

رند؟  
بر!

حتمالا  
جیبی  
بور می  
هزار تا  
دا! این

کم يك  
بادهای  
عادی

ی‌های  
۱۵-۱۶  
نقشه  
سپای  
سئول،  
ست و  
ندگی  
متوجه  
سله‌ای  
آقایان  
قت‌ها



۴

بعضی‌ها اصولا با موسیقی و آهنگ کاملا «مودی» برخورد می‌کنند. مثلا آن آهنگ که می‌گوید: «باید همین روزا برم شمال هواشو کردم (فرزاد فرزین) را جز در جاده شمال در هیچ جاده دیگری گوش نمی‌کنند که مبدا آن راه که می‌روند به ترکستان باشد نه شمال! یا اگر سال به سال به سمت ورزش و باشگاه و تردمیل نروند احتمالا آهنگ مورد علاقه‌شان را که اعتقاد دارند سرحال‌شان می‌آورد، تحریم می‌کنند. احتمالا اگر با هوای ابری دل‌شان بگیرد می‌نشینند حزن‌انگیزترین آهنگ ممکن لیست موسیقی‌شان را پیدا می‌کنند و فاز راه رفتن و گریه پنهان شده در قطرات باران، برمی‌دارند. یا اگر آفتابی باشند و کله سحر از دنده چپ از خواب بلند نشده باشند، خواننده دارد می‌گوید:

یه صبح دیگه  
یه صدایی توی گوشم میگه  
ثانیه‌های تو داره میره  
امروزو زندگی کن، فردا دیگه دیره!



۵



در این وانفسا که هرکس به قول قدیمی‌ها از مادرش قهر می‌کند، گوش را لایق صدای نتراشیده و نخراشیده‌اش می‌داند و یک سری حروف الفبا را پشت سر هم قطار می‌کند و به اسم ترانه در ذهن‌مان می‌پاشد؛ خوشبختانه هنوز هم کسانی هستند که با همایون شجریان و علیرضا قربانی و علی زندوکیلی روح‌شان حال می‌آید. البته آن دسته که از موسیقی سنتی خوش‌شان نمی‌آید باز هم ایمان دارند که شعر فاخر را فقط در این آهنگ‌ها می‌شود شنید. گرچه برای رشد توجه به این نوع موسیقی‌ها، گل کردن نوجوانی مثل «پارسا خائف» در رسانه ملی هم، بی‌تأثیر نبوده است.

## پای حرف‌های مدیر دفتر موسیقی حوزه هنری

### نوجوان موسیقی خاص خود را می‌خواهد

اگر فرهنگ‌سازی کرده بودیم و ذائقه‌سازی شده بود، حتما طیف بیشتری از نوجوانان ما طرفدار سرود بودند. اما هنوز هم هستند نوجوانانی که طرفدار سرود هستند. ما به گونه‌های موسیقی امروزی‌تر فکر می‌کنیم تا نوجوانان بیشتری جذب شوند، اما خوب چون حرکت جدیدی است قطعاً نیاز به تامل بیشتری دارد.

ما باید به ساختاری برسیم که نیاز نوجوان را برطرف کند و اگر این نیاز رفع نشود ممکن است تنها بزرگسالان با آن موسیقی ارتباط بگیرند که این مربوط به شناخت روحیه نوجوانان می‌شود. ما می‌دانیم موسیقی خاص یک نوجوان، موسیقی‌ای است که هیجان، جسارت، و یک جاهایی آرمان طلبی‌های خاص خودش را داشته باشد. متأسفانه باید بگویم ما موسیقی نوجوان در کشورمان نداریم و باید آن را ایجاد کنیم؛ چون نیاز به آن کاملاً احساس می‌شود.

**ذائقه چطور شکل می‌گیرد و قبول دارید ذائقه مردم تغییر کرده؟ به نظر شما علت آن چیست؟**

بله قطعاً ذائقه مردم تغییر کرده و مثل ۳۰ سال پیش نیست. زمانی بود که خیلی‌ها طرفدار استادان موسیقی سنتی بودند و مخاطبان نوگرا هم یا به موسیقی‌های دکتر اصفهانی گوش می‌کردند یا صدای آقای افتخاری یا آقای ناصر عبداللہی، اما متأسفانه الان به جایی رسیدیم که معدود نوجوانان و جوانانی هستند که صدای آقای ناصر عبداللہی را هم بشنوند. مهم‌ترین عامل در این اتفاق رکود ما در نوشتن به خصوص در صداوسیما و وزارت ارشاد

در دهه ۷۰ و ۸۰ بود. در این دو دهه ما شاهد پویایی سیاست موسیقی نبودیم و این نبود پویایی منجر به دامن زدن به موسیقی‌های زیرزمینی و... شد. مورد دوم که به طور قابل توجهی در ذائقه‌سازی تأثیر گذاشت، ورود بنگاه‌های خصوصی موسیقی بود که صرفاً به دنبال پول‌سازی و کسب درآمد از این راه بودند.



بررسی این‌که از هندزفری نوجوان‌های ایرانی چه چیزی به گوش می‌رسد، چندان هم

گفت‌وگو:  
فاطمه کریمی



سخت نبود. برای همین گفتیم یک وقت بدنباشد نرویم سراغ یک مدیر حوزه موسیقی که حداقل دو کلام حرف تخصصی هم بشنویم. به ذهنمان رسید یک عصر شنبه با هماهنگی دفتر موسیقی حوزه هنری، با مدیر این بخش، «میلاد عرفان پور» مصاحبه کنیم.

**آمار وارقامی در رابطه با گرایش نوجوان به انواع موسیقی در دفتر شما وجود دارد؟**

در این یک سال که مسئولیت دفتر موسیقی حوزه هنری به من محول شده، نظر سنجی دقیقی پیش روی من قرار نگرفته است و باید بگویم تمرکز ما بیشتر روی تولید است. ولی برآیند ذهنی من که از شنیده‌ها و بررسی نظر کارشناسان کسب کرده‌ام، من را به این نتیجه رساند که نیمی از نوجوانان ما مخاطب موسیقی‌هایی هستند که از جوانب مختلف، مطلوب نیست. چه از نظر محتوا و چه از نظر ساخت و غنای موسیقی. مثلاً موسیقی را گوش می‌کنند که بر پایه فرهنگ غرب است یا موسیقی‌هایی که از نظر درونمایه و محتوا هیچ سنجیتی با فرهنگ ما ندارد. به طور خاص می‌توانم شیوع رواج گونه‌رپ را مثال بزنم. اگر نظر سنجی بشود بسیاری از نوجوانان ما بین موسیقی سنتی، پاپ و... متأسفانه به موسیقی رپ گرایش دارند.

اما قطعاً اگر پژوهش‌های خوبی به ما برسد در تولیدات، خصوصاً در تولید موسیقی نوجوان موفق تر خواهیم بود.

**قبول دارید سرود، مخصوصاً با یک**

**موضوع خاص مناسبتی مثل دهه فجر یا**

**در رابطه با مناسبت‌های آئینی**

**برای نوجوان جذاب نیست و**

**دهه هشتادی امروز**

**خودش را در این نوع**

**موسیقی پیدا نمی‌کند؟**

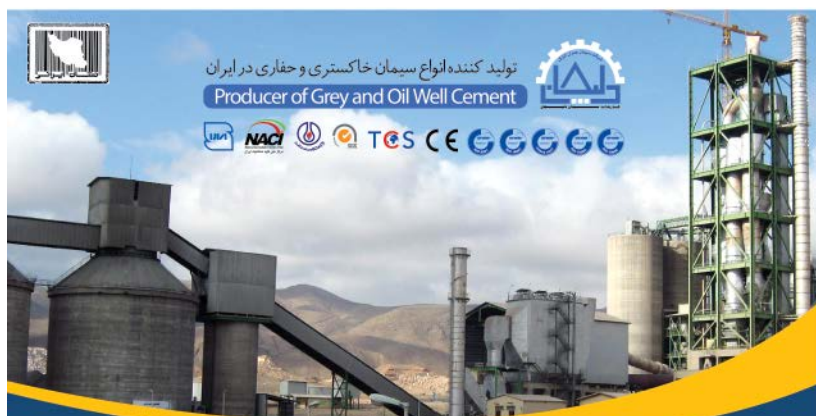
قبول دارم. مخاطبان سرود

طیفی از نوجوانان هستند و



تولید کننده انواع سیمان خاکستری و حفاری در ایران

Producer of Grey and Oil Well Cement



نشانی کارخانه: کیلومتر ۲۲ جاده سلفچگان به دلیجان. جنوب روستای راهه

نشانی دفتر مرکزی: تهران. خیابان سه‌رودی شمالی. هویزه شرقی. پلاک ۳۵

تلفن دفتر تهران: ۰۲۱-۸۸۵۲۳۷۷۰ الی ۰۲۱-۸۸۵۲۳۷۷۹ | دورنگار: ۰۲۱-۸۸۵۲۳۷۷۰

تلفن کارخانه: ۰۸۶-۴۴۲۶۰۶۷۰ الی ۰۸۶-۴۴۲۶۰۶۸۰ | دورنگار: ۰۸۶-۴۴۲۶۰۶۸۰



www.delijancement.com | info@delijancement.com