



کلاف

ضمیمه نوجوان

شماره ۴۹ ■ ۱۴ اسفند ۱۳۹۹

نوجوان
کلاف



امیرحسین
علی نیا فرد



گفت و گو با کارگردان پروژه «بارکد ۲» با موضوع حمایت از کالای ایرانی

آبادی این خونه به دست خودمونه

سبک زندگی در همه جامعه، در حقیقت چون نوجوان دنبال هویت، با مفهوم هویت و غرور ملی هم زودتر ارتباط برقرار می‌کنه.

به نظرتون کالایی مثل پوشاک ملی تولید میشه که مورد پسند نوجوان باشه؟

برای تولید کالای مورد پسند این قشر، اول باید دغدغه‌های این نوجوونای عزیزو بفهمیم و در مرحله بعد برای تولید پوشاک ملی اقدام کنیم و مطمئنا توان خوبی برای تولید در این حوزه در کشورمون وجود داره اما به نظرم مشکلی که سد راهمون هست اینه که مانمی تونیم باهاشون گفت و گو کنیم، یعنی اگر کارگروه‌هایی مثلاً در حوزه پوشاک نوجوان وجود داره، داخلش هیچ

دارن که از کالای ایرانی خرید کنن؟

فکر می‌کنم خرید کالای ایرانی در مجموع نیاز به کار فرهنگی مستمر داره تا در کشورمون رواج پیدا کنه، برای مثال متاسفانه کت شلواری که داخل کشورمون دوخته میشه، وقتی برچسب کالای خارجی بهش اضافه می‌کنن، خیلی راحت‌تر به فروش میره و رفع این مساله نیاز به کار فرهنگی مداوم داره تا به خود باوری در همه موضوعات برسیم، دیگه اینجا خیلی فرق نمی‌کنه مخاطبت کی باشه، اما نوجوون با توجه به این که در حال تلاشه که از کودکی فاصله بگیره و برای اثبات خودش به دیگرانه، هدف خوبی برای این که ازش کمک بگیریم برای تغییر

«ماوا» از آن دست مجموعه‌های دغدغه‌مند در حوزه تولید موسیقی و نماینگ‌هایی با محتوای غنی و اثرگذار است. نوجوانه به بهانه یکی از کارهای اخیر «ماوا» با عنوان بارکد ۲۶ و مسابقه‌ای که با محوریت آن راه‌اندازی کرده اند سراغ مهاجر توحیدپرست تهیه‌کننده این نماینگ رفته است. کسی که در کارنامه‌اش محصولاتی چون نماینگ‌های منوتو، مناجات ناشنویان، قرنطینه و بزک را دارد.

چطور به این فکر افتادین که از طریق نوجوون‌ها تولید ملی رو تبلیغ کنین؟

وقتی قراره که سرود کار کنیم، طبیعتاً طیف اصلی مخاطب به کودک و نوجوان تبدیل میشه و حتی بیشتر به نوجوان مربوط میشه، بنابراین با توجه به فضای حرفی که می‌خواستیم بزینم ترجیح دادیم که گروه اصلی نوجوان

باشه و به بزرگسال مراجعه نکنیم. جالب اینه وقتی که حرف نوجوان وسط باشه، طبیعتاً خانواده‌هاشون هم پیگیر موضوع میشن و درگیری خانواده‌ها با نوجوان‌هاشون به ما کمک می‌کنه که به اون مخاطب عمومی که مدنظر مونه برسیم.

به نظرتون خود نوجوون‌ها چقدر به این باور

سروش که البته این موارد از قبل وجود نداشت و در فصل دوم از ابتدا ایجاد و در اختیار شرکت‌کنندگان قرار گرفت. در همین راستا، یک خط تلفن همراه مستقل برای ارتباط شرکت‌کنندگان با مجموعه پشتیبانی لیگ سرود در نظر گرفته شد و با نصب پیام‌رسان واتس‌آپ سعی در سهولت بیشتر در ایجاد این ارتباط داشتیم. پس از این، آموزش نحوه ثبت نام در سایت در اختیار مخاطبان قرار گرفت و با ثبت اطلاعات گروه‌ها، توانستیم فهرستی از اطلاعات کامل هر گروه از جمله نام گروه، اطلاعات فردی سرپرست هر گروه، شماره تماس گروه، شهر و استان محل فعالیت گروه و... تهیه و جمع‌آوری کنیم.

از موارد مهم در مسیر افزایش اعتبار لیگ سرود، وجود افراد با سابقه و البته خبره حوزه‌های سرود، آهنگسازی و حوزه تصویر در تیم داوری و ارزیابی آثار لیگ سرود است که با دعوت به همکاری از آقایان افشین کردستانی، مهدی استخر، احسان غلام‌نژاد و... سعی در برآورده کردن این نیاز داشتیم.

پس از پایان مرحله اول قسمت‌های کوتاه یک دقیقه‌ای از قطعات ارسالی ۵ گروه برگزیده در صفحه اینستاگرام لیگ سرود قرار گرفت

و این اتفاق بسیار مورد استقبال گروه‌ها و دنبال‌کنندگان صفحه قرار گرفت و همچنین سبب ایده گرفتن ایشان به کارگیری در کارهای آینده خود شد.



تاثیرگذاری بر عموم جامعه بوده و هست و این میسر نمی‌شد مگر با جذب حداکثری و ایجاد تعامل با گروه‌های سرود در سراسر کشور! نه تنها گروه‌های مطرح و توانمند بلکه تمامی گروه‌های سرود مخصوصاً گروه‌هایی که از توانایی مادی و هنری پایین‌تری برخوردار هستند تا بدین منوال بتوان پایگاه‌های مردمی و اجتماعی لیگ سرود را بیش از پیش افزایش داد.

به همین منظور در ابتدای فعالیت لیگ سرود در فصل دوم با حدود ۴۰۰ گروه در سراسر کشور ارتباط برقرار کردیم و از طریق تماس تلفنی و ارسال پیامک از آنها برای شرکت در فصل دوم لیگ سرود دعوت به عمل آمد و علاوه بر معرفی کامل لیگ سرود، اهداف، نحوه برگزاری و همچنین جوایز، راه‌های ارتباطی بین مجموعه لیگ سرود و سرپرستان گروه‌ها به ایشان معرفی گردید که این راه‌های ارتباطی عبارتند از سایت رسمی لیگ سرود که بستر آن از فصل اول مهیا بود، صفحه پیج اینستاگرام و کانال تلگرام، بله و

لیگ سرود

ایده‌ای به نام لیگ سرود برای اولین بار در سال ۹۸ مطرح و عملیاتی شد. ایده‌ای جذاب و خلاقانه که اگر به اهداف خودش برسد به حرکت بزرگی در کشور تبدیل می‌شود. پس از اجرای لیگ سرود در فصل اول خود در مناسبت‌هایی مانند عید غدیر، محرم، شهادت سردار سلیمانی و معرفی نسبی خود در جامعه مخصوصاً در بین گروه‌های سرود، در فصل دوم خود به دنبال گسترش محدوده فعالیت و میزان



محمدجواد
توسلی
مشاور
رسانه‌ای
پروژه

