خبر

ساکت نمی‌نشینم

رضا صادقی که به‌تازگی آلبوم جدیدش به نام «زندگی کن» را منتشر کرده، درباره آن می‌گوید: این آلبوم را در فضایی متفاوت منتشر و در آن حس و حال متفاوتی را دنبال کردم و معتقدم سال‌های سال در اذهان مردم باقی خواهد ماند، زیرا از میان ۲۸ قطعه، ۱۴ قطعه نهایی شده و در دسترس عموم مردم قرار گرفته است.

همچنین برای نخستین بار در این آلبوم از دوقطعه هرمزگانی استفاده شده است.

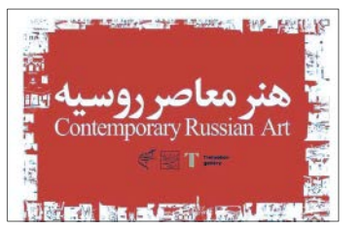
خواننده گروه مشکی‌پوشان درباره عامل مانایی برخی کارهایش در گفت‌وگویی که با ایسنا داشت، معتقد است: اگر ماندگاری برای رضا صادقی به وجود آمده، به آن دلیل است که اصراری نداشته‌ام بگویم حرف و کار من درست است.

همواره خود را به نسل جدید نزدیک کرده و به‌هیچ‌وجه دیکتاتور نیستم، بلکه باید با تغییر هنر کنار بیاییم و راز این ماندگاری و لطف مردم در همین عدم دیکتاتوری و نقدپذیری‌ام است.

صادقی درخصوص حمایت از عملکرد شهردار بندرعباس در نصب یک المان و حواشی به وجودآمده پس از آن هم بیان کرد: متأسفانه در شهر بندرعباس تنها به همه‌چیز معترض هستیم؛ درصورتی که درست است که در شهر بندرعباس بسیاری از کمبودها وجود دارد و همگی به آن اشراف داریم، اما در ایام نوروز نباید چهره شهر شاداب و دگرگون شود؟!

او در بخشی از صحبت‌هایش هم این طور بیان کرد: بنده هنرمندی نیستم که ساکت بنشینم و انتقاد نکنم و همواره در جهت احقاق حقوق مردم تلاش می‌کنم و حرفم را می‌زنم به‌خصوص وقتی درخصوص استان هرمزگان باشد با حساسیت بیشتری این مسیر را دنبال می‌کنم.

هنر معاصر روسیه در فرهنگستان هنر



بهار سال ۹۸ کارشناسان و مدیران موزه تریتیاکوف در فرهنگستان هنر گردهم می‌آیند تا در قالب نشست «هنر معاصر روسیه» به بررسی هنر معاصر روسیه، توسعه موزه تریتیاکوف و رابطه هنرآوانگارد روسیه و سنت بپردازند.

گالری دولتی تریتیاکوف، علاوه بر این‌که یک موزه بین‌المللی است، یک مرکز بزرگ علمی، فرهنگی، آموزشی و پژوهشی در روسیه قلمداد می‌شود. این مجموعه گالری به عنوان یکی از منابع تاریخی هنر روسیه در عین حال که عمدتا به سمت هنر معاصر پیش می‌رود، ارتباط تاریخی خود با هنر سده‌های گذشته نیز حفظ کرده است.

از جمله اهداف موزه بین‌المللی تریتیاکوف می‌توان به مطالعه، حفظ و بازنمایی هنر روسیه، معرفی و شناساندن هویت فرهنگی و میراث هنر روسیه، جلب توجه جامعه به نقش مهم هنر و ایجاد زندگی بهتر با دسترسی گسترده به شاهکارهای هنری روسیه و دنیای هنر برای مردم اشاره کرد.

آثار هنرمندان معاصر ایران در نگارخانه لاله

هشتمین نمایشگاه آثار چند نسل هنرمندان معاصر ایران در استقبال از بهار و سال نو تا ۲۷ فروردین ۹۸ در نگارخانه لاله برپا خواهد بود.

در این رویداد که با همکاری ۹۰ هنرمند شکل گرفته، آثاری در رشته‌های نقاشی، طراحی، فتوآرت و چاپ دستی با هدف همراهی و مشارکت با هنرمندان و ایجاد فرصت برای شهروندانی که درآمد متوسطی داشته و علاقه‌مند به گردآوری آثار هنرمندان معاصر هستند، ارائه شده است.

آثار ارائه شده در این نمایشگاه با رویکرد مدرن و معاصر ارائه شده و در یک نگاه می‌توان آنها را منتخبی از آثار هنرمندان هشت دهه متفاوت هنر ایران دانست. همچنین بالاترین بها برای خرید آثار این نمایشگاه یک میلیون تومان است.

معرفی مدیر برگزاری روز جهانی و ملی تئاتر

محمودرضا رحیمی. دبیر شانزدهمین دوره هفته بزرگداشت روز جهانی و روز ملی تئاتر ایران. طی حکمی احسان حاجی‌پور را به عنوان مدیر ستاد برگزاری و معاون اجرایی دبیر این رویداد فرهنگی منصوب کرد. بازنگری و اصلاح در برنامه‌های گوناگون جشن، ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای تشکیل دبیرخانه دائمی جشن‌های خانه تئاتر، اهتمام خاص نسبت به آرشیو مدارک و اسناد ادوار مختلف برپایی جشن، جلب مشارکت هنرمندان، نخبگان و فرهیختگان خانه تئاتر و... برخی مواردی است که در این حکم به مدیر برگزاری رویداد ابلاغ شده و البته باید دید تا چه حد عملی می‌شوند. احسان حاجی‌پور تجربه نویسندگی و کارگردانی نمایش‌هایی همچون ۳۰/دی/۹۵، معاشر، گزارش یک مهمانی و متل‌نامه را در کارنامه کاری خود دارد و در سمت‌هایی چون روابط عمومی چهاردهمین دوره جشن خانه تئاتر، مدیر ستاد برگزاری و معاون دبیر پانزدهمین دوره جشن خانه تئاتر و... نیز حضور داشته است. شانزدهمین دوره هفته بزرگداشت روز جهانی و روز ملی تئاتر از ۷ تا ۱۴ اردیبهشت ۹۸ برگزار می‌شود.

برندسازی در دنیای موسیقی یک کار همیشگی است؛ اتفاقی که حالا در ایران هم رخ داده است

از برندسازی تا ستاره سوزی

میثم اسماعیلی

فرهنگ و هنر

«امشب غم دیروز و پریروز و فلان سال و فلان حال و فلان مال که بر باد فنا رفت نخور. به خدا حسرت دیروز عذاب است» دو سال پیش تکرار همین ترجیع‌بند به یکباره همه شهر را فراگرفت. در هر مغازه و مهمانی و خودرویی که می‌دیدید صدای مرد جوانی سوار بود که می‌خواند «مردم شهر بهوشید؟» سید حامد محمودزاده متولد شده بود، برند جدید شرکت ترانه شرقی یا همان محسن رجب‌زاده، البته که در همان بدو تولد هم تمام رکوردهای بازار موسیقی ایران را شکست. خواننده‌ای که هنوز یک آلبوم مستقل نداشت اما در پنج ماه توانست رکورد عجیب اجرای ۲۳۹ کنسرت را از آن خود کند، در گوشه و کنار روزنامه‌ها حتی صحبت از این بود که این رکورد به‌زودی در گینس هم ثبت می‌شود. بلیت کنسرت‌هایش از همان زمان اعلام کنسرت‌ها به قول اهالی موسیقی سولدآوت می‌شد و تعداد اجراهایش در یک روز حتی به سه سئانس هم رسید. روی جلد مجلات ایران به یکباره شد تکرار عکس یک جوان که چشم نازک کرده است و می‌خندد.

تب حامد همایون جامعه را فراگرفته بود و شهرتش محدود به ایران نماند و رد صدای آهنگ‌هایش را می‌شد در تلویزیون‌های خارج از ایران هم پیدا کرد. اما انگار تب داغ تند عرق کرده بود.

این موج استقبال از خواننده به شهرت رسیده بعد از دو سال آرام گرفت تا آنجا که باید چند هفته‌ای طول می‌کشید تا بلیت کنسرت‌هایش به اتمام برسد. جامعه مخاطب پاپ، صدا و سبک و سیاق تازه‌ای در موسیقی پیدا کرده بود و به یکباره حتی گوش ندادن به حامد همایون شده بود تفاخر جماعت موسیقی باز. تب تند حامد همایون زود عرق کرده باشد یا نه، رکورد اجراهایش ثبت گینس شود یا نه چیزی که نمی‌شود آن را کتمان کرد «برند» بودن این خواننده در بازار موسیقی ایران است.

حتی مخالفین سرسخت محسن رجب‌زاده که اتفاقا کم هم نیستند بر این باور دارند که او حامد همایون را به یک برند در مارکتینگ موسیقی ایران تبدیل کرد. اما نکته جالب این‌که حالا که تب این برند آرام گرفته است بسیاری شمشیر تیز نقد را کشیده‌اند و در حقانیت خود داد می‌زنند که دیدید حامد همایون تمام شد؟ این‌که دیگر کسی به حامد همایون گوش نمی‌دهد هیچ تناقضی با برند شدن او ندارد، هر چند تهیه‌کننده او به جام‌جم می‌گوید همین باور هم اشتباه است و قرار است از چهره جدید برند خود در تابستان امسال رونمایی کند. آن‌طور که محسن رجب‌زاده می‌گوید حامد همایون در تابستان امسال دوباره به سطح اول موسیقی پاپ برمی‌گردد.

حامد همایون تنها خواننده‌ای نیست که به یکباره ره صد ساله را رفته و به شهرت رسیده و به همان سرعت هم کنار می‌رود؛ اما این‌که عدم اقبال این روزها به او این‌قدر واکنش در پی داشته است باعث شد نگاهی کنیم به نوع ستاره‌سازی در بازار موسیقی ایران. در این بلبشوی موسیقی پاپ شاید گل کردن کار سختی نباشد اما ماندگاری بدون شک سخت است، آن هم برای مخاطبانی که سال به سال سلیقه عوض می‌کنند.

رجب‌پور: تهیه‌کنندگی یعنی افراد بی‌نام را معروف کنید. این موضوع را ما بارها تجربه کردیم. من دارای یک چارچوب فکری در موسیقی هستم، این چارچوب هر ماه آپدیت می‌شود

تهیه‌کننده موسیقی نداریم

در توضیح همین پست در بازار موسیقی آن‌قدر تکثر وجود دارد که نشود یک تعریف درست و درمان آکادمیک از آن بیرون کشید. اما جالب این‌که در تعریف همه کارشناسان موسیقی می‌توان یک نظام ثابت را دریافت و آن هم این است که ما در ایران تهیه‌کننده موسیقی نداریم! برخی معتقدند اساس یک تهیه‌کننده سرمایه‌گذاری روی خواننده است و به نوعی تهیه‌کننده را در این حوزه در اندازه یک سرمایه‌گذار تنزل می‌دهند و برخی دیگر بر این باورند که وجود یک تهیه‌کننده خارج از سرمایه‌اش می‌تواند تسهیل‌کننده روند اجرا و مجوز آلبوم و غیره باشد. جدا از این ماجرا دلایل دیگری هم هست که نشان می‌دهد در ایران تهیه‌کننده و ناشر در معنای استاندارد آن نداریم. مثلا تهیه‌کننده اصلا نقشی در مسیر تولید اثر ندارد. در بهترین حالت، انتشارات ایران گاه هزینه تولید فلان آلبوم را پیش از تولید می‌دهد. چون در بسیاری مواقع خود ستاره پاپ آلبوم را تولید می‌کند و تهیه‌کننده پس از اتمام مراحل تولید، موسیقی را می‌شنود و در اغلب مواقع حتی برایش مهم نیست آلبوم چه کیفیتی دارد. در این میان اما محسن رجب‌پور تعریف از تهیه‌کننده موسیقی را خلاصه می‌کند. هر چند او هم حرفش را با همین جمله آغاز می‌کند که اساسا ما در ایران تهیه‌کننده موسیقی نداریم. او به جام‌جم می‌گوید: «تهیه‌کننده‌ای که نزدیک به استانداردهای یک تهیه‌کننده بین‌المللی باشد که براساس شرایط جامعه جای خالی یک نوع موسیقی را پیدا کند و براساس آن شعر پیدا کند و بر همان اساس موسیقی بسازد و بعد تازه برود یک خواننده‌ای را پیدا کند و این محصولات را به واسطه او به بازار بدهد نداریم.» با همه اینها او خودش را تا ۸۰ درصد نزدیک به استانداردهای یک تهیه‌کننده موسیقی می‌داند.

او می‌گوید، تهیه‌کنندگی یعنی افراد بی‌نام را معروف کنید. این موضوع را ما بارها تجربه کردیم. من دارای یک چارچوب فکری در موسیقی هستم، این چارچوب هر ماه آپدیت می‌شود. من هنرمندی را دارم که دو سال پیش با من شروع کرده، بیش از صد هفته است که با هم همکاری داریم و به زودی به‌عنوان یک پدیده معرفی می‌شود.

ما افرادی مثل بنیامین، بابک جهانبخش و گروه آریان را هم این گونه معرفی کردیم.

از آریان تا همایون

محسن رجب‌زاده حالا از ساحت یک تهیه‌کننده موسیقی بیرون آمده است. او از ۱۹ سالگی در حوزه تولید و توزیع موسیقی مشغول به کار بوده است. آن‌طور که خودش می‌گوید، پیکان زیر پایش را که با پول مسافرکشی به دست آورده بود فروخته و در زمانه‌ای که در نهایت برای تولید یک آلبوم ۳۰۰ هزار تومان کافی بوده چند برابرش را خرج تهیه یک آلبوم موسیقی در سال ۶۹ کرده است. حاصل این ماجراجویی‌اش آلبوم «شیرین و فرهاد» با صدای مهرداد کاظمی است. آلبومی که در همان زمان توانست به فروش خوبی دست پیدا کند و به نوعی به یک اتفاق در آن سال‌های خاکستری تبدیل شد. جنس صدای کاظمی و سبک تلفیقی پاپ-سنتی این آلبوم تازگی بسیاری در آن سال‌ها داشت. همین شد که پای محسن رجب‌زاده به بازار موسیقی ایران باز شد. هر چند گام بعدی او که توانست جریان ساز هم باشد، درست ده سال بعد اتفاق افتاد؛ وقتی گروهی به نام آریان اولین آلبوم موسیقی خود را با عنوان «گل آفتابگردون» در سال ۷۹ منتشر کرد. هر چند این جریان‌سازی ده سال بعد خاموش شد و گروه آریان موجودیت خودش را از دست داد اما بنیامین، بابک جهانبخش و حامد همایون از دیگر برندهای محسن رجب‌زاده در شرکت ترانه شرقی بودند که هر کدام در سال‌هایی توانستند بازار موسیقی پاپ را قبضه کنند.

کار اقتصادی یا کار فرهنگی

بسیاری در این میان معتقدند برندسازی در موسیقی ایران وجود ندارد و این همان استثمار خواننده است با یک پوسته پرزرق‌وبرق و نامی شیک به نام برند. آنها باور دارند که تهیه‌کننده‌هایی از جنس محسن رجب‌زاده به خواننده‌ها همچون یک کالا نگاه می‌کنند که می‌تواند جیب آنها را پرپول‌تر کند. هر چند خودش می‌گوید خیلی زود هم جامعه و هم همکارانش خواهند فهمید که آنها هم دارند یک کار تجاری می‌کنند و این اداهای اضافه که دارند فقط یک شوآف است.

او می‌گوید: برندسازی در همه چیز که موسیقی هم یکی از آن چیزهاست یک کار فنی و تجربی است. دانشی است که باعث می‌شود شما بتوانید یک برندی را در حوزه موسیقی معرفی کنید و بر اساس آن بتوانید پول دربیاورید. چیز پیچیده‌ای نیست. همین شما که در حوزه فرهنگ کار روزنامه‌نگاری می‌کنید تا نوازنده و خواننده و ... بابت کارتان پول می‌گیرید و این یعنی داریم یک کار تجاری می‌کنیم. اساس این کار ما هم یک کار اقتصادی است که محصولش یک کالای فرهنگی است. برند حامد همایون هم متعلق به شرکت ترانه شرقی است، اگر می‌خواهید اسمش را بگذارید استعمار یا استثمار اشکالی ندارد. من نگاهم به هنرمند به صورت یک کالا نیست، برای من هنرمند یک ظرفیت است. تا همین حالا کسی ندیده است من هنرمندی را معرفی کنم و آن هنرمند بدون ظرفیت و ارزش هنری باشد، برای من هنرمند یک فرصت است.

اوج، فرود و ادامه...

در حاشیه

در هر مقطعی در ادامه ماجرای دنباله‌دار ظهور و افول ستاره‌ها، چهره‌هایی یکدفعه سروکله‌شان پیدا می‌شد و بعد از مدتی روی بورس بودن، مثل شهابی در حال سقوط در گوشه‌ای خاموش‌تر از همیشه به کارشان ادامه می‌دهند، این روند همواره به شکلی توسط اشخاص مختلف در جریان است و هر بار یکی از این افراد تا مدت‌ها صدایش در گوش همه می‌پیچد ولی بعد با وجود شهرتی که کسب کرده با ریتم کندتر و آرام‌تری از روزهایی که قبلا سپری کرده گاهی کارش را ادامه می‌دهد و گاهی به کل این فضا را می‌بوسد و کنار می‌گذارد. در این بین البته هستند کسانی که با وجود پشت‌سرگذاشتن همان اوج و فرود هنوز که هنوز است به‌واسطه مسیر حرفه‌ای و مشخصی که در پیش گرفته‌اند اسمشان یادآور قطعاتی است که به نام آنها گره خورده و تا بخشی از آن را می‌شنویم ما را باز هم به همان روزها می‌برد.

شهرام شکوهی

بیا با من مدارا کن

سال ۹۲ وقتی برنامه شام ایرانی با حضور چهره‌های سرشناس وارد شبکه نمایش خانگی شد ترانه تیتراژ آن خیلی بیشتر از خود برنامه مورد توجه قرار گرفت. صدای خش‌دار و گرفته شهرام شکوهی که همراه شده بود با یک پاپ جیپسی اسپانیایی، سبک و سیاق نسبتا تازه‌ای که با وجود ایده قدیمی آن توانست مخاطبان زیادی را به خود جلب کند.

ترکیبی که تا آن روز تازگی داشت و همین تازگی باعث شد خیلی زود خواننده تیتراژ این برنامه میان مخاطبان موسیقی چهره شود. طبق روال چند ساله اخیر موسیقی پاپ هم دیگر رونمایی از یک آلبوم دلیل معرفی یک خواننده نبود و این مسیر بیشتر از میانبری به نام تیتراژ میسر می‌شد.

شهرام شکوهی گل کرد، کنسرت داد و بعد چند آلبوم هم منتشر کرد اما به همان سرعتی که برنامه شام ایرانی فراموش شد، شهرام شکوهی هم آرام آرام به حاشیه رفت.

فریدون آسرایی

افول یک هیاهو

صدای فریدون آسرایی در سال ظهورش در بازار موسیقی ایران هیچ تازگی نداشت. بسیار خواننده‌هایی بودند که صدای شبیه او را داشتند اما او به واسطه آهنگ «گل هیاهو» یا همان «آهای خوشگل عاشق» توانست ره صدساله را یک شبه طی کند. البته که او منتظر یک اتفاق برای به شهرت رسیدن نبود و راه درستی را تا رسیدن به آن طی کرده بود اما همین یک آهنگ چند سال فعالیت هنری فریدون آسرایی را تضمین کرد. آسرایی به سبک و سیاق خواندنش پایبند ماند و هر چند در این چندساله ریزش مخاطب بسیاری داشته است، اما هنوز هم که هنوز است او مخاطبان ثابت و وفادار خودش را دارد، اما دیگر از آن برند فریدون آسرایی که در اوایل دهه ۸۰ بازار موسیقی ایران را فراگرفته بود خبری نیست.