسیقی‌ها خوانده می‌شود. ما به آنها موسیقی‌های زیرزمینی یا غیرمجاز می‌گوییم. نظارتی که روی تیتراژها می‌شود در همین راستاست.

❗ اگر تیتراژ برنامه‌ای را یک خواننده معروف مثل

محسن چاووشی بخواند، آیا در میزان دیده شدن آن

اثرگذار است؟

اگر تیتراژ برنامه‌ای را محسن چاووشی یا هر خواننده مشهور دیگری بخواند قطعاً تاثیر خواهد داشت و به همین دلیل تهیه‌کننده‌ها، برنامه‌سازهای تلویزیونی و... ترجیح می‌دهند با یک خواننده شناخته شده کار کنند و این موضوع برای آنها در اولویت است. طبیعی هم هست چرا که می‌خواهند از این طریق آورده اجتماعی آن خواننده را پشت برنامه خودشان بیاورند و به دیده شدن آن کمک کنند. آنها قصد دارند از طریق خواننده‌ای که خودش مخاطبان زیادی دارد زودتر به آن حد از بیننده که یک برنامه تلویزیونی محبوب و پرمخاطب دارد، برسند و این یک اصل واضح در برنامه‌سازی است. تیتراژهایی که آنها را خواننده‌های معروف می‌خوانند برای تهیه‌کنندگان جذاب‌تر است. اما گاهی اوقات هم تهیه‌کنندگان به دلایل خاصی خواننده‌های شناخته نشده را ترجیح می‌دهند که این دلایل از این بحث خارج بوده و بهتر است درباره آنها صحبت نکنیم.

گفت و گو با بشیر بی‌آزار، مدیر تولید و تأمین دفتر موسیقی و سرود سازمان صدا و سیما

از تیتراژها نباید غافل شد!



خواندن تیتراژ برنامه‌های تلویزیون، جزو علایق هر کسی است که پا به عرصه خوانندگی می‌گذارد. هنوز که هنوز است پس از گذشت سال‌ها برخی از موسیقی‌ها یا داور برنامه‌های پرمخاطب قدیم هستند و برعکس نام تعدادی از برنامه‌ها یا سریال‌های تلویزیون بلافاصله موزیک و آهنگ تیتراژ آن را در ذهن متبادر می‌کند و این همان جایگاه‌یست که هر خواننده‌ای دوست دارد به آن دست پیدا کرده تا در لایه‌های زیرین خاطرات مخاطب ثبت شود. چون اینطور به نظر می‌رسد خواندن تیتراژ برای یک خواننده تازه وارد به منزله میان‌بری است که از طریق آن می‌تواند خودش را و هنر صدایش را بیشتر از هر زمان دیگری در معرض نمایش مخاطب‌های بسیاری بگذارد. با توجه به همین نگاه و اعتقاد برخی خوانندگان در زمینه خواندن تیتراژها با بشیر بی‌آزار، مدیر تولید و تأمین دفتر موسیقی سازمان صدا و سیما به گفت و گو نشستیم.

آزاده باقری
روزنامه‌نگار

❗ تیتراژهای تلویزیون تا چه میزان برای رسانه حائز اهمیت است؟

بحث تیتراژ یک موضوع خاص و مهم در سازمان صدا و سیما و حوزه موسیقی است. تیتراژ به دلیل آن که قرار است از رسانه فراگیری مانند تلویزیون پخش شود، همیشه یک فرصت طلایی برای خوانندگان و هنرمندان بوده و هست تا بتوانند از طریق آن استعداد‌های خود را به اثبات رسانده و طرفدارانی دست و پا کنند. از طرفی تیتراژها برای تلویزیون و صدا و سیما هم مهم بوده و برنامه‌سازان همواره آن را جزو مسائل حائز اهمیت در جذب مخاطب دانسته‌اند. نکته مهم در رابطه با تیتراژها این است که موفق شدن یا نشدن یک تیتراژ به عوامل مختلفی بستگی دارد که مهم‌ترین آن این است که آیا برنامه یا سریالی که تیتراژ به آن تعلق دارد پایه و اساس قوی دارد یا خیر؟ آیا این برنامه می‌تواند مخاطب خوبی داشته باشد یا خیر؟ سوال مهم این است که با تمام این حرف‌ها آیا خواننده می‌تواند به آن کمک کند؟ ما مواردی را داشته‌ایم که در آنها خواننده‌های مطرح، تیتراژهای خوبی را برای برنامه‌های ضعیف خوانده‌اند و در نهایت نتیجه این شده که نه برنامه و نه تیتراژ دیده نشود. این به معنای آن است که برنامه، سریال و تیتراژ مکمل یکدیگرند. اگر روی یک برنامه خوب، تیتراژ مناسب سوار شود تکمیل‌کننده خواهد بود و آن را ماندگار خواهد کرد. به عنوان مثال در تاریخ تلویزیون ایران تیتراژ برنامه‌ای مانند «کوله‌پشتی» که شاید بیش از یک دهه قبل ساخته شده است و توسط رضا صادقی خوانده شد همچنان در ذهن‌ها باقی است به طوری که وقتی پخش می‌شود، فرد شنونده در همان فضای برنامه «کوله‌پشتی» قرار گرفته و همان روزها در ذهنش تداعی می‌شود. آن برنامه با تیترازش ماندگار شد. به این می‌گویید یک همراهی موفق. جلوتر که آمدیم برنامه‌هایی مانند «ماه عسل» پیش آمدند. همان‌طور که می‌دانید

تیتراژهای «ماه عسل» ماندگار شدند. حتی تیتراژهای برنامه‌های سیاسی مانند «دیروز، امروز، فردا» هم همراه با هم در یاد مخاطب باقی ماندند. اینها مکمل یکدیگر بودند و به محض آن که شما آن تیتراژ را بشنوید به یاد آن برنامه می‌افتید. این یعنی آن تیتراژ موفق بوده است. خوشبختانه ما در طول برنامه‌سازی‌هایی که در سازمان شده از این دست تیتراژها زیاد داشته‌ایم.

❗ تهیه‌کننده‌ها تا چه میزان برای تیتراژ اهمیت قائل هستند؟

تلویزیون همچنان اصلی‌ترین و پرمخاطب‌ترین رسانه داخل کشور است و لذا برای خواننده‌هایی که کار موسیقی مجاز انجام می‌دهند بحث خواندن تیتراژ اهمیت و موضوعیت پیدا می‌کند. منفعت آن برای خواننده و تهیه‌کننده از این جهت است که باعث شناخته شدن آنها خواهد شد. خواننده

❗ درآمد تیتراژ به چه صورت است؟ آیا درآمدزاست؟ تهیه‌کننده‌های حوزه موسیقی تا چه میزان علاقه دارند

روی تیتراژ سرمایه‌گذاری کنند؟

اصولاً تهیه‌کننده‌هایی که در مارکت و حوزه موسیقی کار می‌کنند به این کار به چشم بیزینس نگاه کرده و هدف اول آنها، باکمال احترام کسب درآمد است. این افراد احتمالاً در وهله‌های بعدی به انجام یک کار فرهنگی فکر می‌کنند. برای این سرمایه‌گذاران مهم است که بتوانند درآمد لازم را کسب کنند. به هر حال آنها سرمایه‌گذاری کرده‌اند و هر آنچه دارند را در این حوزه به کار گرفته‌اند و طبیعی است که برای کسب درآمد باید به اجرا و استیج فکر کرده و برای این که یک خواننده بتواند به مرحله اجرا و کنسرت برسد نیاز به مخاطبی دارد که حاضر به پرداخت پول برای خرید بلیت و رفتن به کنسرت او باشد. به همین دلیل خیلی واضح است برای تهیه‌کنندگان موضوع تیتراژ به دلیل آن که مخاطب وسیعی را شامل می‌شود از اهمیت زیادی برخوردار باشد. این مخاطب در آینده می‌تواند به یک سودآوری اقتصادی برای تهیه‌کننده برسد. برای همین هم چنین فرآیندی موضوع جذابی است و این افراد تمایل دارند خواننده‌شان تیتراژ برنامه‌های خوب را بخواند و بتواند روی تبلیغات‌اش کار کرده و از این طریق به سادگی مخاطب بیشتری جذب کنند. البته معمولاً در همکاری تهیه‌کننده‌های حوزه موسیقی با برنامه‌سازهای تلویزیون حواشی زیادی وجود داشته و دارد. طبیعی است در حوزه‌هایی که بحث اقتصادی مطرح است حواشی زیادی پیش بیاید که من ترجیح می‌دهم به آن ورود نکنم.