

تحول نشر و مخدوش شدن هویت آلبوم در موسیقی



عطا نویدی
پژوهشگر موسیقی
ایرانی

متحول شدن شیوهی نشر آثار موسیقی در دهه‌ی گذشته، شبیه به هیچ‌یک از تحولات پیش از آن نبود. ثبت و نشر موسیقی از استوانه‌ی فنوگراف تا لوح فشرده یا سی‌دی، همه تکاملی فیزیکی محسوب می‌شدند اما آنچه در دهه‌ی اخیر در صنعت موسیقی پیش آمد، هویت عرضه و نشر آثار تغییر بنیادین کرد و به سمت دیجیتال رفت. این اتفاق یک امر مبارک در نظر بسیاری از مخاطبان و فعالان عرصه‌ی موسیقی بود، اما ضرب‌های به برخی جنبه‌های نشر و ثبت موسیقی وارد کرد.

بگذارید از اینجا شروع کنیم که از اوایل دهه‌ی ۱۳۹۰ شکلی از عرضه‌ی موسیقی‌های روز متداول شد که اصطلاحاً به آن بخش سوپرمارکتی می‌گفتند. موسیقی‌های پاپ با این شکل عرضه در کنار فروشگاه‌های فرهنگی، از فروشگاه‌های موادغذایی و سوپرمارکت‌های محله نیز سر درآوردند و مخاطب فراوان این آثار در کنار مباحث روزانه، موسیقی مورد علاقه‌اش را هم می‌خرید. البته این نوع پخش هیچ‌گاه شامل آثار جدی موسیقی نشد، زیرا نه مخاطب این آثار فراوانی موسیقی پاپ را داشت، نه در شأن آن بود که کالایی وزین به این شکل عرضه شود. به‌طور مثال دو اثر استاد محمدرضا شجریان با آن که در این دهه عرضه شد و اگر به شکل سوپرمارکتی هم ارائه می‌شد فروش چندبرابری داشت، اما در همان شکل فیزیکی کلاسیک و در فروشگاه‌های فرهنگی عرضه شد.

با ظهور پلتفرم‌های عرضه‌ی دیجیتال موسیقی و دورانی که آن را انقراض تولید آلبوم فیزیکی می‌نامند عرضه‌ی تمام آثار اعم از جدی و عامه‌پسند (موسیقی روز) در یک بستر شکل گرفت. حالا جدی‌ترین و گران‌بهرترین آثار موسیقی در کنار انواع موسیقی روز - که برخی حتی از ارزش‌های هنری و فنی هم برخوردار نیستند - در یک سطح عرضه می‌شوند؛ با یک شکل و بدون هیچ تفاوت ظاهری!

شاید در نگاه برخی، این موضوع جای اشکال و انتقاد نداشته باشد اما ضرب‌های که از آن گرفته شده، این‌جا به موسیقی وارد آمده که رفته‌رفته با امکان دانلود تک‌تک‌ها، مفهوم آلبوم از بین می‌رود. در موسیقی جدی، آلبوم به‌مثابه‌ی یک رپرتوار است. اگر مابه‌ازای کلاسیک غربی آن را نگاه کنیم سلفونی شماره‌ی ۹ بتهوون از موومان‌های مختلف با چینی دقیق تشکیل شده است. نمی‌توان جای موومان اول و آخر را عوض کرد یا نمی‌توان با گوش دادن به یک موومان به پیام کلی سلفونی فارغ از لذت شنیدن هر لحظه‌ی آن - پی برد.

موسیقی کلاسیک ایرانی هم چنین است. براساس ساختار ردیف و یک فرم کلاسیک که جامانده از موسیقی دوران قاجار است، آلبومی طرح‌ریزی می‌شد که از مقدمه و پیش‌درآمد آغاز و به تصنیف و رنگ ختم می‌شد. موسیقیدانانی که خود را پایبند به یک فرم کلاسیک نمی‌دانستند هم باز از یک روند و طرح کلی در یک آلبوم پیروی می‌کردند. باید آلبوم «شب، سکوت کویر» به آهنگسازی کیهان کلهر و خوانندگی استاد شجریان را مثال آورد که ابتدا در کاست و با وجود محدودیت‌های آن با یک چپ‌نشر عرضه شد و بعدها در سی‌دی جای چند قطعه عوض و یک قطعه اضافه شد تا ذهنیت آهنگساز برای ترسیم یک تالابوی موسیقایی عینیت یابد.

آنچه در دنیای دیجیتال احساس خطر می‌شود، از بین رفتن مفهوم خلق آلبوم است. امروزه که هر ترک هویت مستقل پیدا کرده و با قیمت مشخصی فروخته می‌شود، موزیسین‌ها هم به‌سمت ترسیم یک تالابوی موسیقایی نمی‌روند. حالا سعی در جذب مخاطب با یک قطعه مستقل است، نه یک طرح کلی و در میان خیل قطعات و ترک‌ها، موسیقی جدی هم خود را به همین شکل عرضه می‌کند. لازم است فعالان موسیقی جدی که مثل قبل تن به عرضه‌ی سوپرمارکتی آثار ندادند، حساب خود را همچنان از موسیقی عامه‌پسند جدا کنند. نباید هویت آلبوم در موسیقی ایرانی مخدوش و به فراموشی سپرده شود یا آن که آلبوم‌ها شامل قطعات مستقل و بی‌ربط به هم شود.



تازه‌ای را تجربه یا حتی بسازیم، مثلاً در سینمای کمدی ما فیلمی مثل «لیلی با من است» یک نوآوری در ژانر کمدی بود که به ژانر جنگ پیوند خورده بود و هنوز هم قابلیت خنده دارد. فیلمی که هم طنز کلامی داشت، هم کمدی موقعیت. گاهی اوقات سرعت و شتاب‌زدگی تولید در شبکه نمایش خانگی و التزام به سوزهای تجاری و سودآوری از سرمایه‌گذاری در این حوزه و عطش به شهرت و موفقیت در این زمینه به کیفیت‌زدایی از این آثار منجر می‌شود، همچنان که همین معضل در سینما هم وجود دارد.

یک نکته دیگر اینکه، بسیاری از کمدی‌های خوب ما وام‌دار قابلیت‌ها و توانمندی فردی کمدین‌ها و بازیگرانش بوده است. به نظر شما کمدی خوب تا چه اندازه به متن و فیلمنامه وابسته است و چه اندازه به طنزهای شخصی و قابلیت‌های بازیگر کمدی؟

به نظر من نه همیشه، اما کمدی‌های موفق کمدی‌های مؤلف بودند. یعنی کمدی‌هایی که نویسنده، کارگردان و حتی بازیگر محوری آن، یک نفر بودند مثل مه‌مان مدیری و رضا عطاران. یا جواد عزتی، فیلمی که ساخته به‌نام «تمساح خونی»، از کمدی‌های خوب سال‌های اخیر است. در سینمای جهان هم می‌توان از چارلی چاپلین نام برد که آثاری که خود ساخته و در آن بازی کرده، هنوز جزو بهترین کمدی‌های تاریخ سینماست.

کاملاً موافقم. به غیر از چارلی چاپلین، کمدین‌های دیگری هم واجد همین ویژگی بودند به‌ویژه در دوران طلایی سینمای صامت. به نظر من، آمیزه‌ای از فیلمنامه، متن و کمدین به خلق یک کمدی موفق می‌انجامد. به‌نظم شوخی‌آفرینی خیلی مهم است که حتماً هم نباید کلامی باشد یا اگر هست، نباید به مرز سخافت برسد. مثلاً بازی کردن با کلمه سوراخ که بخواهند از آن استفاده کمیک کنند، بیشتر مشتمل‌کننده است تا اینکه دستمایه را می‌بینید که بدون اینکه حتی کلام داشته باشد، به میانجی تصویر، کمدی خلق می‌کند که در آن به نقد جامعه و تکنولوژی مدرن هم دست می‌زند که هنوز هم جذاب و قابل ارجاع است و این را نشان می‌دهد که انسان چطور اسیر اختراعات خود می‌شود. شتاب‌زدگی و سرعت در تولید، ممیزها و ملاحظاتی که لحن انتقادی را از کمدی‌ها می‌گیرد، موجب شده که اغلب آثار ما در این زمینه مجبور شوند سراغ شوخی یا مقولاتی بزنند که ظرفیت فروغلتیدن در لودگی یا شوخی‌های دم‌دستی و پیش‌پا افتاده برونند.

تولیداتی مثل «جوکر» را باید در ذیل کدام طبقه‌بندی مفهومی از طنز قرار داد. آیا برنامه‌های سرگرمی‌ساز است یا آن را می‌توان به‌مثابه فرمی از کمدی تعریف کرد؟

طبعاً اینها برنامه‌های هستند که خودشان ژانرشناسی خاصی دارند و نمی‌توان آنها را ذیل ژانر سینمایی قرار داد و چون جدید هستند هنوز ادبیات و فرم استانداردشان هنوز خیلی وارد مطالعات نمایشی و رسانه‌ای نشده است. این‌ها آثاری هستند که سعی می‌کنند لحنی کمیک داشته باشند و سرگرمی را با شوخی‌گریه بزنند. توقع این را نمی‌توانیم داشته باشیم که همه انواع شوخی‌هایی که در سینما اتفاق می‌افتند را تولید کنند. اساساً نوع روایت این برنامه‌ها با فیلم فرق می‌کند و خیلی چیزها در لحظه و به‌شکل پداهه اتفاق می‌افتند...

ضمن اینکه باید در مطالعات ژانری به‌ویژه از منظر مطالعات فرهنگی، به تاریخ‌مندی در شکل‌گیری و تحولات کمدی و ژانر کمدی نگاه کنیم...

دقیقاً همین‌طور است. ژانرها در گذر زمان تغییر می‌کنند و متناسب با تحولات و ویژگی‌های زمانه در شمایل تازه‌ای بازتولید می‌شوند. مثلاً در ژانر وسترن، فیلم‌هایی که الان تولید می‌شوند خیلی فضای متفاوتی از وسترن‌های دهه‌های ۳۰ و ۴۰ دارد. هم دانه‌ها تغییر می‌کند، هم جامعه و بالطبع انسان‌ها و این بر ژانر تأثیر می‌گذارد، اما این به این معنا نیست که بگوییم چون دانه تغییر کرده، پس آن را باید معیار قرار داد یا ژانر تماماً به دانه مخاطب وابسته است. آنچه ضروری است، التزام به عناصر ژانر و نوآوری در آن باتوجه به تغییر و تحولات اجتماعی و فرهنگی و دانه مخاطب است.

به ژانر کمدی و مقوله‌های مرتبط با آن نگاه کنیم، نه صرفاً از منظر زیبایی‌شناسی و نقد سینمایی.

از این منظر و مطالعات رسانه‌ای به‌نظم باید به نقش خود مدیوم‌ها و ظهور رسانه‌های نوین نمایشی هم پرداخت مثلاً در یک دهه اخیر شاهد رشد و تأثیرگذاری شبکه نمایش خانگی بودیم که آثاری که در آن تولید و پخش می‌شود، از ویژگی‌ها و اثر بخشی‌های متفاوتی نسبت به مدیوم‌های سنتی‌تر داشته‌اند. یکی از این تولیدات پر مخاطب، برنامه‌های سرگرمی و مسابقات است مثل «جوکر» یا «گل یا پوچ» و نمونه‌های دیگر. مثلاً در باره «جوکر»، شاهد یک واکنش دوگانه هستیم. برخی با تماشای آن می‌خندند و لذت می‌برند و برخی آن را نه تنها خنده‌دار نمی‌بینند که مصادق لودگی و مسخره‌بازی می‌دانند. این نگاه منتقدانه می‌گوید که ما در نمایش خانگی هم شاهد سیر نزولی تولید کمدی بودیم که مثلاً از «قهوه تلخ» به «جوکر» یا «گل یا پوچ» رسیدیم. گویی شاهد نوعی کم‌مایگی یا کم‌بضاعتی در سرگرمی‌سازی شده‌ایم. تحلیل شما از این مقوله چیست؟

طبعاً ذات شبکه خانگی با مکانیسم و سازوکار سینما فرق می‌کند. در این آثار در درجه اول غلبه طنز کلامی را می‌بینیم. با توجه به فضایی که در اختیار دارند، بهترین شوخی‌ای که می‌توانند خلق کنند شوخی‌های کلامی است و ظرفیت و امکان کمی برای خلق کمدی موقعیت دارند. شوخی‌های کلامی در آثار کمدی یک مقدار شوخی با سیاست است یا شوخی با مذهب و جنسیت است. ما در ایران شوخی با مذهب و الهیات را که نداریم و شوخی با سیاست هم خیلی فراخ نیست و ظرفیت انتقادی‌پذیری در این مقوله پایین است و حتی شوخی با اصناف و مشاغل هم نمی‌شود داشت و بارها شاهد اعتراضات صنفی در این باره بوده‌ایم. در نتیجه آنچه باقی می‌ماند شوخی با جنسیت است که در این زمینه است و خیلی کم پیش می‌آید به مرز وقاحت برسد. اما در برخی از نمونه‌های شبکه خانگی این مرزها شکسته می‌شود و در دام لودگی می‌افتد. گرچه این دریافت در طیف متنوع مخاطبان متفاوت است و برخی آن را مصادق وقاحت و لودگی نمی‌دانند. به‌نظم ما باید دست به خلاقیت‌های نوآورانه در تولید طنز و کمدی بزنیم و فرم‌های

کمدی‌های مهم در سینمای ایران مثل «اجاره‌نشین‌ها» صرفاً کارکرد سرگرمی نداشته، بلکه سوبیه انتقادی و آگاهی‌بخش هم داشته و شاید همین مؤلفه در اثرگذاری و ماندگاری آنها تأثیر گذاشته است. می‌خواهم بگویم یکی از جدی‌ترین ژانرها در حوزه نقد اجتماعی، کمدی‌ای است که کمتر از این ظرفیت در سینمای ما استفاده شده است. شاید معضل مهم کمدی‌های امروزی این است که از رویکرد انتقادی یا تحلیلی، دور و به‌سمت لودگی پیش رفته است.

ما در تقسیم‌بندی ادبی، سه‌گونه طنز، هجو و هزل داریم. در طنز لایه انتقادی وجود دارد و با قصد اصلاح شکل می‌گیرد. هجو می‌خواهد یک شخصیتی را تخریب کند و در هزل حرف رکبک وجود دارد که برخی مواقع با هم ترکیب هم می‌شود. بنابراین در کمدی می‌تواند طنز، هجو و هزل وجود داشته باشد. اگر با این چارچوب جلو برویم باید بگوییم بله کمدی‌هایی داشتیم که طنز بود و مایه‌های انتقادی داشت مثل «اجاره‌نشین‌ها» یا فیلم «همسر» مهدی فخیم‌زاده که در زمان خودش کمدی پیشروی انتقادی در نقد مردسالاری بوده یا کمدی قدرزاده و ارزشمندی مثل «آپارتمان شماره ۱۳» بدالله صمدی. در آن مقطع کمدی‌های ما فقط برای خندانند نبود، بلکه به قصد اصلاح یا داورمی یا طرح مسائل اجتماعی بود. هر چه جلوتر آمدیم بنا به دلایلی که فقط به سیاست و اجتماع و مباحثی مثل ممیزی بر نمی‌گردد، رغبت و تمایل تهیه‌کنندگان و تولیدکنندگان برای اینکه از ساخت کمدی به سودآوری برسند، به سمت کمدی‌هایی رفتند که هدفشان فقط خندانند و خنده‌گرفتن است و آن مایه‌های انتقادی و اصلاح‌گرانه در آنها نیست یا خیلی کم‌رنگ شده است. با این حال اینطور هم نیست که همه کمدی‌هایی که در یکی، دو دهه اخیر ساخته شده، یکسری ارزش و فاقد ارزش‌های هنری و اجتماعی باشد. در برخی از همین آثاری که کم‌مایه به نظر می‌رسند هم لایه‌هایی از نقد اجتماعی و تلنگر وجود دارد؛ حتی در حد یک اشاره. مثلاً در «فسیل» تا اندازه‌ای نقد به ممیزی را می‌بینیم. ما پیش از دوره کرونا یک فروش نسبتاً خوب و گیشه قابل قبولی در سینما داشتیم اما بعد از کرونا و اتفاقات سیاسی و اجتماعی بعدش موجب شد که ما عملاً با یک سینمای تعطیل شده و کساد روبه‌رو شویم. شاید تنها عاملی که موجب شد سینمای ایران دوباره جان بگیرد و مخاطب به سالن سینما برگردد تولید و اکران فیلم‌های کمدی بود که به‌نوعی چرخ‌های رنگ‌زده سینمای ایران را روغن‌کاری کرد. من خیلی معتقد به نگاه مطالعات فرهنگی در سینما هستم. مطالعات فرهنگی هیچ اثری را با چوب مبتذل بودن نمی‌زند بلکه از زوایای مختلف از جمله مخاطب‌شناسی و جامعه‌شناسی سینما به نقش و تأثیرگذاری فیلم‌ها می‌پردازد و دستاوردهای آن را بررسی می‌کند. از این منظر فیلم‌سازی‌ها هم واجد ارزش‌های تحلیلی و فرهنگی هستند. کمدی‌های سال‌های اخیر از لحاظ زیبایی‌شناسی و ارزش سینمایی نسبت به مثلاً آثار دهه ۶۰ شاید ضعیف‌تر باشند، اما کارکردهای مثبت اجتماعی هم داشتند مثل تحرک بخشیدن به گیشه سینما بعد از کرونا. از منظر مطالعات فرهنگی، این آثار نوعی از چانه‌زنی یا هژمونی است. یعنی سینمای کمدی یک نوع واکنش به آن چیزی است که هژمونی تحمیل می‌کند و این هژمونی می‌تواند فرهنگی، سیاسی و اقتصادی و هر چیزی باشد. از این زاویه استقبال فیلمی مثل «فسیل» از سوی مخاطب معنادار می‌شود. به همین دلیل اینکه ما بگوییم این فیلم‌ها از بنیاد مبتذل اند و هیچ کارکرد فرهنگی و اجتماعی ندارند، موافق نیستیم به‌نظم آنها قابل تحلیل هستند تا ما را به شناختی از شرایط جامعه برسانند. یکی از مهمترین پژوهش‌ها و تحلیل‌های مطالعات فرهنگی، کاری است که در غرب در باره مجموعه «دالاس» صورت گرفته است که سریال عامه‌پسند، اما پر مخاطب بوده است. در این پژوهش دلایل استقبال از این سریال از منظر مطالعات فرهنگی بررسی شد. این رویکرد چیزی را طرد نمی‌کند، بلکه دلایل شکل‌گیری، ظهور و افول یا اقبال و کم‌اقبالی از یک اثر هنری را بررسی می‌کند و به‌نظم باید از این منظر

