

نت‌ها روی نت

■ علی رستگار ■

عقب باشیم.

کاربر ایرانی، فروشگاه خارجی

هر چند بازارهای جهانی به سمت فروش آنلاین موسیقی حرکت می‌کنند و به‌تدریج بازار فروش سنتی موسیقی رو به کسادی می‌رود بازار ایران همچنان برای گسترش بازار فروش سنتی خود تلاش می‌کند.



اما در این میان هستند فروشگاه‌هایی که وارد این بازار شده‌اند و خواهان فروش آنلاین محصولات خود هستند. شاید برجسته‌ترین نمونه آنها سایت فریبز لاجینی موسیقی‌دان است که برای اولین‌بار در ایران از دو سال پیش، فروش داندودی نسخه MP3 آثار خود را آغاز کرده است. قیمت‌ها برای کاربران ساکن ایران حتی از ۹۹ سنت معمول برای هر آهنگ در فروشگاه آیتونز هم کمتر است، ۲۵۰ تومان برای هر تک‌آهنگ و ۲۵۰۰ تومان برای هر آلبوم. در همین سایت نت‌ها نیز به صورت PDF به فروش می‌رسند تا به گفته لاجینی، افراد علاقه‌مند به جای نت‌های بعضاً غلط که در دسترس عموم است با نت‌های صحیح آشنا شوند.

فریبز لاجینی در گفتگو با خبرنگار ما گفت: «استقبال از فروش مجازی در ایران هم قابل توجه است، به طور متوسط ماهانه ۱/۵ تا ۲ میلیون تومان آهنگ فروش می‌رود.» با وجود این او فروش مجازی آشارش در ایران را بیشتر قدمی فرهنگی می‌داند و معتقد است هزینه نگهداری چنین سایتی سنگین‌تر از این است که تنها با تکیه بر خریداران ساکن ایران با بهای ۲۵۰ تومان برای هر تک‌آهنگ بتوان به این کار ادامه داد.

فروش آثار در خارج از ایران سهم بیشتری از فروش مجازی آثار لاجینی را به خود

است. IFPI سهم فروش دیجیتالی از فروش کلی موسیقی در جهان را ۲۹ درصد و در آمریکا ۲۹ درصد اعلام کرده است.

تاریخی که نوشته شد

دیدن افرادی که برای قرار از هیاهوی اطراف‌شان به دستگاه‌های پخش موسیقی کوچک خود با هدفون‌هایی در گوش پناه می‌برند عادی شده‌است، در اتوبوس، مترو، تاکسی و حتی مهمانی‌های خانوادگی هستند افرادی که علاقه‌ای به شنیدن حرف‌های اطرافیان خود ندارند و دوست دارند موسیقی را جایگزین بوق ماشین‌ها و یا خاطرات تکراری خانوادگی کنند.

اما گوش دادن به موسیقی همیشه به این سادگی نبوده است و اگر هم بخشی از فعالیت روزانه به شمار می‌آمده آداب و تشریفات خاص خود را داشته. مثلاً تنها نیم‌قرن پیش ناگزیر بودید برای شنیدن یک صدای سوزناک و دلکش، از پای فنجان چای‌تان بلند شوید، دستگاه نیم‌متری را به برق بزنید، صفحه شفاف سیاه‌رنگ را با دقت پاک کنید، سوزن گرامافون را روی صفحه بگذارید و باز به کاناپه گرم خود بازگردید. اما این بار نیز فناوری آداب گوش دادن به موسیقی و حتی ترتیبات اقتصادی آن را نیز تغییر داده است.

اولین بار سونی با تولید واکمن خود در سال ۱۹۷۹ روای گوش دادن به موسیقی همراه را امکان‌پذیر کرد اما این رویا هیچ‌گاه پیش از متولد شدن فایل‌های موسیقی به‌طور کامل محقق نشد چرا که حتی با ظهور واکمن هم باز این دستگاه‌های پخش بودند که همراه شده بودند و هنوز از محتوای قابل حمل خبری نبود. ظهور دیسک‌های نوری و پس از آن قالب بسیار محبوب و کم‌حجم mp3 در سال ۱۹۹۵ بلندترین گام‌ها به سوی محتوای شنیداری قابل حمل برداشته شد. ایده فروشگاه‌های اینترنتی هم ذاتاً به خود ایل بازمی‌گردد ولی طبق معمول ابداع همه‌جانبه و همه‌گیر آن زیر نگین استیو جابز معروف و در سال ۲۰۰۳ اتفاق افتاد تا ما در این زمینه فرهنگ هم باز از فرنگ نزدیک به نیم‌هه

لویی سالسر ۷۱ساله وقتی بی‌خبر از قرعه‌کشی اپل، ۱۰ میلیاردمین آهنگ را از فروشگاه آیتونز خرید، تصور نمی‌کرد که در آن سوی خط تلفن صدای استیو جابز را بشنود که برنده شدن کارت هدیه ۱۰هزار دلاری را به او تبریک می‌گوید.

مدت‌ها پیش از داندود ۱۰ میلیاردمین آهنگ، اپل شمارش معکوس برای این قرعه اینترنتی را شروع کرده بود و تمامی مشتاقان این نوع خرید دوست داشتند آنها ۱۰ میلیاردمین آهنگ را از آیتونز داندود کنند تا علاوه بر بردن جایزه ویژه‌ای که برای آن در نظر گرفته شده، موفق به صحبت با استیو جابز شوند، اما در میان این همه مشتاق، قرعه به نام یک فرد کهنسال افتاد که در ابتدا تصور کرد نوه‌اش می‌خواهد با او شوخی کند.

فروشگاه آیتونز که از آوریل ۲۰۰۳ با ۲۰۰ هزار آهنگ آغاز به کار کرده است، امروز بیش از ۱۴ میلیون آهنگ را از سرتاسر جهان در خود جای داده است. از فوریه ۲۰۱۰ که اپل فروش ۱۰ میلیاردمین آهنگ را جشن گرفت تا دو ماه پیش (ژوئن ۲۰۱۱) ۵ میلیارد آهنگ دیگر نیز به فروش رفته است، در اصل در کمتر از یک سال آیتونز توانست نیمی از بازاری که سال‌ها برای آن تلاش کرده بود را به‌دست آورد.

آیتونز که حالا بزرگ‌ترین فروشگاه موسیقی جهان است بر اساس آمار موسسه تحقیقات بازار NPD (طی سه‌ماهه نخست ۲۰۱۰)، ۲۸ درصد تمام موسیقی فروش رفته در آمریکا را تأمین کرده است. آیتونز و سایر فروشگاه‌های موسیقی دیجیتال مجموعاً ۴۰ درصد کل فروش موسیقی در این کشور را در دست دارند.

این افزایش فروش آیتونز در حالی است که طبق جدیدترین گزارش سالانه JFPI (فدراسیون بین‌المللی صنعت آوانگاری) فروش جهانی موسیقی در سال ۲۰۱۰ به نسبت سال گذشته ۸/۴درصد افت داشته و از ۱۷/۴ میلیارد دلار به ۱۵/۹ میلیارد دلار رسیده است. بر اساس همین گزارش فروش دیجیتالی در دنیا با رشد ۵/۳ درصدی به ۲/۶ میلیارد دلار در سال رسیده



اثرگذار رسانه‌ها، آثار و محصولات فرهنگی و هنری دیجیتال داخلی در خارج از کشور» کرده است؛ حمایتی که از برگزاری بازارچه‌ها و نمایشگاه‌ها گرفته تا اعطای جوایز و مشوق به صادرکنندگان محصولات فرهنگی و رسانه‌ای را شامل می‌شود.

فروشگاه‌هایی در قامت موسیقی

از سوی دیگر نشر هرمس با فروش اینترنتی آلبوم‌های خود از باسابقه‌ترین ناشران ایرانی در زمینه فروش اینترنتی



موسیقی است. هرمس که از ۱۲سال پیش کار خود را آغاز کرد از همان ابتدا آثار خود را علاوه بر تهران و شهرستان‌ها به خارج از کشور نیز ارسال می‌کرد. رقم فروش اینترنتی هرمس از دو، سه سفارش در ماه‌های اول به حدود ۴۰ آلبوم در ماه رسیده است که صدیقی، موسس و مدیر نشر موسیقی هرمس، با توجه به اینکه آثار این نشر عموماً مخاطب خاص دارند، از این رقم راضی است.

فروش با استفاده از کارت‌های اعتباری بین‌المللی در سایت هرمس و حضور در فروشگاه‌های اینترنتی فروش موسیقی چون آیتونز این نشر را با مشکلاتی مواجه کرده است. آن‌گونه که صدیقی می‌گوید با تشدید تحریم‌ها و بسته

شدن حساب ارزی هرمس، مجبور به استفاده از حساب بانکی اشخاص حقیقی شده‌اند که این شیوه هم هرازچندگاهی با مشکل مواجه می‌شود. به‌گفته صدیقی تحمل تمام این موانع به خاطر اهمیت حضور در عرصه بین‌المللی است. نشر هرمس از طریق کارگزار با فروشگاه‌های موسیقی مجازی چون آیتونز و نیستر در ارتباط است که خود آن کارگزار هم پس از کسر سهمی که اپل از فروش هر آهنگ دریافت می‌کند، حدود ۲۵درصد از بهای آهنگ را برمی‌دارد.

نشر هرمس در سایت خود فروش داندودی ندارد و به بیان صدیقی اگرچه با انجام این کار در سایر فروشگاه‌ها مخالفتی ندارند، خودشان مایل به فروش جداگانه آهنگ‌های هر آلبوم با کیفیت رایج در چنین فروشگاه‌هایی نیستند. فروش اینترنتی از طریق خود هرمس به صورت ارسال CD به سراسر کشور است که با بالا رفتن هزینه پست، ارسال به شهرستان‌ها برای سفارش تنها یک آلبوم دیگر مقرون به صرفه نیست. با وجود این به خاطر جدی گرفته نشدن کپی‌رایت و ناکافی دانستن کیفیت نسخه‌های کم‌حجم قابل داندود، همچنان ارسال فیزیکی کالا را ترجیح می‌دهند.

موسسه فرهنگی هنری ماهور از دیگر ناشران موسیقی است که علاوه بر فروش فیزیکی آلبوم، کتاب و کنسرت‌ها در سایت خود، فروش داندودی موسیقی در فروشگاه‌های خارجی چون آیتونز را نیز به صورت جدی دنبال کرده است.

بدون گارانتی آواژنگ نخر

چون اگه با گارانتی آواژنگ بخری

خیالت از خدمات پس از فروش راحت‌ه

خیالت از کیفیت کالا راحت‌ه

شانس برنده شدن جایزه رو داری

امکان استفاده از مزایای گروه آواژنگ را داری...

برای کسب اطلاعات بیشتر از شرایط گارانتی و خدمات پس از فروش محصولات به www.avajang.com مراجعه نمایید.

رسام تبلیغ مشاور و مجری عظیم ترین پروژه های تبلیغات محیطی و مطبوعاتی در سراسر ایران

تلفن : (خط ویژه - ۸۸۷۵۴۸۸۸) فکس : ۸۸۷۴۳۰۱۴

www.Rasam Tabligh.Net

910