

جذاییت در موسیقی رسانه

نویسنده:

دکتر امید سفیدگر شهنقی



آمارات آرون

سرشناسه	: سفیدگر شهانقی، حمید، ۱۳۴۶
عنوان و نام پدیدآور	: جذابیت در موسیقی رسانه / نویسنده: حمید سفیدگر شهانقی
مشخصات نشر	: تهران، آرون، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۴۶ ص.
شابک	: ۴ - ۵۷۳ - ۲۳۱ - ۹۶۴ - ۹۷۸.
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا.
موضوع	: موسیقی تلویزیون - ایران - تاریخ و نقد
موضوع	: Television Music - Iran - History and criticism
موضوع	: موسیقی - تاریخ و نقد - رادیو و موسیقی - ایران
موضوع	: Music - History and criticism-Radio and music-Iran
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۷ ج ۴ ص ۷ / م ۱۵۲۷ / ۷
رده‌بندی دی‌آر	: ۵۴۶ / ۷۸۱
شماره کتابخانه ملی	: ۵۲۲۷۰۴۷



انتشارات آرون

جذابیت در موسیقی رسانه

نویسنده: حمید سفیدگر شهانقی

ناشر: انتشارات آرون

چاپ اول: ۱۳۹۷

تیراژ: ۱۲۰۰ نسخه

۱۷۰۰۰ تومان

نشانی: میدان انقلاب - خیابان ۱۲ فروردین - خیابان وحید نظری - ترسیده به خیابان منیری جاوید

تلفن: ۵۱ - ۶۶۹۶۲۸۵۰

پلاک ۱۰۵ - واحد ۳

وبسایت: www.Arvanashr.ir

ایمیل: Arvanashr@yahoo.com

بسم

فهرست مندرجات

مقدمه ۷

فصل اول

موسیقی و رسانه ۱۲

موسیقی رسانه‌ای چیست؟ ۱۴

موسیقی رادیو ۲۸

تخیلی بودن رادیو ۳۲

انعطاف‌پذیری رادیو ۳۳

موسیقی عزا ۳۵

موسیقی مهیج ۳۸

موسیقی تلویزیون ۴۰

ژانرهای مختلف موسیقی در رسانه ۴۷

تقسیم‌بندی موسیقی از لحاظ جغرافیایی ۴۸

تقسیم‌بندی موسیقی از لحاظ تاریخی ۴۹

تقسیم‌بندی موسیقی از لحاظ ارزشی ۵۰

۵۱	تقسیم‌بندی موسیقی از نظر فلسفی
۵۲	تقسیم‌بندی موسیقی از لحاظ علمی
۵۲	تقسیم‌بندی موسیقی از لحاظ کاربردی
۵۳	تقسیم‌بندی موسیقی از لحاظ آموزشی
۵۴	طبقه‌بندی موسیقی کنونی ایران
۵۹	موسیقی کودک
۶۹	ماهنگ (ویدئو کلیپ)
۷۸	موسیقی فیلم و سریال
۸۸	مؤلفه‌های یک موسیقی رسانه‌ای
۹۱	مؤلفه‌های جذابیت موسیقی در رسانه

فصل دوم

۱۰۲	عناصر جذابیت در موسیقی
۱۰۳	داشتن ملودی زیبا
۱۰۵	داشتن کلامی متین، پرمغز و تازه
۱۰۷	سازبندی اصولی و متناسب
۱۰۸	نظم چینی
۱۰۸	نظام هندی
۱۰۹	نظام قومی باساری
۱۱۰	نظام مین
۱۱۰	نظام هرن بسترل - زاکس
۱۱۱	نظام شیفتر
۱۱۶	تلفیق شعر و موسیقی
۱۲۳	خواننده‌ی مسلط به رموز آواز و موسیقی
۱۲۸	شنوایی و ارتقاء سطح شنیداری
۱۳۸	فهمیدن و درک صدای واقعی خود

۱۲۹	 کوک و باقی ماندن در کوک و درک فواصل موسیقی
۱۲۹	 اجرای درست ریتم و درک زمان
۱۳۰	 مراحل نفس‌گیری و درست نفس کشیدن
۱۳۰	 وسعت فرکانسی صدا
۱۳۰	 وسعت دامنه‌ی صدا (قدرت)
۱۳۱	 دوری جستن از عادت‌های نامناسب صوتی
۱۳۱	 تحریر
۱۳۴	 رنگ صدا
۱۳۵	 دینامیک صدا
۱۳۵	 درک یک اثر (ترانه)
۱۳۶	 درک یک اثر (آنتال‌احسان)
۱۳۸	 پیشنهاداتی برای موسیقی برآنه
۱۴۱	 منابع

مقدمه

موسیقی در میان همه‌ی اقوام و ملل صاحب تمدن از دیرباز اهمیت و جایگاهی خاص داشته و دارد. هم از این‌رو در ایران نیز که صاحب یکی از کهن‌ترین تمدنهای بشری است، این بحث موضوعیت پیدا می‌کند.

تحولات سریع فرهنگی در جوامع مختلف که خود ناشی از پیدایش تکنولوژی‌های نوین ارتباطی است، رسانه‌ها را در جایگاهی قرار می‌دهد که رابطه‌ای محکم و دایمی با فرهنگ برقرار کنند. به بیان دیگر رسانه بر فرهنگ اثر می‌گذارد و فرهنگ نیز بر رسانه.

در دنیای امروز، هیچ فردی نمی‌تواند خارج از فضای رسانه‌ای حرکت کند. افراد چه بخواهند، چه نخواستند، نمی‌توانند خارج از این فضای شکل گرفته، حرکت و زندگی کنند. اگر در گذشته مدارس جایگاه اصلی فرهنگسازی و انتقال ارزش‌ها به انسان‌ها به شمار می‌رفت، امروز به طور حتم، انواع رسانه‌ها و تکنولوژی‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی نقش فرهنگسازی را بر عهده گرفته‌اند و ذهنیت عامه‌ی جامعه را حتی دولت را از واقعیات اجتماعی شکل می‌دهند.

از دیگر سو، موسیقی به عنوان هنری متعالی که در زندگی افراد تأثیر بسزایی دارد، یکی از عناصر ثابت هرگونه پیام رسانه‌ای است. این خود مبین جایگاه این پدیده در جلب مخاطب و رضایتمندی اوست.

و اما رسانه در عین حال که باید به جای دست‌آموزی و تقلید ناشی از گسترش و رواج الگوهای رفتاری مشابه و همسانی سلیقه‌ها و همشکلی

شیوه‌های تفکر و اندیشه در راستای اشاعه‌ی موسیقی اصیل ملی و قومی می‌کوشد، باید به جلوه‌های هنری و ژرفانگر موسیقی نیز اهمیت داده و از ارائه‌ی آثاری سخیف و نازل که سطح درک هنری و فرهنگی جامعه را پایین می‌آورد، بپرهیزد. موضوعی که مدنظر این کتاب نیز هست.

این کتاب به جذابیت‌های موسیقی رسانه‌ای و مؤلفه‌های موسیقی فاخری که بتواند در شرایط فعلی از رسانه - رادیو و تلویزیون - پخش شود، خواهد پرداخت.

بررسی اجمالی رموز جذابیت و ماندگاری آثار موسیقایی نشانگر چند نکته اساسی در این آثار است:

داشتن ملودی زیبا

۲. داشتن کلام متن، پرمغز و تازه

۳. سازبندی اصولی و متناسب

۴. تلفیق شعر و آهنگ به‌ترتیبی که شعر با ملودی‌پردازی مناسب کاملاً بیان‌گر گردد حتّا آهنگ شعر برای شنندگان ناآشنا باشد.

۵. اجرای آن توسط خواننده‌ای تسلط به رموز آواز و موسیقی هر کدام از موارد مذکور بخشی از جذابیت یک اثر موسیقایی است و توجه به تک‌تک این عناصر به خلق اثری ماندگار و مورد اقبال منتهی می‌گردد.

در این کتاب هر کدام از موارد پنجگانه، فوق‌الذکر به تفصیل مورد بررسی قرار گرفته و نقش آن‌ها در تولید آثار موسیقایی با جذابیت بالا برای رسانه مورد کنکاش واقع شده‌است. علاوه بر آن با توجه به تعاریف موسیقیدانان و مخاطبین رسانه، دلایل جذابیت یا عدم جذابیت موسیقی، مورد بررسی شده است. در این اثر درصدد یافتن پاسخ‌های مستدل و اساسی برای این دو پرسش هستیم که جذابیت در موسیقی رسانه چیست؟ آیتم‌های موسیقی فاخر، فرهنگی و جذاب کدامند؟

واقعیت این است که موسیقی امروز ما بیش از پیش به مؤلفه‌هایی چون شناخت، پژوهش و خلاقیت نیاز دارد. در کشورهای دیگر دنیا که صاحب موسیقی هستند پژوهش محوری و اندیشه‌مداری در موسیقی به صورتی کاملاً علمی جایگاهی خاص دارد؛ اما در موسیقی ایرانی این نوع فعالیت‌ها به‌ندرت انجام یافته است. در عین حال در بررسی موزی که نگارنده انجام داده به آثار نادری برخورد نموده که هر کدام فقط یکی از آیتم‌های مؤثر در جذابیت موسیقی را مورد بررسی قرار داده‌اند که کتابشناسی این آثار در بخش منابع می‌آید. علاوه بر آن چند مورد نظرسنجی از مخاطبین تلویزیون در مورد موسیقی در صدا و سیما توسط مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما به شرح زیر انجام شده است:

- یحیایی، مشیت، ملاترات مردم تهران درباره موسیقی صداوسیما، ۱۳۶۸.

- زاهدی، تورج، بطرانی، چند تن از موسیقیدانان درباره موسیقی صداوسیما، ۱۳۷۳.

- روستائیان، بهناز، نظرسنجی و نیازسنجی درباره موسیقی در ۲۸ شهر کشور، ۱۳۷۸.

- فاضل، رضا، موسیقی مطلوب برای صداوسیما، ۱۳۸۰. (برای مرکز موسیقی)

- علیخواه، فردین و محمدخانی، جوانان و مصرف موسیقی، ۱۳۸۰.

هدف اصلی کتاب رسیدن به شاخصه‌های یک موسیقی جذاب در رسانه است. موسیقی‌ای که در عین داشتن مؤلفه‌های فرهنگی و هنری، اثر فاخر و پرهیز از سطحی‌نگری و تنزل فکری و فرهنگی مخاطبین، به مخاطب توجه مخاطب و رضایت‌مندی او نیز می‌پردازد.

برای رسیدن به چنین هدفی ابتدا سه مفهوم اصلی رسانه، موسیقی و جذابیت را اجمالاً بررسی می‌کنیم.