

گزارش «جوان» از پشت صحنه اجرای برنامه رادیویی بازار تهران

## نگاهی فرهنگی به مسائل مالی و اقتصادی داریم



فرهنگ‌سازی در زمینه مالی و اقتصادی در شرایطی که کشور با چالش‌های اقتصادی دست به‌گریبان است از سوی رسانه‌ای مثل رادیو می‌تواند یک ضرورت باشد که برنامه «بازار تهران» در این مسیر توانمندی‌های خود را می‌آزماید. ■■■

بازار تهران عنوان برنامه جدید شبکه رادیو تهران است که با موضوع اقتصاد و سرمایه‌های مالی روی آنتن می‌رود. ساختن برنامه‌هایی با این مضامین در شرایط اقتصادی کنونی، به نظر می‌آید که هدف یک شبکه خاص تنها نباید باشد و تمام شبکه‌ها در این وضعیت بحرانی باید به آن بپردازند، به این بهانه با برخی از عوامل برنامه بازار تهران گفت‌وگو کردیم.

■ **راه‌حل‌ها از تباطی و هادی افکار عمومی است**
محمودخواه مدیر گروه مدیریت و برنامه‌ریزی این برنامه رادیویی در باره برنامه بازار تهران به «جوان» این‌گونه توضیح می‌دهد: مسئولان را به برنامه دعوت می‌کنیم و مطالبات مردم را به گوش آنها می‌رسانیم.

رسانه به عنوان یک پل ارتباطی و هادی افکار عمومی می‌تواند جامعه هدف خود را به سمت مورد نظر هدایت کند. رادیو تهران به عنوان شبکه مرجع در استان تهران و به‌عنوان یکی از منابع اصلی اطلاع‌رسانی برای مخاطبان تهرانی و همچنین برای مدیران و برنامه‌ریزان شهری در جدول برنامه‌های خود، برنامه بازار تهران را طراحی کرده است تا بتواند در این شرایط اقتصاد مقاومتی و شرایطی که امسال با عنوان جهش تولید نامگذاری شده است، در حوزه اقتصاد مؤثر واقع شود و مخاطبان خود را راهنمایی کند.

محمودخواه عنوان کرد: هدف اصلی برنامه بهبود سواد مالی و دانش سرمایه‌های مخاطبان در حوزه‌های مختلف است. به‌طور مشخص اینکه مردم در این شرایط اقتصادی چطور می‌توانند معیشت خانواده خود را به نحوی اداره کنند و اگر سرمایه‌مازادی دارند چه برنامه‌ریزی‌ای برای آن داشته باشند و بهتر است در چه حوزه‌های سرمایه‌گذاری کنند.

وی تأکید می‌کند از اهداف دیگر برنامه بازار تهران، این است که بتواند مطالبات مردم تهران را به گوش مسئولان مربوطه برساند و از آنها پاسخ مناسب را دریافت کند.

این مدیر رادیو خاطر نشان کرد: در حوزه‌هایی مانند اقتصاد دانش‌بنیان، تولید اشتغال، کارآفرینی، اصلاح الگوی مصرف، شفافیت اقتصادی، و هر آنچه که در حوزه اقتصاد تعریف می‌شود در این برنامه به تکرار مسئولان مربوطه در در برنامه دعوت می‌کنیم و مطالبات مردم به گوش آنها رسانده می‌شود و فضای ایجاد کرده‌ایم که علاوه‌بسر آنتن رادیو در فضای مجازی در صفحه اینستاگرام **bazaaret-hran** هم بتوانند مطالبات و درخواست خود را با مسئولان در میان بگذارند و پاسخ مربوطه را دریافت کنند.

■ **نلایش برای محتوای مفید و سودمند**

اکبر محمدخانی سردبیر برنامه رادیویی بازار تهران است که درباره این برنامه این‌گونه اظهار نظر می‌کند: ما به مسائل مالی و اقتصادی نگاه فرهنگی داریم. تقریباً ۲۰ سال پیش مشابه این برنامه را در رادیو تهران با نام «جنگ اقتصادی» داشته‌اند که دستب بر قضا برنامه موفق و تأثیرگذاری در حوزه طلا و سکه و ارز و بورس بود. هدف از ساخت برنامه بازار تهران مشاوره به مردم تهران برای بهبود سواد مالی و سرمایه مخاطبان رادیو تهران بود. با توجه به اینکه مقام معظم رهبری سال ۹۹ با عنوان جهش اقتصادی نام‌گذاری کرده بودند، برای جهش تولید لازم بود تا سرمایه‌های کوچک و پس‌اندازهای خرد و خانگی با توجه به شرایط تحریمی و کسری بودجه و منابع درآمدی دولت و ناتوانی دولت در تأمین منابع مالی لازم وارد بازار سرمایه شوند تا از این طریق نیازمندی‌های شرکت‌ها و واحدهای تولیدی به نقدینگی به‌صورت مستقیم رفع شود. برای این منظور برنامه بازار تهران محوریت خودش را برای آموزش مبانی سرمایه‌گذاری در بورس تعیین کرد

گرچه حوزه‌های دیگر مانند سکه، طلا، ارز، ساختمان، مسکن، کشاورزی، فعالیت‌های خدماتی، استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان و بخش صنایع تبدیلی همه و همه در این راستا در برنامه مطرح می‌شوند که دانش مخاطبان نسبت به آنها افزایش پیدا کند و کسانی که این حوزه‌ها فعالیت دارند بتوانند با دریافت آخرین اخبار و اطلاعاتی که در حرفه و شغل خودشان مؤثر است بهتر و مفیدتر برنامه‌ریزی کنند. از طرف دیگر کرونا باعث شده بود اقتصاد شکل تازه‌ای بگیرد؛ به‌رخ فعالیت‌های نوپدید به‌عنوان یک فعالیت اقتصادی ظهور کرده بودند و بسیاری از فعالیت‌های رایج اقتصادی دچار رکود بودند. بنابراین لازم بود برنامه‌ای اقتصادمحور که بتواند این فعالیت‌ها را همسو با راهبرد اصلی نظام یعنی مقاومت‌سازی اقتصادی بر اساس برنامه پیشرفت الگوی اسلامی ایرانی تبیین کند این‌ وظیفه بر عهده برنامه بازار تهران گذاشته شد تا از طریق مباحث کارشناسی یا گزارش‌های میدانی یا بر شماری مسائل و مشکلات قانونی به تسهیل امور کمک کند.

محمدخانی همچنین از دغدغه‌های خود در این برنامه به‌عنوان سردبیر گفت: دغدغه اصلی هر برنامه‌سازی در چارچوب اهداف و هنجارهای سازمانی خدمت به مخاطب است؛ من هم از این قاعده‌مستثنی نیستم زیرا نهایت هر کوشش رسانه‌ای مخاطب است. بنابراین، یکی از مهم‌ترین وظایف من کشف نیازهای مردم در حوزه اقتصادی است. برای این کار لازم است هم از طریق کارشناسان و هم به‌صورت میدانی در جریان دغدغه‌های اقتصادی مردم قرار بگیرم تا بتوانم محتوایی که برای مخاطب مفید و کاربردی باشد تولید و پخش کنم.

■ **ارتباط یک‌سویه با مخاطب شکست می‌خورد**
سردبیر این برنامه همچنین گفت: تا زمانی که ارتباط من برنامه‌ساز با مخاطب یک‌سویه و بر اساس برداشت‌های ذهنی من از نیازهای مخاطب شکل بگیرد برنامه‌محکوم به شکست است و برای پیروز شدن حتماً لازم است که واقعیات جامعه را در ظرف نظام ارزشی و اهداف سازمانی به بالاتر از آن در راستای مصلحت تقسیم‌بندی زمانی برنامه نسبت به موضوعات روز و داشته‌باشد. بنابراین تعیین موضوعات، درجه‌بندی و مطلوب آنها در برنامه از دیگر وظایفی است که به‌عنوان دغدغه باید نسبت به آنها اقدام عملیاتی انجام بدهم. وی افزود: به‌عنوان مسئول برنامه تمامی محتوای کشف‌ایده تاجرای دقیق برنامه یا من است و همکارانم در بخش تهیه‌کنندگی و گویندگی یاریگر من هستند، در این برنامه علاوه بر سردبیری، نویسندگی برنامه و همچنین اداره کانال ۳هزار نفری برنامه و همچنین صفحه اینستاگرامی چطور می‌توانند معیشت یا‌زشر محتوای برنامه در فضای مجازی و شبکه‌های

### فرهنگی

روزنامه جوان | شماره ۶۰۹ | ۱۴۴۲

### درد

هدف از ساخت برنامه بازار تهران مشاوره به مردم تهران برای بهبود سواد مالی و سرمایه مخاطبان رادیو تهران بود. با توجه به اینکه مقام معظم رهبری سال ۹۹ را با عنوان جهش اقتصادی نام‌گذاری کرده بودند، برای جهش تولید لازم بود تا سرمایه‌های کوچک و پس‌اندازهای خرد و خانگی با توجه به شرایط تحریمی و کسری بودجه و منابع درآمدی دولت و ناتوانی دولت در تأمین منابع مالی لازم وارد بازار سرمایه شوند

باعث می‌شود که مردم بیشتر آذیت شوند، افزایش دهند به این ترتیب باعث می‌شوند که مسئولان مسئولیت‌پذیر تر شوند. یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های من این است که مسئولان در دسترس و به راحتی پاسخگو باشند.

سینا محمدحسن یکی دیگر از تهیه‌کنندگان این برنامه درباره ویژگی‌های شاخص بازار تهران می‌گوید: جدول برنامه‌های شبکه رادیویی تهران فاقد یک برنامه اقتصادمحور بود. بنابراین این برنامه تنها مرجع اقتصادی مخاطبان رادیو تهران تلقی می‌شود که به نوعی دایره‌المعارف اقتصادی است. دومین ویژگی جالب‌میی برنامه در ساعتی از روز است که بازار سرمایه و سهام فعالیت خود را به پایان رسانده و حوزه‌های طلا، سکه، خودرو و ارز در حال شکل‌گیری قیمتی هستند. به این دلیل که با اختلاف ساعت موجود بین بازارهای ایران و بازارهای اروپا معمولاً نیمه‌های روز این بازارها شکل می‌گیرند و تحلیل‌های برنامه و افراد شاخص کارشناسی برجسته می‌توانند در این ساعت بر شکل‌گیری بازار در راستای مصلحت و منفعت جامعه اثر گذار باشند. سومین شاخص این برنامه تعاملی بودن برنامه است به‌طوری که مسئولان مورد درخواست مخاطبان درباری شبکه تهران به مخاطبان این برنامه و مالی آنها به برنامه دعوت می‌شوند و در واقع بازار تهران پلیس بین مردم تهران و مسئولان اقتصادی استان است. بسیاری از مردم از طریق پیامک یا سراسر ایران پرش‌های خود را با برنامه در میان می‌گذارند و این نشانه نوعی مرجعیت برنامه است.

وی شعار برنامه بازار تهران را «بازار تهران تازه‌ترین خدمت رادیویی شبکه تهران به مخاطبان استان تهران» دانست و توضیح داد: پیگیری مطالبات مردمی از یک طرف و پیگیری و تحقق وعده‌ها و قول‌های مسئولان در چارچوب تحقق فرمایش مقام معظم رهبری مبنی بر قول شدید دو‌باروی حرکتی برنامه است یعنی هم انتظارات مردم را از مسئولان پیگیری می‌کنیم و هم بر آنچه را که مسئولان به عهده گرفته‌اند

وی افزود: بزرگ‌ترین دغدغه من در این برنامه این است که عزیزان مسئولی که این برنامه را گوش می‌دهند و از هر طریقی از این برنامه کسب اطلاع می‌کنند سطح آگاهی خود را نسبت به اینکه چه بازارها و چه اتفاقاتی که بر مردم در میان گذاشته، برمی‌آید آن را پیگیری می‌کنیم.

■ **با مسئولان تعارف نداریم**

محمدحسین امیدوی گوینده برنامه بازار تهران ام‌ابر این باور است که بازار تهران با توجه به اینکه بسیاری از اوقات مباحث تخصصی مطرح کرده است، موفق بوده با ریتم بسیار خوب، اطلاعات تخصصی در حوزه اقتصاد را به شکلی به مردم ارائه دهد که برای آنها قابل فهم باشد.

وی افزود: در ایسن برنامه تمام تلاشمان را می‌کنیم که گفت‌وگوی صورت گرفته هدفمند باشد و حتماً نتیجه‌ای دربر داشته باشد. خوشبختانه رویکرد مدیریت شبکه و مدیریت گروه همیشه حمایتی بوده و ما تلاش می‌کنیم حرف‌هایی را که باید زده شود، عنوان کنیم. احترام سروحه کار ماست ولی آنجا که حقوق مردم در میان است، با مسئولان تعارف نداریم و اگر نکته‌ای باشد بسیار صریح مطرح می‌کنیم و اگر نتیجه‌ای هم حاصل نشد، فضاوت برعهده مردم خواهد بود.

گوینده این برنامه می‌گوید، جالب است بدانید من به این برنامه به چشم یک کلاس درس نگاه می‌کنم به این دلیل که خوشبختانه تیم‌سازنده برنامه از نظر اطلاعاتی و آگاهی در این زمینه در سطح خیلی خوبی قرار دارند و این برنامه باعث افزایش سطح آگاهی من در این حوزه شده است و وقتی به‌عنوان یکی از عوامل برنامه این حس را دارم فکر می‌کنم مردم نیز قاعدتاً با اتفاق برای این‌ها روی داده است.

برنامه بازار تهران شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۱۳:۳۰ تا ۱۴:۱۰ از موج اف‌ام، ردیف ۹۴ مگاهرتز به مدت ۴۰ دقیقه پخش می‌شود.

#### گفت‌وگو

در گفت‌وگوی «جوان» با آهنگساز موفق برنامه‌های کودک مطرح شد

### جای خالی ذوق هنری در موسیقی کودک

امروزه تعداد چشمگیری از آهنگسازانی که برای حوزه کودک موسیقی می‌سازند، تحصیلاتی در حوزه موسیقی ندارند و علاقه‌ای نیز به آهنگسازی در ژانر کودک و مهارت لازم و تجربه کافی در این حوزه ندارند. بهرام دهقانپار که ساخت موسیقی مجموعه‌هایی چون «زیر گنبد کبود»، «خونسه مادر بزرگه» و «شهر موش‌ها» را در کارنامه دارد، برای افت موسیقی برنامه‌های کودک دلایلی چون «فزایش تعداد کانال‌های تلویزیونی»، «کمبود بودجه» و «نداشتن شناخت کافی تهیه‌کنندگان از کار کودک» را برمی‌شمارد و اینکه سازندگان برنامه‌ها با آهنگسازهایی همکاری می‌کنند که دستمزد کمتری دریافت کرده و تجربه و حتی انگیزه لازم برای تولید آثار کودک را ندارند.

کودکان به‌عنوان سرمایه‌های ملی یک کشور، لازم است در برنامه ریزی‌ها و برنامه‌سازی‌ها در صدر قرار داده شوند و در ایسن مسیر یکی از سازمان‌هایی که نقشی عمده و اساسی دارد، قطعاً صدا و سیماست.

زمانی در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ برنامه‌های کودک تلویزیون با بهره‌گیری از مجرب‌ترین سرمایه‌های فرهنگ و هنر، در زمره بهترین‌ها بود به نحوی که حتی بسیاری از بزرگ‌تراها را هم پای گیرنده‌ها دیدم‌ام که به گفته خود او رشته تحصیلی‌اش مهندسی بود و تنها دو سال گیتار نواخته بود ولی چون امکان کسب درآمد در رشته خود را نداشت، به سراغ آهنگسازی امده بود. از طرفی این فرد از کار کودک بیزار بود ولی از آنجایی که دستمزد پائینی را قبول می‌کرد، تهیه‌کننده به او قول پروژه‌های بیشتری داده بود و آهنگساز نیز انجام کار را پذیرفته بود.

این آهنگساز در ادامه تأیید می‌کند که یکی از الزامات ساخت موسیقی در حوزه کودک، مطالعه روانشناسی کودک و علاقه به کار در این حوزه است. دهقانپار در همین راستا اظهار می‌کند: پیشتر آهنگسازی را در یک پروژه حوزه کودک دیدم‌ام که به گفته خود او رشته تحصیلی‌اش مهندسی بود و تنها دو سال گیتار نواخته بود ولی چون امکان کسب درآمد در رشته خود را نداشت، به سراغ آهنگسازی امده بود. از طرفی این فرد از کار کودک بیزار بود ولی از آنجایی که دستمزد پائینی را قبول می‌کرد، تهیه‌کننده به او قول پروژه‌های بیشتری داده بود و آهنگساز نیز انجام کار را پذیرفته بود.

او تصریح می‌کند: امروزه تعداد چشمگیری از آهنگسازانی که برای حوزه کودک موسیقی می‌سازند، تحصیلاتی در حوزه موسیقی ندارند، علاقه‌ای به آهنگسازی در ژانر کودک ندارند، مهارت لازم و تجربه کافی در این حوزه ندارند، و تجربه‌های چندینباری موسیقی خوب آنها پایین است و خورج‌های ذهنی بسیاری از آنها موسیقی‌های دست‌چندی است که‌از خارج از ایران می‌شوند و اکنون می‌خواهند همسان را در قالب ایرانی و ترانه‌های کودک ارائه دهند.

■ **راه حل بهبود وضعیت موسیقی کودک؟**
در ادامه از ایسن آهنگساز سؤال می‌کنیم که صدا و سیما یا تولیدکنندگان آثار کودک باید چه رویه‌ای را در پیش بگیرند که برای کودکان موسیقی‌های خوب ساخته شود؟ او اظهار می‌کند: صدا و سیما باید از افرادی که رزومه کار کودک دارند دعوت کند. کلاس‌هایی برای آموزش افراد با استعداد، تجربیات آهنگسازان ژانر کودک بر گزار کنند، استعدادیابی‌کنند و تهیه‌کنندگانی که آثار کودک تولید می‌کنند باید موسیقی خود را بشناسند.

او ادامه می‌دهد: زمانی که بحث از موسیقی کودک می‌شود، یک بخش از آن موسیقی بی‌کلام و بخشی از آن باکلام است. در نتیجه باید از ترانه‌های استفاده شده که بتوانند کار کودک را به خوبی انجام دهند و در نهایت بودجه کافی در اختیار تولیدکنندگان قرار داده شود. ■ **تجربه ساخت موسیقی «آقای حکایتی»**
در بخش دیگری از این مصاحبه از خالق موسیقی مجموعه «زیر گنبد کبود» درباره حضورش در همین مجموعه سؤال می‌کنسیم. وی پاسخ می‌دهد: در مجموعه «خونسه مادر بزرگه» با آقای بهرام شاه‌محمدلو آشنا شدم که ایشان به‌عنوان عروسک گردان و صدای نقش مخمل را بازی می‌کرد. سپس او برای آهنگسازی موسیقی پروژه «زیر گنبد کبود» از من دعوت کرد.

او درباره ساخت موسیقی این برنامه کودک بیان می‌کند: بر اساس روش‌های علمی تولید موسیقی فیلم، شخصاً هر بار که موسیقی یک اثر را می‌سازم یا کارگردان وقت می‌گذارم که بتوانم تکیه‌گاه‌های هنری اثر را از کارگردان جذب کنم. البته متعقدم این مرحله برای اکثر افرادی که به صورت تخصصی در این حوزه فعالیت می‌کنند، نخستین قدم است. در واقع آنها پیش از اینکه اولین تن‌کسار را بنویسند، داستان را مطالعه می‌کنند، فیلمنامه را می‌خوانند و اگر فیلمبرداری شده باشد، سکاسن‌هایی از فیلم را می‌بینند. همچنین اگر کار، ترانه داشته باشد، جلساتی را با کارگردان حول محور ساخت موسیقی با توجه به ترانه، برگزار می‌کنند. پس از آن یک طرح اولیه با توجه به نظر کارگردان ارائه می‌دهند و زمانی که فرم اولیه کار شکل گرفت، کار را در استودیو مرحله به مرحله تکمیل می‌کنند.

این آهنگساز در پایان صحبت‌هایش یادآور می‌شود: به خاطر دارم که موسیقی سری اول پروژه آقای حکایتی در صدا و سیما ضبط شد. آقای شاه‌محمدلو در زمان ضبط مرحله‌ای تهیه موسیقی پروژه سر ضبط می‌آمدند و کل مراحل تولید همراه من بودند. تا اینکه رسیدیم به روزی که قصد ضبط ترانه را با گروه کر داشتیم. خوانندگان گروه کسر در صدا و سیما فعالیت می‌کردند که یاد دارم چهار نفر و چهار نفر خانم دعوت مرا پذیرفتند و برای تیتراژ کار از آقای حمید غلام‌علی دعوت کردم.

امروزه تعداد چشمگیری از آهنگسازانی که برای حوزه کودک موسیقی می‌سازند، تحصیلاتی در حوزه موسیقی ندارند و علاقه‌ای نیز به آهنگسازی در ژانر کودک و مهارت لازم و تجربه کافی در این حوزه ندارند. بهرام دهقانپار که ساخت موسیقی مجموعه‌هایی چون «زیر گنبد کبود»، «خونسه مادر بزرگه» و «شهر موش‌ها» را در کارنامه دارد، برای افت موسیقی برنامه‌های کودک دلایلی چون «فزایش تعداد کانال‌های تلویزیونی»، «کمبود بودجه» و «نداشتن شناخت کافی تهیه‌کنندگان از کار کودک» را برمی‌شمارد و اینکه سازندگان برنامه‌ها با آهنگسازهایی همکاری می‌کنند که دستمزد کمتری دریافت کرده و تجربه و حتی انگیزه لازم برای تولید آثار کودک را ندارند.

کودکان به‌عنوان سرمایه‌های ملی یک کشور، لازم است در برنامه ریزی‌ها و برنامه‌سازی‌ها در صدر قرار داده شوند و در ایسن مسیر یکی از سازمان‌هایی که نقشی عمده و اساسی دارد، قطعاً صدا و سیماست.

زمانی در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ برنامه‌های کودک تلویزیون با بهره‌گیری از مجرب‌ترین سرمایه‌های فرهنگ و هنر، در زمره بهترین‌ها بود به نحوی که حتی بسیاری از بزرگ‌تراها را هم پای گیرنده‌ها دیدم‌ام که به گفته خود او رشته تحصیلی‌اش مهندسی بود و تنها دو سال گیتار نواخته بود ولی چون امکان کسب درآمد در رشته خود را نداشت، به سراغ آهنگسازی امده بود. از طرفی این فرد از کار کودک بیزار بود ولی از آنجایی که دستمزد پائینی را قبول می‌کرد، تهیه‌کننده به او قول پروژه‌های بیشتری داده بود و آهنگساز نیز انجام کار را پذیرفته بود.



می‌نشانند. کودک‌دان آن روزها که پدر و مادری این روزها هستند، هنوز ترانه‌ها و موسیقی‌های آن دوران را حفظند و زمزمه می‌کنند.

با پایان دهه ۷۰، کمتر شاهد ساخت برنامه‌های جذاب و مفید برای کودکان بودیم به گونه‌ای که کودکان دهه‌های ۸۰ و ۹۰ بیشتر از طریق فیلم‌ها و برنامه‌هایی سرگرم و آموزش داده می‌شدند که از کشور‌های دیگر خریداری شده بود. امروزه هزینه کمتر انتقال می‌افتد که موسیقی یک برنامه

خوبی که کمتر اتفاق می‌افتد که موسیقی یک برنامه سال‌ها ن ملودی و ترانه را به خاطر بیاپارند. در این ارتباط بهرام دهقانپار که موسیقی متن آثاری مانند «مچسون» «زیر گنبد کبود»، «خونسه مادر بزرگه»، «قصه‌های تابستان» «قصه‌های تابستان» و اخیراً «قاصدک‌ها» را ساخته است، درباره علت جذاب نبودن آثار

موسیقیایی حوزه کودک‌دان، کاهش ساعت آثار موسیقی با کیفیت برای کودک‌دان و راه‌حل بهبود این وضعیت به ایسنا می‌گوید: اثر نمایشی که تولید می‌شود در عین حال که جذابیت‌های تصویری مورد نیاز را دارا باشد توسط کادر حرفه‌ای ساخته شده باشد، طبیعتاً برای ساخت موسیقی به آهنگسازی نیاز دارد که به کار خود آگاه باشد. البته کاربلد بودن تنها به این معنا نیست که فرد تحصیلات خیلی خوبی در حوزه مورد نظر داشته باشد بلکه به ایسن معناست که آهنگساز بتواند در ساخت اثر، استعداد درونی آهنگسازی و ملودی‌سازی زائر کودک را به اجساد در آورد. البته باید در نظر بگیریم که در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ تعداد کانال‌های تلویزیون، بسیار کمتر از امروز بود و تولیدکنندگان و تهیه‌کنندگان از افرادی دعوت می‌کردند که حقیقتاً کار خود را بلد، صاحب‌نظر و بااستعداد بودند.

او ادامه می‌دهد: زمانی که تعداد کانال‌های تلویزیون و ساعات پخش افزایش یافت، مسئولان شبکه‌های تلویزیونی مجبور شدند برنامه‌های شبکه‌ها را به طریقی بر کنند؛ به همین دلیل ناخودآگاه سطح کیفی آثار تنزل پیدا کرد. از طرفی گاهی به دلیل کمبود بودجه، تهیه‌کنندگان برنامه‌ها با هزینه پایین از افرادی که تجربه کمتری دارند یا در جست و جوی کار هستند، دعوت به همکاری کنند زیرا طبیعتاً افراد حرفه‌ای دستمزد بالاتری می‌گیرند.

دهقانپسار عنوان می‌کند امروزه به علت تورم