

مجله صنایع فرهنگی مهر | شماره ۳ | ۲۰ تیر ۹۴



معرفی نسل جدید هنرمندان صنایع دستی

طرح‌ها توانم زد، غم نان اگر بگذارد!

تفاوت قهرمانان خرمشهر با «رمبو»

حل مشکل بیمه هنرمندان صنایع دستی

همه چیز با آتاری شروع شد

فهرست مطالب

صنایع دستی

۳



- ۴ معرفی نسل جدید هنرمندان صنایع دستی
- ۸ «ویلا» به پیاده‌راه صنایع دستی تبدیل می‌شود
- ۸ مشکل بیمه هنرمندان صنایع دستی حل می‌شود
- ۹ جنس چینی یا فیروزه نیشابور
- ۱۰ کارگاه کاشی سنتی نقش خاطره می‌زند

بازی‌های رایانه‌ای

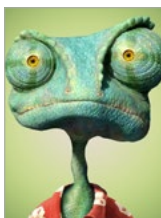
۱۳



- ۱۴ نبرد خرمشهر را بازی کنید
- ۱۵ تفاوت قهرمانان خرمشهر با «رمبو»
- ۱۶ همه چیز با آتاری شروع شد
- ۱۷ آراین، بازی رایانه‌ای «رستم‌نامه» را می‌نویسد

پویانمایی

۱۹



- ۲۰ آمریکایی‌ها با «نگو» تاریخ‌سازی می‌کنند
- ۲۳ «شان گوسفنده» و رفقاییش به شهر می‌روند
- ۲۴ شکست تمام‌عیار دوروتی و جادوگر شهر آز
- ۲۶ پنگون‌هایی که مثل انسان زندگی می‌کنند

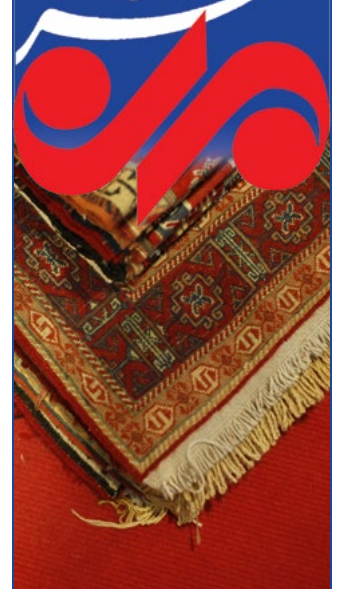
مد و لباس

۲۸



- ۲۹ نمایش زنده باعث توسعه صنعت مد می‌شود
- ۳۰ «مخل کاشان» را تعطیل می‌کنند تا اتاق ایران و چین رونق بگیرد
- ۳۰ چرا چرخ‌های تولید روسری خاک می‌خورند؟
- ۳۲ طرح‌ها توانم زد، غم نان اگر بگذارد!

مجله صنایع فرهنگی مهر



شناسنامه مجله

مدیر مسئول: علی عسگری

شورای سردبیری: سید امیرحسن دهقانی، ایمان شمسایی، بهزاد شهپازی

دبیر تحریریه: زهره نیلی

همکاران این شماره: مازیار معتمدی، آمنه فرخی، زهره نیلی، ونوس بهنود و گروه هنر خبرگزاری مهر

مدیر هنری: محبوبه عزیزی

شماره تماس: ۸۸۸۰۹۵۰۰

پست الکترونیک: culture@mehmews.com

آدرس: ایران، تهران، خیابان استاد نجات الهی، کوچه بیمه، پلاک ۱۸

علاقه‌مندان می‌توانند مقالات و مطالب خود را برای مجله صنایع فرهنگی مهر ارسال کنند.



۲۰ خرداد ماه روز جهانی صنایع دستی بود. به بهانه این روز، بزرگ‌ترین گردهمایی صنایع دستی کشور با حضور نمایندگان مجلس و مقامات عالی‌رتبه دولت و همچنین هنرمندان برجسته برگزار شد. به این بهانه به گفتگو با بهمن نامور مطلق، معاون صنایع دستی کشور نشستیم و از او درباره تأثیر نمایشگاه‌ها پرسیدیم.

در نمایشگاه صنایع دستی امسال به شش استان بوشهر، هرمزگان، سیستان و بلوچستان، چهارمحال و بختیاری، کهگیلویه و بویراحمد و استان ایلام اسکان رایگان داده شد. باقی هنرمندان هم قرار در خوابگاه‌های کمیته امداد که تمیز و مرتب بود و امکانات خوبی داشت، ساکن شدند و شبی، ۲۵ هزار تومان بابت اسکان پرداختند. همچنین امسال در غرفه‌های پولی نمایشگاه صنایع دستی، نسل جدیدی از هنرمندان و تولیدکنندگان را معرفی شدند. اما جمعی از هنرمندان ساکت نشستند و به پولی شدن غرفه‌ها اعتراض کردند و نامه نوشتند و شرکت در نمایشگاه را تحریم کردند و دوباره مشکلات همیشه مطرح شد که بر سر بیمه هنرمندان چه می‌آید و مشکلات این گروه از هنرمندان با چه تدبیری کمتر می‌شود تا این که مسعود سلطانی‌فر خبر داد که مشکل بیمه هنرمندان صنایع دستی تا نیمه دوم سال جاری برطرف می‌شود.

مجله صنایع فرهنگی در سومین شماره از خود به همه این موارد پرداخته است.

صنایع دستی

ما داریم گام به گام جلو می‌رویم. سال گذشته ایاب-ذهاب را حذف کردیم، امسال هزینه اسکان را. اما یک چیز را هنوز حفظ کرده‌ایم و آن رایگان بودن غرفه‌هاست.

اما ۱۰۰ غرفه از ۴۰۰ غرفه پولی شده است؟

سال گذشته نزدیک به ۱۰۰ غرفه به نهادهای دولتی چون دانشگاه‌ها غرفه داده بودیم. امسال می‌خواهیم تعداد زیادی از این غرفه‌ها را به هنرمندان واگذار کنیم. هستند هنرمندانی که سال گذشته در نمایشگاه شرکت کرده و فروش خوبی داشته‌اند و امسال می‌خواهند بار دیگر به نمایشگاه بیایند اما قانون ما این است که هر هنرمند فقط یک بار می‌تواند در نمایشگاه سالانه‌ای که همزمان با هفته صنایع دستی برگزار می‌شود شرکت کند و این هنرمندان، به طور قانونی نمی‌توانند از امکان حضور در غرفه‌های رایگان بهره ببرند اما چه اشکالی دارد به نمایشگاه بیایند و از غرفه‌های پولی بهره ببرند؟

با این اوصاف نقش معاونت صنایع دستی که باید از همه هنرمندان حمایت کند و برگزاری نمایشگاه رایگان در هفته صنایع دستی، حداقل پشتیبانی از هنرمندان است، زیر سوال می‌رود. مگر می‌توان امکاناتی را فقط به هنرمندان پولدار اختصاص داد؟

ما ۳۵۰ هزار هنرمند و تنها ۳۰۰ غرفه داریم. طبیعی است که هر هنرمند فقط یک بار در تمام عمرش می‌تواند در نمایشگاه رایگان صنایع دستی که در سالن نمایشگاه برگزار می‌شود، شرکت کند.

اما همه هنرمندان، در شمار هنرمندان فعال نیستند

آماري که کارشناسان به من داده‌اند و تاکید داشته‌ام صادقانه باشد این است که ما ۲۶۵ هزار هنرمند داریم اگر از این تعداد، ۵۰ هزار نفر هم فعال باشند، ۵۰ سال طول می‌کشد تا هنرمندی که امسال در نمایشگاه شرکت کرده بار دیگر هم بتواند به نمایشگاه سالانه هفته صنایع دستی بیايد و وقتی نمایشگاه رایگان است چرا همه شرکت نکنند و چرا معاونت صنایع دستی، این امکان را در اختیار همه قرار ندهد. حالا یک تعداد از غرفه‌ها هم پولی است که به جای این که به سازمان‌های دولتی اختصاص یابد در اختیار هنرمندانی قرار می‌گیرد که فروش خوبی داشته‌اند و بار دیگر می‌خواهند به نمایشگاه بیايند. یعنی هدف رسیدن به نسلی از هنرمندان است که از امکان مالی خوبی برخوردارند؟ ما امسال در غرفه‌های پولی نمایشگاه صنایع دستی، نسل جدیدی از هنرمندان و تولیدکنندگان را معرفی می‌کنیم. هدف ما جذب شرکت‌های بالای ۵ میلیارد است. هنرمندان باید به درجه‌ای از توانمندی برسند که دغدغه شرکت در نمایشگاه و هزینه اسکان و رفت و آمد خود به نمایشگاه را نداشته باشند. ما نمی‌خواهیم

۲۰ خردادماه، روز جهانی صنایع دستی بود. به بهانه این روز، بزرگ‌ترین گردهمایی صنایع دستی کشور با حضور نمایندگان مجلس و مقامات عالی رتبه دولت و همچنین هنرمندان برجسته برگزار شد. معاون صنایع دستی به گفته خود از معاونان مرتبط وزارتخانه‌ها، معاونان ریاست جمهوری، سفیران خارجی، رایش‌های اقتصادی سفارتخانه‌ها و ۱۰ نفر از روسای صنایع دستی کشورهای حاشیه خلیج فارس و عمان و کویت و همچنین از هنرمندان برجسته برای شرکت در این گردهمایی دعوت کرده بود تا هم ارزش این هنر را به مردم معرفی کنیم و هم این گردهمایی، بهانه‌ای باشد تا متولیان فرهنگی با هنرمندان و مشکلات آنها آشنا شوند. همچنین، همزمان با این گردهمایی، نمایشگاه صنایع دستی هم برگزار شد. این نمایشگاه، چهارمین نمایشگاه بین‌المللی و بیست و پنجمین نمایشگاه ملی و از مهم‌ترین برنامه‌های نمایشگاهی جهان بود.

در آستانه روز جهانی صنایع دستی به گفتگو با بهمن نامور مطلق، معاون صنایع دستی کشور نشستیم و از او درباره تاثیر نمایشگاه‌ها پرسیدیم. شما را به خواندن این گفتگو دعوت می‌کنیم



معرفی نسل جدید هنرمندان صنایع دستی / هدف جذب شرکت‌های میلیاردی

گفتگو: زهره نیلی

ما هتل ۵ ستاره در اختیار هنرمندان نگذاشتیم. هزینه ایاب-ذهاب و خورد و خوراک را هم فراهم نکردیم.

امسال قرار است که هنرمندان، هزینه اسکان خود را هم تامین کنند. این موضوع باعث می‌شود که به برخی از هنرمندان که در رشته‌های خاص چون حصیربافی فعالیت می‌کنند، فشار بیاید. شاید هنرمندانی که در زمینه خاتم و گلبوم و گبه و مینا فعالیت می‌کنند بتوانند هزینه اسکان و رفت و آمد را پرداخت کنند اما آن که حصیرباف است یا سوزن‌دوز چگونه از پس این هزینه‌ها بر می‌آید؟

قرار است به شش استان بوشهر، هرمزگان، سیستان و بلوچستان، چهارمحال و بختیاری، کهگیلویه و بویراحمد و استان ایلام اسکان رایگان بدهیم. باقی هنرمندان هم قرار است در خوابگاه‌های کمپه‌ای که تمیز و مرتب هستند و امکانات خوبی دارند، ساکن شوند و شبی، ۲۵ هزار تومان بابت اسکان بپردازند.

اما به یکباره نمی‌توان همه امکانات را از هنرمندان گرفت. این کار، نیاز به فرهنگ‌سازی و سنجیدن امکانات آنان دارد؟

صنایع دستی را به بخش خصوصی واگذار کند. می‌دانید، انگار در ایران، فلسفه وجودی نمایشگاه‌ها مشخص نیست و هدف، تنها برگزار کردن آن با هر کیفیتی است. حتی تا دو سال پیش، هزینه‌های برگزاری نمایشگاه، بیش از میزان فروش بود. ضمن این که ما در بخش گفتمان‌سازی هم چندان موفق نبوده‌ایم.

آقای نامور، شما همیشه از متقدنان دولت پیشین بوده و از سیاست‌های حاکم بر سازمان میراث فرهنگی و معاونت صنایع دستی در آن دوره انتقاد کرده‌اید. دولت دهم به پایان رسید و شما دو سال است که سکان‌دار معاونت صنایع دستی هستید. در این دو سال چه اتفاقی برای نمایشگاه‌های ما افتاده است؟

همه تلاش ما بر این است که بخش فروش را تقویت کنیم. برای مثال سال گذشته، ۸۰۰ میلیون تومان برای برگزاری نمایشگاه، هزینه کردیم و میزان فروش ما یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان بود.

چطور هزینه‌های نمایشگاه را کاهش دادید؟ یا نادیده گرفتن پاره‌ای تسهیلات برای هنرمندان صنایع دستی؟

تاثیر نمایشگاه صنایع دستی بر زندگی و افزایش میزان فروش هنرمندان چه بوده؟ به نظر می‌رسد این نمایشگاه‌ها بسیار مقطعی است و هیچ کدام تاثیر بلندمدتی ندارد؟

برگزاری نمایشگاه، از عناصر ضروری و غیرقابل چشم‌پوشی در مدیریت اقتصادی و فرهنگی یک کشور است. ما نمی‌توانیم به راحتی از کنار این مساله بگذریم و نقش و اهمیت نمایشگاه را نادیده بگیریم. کشوری چون ترکیه باران به می‌دهد تا نمایشگاه طلا برگزار شود؛ هدف از این نمایشگاه این است که مدیریت طلا و برندهای مختلف آن از ایتالیا و هنگ کنگ گرفته شود اما ما از اهمیت نمایشگاه بی‌خبریم.

اما نمایشگاه‌های ما جنبه نمادین دارند و تاثیرشان بسیار کوتاه مدت است

ما تنها برگزارکننده هستیم و نمایشگاه‌های ما از یک بهرهوری فرهنگی و اقتصادی بی‌بهره‌اند.

چرا نمایشگاه‌ها در ایران، جنبه نمادین دارند؟ آیا به آسیب‌شناسی این مساله پرداخته‌اید؟

به نظر من دولت باید، نقش خود را کم‌رنگ و کم‌رنگ و برگزاری نمایشگاه

شعار باقی ماند
ما می‌خواهیم نحوه فروش صنایع دستی، متنوع باشد از این‌رو بازارچه‌های قدیمی چون عودلاجان را پس گرفته‌ایم. از سوی دیگر بازارچه‌هایی برای نسل جدید راه‌اندازی کرده‌ایم. امسال از بزرگ‌ترین فروشگاه مجازی رونمایی کردیم و نخستین حراجی صنایع دستی را سروسامان دادیم. همه اینها اتفاقات خوبی بود که نمی‌توان، بی‌تفاوت از کنار آن گذشت.

|| ظاهراً قرار است اتوبوس‌هایی هم به فروش صنایع دستی تعلق بگیرد؟

بله ما یک نمونه فروشگاه سیار در استان مرکزی داشته‌ایم که گردش مالی خوبی داشته است. قرار است امسال تعداد بیشتری واحد سیار داشته باشیم.

|| با این اوصاف در سیاه‌چادرهایی که در نمایشگاه صنایع دستی امسال برگزار می‌شود خبری از آتش و دوغ محلی نیست؟

آن هم بخشی از نمایشگاه است. همه چیز، با هم معنا پیدا می‌کند. چه اشکالی دارد مردم به بهانه گشت و گذار حتی به نمایشگاه بیایند و با صنایع دستی سرزمین خود آشنا شوند و خرید کنند.

|| سال‌ها پیش فروشگاه‌های اینترنتی کتاب، راه‌اندازی شد و از وزارت صنعت و معدن، نشان اعتماد گرفتند. شما با این وزارتخانه، چه ارتباطی داشته‌اید؟

فروشگاه‌هایی که نشان اعتماد دریافت می‌کنند هم امضای معاونت صنایع دستی را بر پیشانی خود دارند هم اتحادیه صنفی را ما دلمان می‌خواست امضای این وزارتخانه هم باشد که نیست. به این معنی که ما علاقه‌مند بودیم وزارت صنعت، در این زمینه با ما همکاری کند و نامه نوشتیم و درخواست دادیم اما پاسخی دریافت نکردیم، اما مشکلی پیش نمی‌آید چون اجازه این کار را دریافت کرده‌ایم.

|| علاوه بر اعتمادسازی چه امکان دیگری در اختیار فروشگاه‌های نشان‌دار قرار می‌گیرد؟

قرار است بانک‌ها، هدیه‌های غیرنقدی خود را به صنایع دستی اختصاص دهند. شاید بهترین امکان این باشد که بانک‌ها تنها از این فروشگاه‌ها می‌توانند خرید کنند. شاید راه‌اندازی بازارچه‌های دائمی، کمک بیشتری به فروش کند. قرار بود بازارچه‌هایی شکل بگیرد و شعار «هر شهر یک بازارچه» هم مطرح شد اما در حد

هنرمندان اعتماد کنیم و بخشی از کار را به اتحادیه صنایع دستی بسپاریم. بر نمایشگاه امسال هم ما نظارت می‌کنیم و هم اعضای اتحادیه.

|| یکی از اتفاقات خوشایند در زمینه فروش صنایع دستی، توجه به فروشگاه‌ها و نشان‌دار کردن آنهاست. معاونت صنایع دستی چه تدابیری برای این بخش در نظر گرفته است؟

۲۰ خرداد و همزمان با نمایشگاه صنایع دستی از نشان اعتماد به فروشگاه‌ها رونمایی می‌شود تا مشتریان با اعتماد بیشتری خرید کنند و مطمئن باشند آنچه می‌خرند ایرانی و با کیفیت خوب و قیمت مناسب است.

|| یعنی این فروشگاه‌ها، تحت نظارت معاونت صنایع دستی خواهند بود؟

پیش از این ما نظارتی بر فروشگاه‌ها نداشتیم اما حالا با این روش بر کیفیت و قیمت کالاها نظارت داریم و فروشگاه‌هایی که این نشان را دریافت می‌کنند علاوه‌بر قیمت منصفانه و کیفیت خوب، تنها بایده ارائه فرآورده‌های دستی ایرانی بپردازند.

به آنان ماهی بدهیم، هدف ما آموزش ماهیگیری به هنرمندان است.

|| و برای رسیدن به این هدف چه کرده‌اید؟ امسال با توجه به حذف هزینه اسکان و رفت و آمد چه کرده‌اید؟

وظیفه ما سیاست‌گذاری و گفت‌وگو است. ما چندین برابر هر سال برای تبلیغات هزینه کرده‌ایم. ما می‌خواهیم سالانه دو نمایشگاه بزرگ در تهران برگزار کنیم. یکی همزمان با هفته صنایع دستی و دیگری همزمان با پاییز.

|| برخی هنرمندان صنایع دستی معتقدند که پولی شدن نمایشگاه‌ها موجب می‌شود تا نظارت چندان‌سی از سوی سازمان میراث وجود نداشته باشد و کالاهای غیر ایرانی ارائه شود؟
ما برآنیم تا نمایشگاه را به بخش خصوصی واگذار کنیم. پولی شدن نمایشگاه، به معنی کم شدن نظارت بر آن نیست بلکه ضمانتی است بر این که کارها از نظارت بیشتری برخوردار باشند. اما دلمان نمی‌خواهد دولت مثل ناظم مدرسه رفتار کند بلکه دلخواه‌مان، این است که به

مدیر کل دفتر صادرات صنایع دستی کشور:

فروش نمایشگاه صنایع دستی ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون بود



نزدیک خواهیم دید.

وی همچنین راه‌اندازی کلینیک مشاوره در نمایشگاه امسال را حرکتی تازه دانست و بیان کرد: این اقدام حرکتی جدید در تاریخ این نمایشگاه است و با استقبال خیلی خوبی از سوی شرکت کنندگان و بازدیدکنندگان همراه شد. در نتیجه آن بسیاری از سوالات و ابهامات فنی و تخصصی آنها پاسخ داده شد.

محمودیان با اشاره به حضور هیات‌های تجاری خارجی در نمایشگاه امسال خاطر نشان کرد: چندین هیات تجاری از کشورهای ژاپن، چین، عمان، هلند و روسیه به بازدید از غرفه‌های پرداختند و اظهار امیدواری کردند که بتوانند زمینه‌های همکاری موثری در حوزه صنایع دستی داشته باشند.

مدیر کل دفتر صادرات صنایع دستی در پایان با تقدیر از حمایت‌های مسئولین سازمان میراث فرهنگی خاطر نشان کرد: با وجود دشواری‌های فراوان حمایت‌های دکتر سلطانی فیر ریاست سازمان و همچنین حمایت‌های دکتر نامورمطلق معاون صنایع دستی کشور در موفقیت تیم اجرایی نمایشگاه امسال بسیار تأثیرگذار بود و در سال همدلی و هم‌زبانی میان دولت و ملت، هدف‌گذاری‌های صورت گرفته در چیتی است که بتوانیم بازرگانی و صادرات صنایع دستی را ارتقاء دهیم و بی‌تردید نمایشگاه امسال گامی محکم در این راه بود.

پویا محمودیان مدیر کل دفتر صادرات صنایع دستی، پس از برگزاری نمایشگاه صنایع دستی کشور، استقبال مردم از نمایشگاه امسال را بسیار مطلوب خواند و گفت: خوشبختانه امسال به واسطه تمهیداتی که در ستاد صنایع دستی کشور صورت پذیرفت، زمینه مطلوبی برای حضور هنرمندان و علاقمندان به صنایع دستی در این نمایشگاه فراهم آمد. وی همچنین افزود: امسال برنامه ریزی‌های صورت گرفته در مسیر رشد فروش هنرمندان و صنعتگران حاضر در نمایشگاه بود که به لطف خدا جمع‌بندی‌های صورت گرفته در خصوص آمار فروش حاکی از موفقیت این برنامه‌ها و تحقق اهداف مربوط به آن است. هنرمندان حاضر در این نمایشگاه نیز ابراز رضایت فراوانی از اقدامات صورت گرفته داشتند.

دبیر اجرایی نمایشگاه هفته صنایع دستی کشور آمار فروش امسال را چشمگیر دانست و گفت: میزان فروش اعلام شده از سوی هنرمندان حاضر در این نمایشگاه بیش از ۲۸ میلیارد ریال است که نسبت به نمایشگاه سال گذشته با افزایشی بیش از ۱۰۰ درصد همراه بوده است و این میزان فروش تحلیل‌گران و فعالان این حوزه را به شگفتی واداشته است.

او در پاسخ به این که سال گذشته، ۸۰۰ میلیون برای نمایشگاه هزینه شد و میزان فروش یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان بود، این نسبت، امسال چگونه است گفت: ما امسال، ۴۰۰ میلیون تومان هزینه کردیم و بیش از ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون فروش داشتیم. محمودیان همچنین از نظر میزان ثبت سفارشات نیز این نمایشگاه را ممتاز خواند و خاطر نشان کرد: امسال در زمینه ثبت سفارشات هم با رشد خوبی مواجه بودیم. به طوری که میزان سفارشات خرید ثبت شده به رقمی بالغ بر یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان رسید که پستوانه خوبی برای تولید مشارکت کنندگان در نمایشگاه امسال بود.

مدیر کل صادرات صنایع دستی کشور با اشاره به فضای تعاملی ایجاد شده در این رویداد، افزود: با برنامه ریزی‌هایی که در ستاد صورت دادیم بستری مناسب در ایام نمایشگاه ایجاد شده تا تولید کنندگان و تجار صنایع دستی بتوانند به طور مستقیم با هم به تعامل و گفت و گو بپردازند و بی‌تردید نتایج این مسئله را در آینده

۱۴ هنرمند برگزیده صنایع دستی تجلیل شدند

همزمان با ۲۰ خرداد روز جهانی صنایع دستی از ۱۴ هنرمند، کارآفرین، مدیر استانی و خبرنگار حوزه صنایع دستی و هنر سنتی تجلیل شد. یدالله نیکزاد هنرمند فعال در رشته قفل سازی، مهدی شمسه‌علی زری باقی گلابتون سازی، بهرام نغری مدرس صنایع دستی دانشگاه هنر، یاسر یامی هنرمند فعال در رشته چوب، سعید کیانی هنرمند رشته فلزکاری مورد تقدیر قرار گرفتند.

همچنین از کامل تقوی نژاد مدیر عامل بانک سپه به خاطر بالاترین تخصیص اعتبار به جواز صنایع دستی در دو سال اخیر و اصغر نورالله زاده مدیر عامل صندوق مهر امام رضا تجلیل شد. کارآفرینانی که در این مراسم مورد تقدیر قرار گرفتند هادی چاپک کارآفرین استان تهران و فاطمه زاکریان کارآفرین خراسان جنوبی در رشته حوله بافی بودند. صبا منوچهری مدیر مجموعه اقامتی خانه تاریخی منوچهری و افشین حیدری مدیر کل استان خوزستان نیز تجلیل شدند. در مراسم بزرگداشت روز جهانی صنایع دستی از کتیم فاضل برای احیای زیورآلات سنتی و همچنین از مسعود ملکی خبرنگار خبرگزاری تسنیم تجلیل شد.

انتقاد هنرمندان به پولی شدن نمایشگاه صنایع دستی / استانداردی هست؟



آن عمل شود.

وقتی نمایشگاه پولی می شود، استاندارد وجود ندارد

به گفته شهرام امیری وقتی نمایشگاه های صنایع دستی پولی می شود نمی توان انتظار داشت که استاندارد وجود داشته باشد و رعایت شود. در نمایشگاه های پولی، طبیعتا بسته بندی درستی وجود ندارد. غرفه داران به ارائه محصولات چینی و آش دوغ و ترشک و لواشک هم می پردازند تا هزینه غرفه را تامین کنند از سوی دیگر همه هنرمندان نمی توانند در این نمایشگاه ها شرکت کنند. هنرمند حسیب باقی که از خوزستان یا هرمزگان به تهران آمده چگونه می تواند هم اجازه غرفه را بپردازد و هم هزینه اسکان را؟ این هنرمند صنایع دستی، خرد را بدترین زمان ممکن برای برگزاری نمایشگاه صنایع دستی می داند و می گوید: می توان ۲۰ خرداد یک نمایشگاه یک روزه، به صورت سمبلیک برگزار کرد و روز جهانی صنایع دستی را گرامی داشت اما خرداد با توجه به همزمانی با امتحانات بچه ها اصلا فرصت خوبی برای برگزاری نمایشگاه نیست و خوب است که نمایشگاه صنایع

دستی همزمان با دهه فجر، یا همزمان با نمایشگاه پوشاک بهاره برگزار شود.

به بهانه جوان گرایی، پیشکسوت کشی نکنیم

امیری، گفته های خود را با این پرسش ادامه می دهد که مسئولان صنایع دستی می گویند، بهتر است هر سال یک تعداد مشخص از هنرمندان در نمایشگاه شرکت نکنند. مگر ما چند قهرمان در حوزه صنایع دستی داریم؟ چند هنرمند مطرح در سطح هر استان وجود دارند؟ چرا هر سال شعار جوان گرایی را مطرح می کنند و به این بهانه، حقوق پیشکسوتان را نادیده می گیرند؟

وی نوگرایی را ضرورت صنایع دستی می داند و می گوید: ما ناچاریم یک چیزهایی را به روز کنیم گرچه معاون صنایع دستی یک روز به لزوم نوگرایی اشاره می کند و روز دگر می گوید ما باید هنرهای سنتی و صنایع دستی خود را همان طور که هست حفظ کنیم و نگه داریم. اگر به این وضع جلو رویم ما هنری نداریم که مشخصه و مولفه عصر ما باشد. به این معنی که هنر دوره صفوی و قاجاریه مشخص است اما آنچه ویژگی دوره معاصر باشد کدام است؟!



بودجه مستقلى به صنایع دستی تعلق بگیرد

شاهرخ پوری، هنرمند فعال در زمینه نمدالی نیز با انتقاد از پولی شدن نمایشگاه های صنایع دستی می گوید: ۲۰ خرداد روز جهانی صنایع دستی است. هر سال نمایشگاه هایی که از سوی معاونت و در تهران برگزار می شد، رایگان بود؛ هزینه اسکان هم پرداخت می شد. امسال ۱۰۰ غرفه پولی شده و هنرمندان باید هزینه اسکان خود را بپردازند و این به ضرر صنایع دستی کشور است.

ه گفته این هنرمند چرا باید بین هنرمندان صنایع دستی، تفاوت گذاشته شود؟ چرا کسانی که می توانند پول بیشتری پرداخت کنند، باید غرفه های بهتری در اختیار داشته باشند؟ چرا نباید همه هنرمندان از امکانات یکسان بهره ببرند و اسکان شان، رایگان باشد؟ من نمی گویم هتل پنج ستاره داشته باشند اما معاونت صنایع دستی می تواند خانه معلم و خوابگاه های دانشجویی را برای اقامت آنها در نظر بگیرد. پوری معتقد است: سازمان میراث فرهنگی باید هزینه جداگانه و مستقلى را به معاونت صنایع دستی اختصاص دهد. اصلا چه اشکالی دارد صنایع دستی چون گذشته، به طور مستقل رفتار کند و سازمان جدا و بودجه مستقلى وجود داشته باشد. آن زمان تکلیف هنرمندان هم روشن می شود و صنایع دستی مثل توپ فوتبال از این سو به آن سو نمی رود.

اما تحریم ها شکسته شد و هنرمندان به نمایشگاه صنایع دستی آمدند. به این معنی که ششم خرداد ماه جلسه ای با حضور بهمن نامور مطلق، معاون و پویا محمودیان مدیرکل توسعه صادرات صنایع دستی کشور برگزار و قرار شده تا معاونت نامبرده هزینه اسکان هنرمندان شش استان محروم چون کهگیلویه و بویراحمد، بوشهر، خوزستان و سیستان و بلوچستان را فراهم آورد تا هنرمندان این استان ها بتوانند در این نمایشگاه شرکت و آثار خود را ارائه کنند. به نظر می رسد وقتی متولیان فرهنگی و مسئولان سازمان میراث فرهنگی از اقتصاد مقاومتی و صادرات غیرنفتی سخن می گویند زمینه های لازم برای رونق گردشگری و حمایت از صنایع دستی را هم فراهم آورند. حمایت از صنایع دستی به معنی تامین مواد اولیه و گسترش بازارهای فروش و معرفی و تبلیغ است. نسل امروز زمانی به فرآورده های دستی و هنرهای سنتی خود علاقه مند می شود که آن را بشناسد و بر سازمان صدا و سیماست که ببا ساخت مستند و فیلم این ارزش ها را به جوانان معرفی کند.

سازمان های دولتی می توانند مبلغی از درآمد خود را به خرید صنایع دستی اختصاص دهند. بانک ها از این کالاها که نشان دهنده فرهنگ و هویت ماست، به عنوان جوایز غیرنقدی بهره ببرند و وزارت فرهنگ و ارشاد، معضل بیمه و مستمری هنرمندان این رشته را جدی بگیرد چون مستمری ۱۸۰ هزار تومان در ماه، زندگی برخی از این افراد را تامین می کند.

قرار بود امسال، همزمان با روز جهانی صنایع دستی، ۲۰ خردادماه نمایشگاهی در سالن نمایشگاه های بین المللی تهران برگزار شود (که شد). مطابق اطلاعاتی که مرکز روابط عمومی سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی برای ثبت نام هنرمندان در نمایشگاه اعلام کرده، معاونت صنایع دستی قرار است، امسال، برخلاف سال های گذشته، تنها هزینه قضا و غرفه سازی را در اختیار هنرمندان بگذارد.

همچنین این معاونت علاوه بر سهمیه محدود تعیین شده برای مشارکت هنرمندان استان ها، در نظر دارد تعدادی غرفه با امکانات متعارف چون موکت و صندلی را به صورت آزاد و از قرار متری ۷۵ هزار تومان در اختیار هنرمندان استان های مختلف قرار دهد.

این شرایط با اعتراض و انتقاد برخی از فعالان حوزه صنایع دستی مواجه شده است.

نمایشگاه های پولی در طول سال هم برگزار می شوند

شهرام امیری، یکی از هنرمندان پیشکسوت در زمینه هنر منبت و معرق است. او پولی کردن نمایشگاه های صنایع دستی را به نابودی کشاندن این هنر می داند و می گوید: نمایشگاه های پولی که در طول سال به همت سازمان های مختلف برگزار می شود و هر هنرمندی که بخواهد و توان مالی اش را داشته باشد در آن شرکت می کند اما ۲۰ خرداد روز جهانی صنایع دستی است و نمی توان از هنرمندان خواست که در این روز پولی را برای شرکت در جشنی که برای ایشان ترتیب داده شده پرداخت کنند.

او در پاسخ به این که در نمایشگاه امسال، تنها ۱۰۰ غرفه از ۴۰۰ غرفه پولی شده است، می گوید: همه اینها مقدمه ای برای پولی کردن نمایشگاه های صنایع دستی است. وقتی معاونت متبوع به برگزاری این نمایشگاه ها می بالد و آن را جزو کارنامه کاری خود می داند چرا هنرمندان باید پولش را بپردازند؟ از سوی دیگر وقتی غرفه ها پولی شود هم پای دلال ها به میان می آید هم کالاهای غیرایرانی فروخته می شود و هم هنرمندانی در نمایشگاه های این چنینی شرکت می کنند که پول بیشتری دارند.

به گفته امیری، معاون صنایع دستی، بی اطلاع از وضعیت هنرمندان است و نمی داند ۷۰ درصد کارتهایی که از سوی این معاونت برای ۳۵ هزار نفر از هنرمندان صادر شده، به کار نمی آید. من بعید می دانم این تعداد هنرمند فعال در زمینه صنایع دستی و هنرهای سنتی داشته باشیم. دوستان به خاطر رابطه ها شان کارت گرفته و بیمه شده اند اما یا هنرمند نیستند یا فعالیت مستمری ندارند.

این هنرمند منبت و معرق، حمایت از صنایع دستی را جزو دستورات رهبری می داند و می گوید: معاونت صنایع دستی، طبق قانونی که برایش تعریف شده باید رویکرد حمایتی داشته باشد؛ کاسب کاری با شرح وظایف این معاونت چور در نمی آید از سوی دیگر حمایت از فرآورده های دستی و کارگاه های خانگی، جزو دستورات مقام معظم رهبری است که باید به



رئیس سازمان میراث فرهنگی کشور: صنایع دستی نیازمند افزایش کیفیت، نوآوری و تقویت بازرگانی است

مسعود سلطانی فر رئیس سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری در مراسم بزرگداشت روز جهانی صنایع دستی که در محل دائمی نمایشگاه‌های تهران برگزار شد یکی از راه‌های خروج از رکود اقتصادی را توجه به اقتصاد مقاومتی دانست و افزود: ما با رعایت اصول اقتصاد مقاومتی و دبیر و دوراندیشی می‌توانیم به سمتی حرکت کنیم که تورم را کاهش دهیم سرمایه‌گذاری افزایش یابد و شرایط بهتری برای نسل جدید کشور فراهم شود. این عزم و اراده در بین همه مسئولان کشور در سطوح مختلف وجود دارد. در بخش صنایع دستی نیز اتفاقات خوبی افتاده گرچه هنوز به این قانع و راضی نیستیم و فکر می‌کنیم که باید از ظرفیت‌های خود بیشتر استفاده و راه را برای بخش خصوصی باز کنیم.

رئیس سازمان میراث فرهنگی کشور به رشد ۴۰ درصدی صادرات صنایع دستی در سال ۹۳ نسبت به سال ۹۲ اشاره و بیان کرد: گرچه ما با رشد صادرات در زمینه صنایع دستی روبرو بوده‌ایم اما هنوز هم از ظرفیت‌های موجود در این بخش چندان که باید و شاید استفاده نکرده‌ایم. ما باید زیرساخت‌ها را فراهم آوریم. بازارچه‌های محلی، استانی و ملی داشته باشیم، تعداد نمایشگاه‌ها را افزایش دهیم و بخش خصوصی را بیش از گذشته وارد میدان کنیم.

سلطانی‌فر با اشاره به راه‌اندازی دو هزار کارگاه جدید در دو سال گذشته گفت: طی دو سال گذشته توانسته‌ایم با سیستم بانکی و با وزارتخانه‌های مختلف همکاری داشته باشیم و با فراهم آوردن تسهیلاتی دو هزار کارگاه جدید ایجاد کنیم اما هنوز هم در مناطق روستایی و محروم ما ظرفیت‌های بسیاری وجود دارد که نباید بی‌تفاوت از کنار آن بگذریم.

رئیس سازمان میراث فرهنگی همچنین بیان کرد: افزایش کیفیت تولید صنایع دستی از جمله مواردی است که امسال به آن می‌پردازیم. وقتی ما ادعای می‌کنیم که یکی از قدرت‌های دنیا در تولید صنایع دستی هستیم پس باید به کیفیت این

کالاها نیز توجه کنیم. همچنین تقویت بخش بازرگانی و تمرکز بر فروش و صادرات صنایع دستی و راه‌اندازی فروشگاه‌های سیرا، مجازی، بازارچه‌های سنتی و حراج صنایع دستی از دیگر مواردی است که در سال جدید به آن توجه می‌کنیم. به گفته سلطانی فر نوآوری یکی دیگر از مواردی است که سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری در ارزیابی کار هنرمندان به آن توجه می‌کند. هنرمندانی مورد حمایت سازمان قرار می‌گیرند که کارهایشان آن خلایقه باشد.

صنایع دستی نیازمند یک رشد متداوم است

حسن طاعی معاون اشتغال وزارت کار رفاه و امور اجتماعی نیز هنرمندان را کارآفرین دانست و گفت: کارآفرینی رمز خلاقیت و تولید است. وقتی هنرمندی اعتماد به نفس داشته باشد و با ایهام، استقلال، خودجوشی و منحصر به فرد بودن به ماهیت هنرمند را تشکیل می‌دهد یکی شود به کارهای خلایقه دست می‌زند.

به گفته او صنایع دستی کشور نیازمند شناخت بازار و سلیقه مخاطب است و آنچه در این زمینه اهمیت دارد موضوع تجاری سازی و برندسازی است. هنرمندان صنایع دستی در دنیای امروز نمی‌توانند به طور انفرادی فعالیت کنند و باید در چارچوب شبکه‌ها به تولید و خلاقیت بپردازند.

طاعی تداوم رشد را یکی دیگر از ضروریات حوزه صنایع دستی دانست و گفت: رشد زیگزاکی نمی‌تواند حامی فعالیت‌های خلاقانه باشد. هنرمندان ما به یک رشد دائمی و متداوم نیاز دارند که لازمه آن نوآوری و خلاقیت است.

معاون اشتغال وزارت کار و امور اجتماعی با اشاره به اهمیت نهادهای ملی گفت: صنایع دستی ما جزو نهادهای ملی است که باید به آن توجه شود چراکه نشان دهنده تعامل میان مردم و وسیله‌ای برای بهبود زیست آنهاست.

تبادل اطلاعات بین کشورهای آسیا و اقیانوسیه از جمله اهداف ماست

رئیس منطقه‌ای غرب آسیا و اقیانوسیه در شورای جهانی صنایع دستی هم در این مراسم گفت: تبادل اطلاعات بین کشورهای آسیا و اقیانوسیه از جمله اهداف ماست.

غدا هیجای به پنجاهمین سالگرد شورای جهانی شکل گیری این شورا اشاره و بیان کرد: WCC اکتبر ۲۰۱۴ پنجاهمین سالگرد خود را جشن گرفت. این شورا فعالیت‌های مرتبط با صنایع دستی را در ۵ قاره دنبال می‌کند و مسئولان تمام مناطق از یک الگوی واحد پیروی می‌کنند. ایران نیز در فاصله سالهای ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۶ مسئول بخش منطقه‌ای جنوب غرب آسیا بوده است.

رئیس شورای منطقه‌ای آسیا و اقیانوسیه به پروژه‌های این شورا در زمینه صنایع دستی اشاره کرد و گفت: جایزه سالانه صنایع دستی که به بهترین‌ها اعطا می‌شود یکی از پروژه‌های ما در شورای غرب آسیاست. آخرین جلسه هیات داوران در سال ۲۰۱۴ برگزار شد. ۱۱۴ محصول از غرب آسیا انتخاب شدند که ۳ نمونه از ایران، ۲ نمونه از عمان، یک نمونه از کویت و یک نمونه از فلسطین در شمار این محصولات این برگزیده بودند. دوره بعدی هیات داوران در کویت برگزار می‌شود تا از صنایع دستی برتر تجلیل کند.

همچنین اعطای جایزه سالانه به شهر صنایع دستی نیز یکی دیگر از پروژه‌های ماست. در سال ۲۰۱۴، ۳ شهر و در ۲۰۱۵، ۴ شهر به عنوان شهرهای برگزیده نامزد شدند. در سال ۲۰۱۶ نیز شهرهایی از چین، هند، شیلی و ایران اعلام آمادگی کرده‌اند.

به گفته هیجای، آموزش صنایع دستی نیز یکی دیگر از پروژه‌هایی است که شورای جهانی صنایع دستی دنبال می‌کند. نشر مقالات در زمینه صنایع دستی نیز یکی دیگر از مواردی است که شورای منطقه‌ای غرب آسیا به آن می‌پردازد.

اما تعامل بین کشورهای مختلف منطقه، تبادل اطلاعات میان فعالان صنایع دستی، برگزاری نمایشگاه‌ها و کارگاه‌های آموزشی، ارتقای مهارت‌های بخش فروش و طراحی فرآورده‌های نوین از جمله مواردی است که در شورای منطقه‌ای آسیا و اقیانوسیه به آن پرداخته می‌شود.

وی هنرمندان صنایع دستی را اسکل و چارچوب هنر و خلاقیت در جامعه توصیف و بیان کرد: در واقع این افراد طراحان و نقش آفرینانی هستند که ارزش‌های غیرقابل بیان را به شکل هنری به تصویر کشیده و گسترش دهندگان فرهنگ و آشنایی با ملتها هستند.

هیجای همچنین گفت: در روز جهانی صنایع دستی گرد آمده‌ایم تا از دستاوردهای این هنر حمایت کنیم و نباید اجازه دهیم صنایع دستی تحت تاثیر وقایع بیرونی قرار گیرد. چرا که فرآورده‌های دستی، انتقال دهنده فرهنگ و دانش بومی هستند و باید توسط مسئولان و دست‌اندرکاران مورد حمایت قرار گیرند.

وی با بیان اینکه میراث فرهنگی کشورها در قاب صنایع دستی تجلی یافته است و از نقطه نظر اقتصادی نیز بسیار ارزشمند هستند، ابراز داشت: می‌دانیم که خلاقیت به تنهایی و بدون استفاده از مهارت می‌تواند منجر به آفرینش هنر شود و بدیهی است که کشور ایران سطح بالایی از مهارت را در رشته‌های صنایع دستی دارد.

رئیس شورای جهانی صنایع دستی در منطقه آسیا و اقیانوسیه تأکید کرد: در واقع هنر و از جمله صنایع دستی باید سه فرآیند طراحی و نقشه‌تولید و عرضه مناسب را به شکل همزمان طی کند تا قادر به ادامه و بقا باشد.

وی اضافه کرد: در حال حاضر عرضه صنایع دستی ایران در جهان محدود است و امیداریم با فراهم کردن امکانات کمک کنیم مردم جهان از این هنر ایرانی به شایستگی بتوانند استفاده کنند.



مشکل بیمه هنرمندان صنایع دستی از نیمه دوم سال جاری حل می شود

یکی از دغدغه‌های جدی هنرمندان صنایع دستی، بحث بیمه آنها است؛ کمترین امکانی که سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری می‌تواند در اختیار هنرمندان صنایع دستی و هنرهای سنتی قرار دهد.

با این حال از شهریور ۹۳ تاکنون هنرمندان و صنعتگرانی که به معاونت صنایع دستی مراجعه کرده‌اند تا از حداقل حقوق خود که همان بیمه است، بهره‌مند شوند، از این خدمات بهره‌مند نشده‌اند. جز این، بیمه تعدادی از هنرمندان عرصه هنرهای سنتی و صنایع دستی به دلیل آنچه «منسوخ شدن هنرشان» عنوان شده، قطع شده است.

مسعود سلطانی‌فر، رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی، و گردشگری در جمع معدودی از خبرنگاران که همزمان با روز جهانی صنایع دستی به سالن خلیج فارس نمایشگاه بین‌المللی تهران رفته بودند گفت: ما با وزارت کار، رفاه و امور اجتماعی تعامل برقرار کرده‌ایم تا هنرمندانی که موفق به دریافت کارت از معاونت صنایع دستی شده‌اند و فعالیت مستمر در این زمینه دارند بیمه شوند. صنعتگرانی هم که بیمه‌شان، قطع شده از نیمه دوم سال جاری، دوباره بیمه می‌شوند.

معاون رئیس جمهور در پاسخ به این که وضعیت مستمری هنرمندان صنایع دستی چه می‌شود گفت: با رفع مشکل بیمه، وضعیت مستمری هنرمندان هم اصلاح می‌شود و به سامان می‌رسد. او همچنین به رشد ۴۰ درصدی صادرات صنایع دستی در سال ۹۳ نسبت به سال ۹۲ اشاره و بیان کرد: گرچه ما با رشد صادرات در زمینه صنایع دستی روبرو بوده‌ایم اما هنوز هم از ظرفیت‌های موجود در این بخش چندان که باید و شاید استفاده نکرده ایم. ما باید زیرساخت‌ها را فراهم آوریم، بازارچه‌های محلی، استانی و ملی داشته باشیم، تعداد نمایشگاه‌ها را افزایش دهیم و بخش خصوصی را بیش از گذشته وارد میدان کنیم.

سلطانی‌فر همچنین بیان کرد: افزایش کیفیت تولید صنایع دستی از جمله مواردی است که امسال به آن می‌پردازیم. وقتی ما ادعا می‌کنیم که یکی از قدرت‌های دنیا در تولید صنایع دستی هستیم پس باید به کیفیت این کالاها نیز توجه کنیم. همچنین تقویت بخش بازرگانی و تمرکز بر فروش و صادرات صنایع دستی و راه‌اندازی فروشگاه‌های سیار، مجازی، بازارچه‌های سنتی و حراج صنایع دستی از دیگر مواردی است که در سال جدید به آن توجه می‌کنیم. از سوی دیگر، هنرمندانی مورد حمایت سازمان قرار می‌گیرند که کارهایشان آن خلایقه باشد.



«ویلا» به پیاده‌راه صنایع دستی تبدیل می‌شود

ای کاش در بیست و پنجمین نمایشگاه ملی صنایع دستی به این موضوع پرداخته می‌شد.

وی ادامه داد: یکی دیگر از مواردی که باید به آن توجه شود، معرفی ارزش افزوده صنایع دستی و فراهم آوردن بسته‌های لازم برای سرمایه‌گذاری سازمان‌ها و شرکت‌های دیگر است. گرچه ما هنوز نتوانسته‌ایم طوری برنامه‌ریزی کنیم که سازمان‌های مختلف از صنایع دستی، جهت توانمندی اقتصاد ملی بهره ببرند.

او در پاسخ به این سوال که شهرداری و سازمان‌های مرتبط دیگر هم، همزمان با هفته صنایع دستی، نمایشگاه‌هایی را برگزار می‌کنند اداره کل میراث فرهنگی و صنایع دستی استان تهران چه تعاملی با این سازمان‌ها و نهادها دارد؟ گفت: سیاست ما این است که از بخش‌های مختلف، جهت توسعه صنایع دستی کمک بگیریم، ما باید چون یک نهاد متولی و سیاست‌گذار رفتار و چارچوب‌ها را مشخص کنیم؛ باقی موارد بهتر است برعهده سازمان‌های مختلف باشد و ما تنها بر کار آنان نظارت داشته باشیم.

خسروآبادی در ادامه بیان کرد: چرا من باید مانع یک توسعه شهری باشم، من باید به شهرداری کمک کنم نه این که جلوی فعالیتش را بگیرم. اما خوب است ملاک و معیار و چارچوبی وجود داشته باشد که هیچ کس از آن تخلف نکند و گرنه مردم از رفتن به نمایشگاهی که استانداردها را رعایت نکرده، ناامید می‌شوند.

مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران همچنین از نامه‌نگاری‌هایی با مصلای امام خمینی (ره) خبر داد و گفت: ما نامه نوشته‌ایم تا از سال آینده نمایشگاه هفته صنایع دستی در مصلای برگزار شود چون رفت و آمد به این مکان آسان‌تر است؛ اما زمان نمایشگاه را نمی‌توان تغییر داد چون جشنی است که برای روز جهانی صنایع دستی و همزمان با این تاریخ گرفته می‌شود.

مدیرکل اداره میراث فرهنگی و صنایع دستی استان تهران گفت: اگر معاونت ترافیک تهران، مسیر جایگزینی برای خیابان نجات‌اللہی ویلا در نظر بگیرد، این خیابان در آینده نزدیک به پیاده‌راه صنایع دستی تبدیل می‌شود. رجبعلی خسروآبادی از تبدیل خیابان شهید استاد نجات‌اللہی (ویلا) به پیاده‌راه صنایع دستی خبر داد و افزود: یک خیابان برای آن که به بورس تبدیل شود به دو ویژگی نیاز دارد: یک جامع باشد و دیگر مانع. خیابان ویلا از جامعیتی برخوردار است به این معنی که انواع صنایع دستی را در آن می‌توان یافت اما هنوز، آنچنان که باید و شاید، مانع نیست.

او در پاسخ به اینکه «مانع» بودن به چه معناست گفت: مانع بودن یعنی این که برای کسی به صرفه نباشد که غیر از صنایع دستی، چیز دیگری در خیابان ویلا بفروشد مثل سهرامین حضور که فقط به لوازم خانگی اختصاص دارد.

خسروآبادی از نامه‌نگاری و تشکیل جلسه با شورای شهر و معاونت ترافیک خبر داد و گفت: ما با معاونت ترافیک تهران صحبت کرده‌ایم تا خیابان و مسیر جایگزینی را تعریف کنند. چرا که در تهران بهترین محل برای تبدیل به بازارچه صنایع دستی، خیابان ویلاست و ما نباید دنبال احداث فضاهای تازه و غیرواقعی باشیم، در حالی که خیابان‌هایی مثل خیابان ویلا آماده تبدیل شدن به بازارچه است.

به گفته او یکی دیگر از مواردی که باید به آن توجه شود، معرفی ارزش افزوده صنایع دستی و فراهم آوردن بسته‌های لازم برای سرمایه‌گذاری سازمان‌ها و شرکت‌های دیگر است. گرچه ما هنوز نتوانسته‌ایم طوری برنامه‌ریزی کنیم که سازمان‌های مختلف از صنایع دستی، جهت توانمندی اقتصاد ملی بهره ببرند.

خسروآبادی همچنین، بسته‌بندی را یکی از مشکلات عمده صنایع دستی دانست و افزود: یکی از عمده‌ترین مشکلات صنایع دستی، وضعیت بسته‌بندی است.

مدیرکل حمایت از تولید صنایع دستی برکنار شد

مدیرکل حمایت از تولید معاونت صنایع دستی کشور برکنار شد. هنوز جایگزین او معرفی نشده است. به گزارش خبرنگار مهر کامران سبزه‌میدانی مدیرکل

حمایت از تولید معاونت صنایع دستی کشور دیروز، اول تیرماه برکنار شد. به گفته بهمن نامورمطلق، معاون صنایع دستی کشور، هنوز جایگزین او انتخاب و معرفی نشده است.

صدور و تمدید کارت شناسایی هنرمندان صنایع دستی، صدور و تمدید پروانه تولید کارگاهی، تاسیس شرکت‌های تعاونی مرتبط با صنایع دستی، شناسنامه مراکز آموزش عمومی و کوتاه مدت، مشخصات مریبان این مراکز، آموزش شاغلان صنایع دستی و... از جمله وظایف اداره کل حمایت از تولید صنایع دستی است.

بهمن نامورمطلق، معاون صنایع دستی کشور، در پاسخ به این که چرا کامران سبزه‌میدانی، مدیرکل حمایت از تولید صنایع دستی برکنار شد گفت: هدف ما تخریب هیچ کس در معاونت صنایع دستی نبوده و نیست. ایشان، شش سال مدیرکل حمایت از تولید بودند و ما می‌خواستیم روح تازه‌ای در این بخش از معاونت صنایع دستی بدمیم. او در پاسخ به این که چطور این تصمیم به یکباره گرفته شد گفت: ما از مدت‌ها پیش به این نتیجه رسیده بودیم اما اجرایی کردن آن را به‌لأخر خرداد و به پایان رسیدن نمایشگاه صنایع دستی و بزرگداشت روز جهانی صنایع دستی موکول کردیم.

تشخیص اصالت سنگ قیمتی دشوار است/ جنس چینی یا فیروزه‌نیشابور

نمی‌شود. برای مثال، فرم خاص شکستن عقیق نشان می‌دهد که اصل است یا فرع... در کل مخاطبان عادی، بهتر است به فروشنده خود اعتماد نکنند.

به گفته این هنرمند، سنگ‌ها انرژی خاص خود را دارند و برای هر گروه و ماه تولدی، سنگ خاصی وجود دارد. حتی امروز با سنگ‌ها درمان می‌کنند. البته تأثیر سنگ از طریق پوست خیلی کم است اما برخی به سنگ و انرژی آن باور دارند. پرآرور که بیشتر زمان خود را به آموزش معطوف کرده گفت: هنرجویی هست که ظرف یک هفته، کار را یاد می‌گیرد؛ هنرجویی هم هست با ۱۰ جلسه آمدن چیزی را یاد نمی‌گیرد این به استعداد خودشان بستگی دارد. اما من دوره‌ها را به دو دسته تقسیم کرده‌ام: مقدماتی و پیشرفته که مرحله مقدماتی ۱۰ جلسه است و من ۷۰۰ هزار تومان دریافت می‌کنم.

سنگ‌های چینی راه را بر سنگ‌های اصیل ایران بسته‌اند
فهیمة پرآرور معتقد است امروز سنگ‌های بسیاری از چین و هند به ایران می‌آید. مثلاً عقیق بمن ۱۵۰ هزار تومان و مشابه همان ولی چینی، ۱۵ هزار تومان است و این مخاطب را به اشتباه می‌اندازد. از سوی دیگر، این روزها یاقوت هندی باب شده؛ در حالی که یاقوت هندی معنا ندارد و آنچه هست سنگ گارنت قرمز است.

به گفته او دولت باید تمهیداتی را در نظر بگیرد که جلوی واردات بی‌رویه سنگ گرفته شود. وقتی ما فیروزه نیشابور داریم چه نیازی به فیروزه هندی وجود دارد؟



جای استفاده از فلزات گرانبها چون طلا و نقره از زیورآلاتی که تنوع بیشتری دارد و از سنگ‌های تراش خورده در ساخت آن استفاده شده، بهره ببرند. وی در کار خود از انواع سنگ‌ها جز الماس بهره می‌برد و می‌گوید: سنگ‌ها درجه سختی دارند؛ الماس، سخت‌ترین سنگ است. من بیشتر سنگ‌هایی با درجه سختی متوسط چون عقیق و کوآرتز و فیروزه را انتخاب و همه این سنگ‌ها را با گشت و گذار در ایران انتخاب و تهیه می‌کنم. پرآرور می‌گوید تمام ایران را گشته است، او با توری به شمال رفته و از آنجا به تمام ایران سفر کرده. به گفته او، وقتی همه مسافران، روی زمین به دنبال سنگ می‌گشت‌اند، هر منطقه‌ای، سنگ ویژه خود را دارد. برای مثال در زاهدان و ختیر بیرجند، سنگ پشم فراوان است.

مخاطب عادی سنگ اصل و فرع را نمی‌شناسد

این هنرمند فعال در زمینه تراش سنگ‌های قیمتی، به راه‌های شناخت سنگ‌های اصل از فرع اشاره و بیان کرد: برای مخاطب عادی، شناخت سنگ کار دشواری است. ضمن این که بعضی سنگ‌ها تا شکسته نشوند، ارزش واقعی‌شان، مشخص

پرآرور معتقد است کسانی که سنگ‌های گوناگون را خریداری می‌کنند باید از فروشنده، فاکتور دریافت کنند. فاکتوری که در آن وزن، میزان خلوص و دیگر ویژگی‌های آن سنگ آمده است. خود پرآرور، این امکان را به کسانی که از او خرید می‌کنند می‌دهد تا هر زمان، دلشان خواست سنگی را که از او خریداری کرده‌اند به همان قیمت به او برگردانند. این هنرمند فعال در زمینه تراش سنگ، در پاسخ به این که ممکن است سنگ مورد نظر که خریدار به شما برمی‌گرداند، گران‌تر شده باشد گفت: در عوض، مدتی از این سنگ استفاده کرده است. گرچه بیشترین مشتریان خود من، اقوام و دوستان هستند.

گرایش به سنگ، از تمایلات روز دنیاست

پرآرور، سنگ‌ها را متناسب با ارزش اقتصادی‌شان به سه دسته تقسیم می‌کند و می‌گوید: سنگ‌ها به قیمتی، نیمه قیمتی و تزئینی تقسیم می‌شوند و از آنجا که در ایران معادن بسیاری وجود دارد، تراش سنگ می‌تواند به هنری درآمدزا و کارآفرین تبدیل شود. ضمن این که گرایش به سنگ، یکی از تمایلات روز دنیاست و مردم ترجیح می‌دهند به

فهیمة پرآرور، هنرمند فعال در رشته تراش سنگ‌های قیمتی در گفتگو با خبرنگار مهر و در پاسخ به این که چگونه با جواهر و طلافروشان برای ارائه و معرفی کارهای خود ارتباط برقرار کرده است گفت: من کار خود را از سال ۱۳۸۰ آغاز کردم و تقریباً به‌طور خودآموز تراش سنگ را فرا گرفته و از همان ابتدا به این نتیجه رسیدم که بهتر است کارهای خود را مستقیم در اختیار مخاطب بگذارم و واسطه‌ها را حذف کنم. به همین خاطر از همان ابتدا، کارهای من قاب یا زنجیر و یا حلقه داشت و به شکل انگشتر و آویز گردن و گوشواره درمی‌آمد. وی با اشاره به این که فرهنگ خرید سنگ، هنوز در کشور ما جا نیفتاده گفت: بیشتر خانواده‌ها زیورآلات را هم، اندوخته‌ای برای خود می‌دانند و ترجیح می‌دهند طلا بخرند. از سوی دیگر بسیاری مواقع برای خود ما پیش آمده که برای فروش زیورآلات خود به طلافروشی رفته‌ایم و گفته‌اند: «خوب، سنگش که هیچ؛ اما طلای آن، فلان مبلغ می‌ارزد» در صورتی که همان شخص وقتی در جایگاه فروشنده قرار می‌گیرد و نه خریدار؛ می‌گوید این عقیق بمن یا فیروزه نیشابور است و فلان قدر ارزش دارد. خوب چرا موقع خرید، می‌گویی: خوب سنگ که هیچ؟!

ساخت کاشی سنتی در معماری ایرانی اسلامی جایگاه ویژه‌ای دارد. از آن جهت که کاشی در گذشته یکی از مهم‌ترین تزئینات قامت بناهای مذهبی و حتی عمومی کشور و مناطق اسلامی بود و اکنون نیز در مساجد، عبادت گاه‌ها، مقبره‌ها و حتی برخی مواقع در منازل شخصی استفاده می‌شود. کاشی‌های سنتی در مرمت و احیای بناهای تاریخی کاربرد دارند و امروزه کارگاه‌های آفرینش آن در زمره صنایع دستی طبقه بندی می‌شوند.



کارگاه کاشی سنتی نقش خاطره می‌زند/سیری در رنگین کمان هفت رنگ

علی عابدی می‌افزاید: در کل کشور ۳۰۰ رشته صنایع دستی وجود دارد که از این تعداد در حال حاضر ۵۰ رشته در مناطق مختلف خراسان شمالی فعال است.

وی اضافه می‌کند: رشته‌های صنایع دستی شامل ابریشم بافی، کارت بافی و نمد مالی از جمله رشته‌های احیا شده در استان به شمار می‌روند و افزودن بر این رشته‌های جدید صنایع دستی نظیر کاشی سازی که قبلاً در استان وجود نداشتند نیز در استان فعال شدند.

عابدی اظهار می‌کند: ۲۲ رشته صنایع دستی فعال در خراسان شمالی مهر اصالت ملی و سه رشته نیز مهر اصالت یونسکو را دریافت کرده‌اند و ۱۱ اثر هم به مرحله دوری برای دریافت مهر اصالت یونسکو ارسال شده است.

وی با اشاره به مشکلات موجود در این بخش می‌گوید: متأسفانه برخی از صنایع دستی این استان توانسته‌اند خود را با بازارهای روز هماهنگ کنند به همین دلیل معاونت صنایع دستی اداره کل میراث فرهنگی استان خانه‌های ترویج را برای آموزش تولیدکنندگان راه اندازی کرده است.

عابدی عمده‌ترین صنایع دستی خراسان شمالی را شامل گلیم، سفره کردی، جاجیم، انواع کناره، پادری، پارچه بافی، ابریشم بافی، چوخه بافی، چاروق دوزی، کیف دوزی، سراجی سنتی، معرق، منبت، محرق، خراطی، ملیله دوزی، سرمه دوزی، کردی دوزی، قیطان دوزی، ترکمن دوزی، البسه کردی، البسه ترکمن، سفال نقش برجسته، کاشی سنتی، نقاشی روی کاشی، تذهیب، تشعیر، نمد مالی، چلنگری، تراش سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی نقره سازی، حجاری روی سنگ و کلاه کرکی عنوان می‌کند.

وی تصریح می‌کند: نهاد اوقاف و امور خیریه مکان کارگاه را به صورت استیجاری در اختیار ما گذاشته که کمک بزرگی به پیشرفت کارگاه کرده است.

مسئول کارگاه کاشی سنتی در بجنورد پرداخت تسهیلات به منظور گسترش فضا و ارائه تولیدات بیشتر را یکی از خواسته‌های خود از مسئولین استانی برشمرد.

وی می‌افزاید: تولید کاشی هفت رنگ، هنری قدیمی و کهن است که به فراموشی سپرده شده بود اما دوباره آن را احیا کردیم و چون تولید این نوع کاشی نیاز عمده استان است باید حمایت‌های لازم از آن نیز صورت گیرد.

علی اکبری می‌گوید: متأسفانه هیچ نهادی در استان از این کارگاه حمایت نمی‌کند و تنها اداره کل اوقاف و امور خیریه خراسان شمالی با واگذاری مکانی به صورت استیجاری به این کارگاه، همکاری و حمایت خوبی را از این هنر اسلامی انجام داده است. مسئول کارگاه کاشی سنتی در بجنورد با بیان این که متأسفانه حمایت مسئولین و دولت از زنان کارآفرین ضعیف است، ضمن تأکید بر توجه بیشتر در این زمینه، تصریح می‌کند: زمانی که بتوان اقدام به کارآفرینی می‌کنند دولت باید حمایت‌های لازم را از آنها انجام دهد در غیر این صورت، آنها از ایجاد اشتغال و کارآفرینی ناامید می‌شود.

احیای ۱۶ رشته صنایع دستی منسوخ در خراسان شمالی

در مقابل معاون صنایع دستی اداره کل صنایع دستی، گردشگری و میراث فرهنگی خراسان شمالی در گفتگو با خبرنگار مهر، با دفاع از اقدامات این معاونت در راستای حمایت از صنایع دستی استان، می‌گوید: از چند سال گذشته تاکنون ۱۶ رشته صنایع دستی منسوخ شده در استان احیا شده‌اند.

آجر معقلی، رسمی بندی و کاربندی، معرق کاشی، مقرنس کاری، تولید آجر، خشت و جوک لعابدار دارد.

وی با اشاره به این که در حال حاضر در این کارگاه هفت نفر خانم در تولید انواع کاشی‌های سنتی فعالیت می‌کنند، می‌افزاید: یکی از دلایل عمده اصرار بر به کارگیری نیروی خانم در این کارگاه، حساسیت و دقت بانوان در انجام تولیدات هنری ظریف است.

علی اکبری در مورد وضعیت تقاضا و درآمد کارگاه کاشی سنتی می‌گوید: به دلیل این که تولید کاشی سنتی بیشتر جنبه کاربردی داشته و مورد نیاز اکثر مراکز مذهبی و عبادی و دستگاه‌های مختلف است، خوشبختانه وضعیت درآمدی نیز مناسب است.

ی اظهار می‌کند: بیشتر تولیدات این کارگاه برای مساجد، گلزار شهدا، حسینیه‌ها، مدارس، بیمارستان‌ها و در برخی موارد برای تزئینات ساختمان‌های شخصی استفاده می‌شود.

این بانوی کارآفرین در ادامه با اشاره به مشکلات و نیازهای کارگاه تولیدی کاشی سنتی در خراسان شمالی، یکی از مشکلات این کارگاه را نبود فضای مناسب عنوان کرده و می‌افزاید: با توجه به این که این کارگاه تنها کارگاه تولید کاشی سنتی در خراسان شمالی بوده و درخواست‌ها و سفارشات آن نیز زیاد است، متأسفانه فضای اندک پاسخگوی نیازها نیست.

علی اکبری عدم پرداخت تسهیلات و عدم حمایت دولت و مسئولان را از دیگر مشکلات اصلی این کارگاه می‌داند و ضمن تأکید بر رفع این مشکلات می‌گوید: متأسفانه حمایت‌ها از ما بسیار کم بوده و مسئولان تنها وقتی به سراغ ما می‌آیند که به ارائه آمار و گزارش نیاز داشته باشند.

در خراسان شمالی تنها یک کارگاه تولید کاشی سنتی فعال است آن هم کارگاهی که از سوی بانوی کارآفرین برتر استانی و کشوری در سال ۸۸ در بجنورد دایر شد و اکنون تولیداتی نظیر کاشی سنتی هفت رنگ، آجر معقلی، رسمی بندی و کاربندی، معرق کاشی، مقرنس کاری، تولید آجر، خشت و جوک لعابدار دارد.

بیشترین تولید این کارگاه کاشی هفت رنگ است؛ مشهورترین کاشی سنتی در ایران؛ نوعی از کاشی که از کاشی‌های خشت یعنی چهار گوش نشأت گرفته و داشتن سهولت و سرعت انجام کار و همچنین قابلیت انعطاف در اجرای طرح‌ها در کنار تنوع بی نظیر رنگ‌ها از مزیت‌های آن به شمار می‌رود.

هفت رنگ متداول و رایج در ساخت این نوع کاشی عبارتند از سیاه، سفید، لاجوردی، فیروزه‌ای، قرمز، زرد و خنایی که در بناهای تاریخی و اماکن متبرکه از این نوع کاشی‌ها زیاد استفاده شده است.

تنها کارگاه کاشی سنتی خراسان شمالی افزون بر این که توسط یک بانوی کارآفرین راه اندازی شده، در طول حدود شش سال فعالیت خود نیز تنها از توان بانوان هنرمند استان بهره برده و اکنون هم تمامی فعالیت‌های مربوط به این کارگاه توسط بانوان انجام می‌شود.

تو نقش جهان، هر وجبت ترمه و کاشی

مریم علی اکبری، موسس و مدیر کارگاه آفرینش کاشی سنتی در بجنورد در گفتگو با خبرنگار مهر، اظهار می‌کند: تنها کارگاه کاشی سنتی خراسان شمالی در سال ۸۸ در مرکز این استان راه اندازی شد و اکنون تولیداتی چون کاشی سنتی هفت رنگ،

هنرمندان ایرانی عضو شورای جهانی صنایع دستی می شوند



در جریان برگزاری اجلاس منطقه ای شورای صنایع دستی غرب آسیا در تهران، معاونت صنایع دستی کشور راینی های فراوانی با اعضای هیات رئیسه و رئیس شورای صنایع دستی آسیا اقیانوسیه مبنی بر تسهیل عضویت هنرمندان صنایع دستی ایران در شورای جهانی صورت پذیرفت.

بهمن نامور مطلق معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی کشور در این خصوص گفت: یکی از اهداف ما برای حضور در مجامع بین المللی مثل شورای جهانی صنایع دستی بالا بردن قدرت چانه زنی صنایع دستی ایران و ایجاد امکان لازم برای معرفی و حضور بین المللی هنرمندان کشورمان است.

وی در ادامه بیان کرد: خوشبختانه با صحبت هایی که با خانم هیجای و دیگر اعضای هیات رئیسه که به تهران آمده بودند، صورت پذیرفت مذاکرات خوبی برای عضویت بیشتر هنرمندان ایرانی در این شورا ایجاد شد.

نامور مطلق همچنین افزود: بر اساس صحبت های صورت گرفته امسال ۹ عضو ایرانی شامل ۷ تن به صورت انفرادی و ۲ نفر عضو وابسته به نمایندگی از شکل های غیردولتی توانستند به صورت رسمی به عضویت شورای جهانی صنایع دستی درآیند. نشست منطقه ای غرب آسیا هم زمان با هفته صنایع دستی در روز ۲۲ خردادماه ۱۳۹۴ به میزبانی تهران برگزار شد و مقدمات فعالیت های مشترک اعضای غرب آسیا برای توسعه صنایع دستی در کشورهای این منطقه فراهم آمد.

مدیرکل دفتر آموزش و حمایت از تولید صنایع دستی منصوب شد

با حکم معاون رئیس جمهور و رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، فریدون میرزآلو به عنوان مدیرکل دفتر آموزش و حمایت از تولید صنایع دستی منصوب شد.

در حکم مسعود سلطانی فر معاون رئیس جمهور و رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری برای فریدون میرزآلو آمده است:

«بنا به پیشنهاد معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی و نظر به تعهد، تخصص و تجارب مفید جنابعالی به موجب این حکم به سمت مدیرکل دفتر آموزش و حمایت از تولید صنایع دستی منصوب می شوید.

انتظار می رود با برنامه ریزی و مطالعه در جهت آموزش و حمایت از صنایع دستی کشور و با بهره گیری از روش های پیشرفته حمایت و توسعه کمی و کیفی محصولات صنایع دستی، زمینه مناسب برای ایجاد شهرک های صنایع دستی، شناسایی و گردآوری آثار بالارزش و برگزیده صنایع دستی، تشکیل بانک اطلاعات جامع، نظارت بر وضعیت کارگاه های تولیدی، نیازسنجی آموزشی و صدور مجوز اجرای دوره های آموزش صنایع دستی و کلیه امور مرتبط با ارتقاء آموزش و حمایت در این مجموعه را فراهم آورید. توفیق شما را در خدمت به نظام مقدس جمهوری اسلامی و فرهنگ و هنر کشور عزیزمان ایران با رعایت اصول قانون مداری، اعتدال گرایی و منشور اخلاقی دولت تدبیر و امید از خداوند منان خواستارم.»

کسی هنر همجوئی شیشه را نمی شناسد/ افت بسیار زیاد فروش



مهسا ملاحسینی، هنرمند فعال در زمینه همجوئی شیشه، ضمن تعریف این هنر گفت: اتصال دو یا چند تکه شیشه به وسیله حرارت را همجوئی شیشه می گویند. من نوعی ابتدا طرح مورد نظر را روی کاغذ می کشم؛ بعد آن را روی کاغذ پیاده می کنم و بعد تکه های شیشه را کنار هم می چینم و رنگ آمیزی می کنم.

او در پاسخ به این که از چه رنگ هایی برای کار استفاده می کند و آیا این رنگ ها با آنچه در کار ویترا (نقاشی روی شیشه) به کار می رود یکی است گفت: رنگ هایی که برای ویترا از آن استفاده می شود، نیاز به دمای بالا ندارند و حتی در مایکروفر خانه هم پخته می شوند اما در همجوئی شیشه به رنگ هایی نیاز داریم که دمای بالا بین ۸۰۰ تا ۱۲۰۰ درجه را تاب بیاورند زیرا حرارت باید تا حدی باشد که شیشه به طور کامل ذوب شود.

ملاحسینی با اشاره به این که رنگ هایی که در کارها استفاده می کند عموماً رنگ هایی است که در کوره نمی سوزد، به مشکلات این حوزه اشاره کرد و در ادامه اظهار کرد: برخی از رنگ هایی که استفاده می کنیم، زمانی وجود دارد و زمانی دیگر یافت نمی شود و این مساله ما را با مشکل روبه رو می کند آن هم زمانی که کار خاصی را به ما سفارش داده اند.

او مدت زمان آماده شدن یک محصول را متفاوت دانست و گفت: در کارهای بزرگ، هم کار برش شیشه و نقاشی بیشتر طول می کشد و این زمان بندی را تغییر می دهد. در کار با شیشه این نکته مهم است که رنگ ها کامل خشک شده باشد.

ملاحسینی درباره آسیب دیدگی در کار با شیشه گفت: گاه ممکن است دست کمی بریده شود ولی اگر رعایت کنند و از عینک حین کار استفاده کنند، اتفاقی نمی افتد. هنرمندان مشغول به کار در این کارگاه در حین تولید سر انگشتانشان چسب می زنند تا دچار آسیب نشوند بنابراین اگر افراد با توجه به این توصیه ها کار کنند مشکلی نخواهند داشت.

این هنرمند فعال در زمینه همجوئی شیشه در پاسخ به این که تا چه اندازه این هنر جاقفاده است گفت: هنوز بسیاری از مردم با این هنر بیگانه اند و آن را با ویترا یکی می دانند در حالی که کار ما صرفاً نقاشی روی شیشه نیست. آنها هم که تا حدی با همجوئی آشنا هستند چشمشان به یک سرس قاب و قالب عادت کرده و اگر اشکال متفاوت شوند، دیگر این هنر را نمی شناسند.

ملاحسینی در پاسخ به این که بازاریابی برای کارها چگونه است گفت: زمانی برای فروش تولیداتم بازاریاب داشتم ولی بعد که کار وارد مغازه ها شد مشتری اش را پیدا کرد. همچنین در آغاز به صورت امانی کارهایمان را به مغازه داران می دادیم و پس از فروش تسویه انجام می شد که با زیاد شدن مشتری کار از حالت امانی خارج شد. اما واقعیت این که فروش امسال ما به نسبت سال گذشته، به شدت افت کرده است.

به گفته این هنرمند که پارکینگ خانه اش را به کارگاه تبدیل کرده، بیشترین چیزی که در این کارگاه تولید می شود آینه های دیواری، ساعت دیواری، ساعت رومیزی، جاشمی، تابلو و جاکلیدی است. البته یکسری کارها از جمله تولید برای دکوراسیون داخلی وجود دارد که گاهی سفارش داده می شود.



فروش «دغدغه صنایع دستی اردبیل» بیگانگی مشتری با سبقه تولیدات

گزارش و عکس: ونوس پهنود



غرفه های کم فروغ و گاهی بسته ای که با یک تکه پارچه بد شکل مانع از ورود مشتری می شود در کنار هنرمندانی که زیر آفتاب داغ با دهن روزه بر سر قیمت تولیدات خود با مشتری چانه می زنند نشان می دهد جشنواره خرید صنایع دستی کمی با حال و هوای جشنواره بودن فاصله دارد.

با وجود اینکه صحن بقیه شیخ صفی الدین اردبیلی در اولین ماه تابستان و سفرهای تابستانی برای این نمایشگاه تدارک دیده شده است، همزمانی نمایشگاه با ماه رمضان موجب شده حتی در ساعت ۱۸ عصر نیز کسی به سراغ غرفه ها نرود. یک فیل دست ساز نقش یک آبنا را در وسط حوضی که یادگار تاریخ حکومت صفوی است بازی می کند. اما این تزئینات ناشیانه عطش تیر ماه سوزان را نمی کاهد.

قرار است در جشنواره خرید صنایع دستی شهروندان برای خرید و نونوار کردن خانه هایشان با تولیداتی که حداقل یک هفته ساخت آن زمان برده مراجعه کنند.

رونق اندک این نمایشگاه به دلیل زمان نامناسب برگزاری آن و تبلیغات ناکافی آن به جای جلب شهروندان به غرفه ها ناخواسته موجب ریزش آن ها شده است.

صحبت هایم با هنرمندانی که پشت صندلی های پلاستیکی آبی رنگ خود نشسته اند و به ورودی صحن چشم دوخته اند واقعیتی هایی را بار دیگر زنده می کند. واقعیت های ریز که آنقدر بی توجه به آن ها بودیم اینبار درشت شده و هزینه های گزاف برگزاری نمایشگاه ها نیز در مقابل آن مقاومتی ندارد.

هنرمند نیازمند تسهیلات است

معاون صنایع دستی میراث فرهنگی استان اردبیل برگزاری نمایشگاه هایی از این دست را با هدف معرفی تولیدات هنرمندان عنوان کرد. علیرضا دباغ عبدالهی به خبرنگار مهر گفت: ما به دنبال این هستیم ارتباط هنرمند و صنعتگر با عموم مردم را توسعه دهیم و علاوه بر معرفی تولیدات زمینه فروش و سفارش گیری تولیدات را تسهیل کنیم. این اهداف هر چند حائز اهمیت است اما تحقق همه جانبه آن نیازمندی هایی را می طلبد که از زبان صنعتگران بارها شنیده شده است.

رئیس در سایه بان غرفه خود در یک دست تکه چرم و یک دست نخ و سوزن، کیف های اعلای چرمی می دوزد. یک مشتری به غرفه اش نزدیک می شود، قیمت می کند و با نگاه شگفت زده ای تشکر دست و پا شکسته ای را تحویل این هنرمند می دهد و می رود.

این فعال چرم معتقد است هر چند چرم سازی رو به گسترش است اما هنرمند برای اینکه بتواند عرض اندام کند نیازمند حمایت هایی از جمله تسهیلات است. قول تسهیلات ۵۰ میلیون ریالی را به یاد می آورد که هنوز محقق نشده است.

وی در پاسخ به این سوال که استقبال نمایشگاه تا چه حد مطلوب است، به

خبرنگار مهر گفت: تبلیغات کافی نیست و قدرت خرید مردم هم پایین است؛ پیشنهاد ما تجدید مکرر این نمایشگاه ها است و در عین حال اگر شهر سرعین برای برگزاری نمایشگاه انتخاب شود هم در معرفی صنایع دستی اردبیل تاثیر گذار است و هم فروش افزایش می یابد.

رئیس افزود: متأسفانه دعوت به نمایشگاه ها اغلب دعوت هنرمندان شاخص در هر رشته هنر و صنعت است و معمولاً برای اینکه نمایشگاه جلوه داشته باشد این افراد در اولویت هستند، به ویژه در نمایشگاه های بزرگ صنایع دستی اغلب افراد خاصی در اولویت هستند این در حالی است که باید از هنرمندان تازه کار نیز حمایت شود و این هنرمندان تازه کار هستند که به حمایت

نیاز دارند. این صنعتگر معتقد است چرم دستی به نسبت چرم صنعتی مظلوم واقع شده و حتی در نمایشگاه های صنایع دستی می توان غرفه هایی برای چرم صنعتی دید و اگر مسئولان می خواهند این صنعت رشد کند باید حداقل حمایت ها را دریغ نکنند.

کیفیت بهتر اما اقبال کمتر رئیس کیف های چرمی خود را که برای دوخت آن چند هفته زمان سپری شده به قیمت بسیار نازل تر از برندهای چرم صنعتی به فروش می رساند. سوال اینجا است که چرا شهروندان استقبال کمتری دارند.

برای اینکه به پاسخ این سوال برسم به غرفه تراش سنگ های تزئینی سر می زنم. اختیاری در حالی که عرق صورتش را پاک می کند از تبلیغات اندک گله دارد و معتقد است تبلیغ نمایشگاه در روز برگزاری به منزله عدم تبلیغ آن است.

وی افزود: به جرئت می گویم به قیمت نصف بازار اجناس حتی با کیفیت بالاتر می فروشیم اما مردم نمی خرند و دلیل آن این است که ما را نمی شناسند. این صنعتگر به عقیق اردبیل اشاره کرد و گفت: عقیق اردبیل بی نظیر است و جدیداً

خیاری با تاکید به این موضوع گفت: فیروزه نیز در این استان کشف شده است و در کل از لحاظ کیفیت سختی و جرم حجمی سنگ های معدنی و تزئینی اردبیل بهتر از استان هایی است که سنگ هایشان در این شهر نامدار بوده و مورد اقبال است. رئیس تصریح کرد: صنعتگر نیازمند حمایت است و این حمایت به ویژه در فروش و بازاریابی باید نمود داشته باشد.

این هنرمند خواسته دیگری نیز دارد و آن توجه به بیمه هنرمندان است که اغلب به دلیل ضرورت دریافت کارت صنعتگری و پروسه طولانی آن موجب می شود صنعتگر به جای ترغیب به دریافت بیمه از دریافت آن دلسرد شود.

در پاسخ به چرایی تبلیغات دیر هنگام این نمایشگاه، معاون صنایع دستی میراث فرهنگی استان اردبیل در گفتگو با خبرنگار مهر گفت: تبلیغ نمایشگاه روال معمول را طی کرده و اگر ما مثلاً ۲۰ روز قبل تبلیغات را آغاز می کردیم در ذهن و یاد کسی نمی ماند که چنین نمایشگاهی وجود دارد.

علیرضا دباغ عبدالهی تبلیغات این جشنواره را کافی دانست و افزود: ما برای جذب هنرمندان در نمایشگاه پیامک ارسال کردیم و متأسفانه با وجود اطلاع رسانی خود هنرمندان و صنعتگران به ندرت استقبال کردند.

کسی برای تشکیل اتحادیه پیشقدم نمی شود و همین موجب شده تا مشکلات صنایع دستی در رشته های مختلف به صورت جدی پیگیری نشود.

وی افزود: به عنوان مثال به روز سازی دانش هنرمندان یک ضرورت است و باید مرتباً دوره های آموزشی برای هنرمندان برگزار شود اما در مقابل ما شاهد برگزاری کارگاه کارایی در میراث فرهنگی استان توسط استادی هستیم که حتی صنایع دستی را نمی شناسد.

این صنعتگر معتقد است هر چند برگزاری نمایشگاه ها مفید است اما برای رشد و توسعه صنایع دستی باید کیفی تر برگزار شده و در عین حال به تولید زنده در نمایشگاه ها توجه شود؛ چرا که تولید زنده حتی زمینه جذب علاقه مندان به یک صنعت دستی خاص را فراهم می سازد. شهروندان اطلاعات هنری ندارند

نمایشگاه های صنایع دستی همچنان که از سیاست های آن پیدا است، علاوه بر صنعتگر و دستگاه های متولی حلقه دیگری به نام مشتری دارد.

مشتریانی که چانه زنی قابل توجهی در نمایشگاه های صنایع دستی از خود نشان می دهند و هنرمندان از خود می پرسند آیا زحمت چند روزه باید به این شکل خریداری شود؟

قنبرزاده نمونه قلم زنی خود را نشان می دهد و در این خصوص تاکید دارد که مشکل بی اطلاعی و عدم شناخت هنر است.

وی افزود: مردم ما اطلاعات هنری اندکی دارند و به عنوان مثال در خود اردبیل مردم از تاریخ و فرهنگ بومی خود و ظرافت های هنری که در آثار مختلف به کار رفته هیچ شناختی ندارند.

این صنعتگر تصریح کرد: دلیل اصلی این است که هنرمندان همواره در حاشیه هستند و هیچگاه جایگاه در خوری برای آن ها قائل نمی شوند.

وی با ذکر مثالی به آموزش های دانشگاهی صنایع دستی اشاره کرد و گفت: بنده در دانشگاه محقق اردبیلی صنایع دستی خواندم اما حتی یک کدام از اساتید من هنرمند نبودند و به حدی آموزش ها به تئوریت محدود است که فارغ التحصیل تربیت عملی نداشته و نمی تواند خالق هنر باشد.

قنبرزاده مشکل دیگر را عدم حمایت میراث فرهنگی دانست و افزود: عمدتاً تصور می شود حمایت مورد نیاز مادی است در حالی که هنرمند به حمایت معنوی و ارج و قرب بیشتر نیاز دارد.

وی به آمارهای قابل توجهی فروش صنایع دستی در استان های دیگر اشاره کرد و گفت: در اصفهان صنایع دستی گسترده ای قابل توجهی دارد و این در حالی است که در اردبیل بطالت تصور می شود و افراد با این باور که سود اقتصادی در این کار نیست به آن ترغیب نمی شوند.

به گفته این هنرمند این در حالی است که حد فاصل کشور توسعه یافته و توسعه نیافته صنایع دستی است و در دنیای امروز اگر به توسعه می اندیشیم نباید از این ظرفیت و پشینه فاخری که دارد غفلت کرد.



چگونه می‌توان با کودک امروز از محمد جهان‌ارا و همه یارانش گفت؟ بعضی برای گفتن از خرمشهر و آزادی آن، قالب و زبان امروز را بر گزیده و به بازی رایانه‌ای روی آورده‌اند. قالبی که می‌تواند برای کودک و نوجوان جذاب باشد.

مجله صنایع فرهنگی در سومین شماره خود که ویژه خردادماه ۹۴ است، بخشی را به بهانه آزادی خرمشهر به بازی‌هایی رایانه‌ای که مرتبط با این موضوع ساخته شده اختصاص داده است و به گفتگو با طراح و مدیر تولید «فاتحان خورشید» پرداخته است.

بخش دیگری از پرونده بازی‌های رایانه‌ای در این شماره با عنوان «همه چیز با آاری شروع شد» به بازی‌های ویدیویی و پلی استیشن‌ها و ایکس باکس و ... پرداخته و تاریخچه بازی‌های رایانه‌ای را ورق زده است

بازیهای رایانه‌ای

گیری و شلیک، امکان استفاده از اسلحه های مختلف، تعقیب و گریز گنجانده شود تا این اثر برای کاربر جذاب و متمایز باشد. ایده گیم پلی این اثر به شکل مستقیم بازی بوده و مشابه خارجی نادر:

حسین آزادپور، تولیدکننده بازی «مقاومت ۲۴ روزه خرمنشهر» با بیان اینکه صنعت گیم کشور صنعتی نو پا است گفت: گیم ایرانی نیازمند حمایت قاطع دولت، تخصیص بودجه مناسب، حضور موثر و پیوسته در جوامع بین المللی گیم، ارتقاء سطح آگاهی جامع در خصوص بازی و جایگاه آن و قوانین مربوط به پکی رایب، متحد ساختن همه بازیسازان و تشکیل جلساتی با موضوع راهکارهای ارتقا سطح بازی سازی ایران و حمایت از تمامی بازیسازان و تشکیل صنف بازی سازان است.

به گفته تولیدکننده بازی رایانه ای «مقاومت ۲۴ روزه خرمنشهر»، حمایت از بازی رایانه ای و گسترش آن در سطح بین المللی در گرو ایجاد ارتباط بین تولیدکنندگان و توزیع کنندگان داخلی و خارجی است. بنابراین از آنجایی که بودجه بنیاد ملی بازی های رایانه ای محدود است، بهتر این که سرمایه گذاری بنیاد بر روی بازی های کوچک و با کیفیت قابل رقابت در بازار جهانی باشد، نه بازی های بزرگی که به علت عدم اختصاص بودجه کافی از کیفیت لازم برخوردار نمی شوند و باعث بدبینی مخاطبان به صنعت بازی سازی ایران و همچنین سر خوردگی تیم سازنده می شود.

هم‌بازی شدن با «فاتحان خورشید»

«فاتحان خورشید»، یکی دیگر از بازی‌های رایانه‌ای است که به آزادسازی خرمشهر می‌پردازد. این بازی با محوریت ۳۴ روز مقاومت مردم خرمشهر در برابر تجاوز عراق ساخته شده و سازندگان آن تلاش کرده‌اند، گرفتار افراط و تفریط نشوند و واقعیت‌ها را مطرح کنند. به همین خاطر علاوه بر تصاویر، از نقشه کامل شهر خرمشهر در زمان حمله عراق به همراه جزئیات آن در طراحی بازی استفاده کرده‌اند.

بازی «فاتحان خورشید» در ۹ قسمت طراحی شده و بازی‌کننده در مراحل مختلف این بازی برای درگیری با نظامیان متجاوز یعنی به مکان‌ها و محله‌های مختلف شهر خرمشهر می‌رود که محله طالقانی و نهر عرابیض، ایستگاه راه آهن، ساختمان گمرک از جمله آنهاست. مسجد جامع خرمشهر نیز یکی از مهم‌ترین قسمت‌های بازی نیز در پل معروف خرمشهر اتفاق می‌افتد.

درگیری‌هایی که از بازی رخ می‌دهد همه بر اساس تسلیحات آن روز است. در «فاتحان خورشید»، تمام سلاح‌هایی که در آن زمان در اختیار مدافعان خرمشهر بود مانند ۳، آر پی جی، جیپ و توپ ۱۰۶ قرار داده شده و طی بازی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

این بازی توسط شرکت خصوصی ققنوس فن و هنر ساخته شده و موسسه فرهنگی و اطلاع‌رسانی تبیان نیز از ساخت آن حمایت کرده است. این بازی به نویسندگی محمدرضا عابدی و مدیریت حسین آزادپور در شرکت شیوا پدرا کرمان و ویژه گروه‌های سنی نوجوان و جوان ساخته شده است.



راننده تاکسی پیچ رادیو را باز کرد؛ مجری با آب و تاب از آزادی خرمشهر می گفت. دختر که که چیز زیادی از کلمات سنگین مجری نمی دانست رو به مادرش کرد و پرسید: مامان یعنی چی خرمشهر آزاد شد و مادر از آدم های شجاعی گفت که رفتند و با دشمن جنگیدند و شهر و مردمش را نجات دادند. دختر، خیره به مادرش نگاه می کند. آخر سر گفت: همه آن آدم ها شبیه مرد عنکبوتی بودند مامان، مکه نه؟... با خودم گفتم؛ نه عزیزم شبیه مرد عنکبوتی نبودند. آنها هم مثل من و تو مادر و پدر و خواهر و برادر داشتند. زن و زند کی شان را دوست داشتند اما... بغض کلیم را می گیرد و با خودم می گویم: بچه های امروز چه تصویری از جنگ دارند؟

ما بزرگترها که تا اندازه‌ای جنگ را درک کردیم و می‌دانیم جوانانی که از جان و خانه و خانواده خود گذشتند تا امروز بهتری را برای من و تو بسازند، اسطوره و ابرانسان نبودند. آنها هم مثل من و تو دلشان می‌خواست بمانند و زندگی کنند و خوش باشند اما آسایش و زندگی خود را فدا کردند تا آدم‌های بیشتری زنده بمانند و زندگی کنند.

چگونه می‌توان با کودکان امروز از محمد جهان‌ارو همه‌ی پارتاش گفت؟ بعضی برای گفتن از خرمشهر و آزادی آن، قالب و زبان امروز را برگزیده و به بازی رایانهای روی آورده‌اند. قالبی که می‌تواند برای کودکان و نوجوان جذاب باشد.

اقليم‌هاى مختلف در بازى، گرافيك، صداگذارى تخصصى، پشتيبانى اينترنتى، بهره‌گيرى از فناورى موشن‌پيچر براى حرركات شخصيتها، پويانماي‌هاى ميان‌پرده فراوان و سازگارى كامل با فرهنگ اسلامى ايرانى اشاره كرد.

«مقاومت ۳۴ روزه خرمشهر» بازی شد

بازی رایانه ای ای مقاومت خرمشهر^۱ در سبک بازی اکشن سوم شخص، دوربین نمای بالا و با موضوع توجه به داستان دفاع و دورگیری های مستقیم با دشمن عراقی تولید شده است. این بازی در قالب ۶ مرحله برای کاربر طراحی شده و واسطه امسال در چرخه توزیع قرار می گیرد.

داستان بازی، روایتی از مقاومت مردمی خرمشهر در روزهای ابتدای جنگ تحمیلی است، در این بازی رشادت و دفاع مردم خرمشهر در ۳۴ روز اول جنگ تحمیلی روایت می شود و کاربر باید در هر مرحله از بازی اهداف خاصی را دنبال کند.

در بازی رایانه ای مقاومت خرمشهر سعی شده از لحاظ مجسمه پلی و قابلیت های شخصیت های داستان عناصری در بازی همچون سیستم مبارزه بر اساس پناه

رایانه‌ای در کشور برای ارائه بازی اکشن اول شخص درگیر کننده استفاده شود.

این بازی به سبک اول شخص تیرانداز FPS = First Person Shooter ساخته شده و گوشه‌ای از رشادت‌ها و زحمات و مرزمدگان هشت سال دفاع مقدس و فرخنده‌ی ایثار و شهادت را به نمایش می‌گذارد و بازیکن را با حال و هوای آن دوران آشنا می‌کند.

همچنین کاربر در این بازی، نقش نوجوان رزمنده‌ای را ایفا می‌کند که به عنوان یکی از هزاران رزمنده شرکت کننده در عملیات، به انجام فعالیت‌های مختلف نظامی و انسانی می‌پردازد تا بتواند یک پیروزی بزرگ را نصیب کشور کرده و شهر خرمشهر را در نهایت فتح کند.

این بازی دارای ۵ مرحله طولانی بوده و به صورت کاملاً مستند و با بهره‌گیری از تحقیقات میدانی گسترده و فرماندهان و روزمندگان حاضر در صحنه‌های واقعی نبرد خرمشهر و بر اساس بازی‌نامه‌ای کارشناسی‌شده و دقیق و در طول ۲۵ ماه به صورت کامل تهیه و تولید شده است.

از ویژگی‌های این بازی می‌توان به قابلیت اجرا بر روی هر نوع رایانه، وجود

«چریک»، یکی از این بازی‌های رایانه‌ای است. این بازی با حال و هوای دفاع مقدس و با محوریت مقاومت یک رزمنده در خرمشهر و در روزهای نخستین جنگ ساخته شده و نقش نیروهای مردمی در دفاع از خرمشهر را به تصویر کشیده است. بازی رایانه‌ای «چریک» ماجرایی یک رزمنده بسیجی است که با داشتن کمترین امکانات نظامی در برابر تهاجم دشمنان بهشی به دفاع می‌پردازد و به صورت اول شخص، طراح، شده است.

این بازی رایانه‌ای به همت مؤسسه «عصر بازی پارس» طراحی و ساخته شده و تا یک ماه دیگر روانه بازار می‌شود.

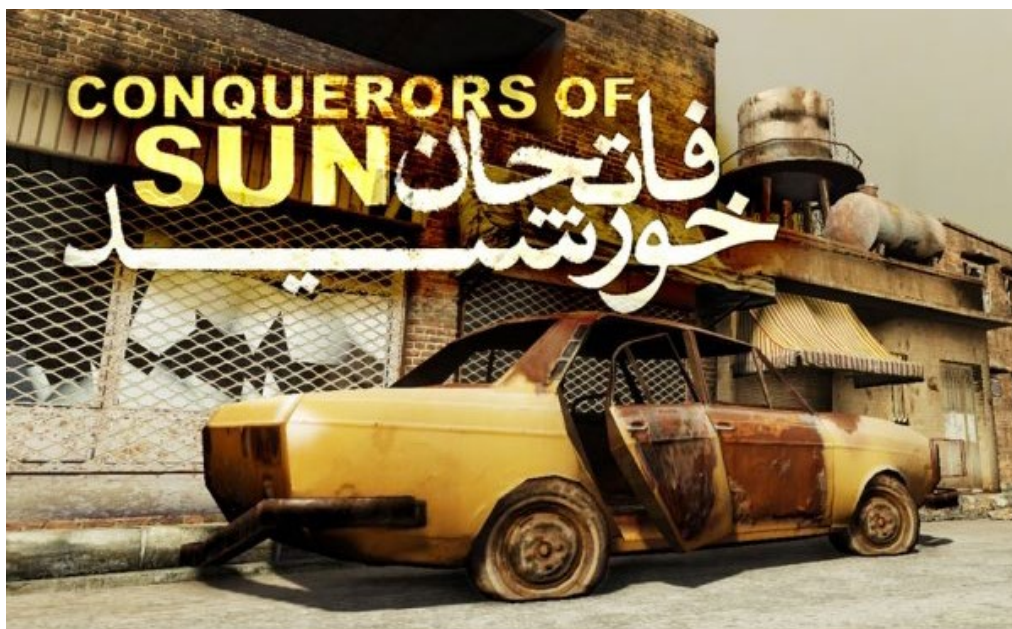
مقاومت مردم خرمشهر در قالب بازی

بازی رایانه‌ای سه بعدی «عملیات انهدام ۲: نبرد خرمشهر»، دومین بازی از مجموعه بازی‌های رایانه‌ای سه بعدی عملیات انهدام است که به شبیه‌سازی عملیات بیت المقدس، یعنی همان عملیات فتح خرمشهر می‌پردازد.

شرکت رسانه گستر بینسی تولیدکننده این بازی بوده و در این بازی سعی شده تا از ظرفیت محتوایی، فنی و گرافیکی، ساخت بازی های

گفتگو با طراح بازی «فاتحان خورشید»؛

تفاوت قهرمانان خرمشهر با «رمبو» بازی باید سرگرم کننده باشد



اینجا خرمشهر است. شهری که هنوز هم در کوچه پس کوچه‌های آن، ردپای جنگ را می‌شود دید و بزرگمردانی که از همه چیز خود گذشتند تا خاک ایران را حفاظت کنند. کافی است به مسجدجامع بروید یا از این سوی پل به آن سو بنگرید؛ چشمانتان را ببندید و محمد جهان آرا و همه یارانش را به‌خاطر آورید. شاید به همین خاطر است که محمود جوانبخت، نویسنده کودک و نوجوان، جنگ را بخشی از زندگی می‌داند و می‌گوید: تا وقتی زخمی خون چکان وجود دارد و تا هنگامی که خیابان‌ها و کوچه‌های ما به نام آدم‌هایی است که از همه زندگی خود گذشتند، جنگ ادامه دارد و باید درباره آن نوشت.

نیست که بگویم در خرمشهر چه اتفاقی افتاد و محمد جهان آرا چه کرد. بچه باید در درجه اول لذت ببرد بعد خود را به جای آن شخصیت قرار دهد که اگر جای محمد نورانی یا جهان آرا بود چه می‌کرد. بدون این که من بازی‌ساز از شخصیت‌های تاریخی، قهرمان اسطوره‌ای یا شخصیت فانتزی بسازم.

چرا به محمد جهان آرا پرداخته نشده است؟

در این سال‌ها از محمد جهان‌آرا بسیار گفته شده از حسین فهمیده هم. من نمی‌خواستم کودک و نوجوان امروز از تکرار شنیده‌ها خسته شود. همان‌طور که نمی‌خواستم از خود بپرسم آیا در بین مردم کسانی چون جهان‌آرا و شهید همت هم بوده‌اند؟

بله چنین کسانی بوده‌اند و هنوز هم هستند کسانی که از جنس ما هستند و ترس‌ها و تردیدهای ما را دارند و زن و زندگی و فرزند دارند و علائق و دلبستگی‌هایی اما باز هم می‌روند و برای حفظ کشور خود سینه سپر می‌کنند.

چرا به خود جنگ پرداختید و نه حواشی آن؟

بچه‌های بازی‌های جنگی و اکشن را دوست دارند و نمی‌توان این واقعیت را نادیده گرفت. از سوی دیگر مهم نیست به جنگ توجه می‌شود یا سال‌های پس از آن. آنچه اهمیت دارد این است که بدانیم کجا ایستاده‌ایم و چه می‌خواهیم؟ امروز جنگ تمام شده و ما در شرایط امنی هستیم پس باید شرایط را برای بچه‌ها دراماتیزه کنیم.

دراماتیزه کردن شرایط یعنی چه؟

بچه هشت ساله‌ای که در تهران یا شیراز زندگی می‌کند و درک و تصویری از جنگ ندارد را می‌توانیم در شرایطی قرار دهیم که با شخصیت اصلی بازی همذات‌پنداری کند. برای مثال در «فاتحان خورشید» از همه نشانه‌های آشنا استفاده شده؛ بازیکن در خانه‌ای است که می‌شناسد و یکبار به او حمله می‌شود او باید اکتی انجام دهد تا قهرمان شود و این اکت، دفاع کردن از خود و اطرافیان است.

روی دیوارها می‌توان دید. این برای مردم این شهر بد و برای ما که یک موزه زنده جنگ داریم خوب است.

چرا در «فاتحان خورشید» به سقوط خرمشهر پرداخته‌اید؟

من نمی‌خواستم فرهنگ «رمبو» را جا بیندازم و معرفی کنم. بازیکن من قرار نبود بکشد و جلو برود. او در خانه خود است و از خانه‌اش در برابر کسانی که به او حمله می‌کنند دفاع می‌کند به عبارتی در این بازی خواستام به بچه‌ها بگویم پیروزی در این نیست که دشمن را بکشی؛ وقتی پیروزی که سر خواستات بمانی.

برای رسیدن به این هدف، از چه نشانه‌های بصری بهره برده‌اید؟

برای مثال تانکی هست که به سمت راه‌آهن خرمشهر می‌آید؛ رزمندگان ایرانی باید آن تانک را بزند تا قطار از راه آهن خارج نشود و بچه‌ها نجات پیدا کنند.

قصه نقش مهمی در جذابیت یک بازی رایانه‌ای دارد؛ نویسنده قصه که بوده؟

خود من. من سه ماه زمان گذاشتم و خاطرات بازماندگان را خواندم. بازی «فاتحان خورشید» تا اندازه‌ای قصه محمد نورانی است. یک جاهایی ردپایی از صالح موسوی هست.

یعنی به‌طور مستقیم به این افراد پرداخته شده‌است؟

نه ردپایی محو از هر کدام در این بازی هست. هم ماجرای محمد نورانی هست و هم نیست. اصلاً وظیفه من به عنوان یک بازی‌ساز

چگونه می‌توان همه این موارد و گفته‌ها و ناگفته‌ها را در یک بازی رایانه‌ای گنجاند؛ آن هم وقتی هدف اصلی بازی و سرگرم شدن بچه‌هاست؟

تنها چیزی که در این بازی به بچه‌ها به‌طور غیرمستقیم گفته شده این است که گرچه رزمندگان ما به لحاظ تجهیزات جنگی، قابل مقایسه با عراقی‌ها نبودند اما در درونشان، گوهر و چیز ارزشمندی بود که موجب پیروزی‌شان شد و بچه‌های امروز هم باید این ودیعه ارزشمند را کشف و محافظت کنند.

یعنی به جنگ و واقعه خرمشهر به عنوان یک واقعه تاریخی توجه نشده است؟

نه. بازی رایانه‌ای جای این حرف‌ها نیست. بچه می‌خواهد در درجه اول بازی کند و لذت ببرد. بازی «فاتحان خورشید» در درجه نخست، اکشن و هیجان‌انگیز است. بعد در کنار این بازی و سرگرمی، مطالبی هم به او گفته می‌شود. ما در این بازی از مستقیم‌گویی پرهیز کرده‌ایم. چون بچه افراط و تفریط و کلی‌گویی را پس می‌زند. او دوست دارد بازی کند و از بازی لذت ببرد.

پس چگونه فضای خرمشهر را برای بچه‌ها بازسازی کرده‌اید؟

من در این مدت، دو بار به خرمشهر سفر کردم. نقشه شهر را گرفتم و تلاش کردم فضاهای بازسازی کنم. بندر و گمرک و مسجد جامع خرمشهر بازسازی شده است. اگرچه خرمشهر امروز هم چندان تفاوتی با خرمشهر دوره جنگ ندارد. هنوز جای گلوله‌ها را

بازی رایانه‌ای «فاتحان خورشید» با محوریت ۳۴ روز مقاومت مردم خرمشهر در برابر تجاوز عراق ساخته شده و سازندگان آن تلاش کرده‌اند، گرفتار افراط و تفریط نشوند و واقعیت‌ها را مطرح کنند. به همین خاطر علاوه بر تصاویر، از نقشه کامل شهر خرمشهر در زمان حمله عراق به همراه جزئیات آن در طراحی بازی استفاده شده است. بهنام شجاعی، نویسنده، طراح و مدیر پروژه این بازی است. هم‌زمان با سوم خرداد، روزی آزادی خرمشهر به گفتگو با او پرداخته‌ایم که در ادامه می‌خوانید:

فکر می‌کنید «فاتحان خورشید» توانسته با کودک و نوجوان امروزی که درکی از جنگ و آزادی خرمشهر ندارد ارتباط برقرار کند؟

در بازی «فاتحان خورشید» با یک نرم‌افزار اینترنتی سروکار داریم که کودک از طریق همذات‌پنداری می‌تواند با آن درگیر شود.

یعنی بچه‌ها که مخاطبان اصلی این بازی هستند، خود را در فضای خرمشهر قرار می‌دهند؟

دقیقا و مرتب از خود سوال می‌کنند اگر من در این وضعیت قرار بگیرم و به شهر و خانواده و دوستانم حمله شود، چه می‌کنم و چگونه به دفاع از خود می‌پردازم.

من سال ۱۳۵۹ را تصویر کرده‌ام و دشمنی که به خاک ما حمله کرد چون تصویرش این بود که نظام ما تازه شکل گرفته و آن توان و قدرت را ندارد بی‌خبر از این که در جوانان ما غیرت و رشادتی بود که دشمن پیش‌بینی نمی‌کرد.

مروری بر صنعت بازی سازی:

بازی های پر اوج و فرود یک صنعت / همه چیز با آتاری شروع شد!



بازی های ویدیویی را دنبال کردند و تسلط زیادی روی این بازار داشتند. تا اینکه در سال ۱۹۸۵ ورق برگشت و پای کمپانی های ژاپنی به بازار بازی های ویدیویی باز شد. در آن زمان شرکت ژاپنی نینتندو کنسول ۸ بیتی famicom را وارد بازار کرد (که بعدها این کنسول را با تغییر نام در آمریکا نیز منتشر کرد) و بعد از آن سگا را در سال ۱۹۸۷ تولید کرد.

با گذشت زمان سگا و نینتندو کنسول های پیچیده تر ۱۶ بیتی را وارد بازار کردند. در سال ۱۹۹۱ کمپانی های ژاپنی همه تلاش شان را برای تسخیر بازار جهانی بازی های ویدیویی برنامه ریزی کردند و به این ترتیب سگا و نینتندو توانستند به نحوی در این حوزه فعالیت کنند که یک سال بعد موفق به فروش بیش از ۵۵ میلیون واحد سخت افزاری شدند.

اولین کمپانی 3DO در سال ۱۹۹۳ و کمپانی آتاری در سال ۱۹۹۴ تلاش کردند تا انحصار بازی ها را از چنگ سگا و نینتندو در آورند. آنها با بهبود سیستم عامل سخت افزاری و تجهیز خود سعی کردند تا سیستم خود را به روز رسانی کنند و از سیستم قدیمی خود که در مقایسه دیگر کمپانی ها سیستمی شکست خورده داشت فاصله بگیرند.

آنها اواخر سال ۱۹۹۴ موفق شدند خود را به چرخه کمپانی های موفق نزدیک کنند. اما پیش بینی آنها برای رشد در این صنعت با فعالیت های رو به جلوی کنسول های سونی و سگا برای راه اندازی کنسول های تازه با شکست مواجه شد.

بازار بازی های رایانه ای

اواخر سال ۱۹۸۴ بازار بازی های رایانه ای با اقبال بیشتری در میان مردم روبرو شد. این بازی ها به دلیل کاربری خانگی مقرون به صرفه بودند و برنامه ریزی برای آنها بسیار ساده تر بود. در این دوران با انتشار بازی کمودور برای رایانه های خانگی توجه بیشتری به سوی بازی های رایانه ای

به گزارش خبرنگار مهر صنعت بازی که این روزها جایگاه ویژه ای در میان صنایع سودآور دارد از دیرباز از دو بخش بازار بازی های ویدیویی و بازار بازی های رایانه ای تشکیل شده است. تا اوایل دهه ۹۰ میلادی هر دو بخش همزمان و به یک اندازه رونق و اقبال داشتند و استانداردهای سخت افزاری بازی را در دوره خود به خوبی پوشش می دادند.

تا اینکه بازار بازی ها، به طور کلی، برای ایجاد ثبات و با توجه به وضعیت رو به رشد صنعت یارانه در جهان و سلطه رایانه های شخصی در جوامع تمرکز بیشتری بر بازی های رایانه ای داشتند. با این وجود بازار بازی های ویدیویی تا نسل دوم تحت سلطه سونی پلی استیشن، نینتندو گیم و میکروسافت ایکس باکس بود.

ماهیت این بسته های ویدیویی به گونه ای بود که علی رغم علاقه کمپانی های سرمایه گذار نیازمند به روزرسانی و ارتقاء سخت افزاری این بازی ها در دوره های زمانی کوتاه مدت بود تا بتواند اقبال خود را در بازار بازی ها حفظ کند.

با این وجود بیشترین اقبال بازی ها در بازار از سال ۲۰۰۱ به بعد رنگ دیگری به خود گرفت و قابل قیاس با دهه های گذشته خود نیست.

بازار بازی های ویدیویی

بازی های الکترونیکی برای اولین بار در سال ۱۹۷۰ با عرضه بازی سکه ای پانگ ارکید آتاری و بعدها با عرضه بازی فضایی میدوی در آمریکا به مخاطبان معرفی شد. یک سال بعد این بازی ها با عرضه نخستین بازی ویدیویی برای خانه ها با نام مگناوکس پیشرفته تر شدند و به مرور پای شرکت های دیگر مثل آتاری و ماتل به دنیای بازی های ویدیویی خانگی باز شد و رقابتی میان آنها در گرفت.

برای یک دهه کمپانی های آمریکایی هر دو گروه بازی های سکه ای آرکید و

در این دوران کمپانی های ژاپنی نبض بازار بازی های رایانه ای را به خود اختصاص داده بودند. تا اینکه به مرور در سال ۱۹۹۸ فرمانروایی کنسول ها به دست کنسول های ۱۲۸ بیتی افتاد.

این کنسول ها قابلیت زیادی در پردازش بازی هایی داشتند که در محیط ۳ بعدی طراحی شده بودند. این کنسول ها به نسل ششم بازی های رایانه ای نام گرفتند. البته این روزها اقتدار ژاپنی ها و کمپانی هایی مثل سونی و گیم کیوب کاهش یافت و کمپانی هایی نظیر مایکروسافت قدرت گرفتند. پیروزی بازی های ۱۲۸ بیتی آنقدر طولانی شد که بیشتر از یک دهه به طول انجامید تا نسل هفتم بازی های یارانه ای متولد شود.

این نسل که علاوه بر ویژگی های تصویری و طراحی سه بعدی به لحاظ کیفیت صدا و پشتیبانی خدمات آنلاین قابلیت های ویژه ای داشتند بازار بازی های رایانه ای را قبضه کردند. در این دوران شرکت مایکروسافت با ایکس باکس و کمپانی سونی با پلی استیشن بیشترین بازار را در دست داشتند.

اما در این دوران اقبال بازی های آنلاین نیز میان کاربران افزایش یافت. بازی جنگ ستارگان از جمله این بازی ها است. اما در کنار این بازی ها کنسول های سونی، کنسول Wii و کنسول های دستی نینتندو همچنان اقبال بیشتری در میان دوستداران بازی ها داشتند.

مزیت این کنسول ها در مقایسه با رایانه هم از نظر سخت افزاری و هم از نظر نرم افزاری موجب می شد تا این کنسول ها برای کاربران به صرفه باشند اما به دلیل ضعف سخت افزاری داشتند و این ضعف عمده از نگاه بسیاری از کاربران دور نمی ماند، برخی از کاربران بازی های رایانه ای را به کنسول ها ترجیح می دادند.

با این وجود با پیشرفت محصولات تولید شده توسط کمپانی های تولید بازی به لحاظ سخت افزاری این روزها بازی هایی جذاب با گرافیک و کیفیت مناسبی عرضه می شود. بازی های که با به کارگیری هوش مصنوعی می تواند به عنوان نسل برتر بازی ها بازار تمامی کمپانی های عرضه بازی را قبضه کند.

جلب شد و این گروه از بازی ها به مرور جایگزین بازی های ویدیویی شدند. بازی های رایانه ای به مرور با تکامل سخت افزاری و با توجه به موج تبلیغاتی که آنها را همراهی کرد در صدر توجه ها قرار گرفت و اقبال بازی های ویدیویی به شدت با رکود مواجه شد تا به مرور بازارشان کم رنگ و تولیداتشان محدودتر شد به این ترتیب نسل اول بازی های رایانه ای با حضور بازارهای نسل دوم در سایه فرو رفت.

اما از سال ۱۹۸۵ به بعد کمپانی های تولید بازی های رایانه ای به مرور بیشتر شدند و هواداران و علاقمندان به بازی های رایانه ای با نسل سوم از کنسول ها و دستگاه های بازی رایانه ای تحولی در این صنعت ایجاد کردند. از میان این کمپانی ها می توان به کنسول های ارائه شده توسط سگا، نینتندو، آتاری و شارپ ایکس اشاره کرد. این کمپانی ها کنسول هایی را به مخاطبان و دوستداران بازی های رایانه ای ارائه کردند و موج جدیدی در این صنعت به راه انداختند.

تولید کنسول های ۱۶ بیتی در این دوران با عرضه محصولات سوپر نینتندو و سگا به اوج خود رسید. این دو شرکت توانستند در این عرصه موفقیت های بسیاری کسب کنند و به عنوان برندهایی مطرح در صنعت بازی های رایانه ای در دهه ۱۹۸۰ برای خود نامی بهم بزنند. در این دوران دسته های بازی و امکان های جدید برای بازی های رایانه ای در نظر گرفته شد که دخالت کاربران این بازی ها را در روند بازی بیشتر و بهتر می کرد.

در این زمان بازی هایی به بازار بازی های رایانه ای معرفی شد که همچنان به عنوان بازی های محبوب میان مردم نسخه های جدیدی از آنها تولید می شود. از میان این محصولات می توان به سونیک، BOMBER MAN، فاینال فانتزی و METAL GEAR اشاره کرد.

اما حضور کنسول های ۳۲ بیتی از اوایل دهه ۱۹۹۰ پای نسل پنجم را به بازار بازی های رایانه ای باز کرد. در این زمان علاوه بر کنسول هایی که پردازشگرهای ۳۲ بیتی داشتند کمپانی هایی بودند که با ارائه کنسول های ۶۴ بیتی باعث ارتقاء نسل پنجم کنسول ها و دستگاه های بازی شدند.



مدیر شرکت نرم افزاری سورنا پردازش آریا:

همراه اول از بازی سازان رایانه ای حمایت کند/ نقد عملکرد بنیاد

حسن مهدی اصل به ضرورت حمایت همراه اول از بازی سازان رایانه ای اشاره و بیان کرد: در همه جای دنیا، اپراتورهای بزرگ از تولید اپلیکیشن حمایت می کنند در ایران، این امکان و پشتیبانی وجود ندارد. در حالی که همراه اول می تواند به رشد بازی سازی در ایران کمک کند و بخشی از درآمد و سرمایه خود را به تولید اپلیکیشن های موبایل اختصاص دهد.

مدیر شرکت نرم افزاری سورنا پردازش آریا در پاسخ به این که همراه اول به تولید و تبلیغ اپلیکیشن های خود در قالب پیامک می پردازد گفت: همراه اول، تیم خاص خود را دارند گروهی که دیگر به بدنه آن سیستم وصل شده و بازی ساز مستقل به حساب نمی آیند در صورتی که این امکان، می تواند در اختیار تعداد بیشتری از بازی سازان قرار بگیرد.

خط مشی مشخصی برای رعایت حقوق مولف وجود ندارد

به گفته مهدی اصل، دستگاه های دولتی بزرگ ترین نقض کننده کپی رایت هستند. هیچ خط مشی مشخصی برای رعایت حقوق مولف وجود ندارد. نه یارانه می دهند و نه کنترلی بر بازار دارند. ما تولید کنندگان داخلی در حال مبارزهای نابرابر و بی منطق با محصولات خارجی هستیم. بازی هایی که با کیفیت بالا و قیمت پایین در دسترس مخاطب قرار می گیرند و از همان ابتدای کار ما را کیش و مات می کنند چون توان رقابت با این کارها، به لحاظ کیفی در ما نیست از سوی دیگر وقتی قفل این بازی ها به راحتی شکسته و یک هولوگرام بر آن چسبانده می شود ما از نظر اقتصادی هم شکست می خوریم.

بنیاد بازی های رایانه ای به یک بنگاه اقتصادی تبدیل شده است

تولید کننده بازی رایانه ای «سیاوش» با نقد عملکرد بنیاد ملی بازی های رایانه ای گفت: بنیاد، مدتی نقش حمایت کننده داشت اما در چند سال اخیر، نگرش بنیاد اقتصادی و عملا به یک شرکت خصوصی تبدیل شده است. در حالی که بنیاد ملی بازی های رایانه ای باید از تولید کنندگان داخلی پشتیبانی کند و زمینه ای را فراهم آورد تا راه برای آنان هموارتر شود نه این که خود به یک بنگاه



انتخاب کردیم؛ بهد دیدیم این طرح، خشک و مردانه است و ما دلمان نمی خواست نیمی از کاربران یعنی خانم ها را از دست بدهیم به همین دلیل «گل فرش» هایی را انتخاب کردیم که هم با فرهنگ ما هماهنگ باشد هم مردانه نباشد.

مهدی اصل به ضرورت استفاده از قالب و زبان جدید برای معرفی فرهنگ ایرانی اشاره و بیان کرد: ما آثار باستانی و صنایع دستی خود را با استفاده از روش ها و ابزارهای مدرن می توانیم به نسل جدید منتقل کنیم. امروز تعداد زیادی از کودکان و نوجوانان، کاربر بازی های رایانه ای و اندرویدی هستند و ما نمی توانیم چشم بر این واقعیت ببندیم پس باید با این تکنولوژی همراه شویم و محتوای خوب تولید کنیم.

به گفته سازنده بازی «گلبرگ ها» کاربران در قالب این بازی با گلیم و گبه ایرانی آشنا می شوند و کاربران خارجی هم با یک نماد هنری روبه رو هستند نه یک نشان صد در صد ایرانی که نتوانند با آن ارتباط برقرار کنند. چرا که بازی هایی که تنها و تنها کاربران داخلی را مخاطب قرار می دهند و از نمادها و شخصیت های کاملاً ایرانی استفاده می کنند، مخاطب خارجی را از دست می دهند.

مهدی اصل همچنین بیان کرد: طرحی که ابتدای کار داشتیم این بود که کاربر هزار تومان پرداخت کند و بازی را بخرد اما بعد به این نتیجه رسیدیم که بهتر است بازی، رایگان در اختیار کاربران قرار بگیرد، چند مرحله که جلو رفتند برای ورود به مراحل بعدی، هزینه کنند و مرحله به مرحله جلو بروند.

به گفته مدیر پروژه بازی رایانه ای «گلبرگ ها» یکی دیگر از ویژگی های این بازی اندرویدی این است که شما در طول روز می توانید با آن درگیر باشید. به این معنی که وقتی در مترو هستید تا مرحله ای جلو می روید وقتی به خانه می رسید قرار نیست از نو بازی کنید از همان مرحله می توانید به بازی خود ادامه دهید.

اقتصادی تبدیل شود و در پی کسب منافع بیشتر باشد.

رقابت در بازارهای داخلی معنا ندارد

حسن مهدی اصل با اشاره به این که در بازارهای داخلی، رقابت معنا ندارد گفت: در اروپا و آمریکا، نه تنها منتقدان که خود کاربران، اثر تو را نقد می کنند و رقابتی که وجود دارد موجب تولید بازی های بهتر می شود اما در ایران، رقابتی وجود ندارد؛ کپی رایت بی معنی است و تا دلتان بخواهد هم می های بی منطق، مانع از کار و فعالیت تو می شود. به عبارتی آنچه مورد بررسی قرار می گیرد تنها محتوای بازی هاست و کسی با شیوه اجرا کاری ندارد. در نتیجه تولید داخلی از بین می رود.

مدیر شرکت نرم افزاری سورنا پردازش آریا، مخاطب اگر با محصولی روبه رو شود که به او و شعورش احترام گذاشته، از آن حمایت می کند. پس اگر تولید کنندگان بکوشند و کار با کیفیت تولید کنند و دستگاه های دولتی هم پشتیبان تولید کنندگان باشند، اتفاقات خوبی می افتد.

بازی «گلبرگ ها» منتشر می شود/ ضرورت تولید محتوای خوب برای بازی ها

حسن مهدی اصل، در گفتگو با خبرنگار مهر از تولید بازی رایانه ای «گلبرگ ها» خبر داد و افزود: قرار نیست در این بازی، کاربران، قطعات پازل را کنار هم بچینند. چند گلبرگ، وسط تصویر قرار دارد که اگر لمسشان کنیم، ۴۵ درجه می چرخند ما باید این گلبرگ ها را به سمت پایین حرکت دهیم.

مدیر شرکت نرم افزاری سورنا پردازش آریا در پاسخ به این که چه شد نقش گلیم و گبه را برای بازی «گلبرگ ها» انتخاب کردید گفت: ایده کلی، بهره بردن از یک سری نشان ها بود. ابتدا چرخنده را

آرین، بازی رایانه ای «رستم نامه» را می نویسد

این که داستان هایش منسجم نیست و قرار هم نبوده که داستان ها منسجم باشد چون کار کرد قصه گویی نداشته و نسک های بسیاری از آن در طول تاریخ ناپدید شده است.

به گفته آرین در سه گانه «پیش خوارگر»، فضای حاکم بر جهان اوستا، به ویژه یشت ها و وندیداد گرفته شده و شخصیت های ریز و درشت، گمنام و پرنام، مینوی و گیتوی همگی در کنار هم و در قالب یک داستان واحد و بسیار پرمعنا منسجم شده اند. از این منظر، داستان سه گانه تازه است. به عبارتی در این رمان، چکیده همه فضاهای، حس ها، شخصیت ها، مکان ها، اسطوره ها و حماسه های درون اوستا و افزون بر آن بندهشن که کامل کننده بخش های نایاب داستانی اوستاست نیز در آن لحاظ شده اند.

رمان براساس اوستا و بندهش پرداخته است که «پیش خوارگر» نام دارد. «پیش خوارگر»، واژه ای است که امروز به صورت «سوادکوه» درآمده و نامی باستانی در جغرافیای ایران است که به مازندران امروزی مربوط می شود. اما در این رمان، نام شخصیت نخست کتاب است. نویسنده سه گانه «پارسیان و من» به غیر منسجم بودن داستان های اوستا اشاره و بیان کرد: شاهنامه به صورت یک کل منسجم داستانی، روایت خودش را از ماجرای ایران یافته بود و من در «پارسیان و من» به بازآفرینی آن پرداختم اما اوستا چنین نیست. این کتاب، در درجه نخست به صورت یک کتاب مذهبی شناخته می شود و دوم

«شاهنامک» است که در آن، نوه فردوسی، شاهنامه را از زبان یک بچه بازگو می کند. تصویرگر این مجموعه لیلی درخشانی است و بازآفرینی داستان های شاهنامه را آرمان آرین بر عهده داشته است. آرمان آرین پیش از این با انتشار سه گانه «کاخ پارسیان و من» کودکان و نوجوانان را با بخش هایی از تاریخ و شخصیت های اساطیری خود آشنا کرده بود. این مجموعه با استقبال مخاطب نوجوان روبرو شد و حالا مجموعه شاهنامک به قلم او و از سوی نشر چکه در اختیار مخاطبان علاقمند قرار می گیرد.

آرمان آرین، همچنین به بازآفرینی نخستین

آرمان آرین در گفتگو با خبرنگار مهر از طراحی و نوشتن بازی رایانه ای «رستم نامه» خبر داد و افزود: امروز تعداد زیادی از بچه ها، چه بخواهیم، چه نخواهیم در شمار کاربران بازی های رایانه ای هستند و ما به جای آن که براین واقعیت چشم ببندیم خوب است برای آنان، محتوای خوب تولید کنیم. من در «رستم نامه» تلاش کرده ام نوجوانان را با این شخصیت شاهنامه آشنا کنم. پیش از این هم درباره «سیاوش» نوشته بودم که به همت حسن مهدی اصل ساخته شد و به صورت بازی رایانه ای درآمد.

آرین در حال نگارش مجموعه ۲۴ جلدی

کافه بازار به جمع حامیان جشنواره بازی‌های رایانه‌ای تهران پیوست

طبق تفاهم‌نامه‌ای که بین دبیر پنجمین جشنواره بازی‌های رایانه‌ای و «کافه‌بازار» به امضا رسید، بزرگ‌ترین فروشگاه دیجیتال بازی و نرم‌افزار موبایلی در ایران به جمع حامیان این جشنواره پیوست.

به گزارش خبرگزاری مهر و به نقل از روابط عمومی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، این تفاهم‌نامه در راستای عملیاتی کردن جوایز و حمایت از بازی‌هایی که در جشنواره بازی‌های رایانه‌ای تهران به عنوان آثار برتر انتخاب می‌شوند، منعقد شده است. تفاهم‌نامه‌ای با بزرگ‌ترین اپ‌مارکت ایران یعنی کافه‌بازار منعقد شد که بر اساس آن از بازی‌های برتر موبایلی جشنواره حمایت صورت می‌گیرد.

بر اساس این تفاهم‌نامه، کافه‌بازار از بازی‌های برتر جشنواره حمایت خواهد کرد که از جمله این نوع حمایت می‌توان به بنر گروهی برای آثار برتر جشنواره به مدت سه روز، دو روز بنر اختصاصی برای بازی‌های برتر و دو میلیون تومان اعتبار تبلیغاتی در شبکه تبلیغاتی عدد اشاره کرد که فرصت بسیار خوبی برای تبلیغ و فروش بازی‌های موبایلی ایرانی است. لازم به ذکر است که مهلت نهایی ارسال آثار به این دوره از جشنواره ۱۵ تیر بوده و علاقه‌مندان می‌توانند جهت ثبت اثر به سایت جشنواره به نشانی مراجعه کنند.

www.tehrangamefestival.ir



حال بازی‌های رایانه‌ای وخیم است/ «سرعت‌شکنان» پاییز می‌رسند

بازی شتاب در شهر ۲ برخلاف شتاب در شهر، داستان محور است و کاربر از ابتدای بازی، یک داستان را پیگیری می‌کند. همچنین بازیکن می‌تواند هر مسیری را برای ادامه انتخاب کند و ملزم به ادامه سیر خطی داستان نیست اما در پشت صحنه بازی یک داستان و روایت ماجراجویانه وجود دارد.

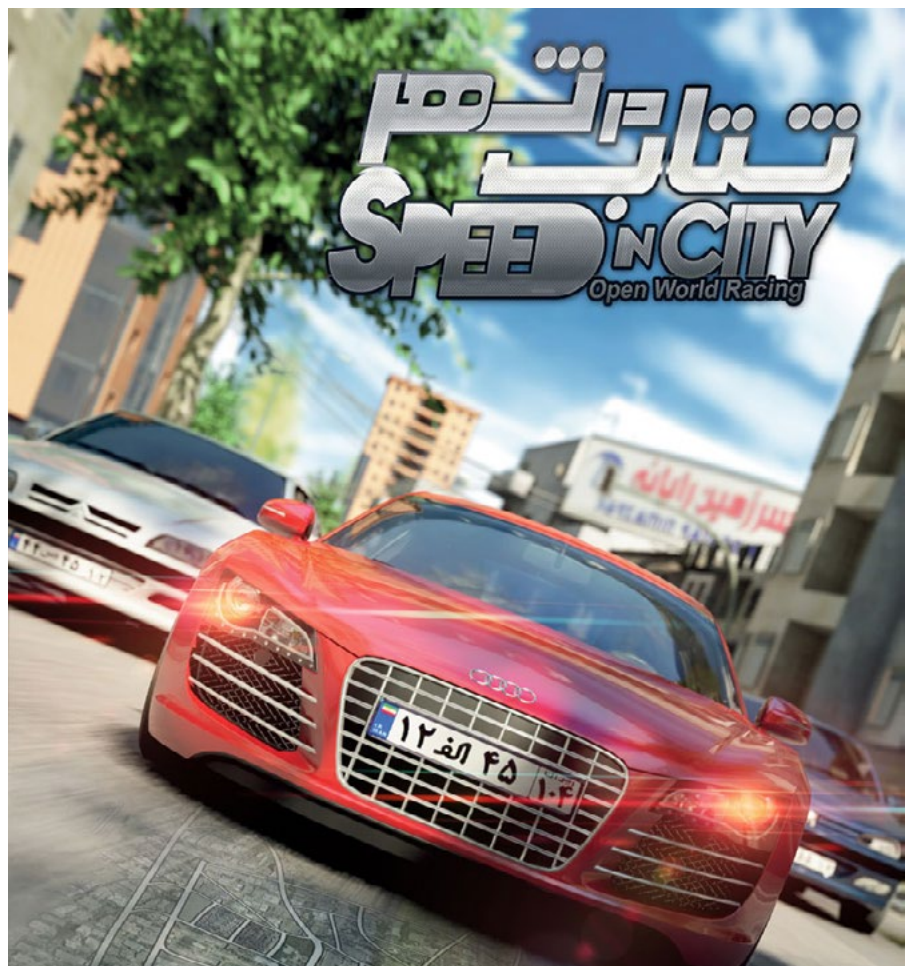
تولیدکننده بازی رایانه‌ای شتاب در شهر به شخصیت‌های طراحی شده در بازی اشاره کرد و توضیح داد: امیر شخصیت اصلی داستان بوده و سعید دوست امیر است و سرهنگ نیز از دیگر کاراکترهای طراحی شده در این بازی است.

احمدی به تعقیب و گریز که در بازی وجود دارد اشاره کرد و افزود: در این بازی پلیس‌هایی وجود دارند که اگر بازیکن سرعت بیش از حد مجاز داشته باشد با او برخورد می‌کنند. وی به بیان اینکه در «شتاب در شهر ۲» کاربر در قالب شخصیت داستان بازی را ادامه می‌دهد، گفت: فضای طراحی شده در بازی، شهر تهران است و حدود ۳۵ ماشین ایرانی و خارجی در بازی وجود دارد.

تولیدکننده بازی رایانه‌ای شتاب در شهر به ویژگی‌های بازی اشاره کرد و توضیح داد: این بازی با هیچ بازی خارجی قابل قیاس نیست به دلیل اینکه سبک بازی یونیک و منحصر به فردی است.

وی افزود: در این بازی سعی شده از نظر گرافیک و گیم پلی و فناوری ساخت بازی را در حدی پیش ببریم که بازی شایسته عرضه بین المللی باشد.

بازی رایانه‌ای شتاب در شهر ۲ (سرعت‌شکنان) به نویسندگی علی صادقی و مدیر طرح حسین احمدی با سبک ورزشی و مسابقات، پیشتر از شورای صدور پروانه ساخت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای مجوز تولید دریافت کرد.



وخیم است. به همین خاطر ما تا پاییز صبر می‌کنیم تا هم کیفیت تولید خود را بالا ببریم هم امیدوار باشیم که شرایط بازار بهتر شود.

احمدی به تفاوت‌های بازی شتاب در شهر با سرعت‌شکنان پرداخت و افزود: در بازی «شتاب در شهر ۲» یا «سرعت‌شکنان» المان پلیس به بازی اضافه شده و داستان بازی غنی و شخصیت پردازی شده است. این طراح و تولیدکننده بازی‌های رایانه‌ای ادامه داد:

حسین احمدی، مدیرعامل شرکت آروین تک، در گفتگو با خبرنگار مهر، به مراحل تولید بازی رایانه‌ای «شتاب در شهر ۲» اشاره کرد و گفت: این بازی با نام «سرعت‌شکنان» مراحل تولید را سپری می‌کند. تاکنون ۸۵ درصد کار انجام شده و بخش اندکی از تولید باقی مانده است. او در پاسخ به این که قرار بود بازی «سرعت‌شکنان» اردیبهشت ماه تولید و همزمان با تابستان منتشر شود، گفت: واقعیت این که وضع نشر و بازار بازی‌های رایانه‌ای بسیار



قدیمی‌ترین نمونه‌های تلاش برای به دست آوردن توهم حرکت در طراحی ایستا را می‌توان در نقاشی‌های دوران نوسنگی غارها پیدا کرد، در جایی که حیوانات با چندین شکل پای روی هم افتاده مجسم شده‌اند، که آشکارا کوششی برای رساندن احساس حرکت است. سفالینه‌ای متعلق به مردم شهر سوخته یافت شده است که نقوش روی این جام، تکرار هدفمندی دارد و حرکت را نشان می‌دهد. تکراری که پایه و اساس هنر انیمیشن امروز است.

امروز پویانمایی، شاخه‌ای جدی در هنر است و طرفداران خاص خود را دارد. هنری که هم کودکان و هم بزرگسالان مخاطب آن هستند. سومین شماره از مجله صنایع دستی به چهار فیلم تاثیرگذار پویانمایی پرداخته. «رنکو»، «شان گوسفنده»، «دوروتی و جادوگر شهر آرز» و «پینگو» پرداخته است.

ای کاش روزی فیلمسازان ایرانی هم این ژانر را جدی بگیرند و از قالب پویانمایی برای ساخت فیلم‌ها و حتی مجموعه‌های جذاب و ماندگار بهره ببرند.

پویانمایی

آمریکایی‌ها با «رنگو» تاریخ‌سازی می‌کنند/ قصه آفتاب پرست و راج



گزارش از مازیار معتمدی

قصه از کجا شروع شد؟

سوسماری در یک محیط بسته زندگی می‌کند تا هر روز افراد زیادی را سرگرم کند. تماشاچیان از حرکات و هنرنمایی این سوسمار لذت می‌برند و برای دست تکان می‌دهند. اما یک روز بر اثر یک سانحه کوچک، خانه شیشه‌ای او می‌شکند و او را می‌شود. حالا آزاد است تا هر جا که می‌خواهد برود. اما این سوسمار تازه حال دنیایی خارج از محل زندگی‌اش را تجربه نکرده، بنابراین تصمیم می‌گیرد به توصیه‌های یک گورکن متفکر به بیابان‌های خشک سفر کند تا اصل خویش را بیابد. او بعد از رسیدن به یک بیابان بی‌آب و علف با یک سوسمار ماده به نام بینز آشنا می‌شود که قصد دارد مزرعه پدر خدا بیامرزش را از چنگال افرادی که قصد فروشش آنجا را دارند، نجات دهد. او برای کمک به بینز تصمیم می‌گیرد با توجه به توانایی‌های بالقوه‌ای که در اجرای نمایش و بازیگری دارد، خود را در نقش کلاتر جدید شهر جا بزند. او از اینجا نام «رنگو» را برای خود انتخاب می‌کند. به این ترتیب قهرمان وارد می‌شود؛ یک قهرمان غرب وحشی که ابایی ندارد بگوید که آمده سوسمار ماده‌ای را از دست آدم بدها نجات دهد. اما رنگو نمی‌داند کلاتر بودن یعنی چه و وظایفش چیست. مثل دیگر فیلم‌های وسترن، گردن کلف‌های این شهر هم اصلا دوست ندارند شهر مأمور قانون داشته باشد. آن هم شهری که اسمش «درت» به معنی «کثافت» است. اما او خودش را با جامعه و سنت‌های آن وفق می‌دهد. همرنگ جماعت می‌شود، ادای آنها را در می‌آورد، مثل آنها رفتار

در تلاش برای طرح مفاهیم فلسفی است. شخصیت رنگو به عنوان یک سوسمار گیج و نادان هم به خوبی می‌تواند با آن چهره مضحک، بچه‌ها و حتی بزرگترها را به خنده وا دارد و در عین حال با تلاشش برای یافتن مایه حیات و با گفتارهای رهجویانه‌اش از مرشد و همراه و ... یاد کارلوس کاستاندا را زنده کند و از فلسفه اگزیستانسیالیسم بگوید. گروه سازنده به این ترتیب در همراه کردن طیف وسیع مخاطبانش موفق عمل کرده و به همین دلیل هم فروش قابل قبول گیشه را در کارنامه دارد و هم امتیاز بالایی منتقدان را. این انیمیشن محصولی از کمپانی پارامونت است که با همکاری شرکت «صنعت نور و جادو» ساخته شده و تنها انیمیشنی است که تا سال ساخته شدنش پس از «هپی فیت» در سال ۲۰۰۶، موفق به بردن جایزه

این انیمیشن که بی‌شابهت به شخصیت سرخوش و بی‌خیال جک گنجیشکه نیست، حرف زده باشد. شخصیت‌های این فیلم بیشتر از میان خزندگان انتخاب شده‌اند. از شخصیت اصلی گرفته که یک آفتاب پرست است تا بقیه که شامل آرمادیلو، مار و ... می‌شوند و همه در صحرا زندگی می‌کنند. هر یک از این موجودات البته نمادی از دنیایی هستند که نویسنده کهنه کار و کارگردان خلاق آن می‌خواهند، خلق کنند و البته همانطور که خودشان گفته‌اند «دنیایی بسازند پر از استعاره. استعاره‌هایی که برای مخاطب هم جذاب هستند و او را به فکر یافتن بدیل‌ها می‌اندازد. فضایی که منتقدان هم از آن لذت می‌برند. در دنیایی که حداکثر فیلم‌های کودکان و حتی بزرگسالان می‌تواند تعقیب و گریزی بامزه باشد، فیلمی آن هم انیمیشن

انیمیشن «رنگو» محصول سال ۲۰۱۱ است. فیلمی که هم به عنوان بهترین انیمیشن سال شناخته شده و هم در شمار یکی از ۱۰ فیلم برتر سال ۲۰۱۱ قرار گرفته است. فیلم «رنگو» موفق شد تا با جذابیت‌های بصری، شخصیت‌آفرینی جذاب و خلق لوکیشنی متفاوت، مخاطب را جذب کند و با تکیه بر هنر فیلم‌سازی و زیباشناختی و بعد فلسفی‌اش، نظر مثبت منتقدان را نیز متوجه خود سازد. کارگردان این انیمیشن گور وربینسکی با سابقه ساخت «دزدان دریایی کارائیب» است که فیلمش را بر مبنای فیلمنامه‌ای از جان لوگان نویسنده فیلم‌های مطرحی چون «هوانورد» ساخته است. وقتی پای دزدان دریایی به میان می‌آید اولین نامی که به خاطر می‌آید جانی دپ است و طبیعی است که او نیز به جای نقش قهرمان اصلی

است، بالطبع نورپردازی باید به بهترین شکل ممکن انجام می‌شود. در این زمینه این انیمیشن توانسته است آن را همانند فیلم‌های وسترن - اسپاگتی که در آنها نور یکی از عناصر مهم است، شکل بدهد.

موسیقی فیلم

گور ورینسکی، نما به نمای «رنگو» را از موسیقی‌های حیات بخش وسترن پر کرده است. به همین دلیل یکی از جوایز متعدد فیلم نیز جایزه موسیقی برای هانس زیمر است که از سوی ASCAP Film آن اهدا شده است. هانس زیمر با استفاده بجا از تم‌های موسیقی فیلم‌های وسترن سرجیو لئونیه کمک بسیار زیادی به فضاسازی این انیمیشن کرده است. این رویه در بعضی از سکانس‌ها به شدت جذاب است و در برخی سکانس‌های موسیقی متن به خودی خود، در فیلم باعث ایجاد فضای کمیک می‌شود ولی هیچگاه به مزه و احقانه به نظر نمی‌آید.

نقد محتوایی فیلم

«رنگو» در طبقه بندی ژانر، به وضوح فیلم وسترن است با تمامی ویژگی‌های ظاهری و مختصات اش. شهری دور افتاده در میانه کویری بی آب و علف، بناهای نیمه ویران، مردم در ستم که باید یکی بیاید و تغییری برایشان به وجود بیاورد، یک حاکم ظالم و استعمارگر، مزدورها و آدم کش‌ها و سرانجام غریبه‌ای که می‌رود تا همه چیز را عوض کند. تا اینجا کار درست است اما تفاوتی که وجود دارد این است که «رنگو» جان وین نیست.

او دقیقاً روی سکه قهرمان وسترن است. کم حرفی، با قدرت بودن، هفت تیرکشی ... او از هیچکدام اینها بهرامی نبرده. او یک آفتاب پرست معمولی و وراج است، او از دنیا هیچ خبری ندارد و تازه از خانه شیشه‌ای خود بیرون آمده است. و اینجا است که شوخی

فیلم اشاره‌ای هم به به تک چشم جهان بین دارد. جایی که اهالی شهر از تونل‌های زیر زمینی به دنبال سارقین آب هستند. تا اشاره ای به فراماسونری و تلاش برای کسب سرمایه از طرق سیاسی و به هر طریق دیگری بکند.

روح سرزمین غرب، مرد سیاهپوش روشنفکری است که نوید قهرمان بودن را به رنگو می‌دهد و برایش، حق انتخاب داشتن را قایل می‌شود. انتخاب، اولین قدم است. انتخاب سرنوشتی که فراری از آن نیست و خودش باید راهش را انتخاب کند. رنگو تجربیات خودش را در انتهای فیلم اینگونه بیان می‌کند: زمانی می‌رسه که به خودتون شک می‌کنید. وقتی که از پستی و بلندی‌های زندگی احساس زجر می‌کنید. این لحظه رو یادتون باشه. منو یادتون باشه و یادتون باشه روح واقعی در همه ما وجود داره.

کیفیت انیمیشن

از لحاظ گرافیکی «رنگو» یکی از بهترین‌های انیمیشن‌ها شناخته شده است. کیفیت بافت‌ها بی‌نظیر خوانده شده که می‌توان اوج ظرافت و چهره پردازی واقع گرایانه را در چهره بیشتر شخصیت‌های داستان تشخیص داد. البته خود رنگو به طبع از شخصیت‌های دیگر پر جزئیات تر تصویر شده است.

«رنگو» یک انیمیشن کامپیوتری بسیار خوش ساخت با ضریب دقت بسیار بالاست. جزئیات رعایت شده در انیمیشن از سایه‌ها گرفته تا حرکات دهان و منظر پس زمینه انیمیشن با ریزبینی بسیار زیادی طراحی شده‌اند. رنگو با اتکا به قدرت فنی گاه مرز بین واقعیت و انیمیشن را در هم می‌شکند.

یکی دیگر از جلوه‌های چشم نواز فیلم نورپردازی آن است. با توجه به اینکه مکان وقوع اتفاقات فیلم در یک بیابان سوزان

و قاطع و محکم عمل می‌کند.

صداسازی انیمیشن

در این فیلم در کنار صدای شخصیت اصلی که با حضور جانی دپ شکل گرفته، گورکن با صدای آلفرد مولینا، بینز با صدای ایسلا فیش، لاک پشت با صدای بیل نیگی، جان گرفته‌اند.

در بیشتر فیلم‌های انیمیشن، صدای هنرپیشه‌ها به طور جداگانه ضبط می‌شود. ورینسکی هنگام ساخت انیمیشن رنگو از بازیگران خواست تا در محیطی واقعی، نزدیک به فضای مشابه انیمیشن، بازی کنند تا صدایشان را با بازی واقعی ضبط کنند و علاوه بر این، او با این کار توانست خودش را نیز در فضای واقعی فیلم قرار دهد و از زوایای واقعی‌تری به این انیمیشن نگاه کند.

استعاره‌های متعدد

ابتدای فیلم «رنگو»، داخل یک ماشین در حال حرکت است و خط طولانی جاده، چون خطی شرق و غرب جهان فیلم را جدا می‌کند. یک آرمادیلو (پا گورکن) می‌خواهد از شرق جاده به سمت غرب برود. او اولین دوست رنگو است که او را به سمت آب و شرق جاده راهنمایی می‌کند و خودش به غرب به دنبال روح سرزمین غرب می‌رود. آرمادیلو، روح سرزمین غرب را به روشنفکری سوار بر درشکه مرمری با نگهبان‌های طلایی تعبیر می‌کند و به رنگو می‌گوید: اگر می‌خواهی آب پیدا کنی، اول باید خاک پیدا کنی و برای رسیدن به مقصد، سایه‌ها را دنبال کن. آب در فیلم رنگو همان سرمایه، پول و ثروتی است که همیشه سعی شده توسط افراد معدودی از جامعه و متعلق به طبقه‌ای خاص در جهت اهداف سود آور، جمع‌آوری و برای پر کردن بیشتر جیب‌های همان طبقه خاص سرمایه گذاری شود.

می‌کند و داستان‌هایی را برایشان تعریف می‌کند که دوست دارند بشنوند و محبوب آنها می‌شود. اما شهر یک مشکل بزرگ دارد: بی‌آبی. تمام ذخیره آب در بانک نگهداری می‌شود و کفاف مدت کمی را می‌دهد. شهردار شهر، لاک پشت سالخورده و با تجربه‌ای است که از عمرش درس‌های زیادی گرفته است، مثلاً اینکه تمام آب شهر را به جایی دور از شهر و خارج از دسترس مردم هدایت کند و تمام آن را ذخیره می‌کند تا از سرمایه به دست آمده‌اش برای آینده سرمایه‌گذاری کند و از طرف دیگر زمین‌های مردم شهر را به راحتی از چنگشان در می‌آورد. او برای این کار، گروهی خلافکار و باج‌گیر راه انداخته و از هیچ کاری برای رسیدن به مقصدش کوتاهی نمی‌کند. درواقع شهردار به فکر رسیدن به اهداف خودش است.

رنگو مأمور می‌شود آب دزدیده شده را به شهر برگرداند اما مار که یار شهردار است، دست او را رو می‌کند و رنگو مجبور می‌شود اعتراف کند که تا حالا داشته دروغ می‌گفته و در نهایت شهر را ترک می‌کند. اما او به زودی می‌فهمد که این لاک‌پشت شهردار بود که آب را کنترل می‌کرد تا برای خودش شهرسازی کند. او به شهر برمی‌گردد و با همکاری کاکتوس‌ها، خفاش‌ها و دوستان دیگرش آب را روی شهر جدید شهردار می‌بندد. اما در نهایت گرفتار شهردار و مار می‌شود. او در یک طرف آب زندانی می‌شود، موفق می‌شود بیرون بیاید و با استفاده از اختلافی که بین مار و شهردار پیش آمده، او را از بین می‌برد.

شخصیت پردازی

رنگو: شخصیت رنگو که جانی دپ به جای او صحبت می‌کند، سوسمار دست و پاچلفتی‌ای است که بعضی مواقع از همه باهوش‌تر می‌شود. تمام بار کمیدی فیلم روی این سوسمار است و تقریباً تمام شوخی‌های فیلم هم از زبان او خارج می‌شود. خیلی‌ها این شخصیت را یادآور شخصیت جک اسپارو در فیلم «دزدان دریایی کارائیب» دانستند. هم به دلیل بازی جانی دپ که به نوعی همان لحن و رفتار را به این شخصیت وام داده و هم برای این که کارگردان مشترکی بین این دو فیلم وجود دارد.

این آفتاب پرست سبز رنگ، با چشم‌های ورقلمبیده بر آمده و گردن درازش از یک سوسو می‌خواهد در نقش قهرمان‌های وسترن فرو برود، و از سوی دیگر می‌خواهد مخاطبان کم سن و سالش را با خود همراه کند.

شهردار: لاک پشت پیر صحرایی، عنصر اصلی منفی داستان است. او مودی، مظلوم نما و ظاهر فریب است. پیر و با حوصله، بسیار باهوش و سیاستمدار هم هست و با اراده و با استقامت، آرام و اهل گفت‌وگو کارهایش را پیش می‌برد.

مار: مار بزرگ که کلاهی سیاه بر سر دارد، ماری بد ذات است که در همه فیلم برای رنگو دردسر درست می‌کند. او خشن و نازار و جنگ طلب و بسیار رادیکال است



می‌شود که می‌گوید: من می‌دونم که کیم، من سینما، یک قهرمانم، خود جانی دپ.

و با چنین آغازی تکلیفش را با مخاطب معلوم می‌کند. شاید همه این ارجاعات یادآور قدرت سینما باشد و قدرت جادویی داستان‌پردازی آن. تجربه‌ای که با تماشای فیلم‌ها به دست می‌آوریم، مثل همان تجربه رنگو است.

منتقدان چه گفتند؟

فیلم، فیلم محبوب منتقدان بود. این فیلم با کسب امتیاز ۸۷ در سایت روتن تومیتوز جایگاه بالایی در این سایت به دست آورد. این سایت «رنگو» را باهوش، خلاق و در عین حال سرگرم کننده خواند و جانی دپ را برای دادن صدایی رنگارنگ و اجرایی جذاب تحسین کرد. سایت متاکرتیک دیگر سایت نقد فیلم نیز به آن امتیاز ۷۵ از ۱۰۰ داده است.

ریچارد کورلیس منتقد تایم:

یک طنز زیرک و داننا. او سال ۲۰۱۱ را برای ساخته شدن «رنگو» سالی غنی از نظر انیمیشن خواند و آن را عالی‌ترین و جذاب‌ترین در نوع خود نامید.

باب مونددلو از رایو ملی:

واقعی برای دوستداران فیلم. فیلمی که این ژانر را دوباره زنده کرده است.

فرانک لووک از فیلم ژورنال

اینترنشنال: فیلمی یادآور کارلوس کاستاندا، سرچیو لئون، چاک جونز و «محل» چینی‌ها، نمونه‌های کودکانه از فیلم‌های کوئنتین تارانتینو. بدون خشونت و البته پر از لحظه‌های بزرگ و واقعی.

راجر ایبرت از شیکاگو سان تایمز:

چهار ستاره از چهار حق این فیلم است. یک نوع معجزه است: یک کمدی انیمیشنی برای سینماهای باهوش که شگفت‌انگیز ساخته شده است. طنزآمیز است و به فیلم انیمیشن کلاسیک فضا و چشم انداز متفاوتی می‌دهد.

جو مورگن استرن از وال استریت

ژورنال: درخشان از نظر جنبه‌های بصری، با دیالوگ‌هایی که اصلا نمایشی نیستند...

تجارت جهانی را در هدف دارد می‌ایستد و فیلم در عین حال این شخصیت را در نمادی کاملاً متضاد یعنی لاک پشت مجسم کرده است تا نشان دهد چقدر از سرعت واقعی و زیربنایی دور است.

رنگو از بالای تپه نمایی از شهر لاس‌وگاس را با ساختمان‌های مدرن، آب و هوایی مناسب و چمنزارهای زیبا می‌بیند. او با خود می‌گوید: آب را کنترل کنی همه چیز را کنترل کردی.

در اینجا نیز نویسنده و کارگردان نقیبی به معنای شهر مدرن از نظر سیاستمداران زده‌اند: شهری که نماد قمار، الکل و همه نوع بی‌اخلاقی است. پوستر فیلم هم اشاره‌های زیادی به فیلم‌های سینمایی و چهره‌های و افرادی دارد که از آنها الهام گرفته است: از هاتر تامپسون خبرنگار و سالوادور دالی نقاش و کارلوس کاستاندا

به این سوال پاسخ دهد که «من که هستم؟». پرسش اساسی انیمیشن رنگو حول این سوال فیلسوفانه می‌چرخد. در سکاسی از فیلم، رنگو پس از دیدار با روح غرب جواب این پرسش را می‌گیرد. روح سرزمین غرب می‌گوید: مهم نیست آنها تو را چه می‌نامند. مهم این است که اعمال انسان، او را می‌سازد.

بیشتر این دیالوگ‌ها در دهان دو کاراکتر گورکن و شهردار گذاشته شده‌اند. در ابتدای فیلم گورکن که نماد دانای کل و خرد عمومی است جملات متفاوتی به رنگو می‌گوید: «من دنبال روح غرب می‌روم که سوار بر کالسکه مرمر است و نگهبان‌های طلایی از آن محافظت می‌کنند». در ادامه می‌بینیم که منظور از روح غرب کلینت ایستوود است و نگهبان‌های طلایی همان چهار جایزه اسکاری است که در طول

کارگردان و نویسنده بامزه‌تر از همیشه است: قهرمان دنیای امروز باید یک آفتاب پرست باشد که بتواند به هر رنگی درآید تا بتواند با آدم‌بدها مقابله کند. او نباید هفت تیرکشی چالاک باشد، زور بازو هم لازم نیست و تا حالا فقط به یک ماهی بیجان احساس محبت کرده است.

رنگو در ابتدای فیلم تصویری از یک قهرمان است اما در انتها، به قهرمانی اصیل بدل می‌شود. قهرمانی که حال دیگر آرام و کم حرف است، اما جسور و عدالت‌جو نیز شده است.

نویسنده و کارگردان این فیلم همه چیز را برپایه سمبولیسم بنا کرده‌اند و گره داستان را بر مبنای آزاد کردن آب قرار داده‌اند. در این شهر بیابانی، آب مایه حیات است. مردم آب ندارند. حاکم شهر آب را در اختیار گرفته، آدم‌بدها هم دنبال آب هستند و قهرمان هم



نویسنده و کارگردان رنگو

همه چیز را بر پایه سمبولیسم بنا کرده‌اند و گره داستان را بر مبنای آزاد کردن آب قرار داده‌اند. در این شهر بیابانی، آب مایه حیات است. مردم آب ندارند. حاکم شهر آب را در اختیار گرفته، آدم‌بدها هم دنبال آب هستند و قهرمان هم باید آب را به مردم برگرداند!

نویسنده معروف، تا وسترن اسپاگتی‌های سرچیو لئون و «محل» چینی‌ها ساخته رومن پولانسکی.

یکی از نکات جالب توجه در مورد انیمیشن رنگو این است که این انیمیشن اولین انیمیشن تاریخ سینما است که به خاطر سیگار کشیدن در فیلم ابتدا به آن درجه R دادند.

داستان پر است از اشاراتی به فلسفه، تاریخ، مفهوم قهرمان، سیاست امروز و ... اما در آغاز راه سازندگان حرف اصلی را زده‌اند: انیمیشن «رنگو» با یک مونولوگ فوق‌العاده از زبان یک مارمولک شروع

فعالیت هنری اش دریافت کرده است. شاید این هالیوود است که غرب را محافظت می‌کند.

«رنگو» در حالی که ادای دینی به ژانر وسترن دارد تا یادآور تاریخ نداشته آمریکایی‌ها باشد، از طرف دیگر مسایل سیاسی اخیر ایالات متحده را با کمال ظرافت مطرح می‌کند، قهرمانی می‌سازد که واقعی نیست و مثل فیلسوف‌ها در برابر مدرنیته شهردار هم می‌ایستد و از زندگی عادی مردم دفاع می‌کند. او در برابر لاک پشت که نماد قوانین اجتماعی و مجریان قانون است و با سرعت زیاد،

باید آب را به مردم برگرداند. اما به سادگی و با توجه به لوله‌هایی که گاه و بیگاه نشان داده می‌شوند، می‌توان از معنای معمول آب به عنوان عامل اصلی درگیری‌ها در هزاره سوم گذشت و گریزی به دنیای امروز زد و به جای آن نفت را به عنوان عامل درگیری‌ها جایگزین کرد.

جان لوگان فیلمنامه نویس چیره دستی است که فیلم‌هایی مثل «هوگو»، «هوانورد»، «گلادیاتور» و «آخرین سامورایی» را در کارنامه دارد و به خوبی دیالوگ‌های فلسفی اش را در دل داستان جای کرده است و در عین حال می‌خواهد

شان را به خاطر نمی آورد و شان پس از برخورد با او، دلشکسته باز می گردد اما در صحبت با گله یک طرح ریخته می شود تا وقتی همه برای خواب رفتند، گروه مزرعه دار را بزدند و او را به حومه باز گردانند. سرانجام هم همه چیز درست می شود و آنها به خانه باز می گردند.

صداییشانگان

هر چند بزرگترین مزیت این فیلم صامت بودن آن است، اما این فیلم دارای صداییشانی است که در صورت لزوم به جای شخصیت هایشان به بی می کنند و دیگر صداهای لازم را تولید می کنند. اما دیالوگ به معنای کلام جایی در این انیمیشن ندارد. حتی شخصیت های انسانی قصه هم مانند سریال تلویزیونی حرفی به زبان نمی آورند.

در غیبت دیالوگ، این علائم و نشانه ها و حرکات خاص و بانمک شخصیت های مجموعه است که به بیان احساسات و عواطف این شخصیت ها می پردازد و حس و حال درونی و روحیه آنها را آشکار می کند. کار صداسازی این انیمیشن با حضور جاسپین فلچر، جان اسپارکر و امید جلیلی انجام شده است. ایان اشکری نویسنده موسیقی این فیلم است.

پیام انیمیشن

منتقدان تلویزیونی، اپیزودهای «شان شیپ» را تلفیقی از کمدی های معروف اسلپ استیک (بزن برن) و کمدی های کلاسیک صامت دنیای سینما خواندند. همین دیدگاه درباره فیلم سینمایی آن هم حاکم است و منتقدان به ویژه صامت بودن آن را نقطه عطف فیلم خواندند. وقتی مخاطب نیازی به شنیدن فلسفه بافی های معمول ندارد و مجبور نیست جوک ها و لطیفه هایی را که در دهان شخصیت ها گذاشته شده گوش کند، بلکه به سادگی از رفتارها و کمدی های طنز موقعیتی لذت می برد.

به همین دلیل از این انیمیشن به عنوان یک فیلم برای سرگرمی صرف یاد می شود که سعی ندارد نکات آموزشی را مورد توجه قرار دهد ضمن این که نکات غیرآموزشی و غیراخلاقی نیز در آن یافت نمی شود.

در واقع هر بار که شان، شخصیت اصلی قصه دارد از کمک دوستانش استفاده کند، حماقت آنها سبب می شود تلاش ها و ایده هایشان بی نتیجه شود و حاصل کار خراب تر هم بشود. ویژگی اصلی این فیلم این است که شخصیت مثبت و منفی کلیشه ای در آن وجود ندارد، بلکه رویدادها و نوع رفتار شخصیت ها در قبال آنهاست که ماجراهای جالبی خلق می کند.

حتی صفاتی همچون حماقت و ساده لوحی هم به عنوان ویژگی های بخشی از شخصیت ها ایجاد جذابیت می کند و داستان را از بردن به نقطه تقابل خیر و شر دور می کند و سادگی و صمیمیت ویژه ای به آن می بخشد، همان ویژگی که موجب می شود منتقدان یک دست، قصه را گرم و درخشان بخوانند.



«شان گوسفنده» ورفایش به شهر می روند

بزرگسال را به دنیای خود می کشد و در نهایت این شان است که باید مشکلات را حل و فصل کند و البته به شیوه های خاص خودش شرایط را به حالت تعادل بازگرداند.

وقفیت این سریال به حدی بود که در ماه مارس ۲۰۱۱، نمایش آن هم روی صحنه رفت و در قالب یک نمایش موزیکال یک ساعت و چهل دقیقه، با اقبال مخاطبان روبه رو شد. به بازار آمدن یک بازی کامپیوتری بر اساس این شخصیت ها نیز نشان دهنده ابعاد موفقیت این سریال بود.

ساخت فیلم چطور کلید خورد؟

با توجه به همه این موفقیت ها ژانویه ۲۰۱۱ بی بی سی اعلام کرد آرمن شروع به ساخت فیلم بلند سینمایی کرده و این فیلم را ۲۰۱۳ یا ۲۰۱۴ اکران می کند. این فیلم سرانجام قرار شد ۲۰ مارس ۲۰۱۵ اکران شود و خلاصه ۶ فوریه راهی سینماهای بریتانیا شد. این فیلم در آمریکا در ماه آگوست راهی سینماها خواهد شد.

قصه از کجا شروع شد؟

داستان فیلم ماجراهای شان، بیتسر و گله را تعریف می کند که به شهر بزرگ می روند تا مزرعه دار را نجات دهند. کشاورز با ضربه ای که به سرش خورده دچار فراموشی شده و در عین حال برشی از خاطرات اصلی اش را حفظ کرده است. اما شان هم اسیر و با بیست زدن می شود. آنها با خلق مجموعه ای از حماقت ها و روش های خاص خودشان فرار می کنند و کشاورز را پیدا می کنند. او حالا به عنوان آرایشگر به شهرت رسیده است.

این شهرت هم خیلی جالب به دست آمده: او به اشتباه موی سر یک چهره مشهور را مثل چیدن پشم اصلاح کرده و فکر کرده دارد پشم شان را می چیند. اما در هر حال کار او گرفته و به عنوان یک آرایشگر مشهور شناخته شده است. او دیگر

انتخاب کرد. این شخصیت حالا ستاره یک فیلم سینمایی هم شده است. شرکت معتبر انیمیشن سازی آرمن انیمیشن مجموعه «شان گوسفنده» را با همکاری شبکه BBC و دو شرکت فیلم سازی آلمانی تهیه و تولید کرده است. «شان» گوسفند ساکت اما بازیگوش، شخصیت اصلی این فیلم سینمایی، مثل مجموعه انیمیشنی آن دست به ماجراجویی های خنده داری زده است.

نگاهی به مجموعه انیمیشن

اولین اپیزود «شان گوسفنده»، مارس ۲۰۰۷ روی آنتن رفت و مورد توجه فراوان تماشاگران قرار گرفت. به همین دلیل تولید فصل دوم نیز در دستور کار قرار گرفت و در مجموع ۸۰ اپیزود هفت دقیقه ای، تا اواخر سال ۲۰۱۰ به نمایش درآمد. شبکه های تلویزیونی بیش از ۱۸۰ کشور جهان این مجموعه را برای نمایش و پخش خریدند و بسیاری از شرکت ها با الهام از این مجموعه، دست به ساخت مجموعه های جدید زدند.

محل وقوع قصه های مجموعه یک مزرعه آرام است که تعدادی گوسفند سر به زیر که گاهی اوقات کارهایشان حتی احمقانه به نظر می رسد و در راس آنها شان است، شخصیت های اصلی را تشکیل می دهند. آدم ها هم در این مجموعه حضور دارند و حیوانات دیگر چون سگ و گربه هم حضور به یادماندنی دارند. اما این گوسفندها هستند که حرف اصلی را در این مجموعه می زنند.

مثل دیگر انیمیشن ها، این حیوانات مثل آدم ها رفتار می کنند و ماجراهای قصه را پیش می برند. موفقیت کمدی خلق شده و تضادهایی که بین شخصیت های قصه با یکدیگر و نیز با محیطی که در آن زندگی می کنند، ایجاد می شود یک کمدی ناب و شاد را فراهم می کند. از آن نوع کمدی های ماجراجویانه که مخاطب چه کودک و چه

فیلم سینمایی کمدی ماجراجویانه «شان گوسفنده» محصول ۲۰۱۵ است و به کارگردانی مارک برتون و ریچارد استازاک و بر مبنای فیلمنامه ای که خودشان نوشته اند، ساخته شده است.

این انیمیشن صامت که از سوی منتقدان با اقبال روبه رو شده و آن را یادآور روح باستر کیتون، هارولد لوی و چارلی چاپلین خوانده اند، ماجرای گوسفند سفید مزرعه است که می خواهد تفریحی کند، پس تصمیم می گیرد کشاورز، کاروان و گله را از تپه تند عبور داده و به شهر بزرگ برسد در ماجراهایی که برایشان و گله اتفاق می افتد تنها فکری که در سر آنهاست بازگشت به چمن سبز خانه است.

شخصیت «شان گوسفنده» که از انیمیشن های محبوب کودکان و حتی بزرگسالان است، در واقع از مجموعه انیمیشن «شان د شیپ» گرفته شده است. به دنبال موفقیت این سریال انیمیشنی سازندگان آن تصمیم گرفتند تا یک فیلم سینمایی نیز بر مبنای این ماجراها بسازند. سریال «شان گوسفنده» که با نام «بره ناقلا» از تلویزیون ایران نیز پخش شد، مجموعه ای انگلیسی است که به صورت استاپ موشن تهیه شده و شهرت بین المللی دارد. همه این ویژگی ها در نسخه سینمایی آن نیز رعایت شده است. ما در واقع تهیه کننده این مجموعه که شرکت انیمیشن سازی آرمن انیمیشن است، همین سریال را نیز با توجه به موفقیت محصول قبلی این کمپانی یعنی مجموعه تلویزیونی «والاس و گرومیت» ساخت. «والاس و گرومیت» که نسخه سینمایی آن موفق به دریافت جایزه اسکار بهترین انیمیشن سال شد و فروش بالایی در جدول گیشه نمایش سینماهای جهان کرد، دارای شخصیت گوسفندی بود که توجه زیادی را جلب کرده بود و همین شد که شرکت سازنده اش این شخصیت یعنی «شان» را به عنوان نقطه تمرکز یک سریال جدید

شکست تمام عیار دوروتی و جادوگر شهر آزا این آب نبات مزه ندارد



پل گمشده مرتبط به شهر آزا، از سرزمینش رد شوند. آنها به شهر زمرد می‌رسند ولی می‌بینند آنجا متروک است و تنها میمون‌های پرنده آنجا حضور دارند که به گروه حمله می‌کنند. گروه دوروتی به غار پناه می‌برند که به یک آبشار می‌رسد. شاهزاده خانم از آبشار سقوط می‌کند و مالو بالای سر او می‌نشیند و سوگواری می‌کند و دوروتی به تنهایی به سمت هدف می‌رود. او با توتو به دلک می‌رسند که قصد دارد آنها را بکشد. دوروتی دوباره دوستانش را پیدا می‌کند و با هم دلک را شکست می‌دهند. دوروتی در انتها نزد عمه و عمو باز می‌گردد تا مردم را تشویق کند که برای حفظ خانه هایشان ایستادگی کنند. مرد جاعل توسط کلانتر دستگیر می‌شود و همه به بازسازی شهر می‌پردازند.

صدایندگان و موسیقی

لی مایکل، مارتین شورت، جیم بلوشی، کلسی گرامر، مگان هیلتی، هیو دسنی و پاتریک استوارت به عنوان صدایکشان انیمیشن حضور داشته‌اند. دلک با صدای مارتین شورت، جن گلیندا با صدای برنات پیترز، ویسر با صدای الیور پلت، مارشال گل خطی با صدای هو دنسی، شاهزاده خانم چینی با صدای مگان هیلتی و رتاگ با صدای پاتریک استوارت شکل گرفته‌اند. موسیقی این کار توسط برایان آدام و تابلی چو ساخته شده است.

دیگر یک نابودی کامل ایجاد کرده است. در این میان یک مرد لنگ ادعا می‌کند که ارزیاب دولتی است و مزرعه به‌کار است. دوروتی می‌فهمد که به همه مزرعه‌های آن منطقه همین اخطار شده و با توتو راه می‌افتد تا ببیند باید چه کار کند. او با رنگین کمان روبه رو می‌شود که آنها را به جای شهر زمرد به شهر آزا می‌برد. دوروتی با وایسر جغد عاقلی ملاقات می‌کند که نمی‌تواند پرواز کند. آنها به سرزمین آب نبات می‌روند که همه چیز از جمله مردمانش از شیرینی و شکر ساخته شده است. مارشال مالو آنها را دستگیر می‌کند چون قانون منع خوردن چیزهای آب نباتی را رعایت نکرده است. قاضی هم آنها را گناهکار می‌داند و وقتی اسم او را می‌پرسند تا گواهی قتلش را صادر کنند، متوجه می‌شوند او دوروتی است و آزادش می‌کنند. مالو هم به این گروه می‌پیوندد تا با هم به شهر زمرد بروند و ژنرال آب نبات سیب را پیدا کنند.

دوروتی به کشور خوشمزه چین می‌رسد و در آنجا به کسب اجازه از شاهزاده خانمی نیاز دارد تا از سرزمین او عبور کند. مالو به عنوان خواستگار جلو می‌رود و گروه اجازه ورود به این سرزمین را پیدا می‌کنند. شاهزاده خانم درخواست ازدواج مالو را رد می‌کند اما از آواز خواندن او خوشش می‌آید و به گروه اجازه می‌دهد به شرط همراه شدن او برای پیدا کردن

از آلاپین پیکچرز است و پرانا استودیوز این انیمیشن جدید را تهیه کرده‌اند. دانیل سن‌تی‌پیر و ویل فین کارگردانی آن را بر عهده داشتند و آن را بر اساس فیلمنامه‌ای که توسط بون رادفورد، رولند کارول و باری گلاسز نوشته شده بود، ساختند. این انیمیشن نخستین بار در ۱۴ ژوئن ۲۰۱۳ در فرانسه و در فستیوال بین‌المللی فیلم انیمیشن آنسی به نمایش درآمد و سال بعد در آمریکا و کانادا اکران شد. این انیمیشن ۸۸ دقیقه‌ای با نقدهای خیلی منفی منتقدان و شکست کامل در باکس آفیس روبه رو شد و در حالی که ۷۰ میلیون صرف ساخت آن شد تنها ۱۸ میلیون دلار فروش کرد.

قصه از کجا شروع شد؟

در سرزمین آزا، رهبران شهر زمرد یعنی مترسک، مردانه‌ی جنگل نشین و شیر بزدل می‌فهمند که دلک بدجنس جادوگر جادوگر بدجنس غرب را که مرده، زنده است تا با آن میمون‌های پرنده را به کنترل خود درآورد. با توجه به خطری که شهر آزا را تهدید می‌کند، مترسک تصمیم می‌گیرد تا از اختراع خود که یک رنگین کمان است برای احضار دوروتی استفاده کند تا با کمک او بتواند این پادشاهی را حفظ کند اما نیروهای دلک به کاخ حمله و با دستگیری این سه دوست، آنها را زندانی می‌کنند. در کانازس و در مزرعه دوروتی، گردبادی

انیمیشن سه بعدی «افسانه‌های آزا: بازگشت دوروتی» که به عنوان «دوروتی از آزا» هم شناخته می‌شود، انیمیشن کامپیوتری موزیکال آمریکایی-هندی است که بر اساس کتابی از راجر استنتون باثوم ساخته شده، اما فرانک باثوم نویسنده کتاب اصلی این مجموعه با عنوان «جادوگر شهر آزا» است.

فرانک پدربزرگ راجر است و با خلق این جهان داستانی، موجب شد تا انیمیشن‌ها و فیلم‌های متعددی از روی آن ساخته شود. راجر داستان کتابش را بر اساس شخصیت دوروتی که پدربزرگش بیشتر از بقیه به آن علاقه داشت، نوشته و در عین حال که شخصیت‌های جدید خلق کرده، شخصیت‌های قبلی را هم حفظ کرده است.

فیلم اصلی «جادوگر شهر آزا» از سوی روزنامه گاردین به‌عنوان برترین فیلم خانوادگی تاریخ سینما شناخته شده و از فیلم‌های محبوب است. «جادوگر شهر آزا» یک کلاسیک آمریکایی است که با وجود گذشت صد سال از انتشار کتابش هنوز مخاطبانی در سراسر جهان دارد و محتوای سمبلیک آن و مفاهیمی که در طول تلاش و جست و جوی دوروتی جا گرفته، بسیار تأثیرگذار است. زمانی که فیلم این اثر اکران شد، از آن به عنوان بزرگ‌ترین رویداد پس از سفر چارلز لیندبرگ، هوانورد آمریکایی، در فرهنگ عامه آمریکایی‌ها یاد شد.

سامرتایم انترتینمنت که زیر مجموعه‌ای

را پیدا می‌کند و داستان با این پیام تمام می‌شود: هیچ جا خانه خود آدم نمی‌شود.

پیام انیمیشن

در قصه اصلی جاده زرد آجری را می‌توان به عنوان «مسیر طلایی زندگی» تعبیر کرد و در مجموع داستانی اخلاقی که شامل مجموعه‌ای از اعمال معنوی می‌شود، یادآور حرکت‌های درستی است که می‌توانند به آدم‌ها کمک کنند تا با مشکلات زندگی خود راحت‌تر کنار بیایند. در واقع شاید بتوان گفت که جادوگر از حامل این پیام است که اگر با مردم به نیکی رفتار کنید، آنان نیز با شما به نیکی رفتار می‌کنند. در انیمیشن جدید تلاش شده تا همان مفاهیم در قالب شخصیت‌های جدید تکرار شوند و نبرد خیر و شر و رسیدن به نقطه تعادل مورد تأکید قرار گیرد با این تفاوت که از نگاه منتقدان همه این ماجراها فاقد اصالت و صرفاً کلیشه‌ای تقلیدی است.

منتقدان چه گفتند؟

این انیمیشن نقدهای منفی از منتقدان گرفت و در سایت راتن تومیتوز تنها ۱۶ درصد نقد مثبت از میان ۵۵ نقد را دریافت کرد. در متاکرتیک نیز از ۱۰۰ امتیاز تنها ۲۵ امتیاز گرفت.

این فیلم در پایان نمایشش در آمریکا ۸.۴ میلیون و در گیشه بین‌المللی ۱۰۰.۲ میلیون فروش کرد تا در نهایت با فروش ۱۸.۷ میلیونی پرونده‌اش بسته شود. نسخه دی‌وی‌دی و بلو ری فیلم نیز تابستان سال ۲۰۱۴ منتشر شد.

این انیمیشن در بخش صدایشیگی نیز موفق عمل نکرد و در سی و پنجمین دوره اهدای جوایز تمشک زرین به بدترین فیلم‌ها، جایزه بدترین بازیگر مرد مکمل را برای ارایه صدای کلسی گرامر دریافت کرد. این دومین انیمیشنی بود که جایزه تمشک طلایی را برد و پیش از آن «بن‌گشتی» در سال ۱۹۹۵ برای بدترین ترانه جایزه برده بود.

با وجود همه این‌ها کمپانی سازنده این انیمیشن اعلام کرده یک فیلم ادامه و یک سریال تلویزیونی از این انیمیشن را در دست ساخت دارد.

شخصیت اصلی این ماجرا دختری به نام دوروتی است و سگش به نام توتو. او به خاطر فردی ناشناخته و شرور در خطر افتاده و دوروتی می‌خواهد از دست او فرار کند. عمو و عمه دوروتی نسبت به او بی‌اعتنا هستند و این رفتار دوروتی را نگران می‌کند. خانم گالچ به دنبال از بین بردن توتو است. او زنی منفی است و لجباز و دوروتی باید بر سر مرگ یا زندگی توتو تصمیم بگیرد. او تصمیم به فرار می‌گیرد و در راه با پروفیسور مارول آشنا می‌شود و از طریق گوی بلورینش می‌فهمد خانواده‌اش ناراحت هستند. دوروتی برمی‌گردد تا اندوه را از خانه دور کند اما تا وارد خانه می‌شود،

کیفیت انیمیشن

مناظر سرسبز و باشکوه با گل‌هایی که پرواز می‌کنند، کوه‌های آب‌نباتی متحرک و جنگل‌های انبوه پر درخت سخن‌گو، از راه به شهری جادویی و اسرارآمیز تبدیل کرده‌اند. برای ساخت این انیمیشن ابتدا از زاویه انیمیشن دوبعدی کارها انجام شد. به گفته کارگردان، وقتی قرار است در زمان ساخت یک انیمیشن دوبعدی تغییری در دید صحنه داده شود، باید یک زاویه دوربین جدید رسم شود، اما در CG کار تعمیم داده شده و به پیچیدگی دوبعدی نیست. با این حال زوایای مختلف دوربین را روی کاغذ ترسیم می‌کردیم و بعد

ساخت انیمیشن

سن‌پی‌یر و فین همکاران قدیمی هستند و نخستین بار در اواخر دهه ۱۹۸۰ و برای ساخت انیمیشن «پری دریایی کوچولو» دینسی تجربه کار مشترک داشتند و پس از سال‌ها این بار در انیمیشن «افسانه‌های از: بازگشت دوروتی» دوباره به هم پیوستند. فین در این باره می‌گوید: وقتی برای این کار دعوت و متوجه شدم که قرار است در کنار دن روی این پروژه کار کنم، واقعاً هیجان‌زده شدم، چون دن را می‌شناختم و از دانش، توانایی و استعداد او در داستان‌سرایی و تصویرسازی آگاه بودم. او استاد من بوده و در خیلی جهات از او



توفانی عظیم در می‌گیرد و خانه در هوا به پرواز درمی‌آید و دوروتی از کانزاس به سرزمین آز می‌رسد. خانه دوروتی روی ساحره بدجنس شرق می‌افتد و او را می‌کشد و این باعث می‌شود تا دشمنی خواهر او یعنی ساحره غرب با دوروتی آغاز شود. او می‌خواهد به کانزاس برگردد، اما راه بازگشت را نمی‌شناسد. در نهایت دوروتی با کمک دوستانش راه خانه

یک مجموعه مجازی تصویری از آن ارائه می‌دادیم. این کار سرگرم‌کننده و جالب بود، چون مثل این بود که می‌شد در تمام مجموعه راه رفت و با حفظ زاویه دید، تصمیم گرفت که بهترین کار چیست، کدام دید بهتر است و کدام نیست؟ کار تبدیل تصاویر دوبعدی به فضاهای زنده و سه‌بعدی را گروه EFX استودیو پرانا در بمبئی هند انجام دادند. یک گروه در لس‌آنجلس، تصاویر انیمیشنی و کارهای رنگ‌آمیزی را به گروه هندی می‌داد و آن‌ها صحنه‌ها را خلق می‌کردند.

پس زمینه انیمیشن و شخصیت‌ها

فیلم اصلی «جادوگر شهر آز» محصول سال ۱۹۳۹ به کارگردانی ویکتور فلمینگ و جرج کاکر است که بر مبنای فیلمنامه فورانس پیرسون و نوئل لنگلی ساخته شده است. در این فیلم جودی گارلند، فرانک مورگان و ری بولگر بازی کردند. این فیلم که برنده اسکار بهترین موسیقی فیلم برای هربرت استاتهارت و بهترین ترانه بخاطر ترانه «بر فراز رنگین کمان» شد در چهار بخش دیگر از جمله بهترین فیلم نامزد اسکار بود.

چیزهای آموزنده زیادی یاد گرفته ام. سن‌پی‌یر هم از همکاری با یک دوست قدیمی خوشحال است و درباره این تشریک مساعی می‌گوید: او یک انیماتور فوق‌العاده و استاد روایت است، کسی که باعث شد دید من نسبت به هنر و موسیقی توسعه پیدا کند. من مسئول رسیدگی به مسایل انیماتورها بودم و او هر چیز از پرداخت مجدد سکانس‌ها در مرحله استوری‌برد تا هدایت صدایشان را برعهده داشت. این همکاری به گونه‌ای بود که هر کدام از ما را با استعدادها و افکار مختلف جداگانه در کنار هم قرار داد و باعث شد که به جزئیات بیشتر توجه کنیم و فیلم به چیزی که در حال حاضر می‌بینید، تبدیل شد.

سیت انگستروم، کارگردان هنری نیز می‌گوید: می‌خواستیم یک دنیای جدید پرهیجان داشته باشیم. از همان مرحله استوری‌برد روی جزئیات دقیق شدیم و ایده شهر آب‌نباتی و کشور خوش‌طعم را مطرح کردیم و برای شخصیت‌ها زمینه‌های اخلاقی خارق‌العاده قائل شدیم.



پنگوئن‌هایی که مثل انسان زندگی می‌کنند/ نوستالژی دیدن کارتن کودکی

گزارش از مازیار معتمدی



«پننگو» انیمیشنی کودکانه و کم‌دی به شیوه استاپ موشن است که هر کودک و بزرگسالی که یک بار آن را دیده باشد، در نهانخانه ذهنش ثبت شده است.

کارگردان این انیمیشن اوتمار گوتمان این مجموعه را بر مبنای قصه‌های سیلویو ماتزولا ساخته و پیگوس گروپ آهنگسازی آن را برعهده داشته است. کارگردان آلمانی این انیمیشن در سال ۱۹۹۳ در ۵۶ سالگی درگذشت، اما ایده درخشان او را دیگران ادامه دادند.

این مجموعه نخستین بار در قالب ۱۳۰ قسمت ۵ دقیقه‌ای در سال ۱۹۸۶ در استودیو تیکفیلیم سوئیس ساخته شد و همان سال روی آنتن رفت. استقبال زیاد از این کارتون و محبوبیت شخصیت پننگو موجب شد تا به زودی دیگر کشورهای اروپایی نیز میزبان این موجودات ساده و مهربان قطبی شوند.

این انیمیشن بر قطب جنوب تمرکز دارد و خانواده‌های پنگوئن‌ها را در یخ‌ها کار و زندگی می‌کنند. پننگو هم به یکی از همین خانواده‌ها تعلق دارد. او هر بار با یک ماجرا رو به رو می‌شود و خواهر کوچکش پینگا هم معمولاً او را همراهی می‌کند. دوست صمیم او رابی که یک فک است، هم همیشه همراه او است.

یکی از دلایل موفقیت جهانی پننگو بی کلام بودن آن است. هرچند شخصیت‌های این انیمیشن با هم حرف می‌زنند اما ما متوجه حرف‌های آنها نمی‌شویم و فقط صداهایی را می‌شنویم که نشان دهنده حالت بیان شدن احساسات آنهاست. این صداها تقریباً شبیه همان صدای قارو قور خود پنگوئن‌هاست. این تدبیر به مردم زبان‌های مختلف امکان می‌دهد تا با هر پس زمینه زبانی قادر به دنبال کردن ماجرا باشند.

انیمیشن «پننگو» از آن زمان تاکنون یکی از محبوب‌ترین برنامه‌هایی بوده که کودکان با آن بزرگ شده‌اند و امروز هنوز از آن لذت می‌برند. این سریال تاکنون چند بار از شبکه دو، شبکه تهران و دیگر شبکه‌های استانی پخش شده است.

قصه از کجا شروع شد؟

این مجموعه بر یک خانواده پنگوئنی تمرکز دارد که به شیوه انسان‌ها در قطب جنوب زندگی می‌کنند. شخصیت اصلی این مجموعه پسر کوچک خانواده یعنی «پننگو» است. قصه «پننگو» در قطب جنوب می‌گذرد. شخصیت‌های نه چندان پر تعداد این مجموعه هر بار با موضوعی روبه رو می‌شوند. خانواده‌ای که این انیمیشن بر آن متمرکز است متشکل از پدر و مادر و یک پنگوئن کوچک به نام پینگو است که بعدها دارای خواهری هم می‌شود.

برخی از ایزودها:

پننگو و گلوله برفی: با تماشای یک گلوله بزرگ برف از قدرت بزرگ گلوله‌ای که می‌غلطد و از تبه پایین می‌آید آگاه می‌شود. پننگو و پینگا یک‌تیک می‌روند: پینگا از شنیدن چند داستان ترسناک که پننگو به او می‌گوید دچار ترس می‌شود.

شبیه یک جوجه پنگوئن امپراتور بود و همان ویژگی‌ها را داشت. بدنی کرسی و خاکستری و بسیار وابسته به والدینش. پدر و مادر: اسم پدر و مادر هیچوقت بیان نمی‌شود. پدر که پستچی است، اوایل پیپ می‌کشد و بعدها آن را ترک می‌کند. گاهی پیگو به او در رساندن نامه‌ها کمک می‌کند. مادر خانه‌دار است و بیشتر وقتش را مشغول کار خانه، پخت و پز و تمیز کردن است. پننگو و پینگا هر دو به او کمک می‌کنند. او هم اغلب وقتی آنها کار درست را انجام می‌دهند آنها را نوازش می‌کند. پدر بزرگ: او جد پدری است که اولین بار در اپیزود «درس‌های موسیقی» ظاهر شد. او یک آکاردئون نواز ماهر است و بارها به او چیزهای مختلفی یاد داده است.

رابی: او فکی خاکستری است. اسم او ترجمه آلمانی برای «سیل» یا «فک» است. رابی اولین بار در قسمت «پننگو برای ماهیگیری می‌رود» ظاهر می‌شود. او مهربان و بامزه است و در چهار فصل نخست رنگ خاکستری - آبی دارد اما بعدها به خاکستری روشن تغییر رنگ می‌دهد. در حالی که فک دشمن اصلی پنگوئن است، اما این دو رابطه صمیمانه‌ای دارند.

پینگا: او تاحدودی بی پرواست و یک منقار دراز دارد که تخت است و در انتها کمی سرهایش به طرف بالا می‌رود. او گاهی پننگو را تحریک می‌کند که کارهای خطرناکی انجام بدهد.

پینگای: او خیلی شبیه پنگوئن‌های آدلاید است و در مدرسه بیشتر دیده می‌شود.

پینگوی: او یک پنگوئن سبز است که در قسمت «همه‌مانی عروسی» ظاهر شد. او

لهجه خاصی دارد که باید متعلق به گونه خودش باشد.

پونکی: او کاکلی روی سرش دارد و شلوار راه راه می‌پوشد. او در قسمت‌های کمی دیده شده است.

باجو: یک دوست غیرپنگوئن دیگر پینگو است. او به عنوان یک تازه وارد عجیب وارد مجموعه شد و یک آدم برفی است که اولین بار در سال ۲۰۰۵ وارد قصه شد. معلم: پینگو یک استاد مدرسه هم دارد که خانه‌شان نزدیک مدرسه است و رنگ را وقتی که باید درس بخوانند می‌زنند.

دکتر: او هم از شخصیت‌های دیگر است که همسایه آنهاست. او نزدیک کلینیک زندگی می‌کند و باید زخم‌ها و آسیب‌هایی را که پننگو می‌بیند درمان کند.

پیام انیمیشن

هرچند بیشتر برنامه‌های کودک تلاش دارند تا از روش آموزش غیرمستقیم برای کودکان استفاده کنند اما همیشه در این زمینه موفق عمل نمی‌کنند. «پننگو» در نهایت سادگی و بدون درافتادن به قصه‌های چند لایه، داستان‌ها را روایت می‌کند و در هر اپیزود کوتاه، شخصیت اصلی را با موضوعی درگیر می‌کند. این درگیری‌ها اغلب پیچیده نیستند، اما واقعی هستند.

کیفیت انیمیشن

«پننگو» از نظر ظاهری ساده است: فضای سفید قطب، خانه‌های ساده اسکیموها که حالا پنگوئن‌ها ساکنش هستند و فارغ از زرق و برق و رنگ‌های درخشان انیمیشن‌های امروزی. همین سادگی کمک

پننگوی بدبو: چیزی روی او ریخته و او حسایی کثیف شده و برای همین خودش را در سطل زباله می‌اندازد که به معنی واقعی کثیف باشد!

مجسمه برفی پننگو: پننگو با دوستش که دارد مجسمه می‌سازد روبه رو می‌شود و به زودی رقابتی در این زمینه در می‌گیرد. این دو در پایان از نتیجه احساس رضایت می‌کنند.

پشتک واروی پننگو: یک فک می‌تواند یک ماهی را با دماغش بالا و پایین کند و پننگو هم آرزو می‌کند تا این هنر را یاد بگیرد. اما وقتی ماهی تصادفاً روی سقف کلبه می‌افتد، پننگو به خطر می‌افتد.

پننگو نوازنده می‌شود: او اتفاقی آکاردئونی در میان چیزهای قدیمی پیدا می‌کند و صدای ناهنجاری از آن در می‌آورد. پدر بزرگ کسی است که می‌تواند به او یاد دهد چگونه با این وسیله دیگران را با صدایی خوشایند متوجه خودش کند.

شخصیت‌ها

پننگو: شخصیت اصلی مجموعه، پسر بچه کنجکاو اهل تفریح و بازی است. او با اراده و مستعد درافتادن به کج خلقی‌های موقتی است. او گاهی هیجانزده یا عصبانی می‌شود و گاهی می‌خواهد با سروصدای بلند توجه‌ها را معطوف خود کند. او وقتی سر و صدا می‌کند منقارش را مثل یک شیپور یا بلندگوی برای حرف زدن جلو می‌آورد. همین شخصیت موجب می‌شود تا قصه‌های مختلفی پیرامون او و افکارش شکل بگیرد.

پینگا: خواهر کوچکتر پننگو اولین بار در اپیزود «تازه وارد» وارد مجموعه شد. او

خاطر بخش‌هایی از قسمت‌های مختلف یا چندین قسمت این مجموعه از سوی تلویزیون انگلستان سانسور شد که دلیل آنها داشتن مضامین بدآموزی یا ترسناک و خشن برای گروه سنی کودک بود.

منتقدان چه گفتند؟

این انیمیشن در سایت آی‌ام‌دی‌بی از میان بیش از ۲۹۰۰ رای، امتیاز ۷.۵ را دریافت کرده و در آرای مشترک تلویزیونی ۴.۵ ستاره از ۵ ستاره را به خودش اختصاص داده است.

نقد جفری پولمن در سایت آی‌ام‌دی‌بی

اولین چیزی که باید درباره «پنگو» گفت این است که این برنامه به نحو هوشمندانه و هدفمندانه‌ای آموزشی است، آموزشی که بدون نشان دادن این جنبه عمل می‌کند. در واقع، حتی گاه به نظر می‌رسد به آموزش کاری ندارد و همین عالی است چون بسیاری از کودکان این روزها برنامه‌های آموزشی و برنامه‌های کودک را دوست ندارند. آنچه بیش از هر چیز از طریق این انیمیشن منتقل می‌شود، ایجاد موقعیت‌ها و احساساتی است که از طریق بازی و زندگی خانوادگی، کودکان را با آن روبه‌رو می‌سازد و آنها را با چیزی واقعی آشنا می‌کند.

این قصه‌ها ترسی از بروز غم و اندوه، اضطراب، بیان حس سادت، خودخواهی و یا بی‌مالتی ندارند و این رویدادها را گاه دیگران بر پنگو وارد می‌کنند و گاه او آنها را بر دیگران تحمیل می‌کند. همین است که آن را کاملاً واقعی می‌کند، مثل خود زندگی. در یک کلام پنگو شاید شربت نباشد، اما شیرین است و قطعاً شیرینی رضایت بخشی از آن دریافت می‌شود که با یک تکه گنده نقد متفاوت است.

از نظر آموزشی «پنگو» با موعظه تلاش نمی‌کند تا درس‌های اجتماعی را به کودکان و حتی خانواده‌ها بدهد تا همه را فراری کند شاید همین عاملی باشد که برخی فکر کنند این کارتون می‌تواند بدآموزی داشته باشد اما واقعیت این است که بیان خشک مسایل برای کودکان اغلب آنها را سرکش تر می‌کند و موجب می‌شود تا دقیقاً راه خلاف آن ایده را در پی گیرند در حالی که مسایلی که «پنگو» گاه با لجبازی و منطق بر ماهیت خرابکارانه کودکان با آنها روبه‌رو می‌شود به شیوه‌ای درخشان کودکان را با جنبه‌های مختلف یک رفتار مواجه می‌سازد بی‌کلام بودن این انیمیشن نیز موجب می‌شود تا آنها کلمات تکراری را که از زبان پدر و مادرشان می‌شنوند از زبان شخصیت‌های این انیمیشن نشنوند و همین تأثیرگذار بودن آن را دوچندان می‌سازد.

این کارتون هنرمندانه به شیوه‌ای که از نبوغ سرچشمه می‌گیرد، به روشی سهل و ممتنع، غریب، سرگرم کننده و مبتکرانه است و از آنجا که از سطح بالای هوشی ریشه می‌گیرد، می‌تواند ضمن سرگرم کننده بودن، تأثیرگذار باشد؛ نه فقط برای کودکان که حتی بزرگسالان نیز از طراوات آن تحت تأثیر قرار می‌گیرند.

«پنگو» در نیوزیلند نیز از سال ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۶ روی آنتن بود و سری چهارم آن در سال ۲۰۱۱ به نمایش درآمد. کانادایی‌ها نیز این انیمیشن را از اواسط دهه ۱۹۹۰ تماشا کردند.

«پنگو» و فعالیت‌های اجتماعی

از محبوبیت این شخصیت در کارهای عام‌المنفعه هم استفاده می‌شود، از جمله این که از سال ۲۰۰۷ با یک موسسه کمک به کودکان دیابتی همکاری دارد که هدف آنها جمع‌آوری کمک‌های مالی برای انجام

کرد. این کمپانی بعدها ۵۲ اپیزود خودش را تولید کرد و آن را با همکاری هات انیمیشن استودیو در سال ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۶ ساخت. این بخش‌ها نیز به صورت استاپ موشن ساخته شدند اما از عروسک‌های جدید رزینی استفاده کردند چون عروسک‌های قبلی دیگر خراب شده بودند. در هیچ‌یک از این قسمت‌ها انیمیشن کامپیوتری به کار نرفت و همچنان به نوع ساخت اصلی وفادار باقی ماند. در این اپیزودها از صدای بازیگران مارسلو ماگنی و دیوید سانت ماگنی بازیگران

می‌کند تا رفتارها بیشتر مورد توجه قرار بگیرد. در عین سادگی اما کیفیت دقیق روح استاپ موشن در این مجموعه به زیبایی حالت‌ها، احساسات و رفتارها را تصویر کرده‌اند. با وجود محدود بودن دامنه رنگی که معمولاً مجموعه‌ای از سفید، سیاه، آبی، نارنجی و قرمز است، اما هیچ یک از نماهای تصویر خسته‌کننده و تکراری به نظر نمی‌رسند. این سادگی زمینه باعث شده است شخصیت‌ها علاوه بر هماهنگی با فضا، بیشتر مورد توجه قرار بگیرند.



تاریخچه انیمیشن

این انیمیشن از ۱۹۸۶ تا ۲۰۰۰ توسط تیک‌فیلمز و پیگوس گروپ برای تلویزیون سوئیس تولید شد. این مجموعه در چهار سری ادامه یافت که هر سری دربرگیرنده چند فصل بود و از ۲۸ می ۱۹۸۶ تا ۹ آوریل ۲۰۰۰ روی آنتن رفت. این کارتون را بی‌بی سی هم از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۶ پخش کرد و جایزه بفتا نیز به آن اهدا شد.

سری پنجم و ششم این مجموعه را کمپانی‌های بریتانیایی هیت انترتینمنت و هات انیمیشن تولید کردند. تا به امروز این انیمیشن هنوز پرتعداد است و بارها در شبکه‌های تلویزیون جهان از جمله ایران، بازپخش شده است.

در مجموع ۱۵۶ قسمت پنج دقیقه‌ای و یک قسمت ویژه ۲۰ دقیقه‌ای از این مجموعه ساخته شد که از سال ۱۹۸۶ تا ۲۰۰۰ پخش شدند و این مجموعه از ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۶ بازپخش شد.

در سال ۱۹۹۳ دیوید هاسلپوف تنها در سوئیس قسمت «قص پنگو» را ساخت. یک مجموعه مخصوص ۱۲ قسمتی پنج دقیقه‌ای نیز با عنوان «پنگو در مهمانی عروسی» در سال ۱۹۹۷ ساخته شد که در آن خانوادگی از پنگوهای سبز معرفی شدند. در سال ۲۰۰۱ هیت انترتینمنت حقوق این انیمیشن را خرید و ۱۵.۹ میلیون پوند پرداخت

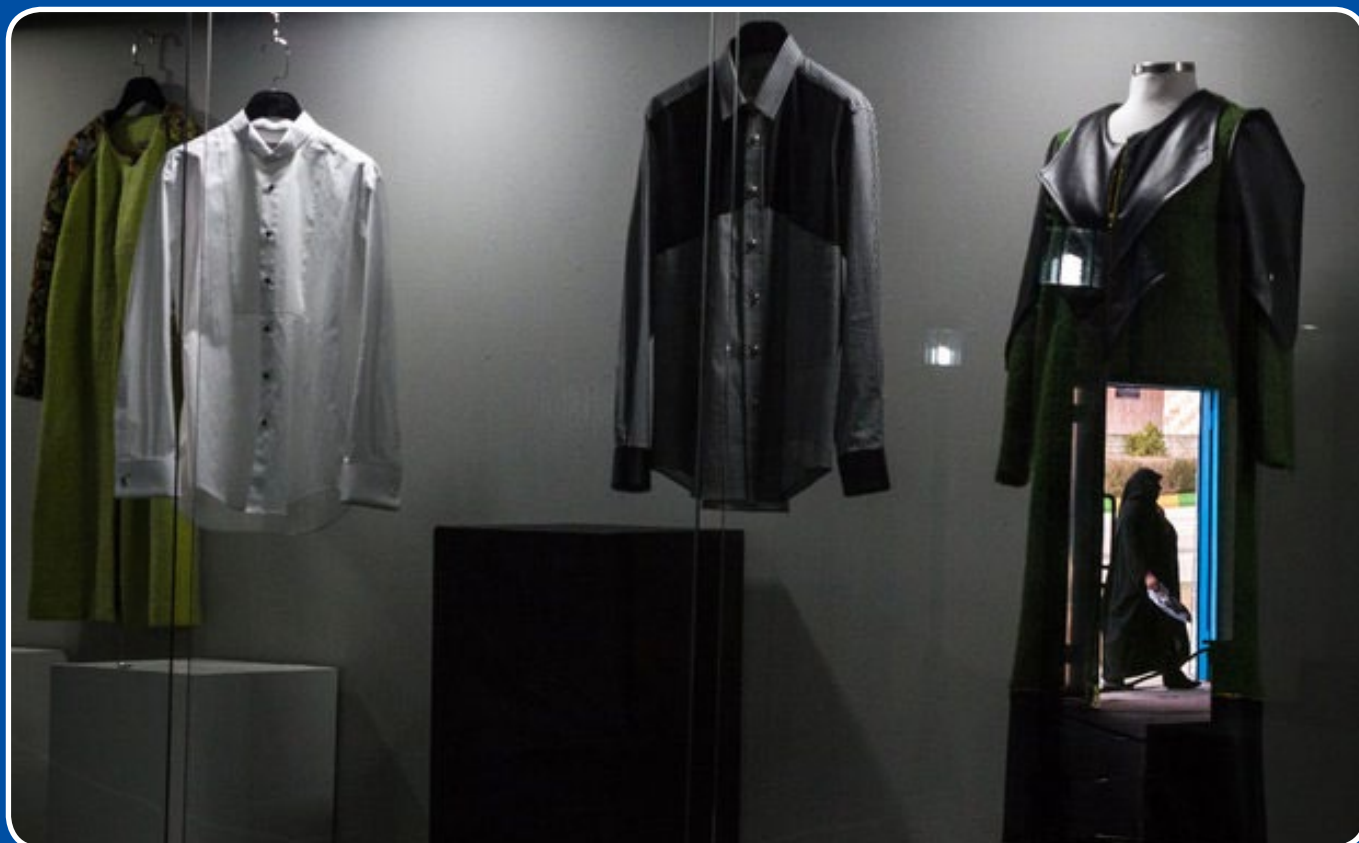
ایتالیایی و اسپانیایی که به زبان دلک‌ها آشنایی داشتند، برای تولید صدای پنگوین‌ها استفاده شد تا صداهای واضح‌تر و تفکیک پذیرتری ایجاد شود. آخرین قسمت پنگو در سال ۲۰۰۶ پس از یک دوره تقریباً بیست ساله، روی آنتن رفت.

موفقیت «پنگو» در دنیا

این انیمیشن در آمریکا نخستین بار از طریق شبکه «کارتون یکشنبه صبح‌ها» روی آنتن رفت و از ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۱ ادامه یافت. ۲۰۰۵ این مجموعه دوباره از شبکه کودکان پخش شد. در هند «پنگو» از اواخر دهه ۸۰ و اوایل دهه ۹۰ به نمایش درآمد و از سال ۲۰۰۰ در شبکه تلویزیونی هوکاما و آیماکس روی آنتن رفت.

در ژاپن این انیمیشن به عنوان بخشی از برنامه‌های شبکه جهانی و شبکه کارتون ژاپن پخش شد. عروسک‌های شبیه شخصیت‌های پنگو نیز در رستوران‌های کی‌اف‌سی ژاپن همراه غذای چپه‌ها به عنوان هدیه به آنها داده می‌شد. ژاپنی‌ها یک بازی هم بر مبنای این شخصیت‌ها ساختند.

استرالیا نیز این انیمیشن را در برنامه کودکان روی آنتن برد و از سال ۱۹۹۱ تا ۱۹۹۶ و بعدها در شبکه‌ای بی‌بی سی در سال ۱۹۹۸ این مجموعه به نمایش درآمد.



روزگاری ایرانیان از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان پارچه بوده‌اند. گرچه امروز، بیشتر ایرانی‌ها، پارچه مورد نیاز برای پوشاک خود را از کشورهای چون چین، هند، ترکیه و مالزی تأمین می‌کنند.

شاید همه این عوامل موجب شد تا در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، کارگروه ساماندهی مد و لباس شکل بگیرد تا لباسی هماهنگ با موازین اسلامی و هویت فرهنگی تولید و ارائه شود؛ لباسی که در عین حال خلاقانه هم باشد، اما در عمل چنین اتفاقی نیفتاد. مجله صنایع فرهنگی در قالب یک پرونده به گفتگو با طراحان مد و لباس پرداخت. هدف از این سلسله گفتگوها، واکاوی و نقد عملکرد کارگروه ساماندهی مد و لباس نبود بلکه تنها مجالی فراهم شد تا فعالان این حوزه از مشکلات خود بگویند.

مد و لباسی

نمایش زنده باعث توسعه صنعت مد می شود/ تصورات غلط را اصلاح کنیم



صدیقه پاک‌بین رئیس انجمن طراحان پارچه و لباس، در گفتگو با خبرنگار مهر به واردات بی‌رویه پوشاک و عدم حمایت دولتمردان و صنعتگران از طراحان اشاره و بیان کرد: واردات بی‌رویه پوشاک و استفاده نکردن از طراحان داخلی برای اندک پوشاک تولید شده در داخل موجب شده تا بخش صنعت به طراحی بی‌توجه باشد و از وجود طراحان بهره نبرد.

پاک‌بین افزود: در واقع حلقه ارتباطی میان تولیدکننده و طراح در کشور ما گم شده است. در چنین شرایطی، بیشتر طراحان یا سرخورده شده‌اند و یا مایل هستند به فعالیت در مزون‌های شخصی خود ادامه دهند و مشتریان خاص خود را داشته باشند، بی‌آن‌که به تولید انبوه و فروش بیشتر فکر کنند.

حاضریم طرح‌ها را رایگان در اختیار تولیدکننده قرار دهیم

وی با اشاره به اینکه کشورهایی چون ترکیه، چین و مالزی منسوجات خود را با تنوع بیشتر و به ارزان‌ترین قیمت در اختیار ایران می‌گذارند، گفت: ایران دارای پیشینه‌ای کهن‌تر از این کشورها در زمینه طراحی لباس و پارچه است. ما در زمینه لباس زنانه می‌توانیم به سمت دانش محوری حرکت کنیم و رفتاری نوآورانه داشته باشیم اما دولتمردان و صنعتگران نیز باید ما را در رسیدن به این مسیر حمایت کنند.

پاک‌بین افزود: ما طراحان، حاضریم طرح‌ها را به صورت رایگان در اختیار تولیدکننده قرار دهیم تا طرح‌ها به تولید انبوه برسد و در اختیار مصرف‌کنندگان قرار بگیرد. در این صورت، مردم با طرح‌های ایرانی آشنا می‌شوند و از آن استفاده می‌کنند.

رئیس انجمن طراحان پارچه و لباس همچنین بیان کرد: ما برای ایجاد ارتباط فعال بین طراحان و بخش صنعت، حاضریم علاوه بر در اختیار قرار دادن طرح، در مرحله تولید و الگوسازی نیز به تولیدکننده‌ها کمک کنیم. البته تولیدکننده‌ها در این شرایط اقتصادی، ترجیح می‌دهند کمتر از طرح‌های ایرانی و وجود طراح بهره ببرند چرا که به سود خود فکر می‌کنند و نگرانند که استفاده از طرح‌های داخلی مورد استقبال قرار نگیرد.

وی افزود: اما تولید پوشاک با استفاده از نوآوری‌های طراحان و خلق ایده‌هایی که

که نمایش‌های زنده برگزار نشود امکان عرضه طرح‌ها وجود ندارد.

تصورات غلط نسبت به نمایش زنده لباس باید اصلاح شود

وی افزود: مساله دیگری که باید مورد توجه قرار گیرد، این است که تصور عامه اصلاح شود چون مردم به اشتباه فکر می‌کنند، لباس‌های عرضه شده در نمایش‌های زنده لباس، قیمت‌های بالایی دارند اما خود من با طرح‌های گران قیمت مخالفم و معتقد هستم باید طرح‌هایی را عرضه کنیم که علاوه بر زیبایی، مقرون به صرفه باشند.

رئیس انجمن پارچه و لباس به پارچه‌های موجود در بازار اشاره کرد و گفت: یکی از مشکلات طراحان ما محدود بودن طراحی و جنس پارچه‌های موجود در بازار داخل است. البته در زمینه پارچه‌های لباس مردانه، وضعیت نسبتاً خوب است اما در بخش لباس‌های زنانه با مشکل مواجهیم و یکی از راه‌ها برای کمرنگ کردن این مشکل، چاپ پارچه است.

پاک‌بین ادامه داد: ما امروز طراحان پارچه‌ای داریم که توان بالایی دارند و طرح‌های خوبی خلق می‌کنند. حالا برعهده کارخانجات نساجی است که به این فکر باشند که برای تولید پارچه‌های زنانه از طراح استفاده کنند. گرچه در صنعت نساجی اقبال زیادی نسبت به طراحان پارچه وجود ندارد.

پاک‌بین همچنین با اشاره به محدودیت‌های موجود در زمینه پوشاک بچه‌گانه و لباس برای نوجوانان و افراد مسن گفت: به جرات می‌توان گفت از پوشاک بچه‌گانه در ایران خبری نیست و جایی وجود ندارد که در آن، لباس‌های بچه‌گانه عرضه شود. همچنین لباس برای نوجوانان و افراد مسنی که خارج از سایز هستند نیز، کمتر تهیه می‌شود خوب است دولتمردان و تولیدکنندگان بزرگ لباس به این بخش‌ها هم توجه ویژه داشته باشند.

اما از یک‌سو برنامه‌های اصلاح مد و ترویج الگوی ایرانی-اسلامی عموماً به این شکل است که جلساتی تشکیل و تصمیم‌هایی گرفته می‌شود اما به خاطر عدم حمایت‌های دولتی به نتیجه نمی‌رسد؛ از سوی دیگر، هنوز هم برخی تولیدکننده‌ها به دلیل هزینه‌ای که باید صرف طراح کنند، هنوز به این باور نرسیده‌اند که با وجود یک طراح خوب، فعالیتشان پیشرفت قابل ملاحظه‌ای می‌کند.

به گفته این طراح پارچه و لباس، الزام واحدهای تولیدی به استفاده از طراحی داخلی می‌تواند در اصلاح روند مد و ترویج الگوی ایرانی اسلامی موثر باشد. اصلاً تولیدکنندگان در تمامی کشورها، از طراح به عنوان مشاور اصلی خود در تولید و در تمامی زمینه‌ها استفاده می‌کنند؛ اما ولی در ایران به نظر طراحان اهمیت داده نمی‌شود. شاید تولیدکننده‌ها از این وحشت دارند که تولید با شکست مواجه شود و سودآوری نداشته باشد.

پاک‌بین، یکی از راه‌های توسعه صنعت مد و ترویج الگوهای ایرانی-اسلامی را برگزاری نمایش‌های زنده لباس در داخل کشور دانست و گفت: ما نمایش زنده نداریم. البته شنیده‌ام که وزارت ارشاد برای نمایش زنده لباس، مجوز صادر کرده و این اتفاق خوشایندی است چون تا زمانی

تحت تاثیر فرهنگ و تاریخ و پوشاک اقوام ایران تولید و به شکل مدرن و امروزی تولید شده، می‌تواند جای خود را در جامعه ایرانی باز کند. ضمن این‌که ما می‌توانیم این لباس‌ها را به کشورهای دیگر صادر کنیم چرا که استقبال خوبی از این طرح‌ها می‌شود.

انتظار مصرف‌کنندگان بالا رفته است

به گفته رئیس انجمن طراحان پارچه و لباس، مصرف‌کنندگان امروز در یک محیط متصل به هم زندگی می‌کنند و انتظارشان بالا رفته است. بنابراین طراحان و تولیدکنندگان پارچه و لباس، برای پاسخگویی به این انتظار باید برندهای مناسب و درخور تولید کنند و در تولید این برندها، توجه به فرهنگ ناب بومی که با ناخودآگاه ایرانی پیوند خورده ضروری است. از سوی دیگر، پوشاک ایرانی باید رنگ مناسب، دوخت خوب و جنس با کیفیتی داشته باشد آن هم در روزگاری که طراحی پوشاک می‌تواند از درآمدزایی شغل‌ها باشد.

پاک‌بین، طراحی، تولید و توزیع را سه ضلع یک مثلث دانست و افزود: اگر جایگاه طراحان لباس به رسمیت شناخته شود پیشکوهستان تولید پوشاک می‌تواند بزرگ‌ترین حامیان این گروه باشند.



چرا چرخ‌های تولید روسری خاک می‌خورند؟/ ۶۵ تولیدکننده در زندان

احمد داورزنی، طراح لباس در گفتگو با خبرنگار مهر، یکی از اهداف شکل گرفتن کارگروه مدولباس را پر کردن خلا «بدپوشی» خانم‌ها دانست و گفت: بعضی خانم‌ها بد لباس می‌پوشند. زمانی قرار بود تولیدکنندگان مانتو به اتحادیه پوشاک تعهد بدهند که مانتوهای زنانه، کوتاه، چسبان و بدن‌نما نباشد؛ اتحادیه هم نظارت کند و اگر تولیدکننده‌ای خلاف این رفتار کرد، ابتدا تذکر دهد و بعد تولیدی را پلمپ کند. اما اگر خانمی به یک خیاط یا مزون خاص مراجعه کند یا مانتویی را خریداری و بعد کوتاه کند، دیگر اتحادیه مسئولیتی ندارد و پاسخگو این ماجرا نیست.

به گفته این تولیدکننده پوشاک، خانم‌های بدحجاب را گرفتند و به آنها اخطار دادند، بدتر خانم‌ها لجباز شدند و ترس‌شان هم فرو ریخت. پس هیچ‌کدام از این تهدید و ارباب‌ها، فایده ندارد و بهتر است که ما جهت و روش خود را تغییر دهیم و این بار، کسانی را که لباس زیبا و درعین حال باهویت برتن می‌کنند را تشویق کنیم.

طراحان، بازار را نمی‌شناسند

داورزنی با اشاره به این که طراحان بازار را نمی‌شناسند گفت: طراحان ما هنری رفتار می‌کنند و کف بازار را نمی‌شناسند. در حالی که ما باید به سمت عامه مردم برویم و برای آنان، لباس طراحی کنیم. از سوی دیگر ما آمار درستی از تعداد طراحان نداریم. سال‌ها پیش از کارگروه مد و لباس وزارت ارشاد خواستیم تا بودجه‌ای را در اختیار اتحادیه پوشاک بگذارند تا طراحانی که در بازار کار هستند یا فارغ‌التحصیل می‌شوند را شناسایی و شناسنامه‌دار کنند اما این طرح هنوز اجرایی نشده چون بودجه‌ای در اختیار اتحادیه قرار نگرفته است.

این طراح لباس، داشتن ابزار را لازمه تولید دانست و افزود: تولید باید ابزار داشته باشد. ما باید پارچه و چرخ‌های پیشرفته داشته باشیم؛ این در حالی است که تولید پارچه در کشور ما بی‌معناست و چرخ‌ها از کار افتاده‌اند. معلوم است تا زمانی که گمرک و مالیات و بیمه برای تولیدکنندگان پارچه و لباس به صفر نرسد، امکان رقابت با ترکیه و چین و هند و مالزی وجود ندارد. خود من ۶۵ تولیدکننده می‌شناسم که به خاطر مشکلات مالی در زندان هستند.

پوشاک مردانه و بچه‌گانه، موفق‌تر از زنانه بوده است

داورزنی، با اشاره به این که پوشاک مردانه مردانه موفق‌تر از زنانه عمل کرده است گفت: چند برند ما در حوزه تولید پوشاک مردانه، بسیار موفق عمل کرده و حتی تولیدات خود را صادر کرده‌اند اما چنین چیزی در حوزه پوشاک زنانه وجود ندارد. از سوی دیگر این چند سال اخیر می‌بینیم، مجریان برنامه‌های تلویزیونی، پیراهن زرد و قرمز برتن می‌کنند در حالی که چند سال پیش این‌طور نبودیم ما در حوزه پوشاک بچه‌گانه هم بهتر از لباس زنانه بوده‌ایم و امروز به کشورهایی چون ایتالیا و اسپانیا لباس بچه‌گانه صادر می‌کنیم.

تبلیغات نقش مهمی در ترویج مد ایرانی دارد

این پژوهشگر حوزه مد و لباس به نقش مهم تبلیغات اشاره و بیان کرد: ما نمی‌توانیم واقعیات را نادیده بگیریم. واقعیت این است که ما تولید پارچه نداریم. طراحان لباس ما امنیت شغلی ندارند. در این شرایط، باید کار اندک طراحان و تولیدکنندگانی که می‌کوشند لباس باهویت طراحی و تولید کنند، تبلیغ شود و هزینه تبلیغات آن‌قدر بالاست که خود طراحان یا تولیدکنندگان از پس آن برنمی‌آیند. پس چه اشکالی دارد اگر صدا و سیما به تبلیغ این طرح‌ها و لباس‌ها بپردازد؟

احمد داورزنی معتقد است که اگر وزارت ارشاد همه کارها را به اتحادیه پوشاک بسپرد و خود نقش حمایتی داشته باشد، بدون آن که دخالت کند اتفاق خوشایندی است. به هر حال ما کار بلد هستیم و راه حل می‌دانیم و این‌طور نیست که فقط انتقاد کنیم.

وی در پایان با ذکر چند سوال گفت: طی چند سال اخیر مردم ایران نشان دادند که به طرح‌ها و آثار ایرانی علاقه‌مند هستند پس چرا نباید از این لباس‌ها حمایت بیشتری کرد؟ چرا کشور اسلامی چون ایران، نباید تولیدکننده اول روسری باشد؟ به سر چرخ‌هایی که چند سال پیش وارد شد تا در کیش، تولیدی‌های بزرگ روسری داشته باشیم، چه آمد؟ چرا همه سال‌هاست که خاک می‌خورند و مستهلک شده‌اند؟ چرا چین نتوانست در کشوری چون ترکیه نفوذ کند و در ایران نتوانست؟



«مخمل کاشان» را تعطیل می‌کنند تا اتاق ایران و چین رونق بگیرد

درمان نمی‌کند.

سیاست دولتمردان در مواجهه با مد، چندگانه است

به گفته ملکی، در همه جای دنیا، سرمایه‌گذاران بزرگ از جریان مد حمایت می‌کنند در حالی که دولت ایران، بودجه چندانی را به مد اختصاص نمی‌دهد و در بدنه حکومت، چند دستگی وجود دارد. یک عده طرفدار جشنواره‌های حجاب و عفاف‌اند و به مخاطبان محدود این جشنواره‌ها فکر نمی‌کنند. برخی حکومت‌مردان نیز با خود مد و لباس مشکل دارند. از دولتی‌ها که بگذریم، سرمایه‌داران بزرگ هم حاضر نیستند پول زیادی را برای مد و طراحی آن صرف کنند.

طراحی پارچه و لباس با صنعت گره نخورده است

او در پاسخ به این که چرا تعداد طراحان پارچه کمتر است و طراحی پارچه طرفداران کمتری دارد، گفت: طراحی لباس، متکی بر صنعت و خیاط‌های خانگی است اما طراحی پارچه به ماشین‌آلات نیاز دارد. وقتی کارخانه مخمل کاشان را تعطیل می‌کنند تا اتاق بازرگانی ایران و چین، رونق بیشتری بگیرد چه می‌توان کرد؟ به گفته ملکی ما طراحان پارچه بسیار خوبی داریم اما در خدمت صنعت نساجی قرار نگرفته‌اند چون ما به جز ملحفه و پرده و گاهی پارچه برای پوشاک مردانه هیچ پارچه‌ای برای لباس زنانه نداریم؛ بازار ما در محاصره پارچه‌های هندی و چینی است. شوهای خانگی از پارچه‌های هندی و تولیدی‌ها از پارچه‌های چینی استفاده می‌کنند.

تولیدی‌ها ژورنال را جایگزین طراح کرده‌اند

این طراح لباس در پاسخ به این که آیا قانون نوشته یا نانوشتی وجود دارد که همه تولیدی‌های بزرگ یک طراح لباس داشته باشند، گفت: نه چنین قانونی وجود ندارد و هنوز تولیدی‌ها به این باور نرسیده‌اند که حضور گروهی از طراحان به تولید بهتر و سود بیشتر آنها کمک می‌کند. تولیدی‌ها بیشتر تمایل دارند ژورنال بخرند تا طراح استخدام کنند.

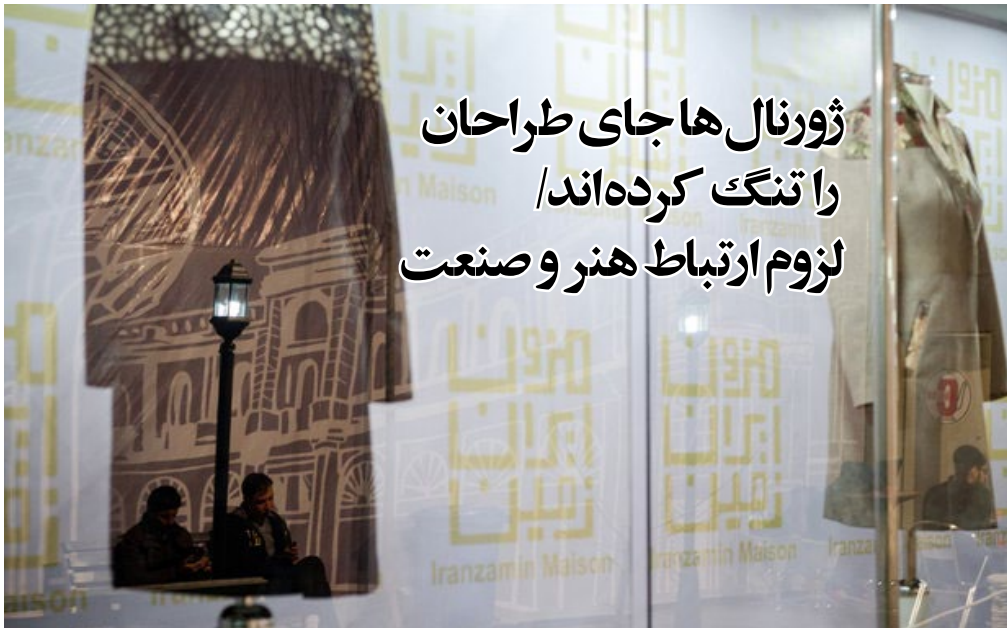
منیر ملکی، طراح لباس در گفتگو با خبرنگار مهر، استقبال از طرح‌ها و نمادهای ایرانی را جریانی دانست که از ۱۰ سال پیش آغاز شده و گفت: حدود یک دهه قبل، طراحان شروع کردند به استفاده از نمادها و نشان‌های ایرانی و این کارآنان مورد استقبال مخاطبان هم قرار گرفت. اما سه یا چهار سال است که حضور طرح‌های ایرانی، محسوس و مشهود شده چراکه رکود هشت‌ساله‌ای که در دولت نهم و دهم وجود داشت باعث شد که بسیاری از هنرمندان از جمله طراحان لباس بیکار شوند و به شوهای خانگی روی آورند و طبیعتاً دلشان می‌خواست نوآوری‌هایی داشته باشند و کار خلاقه انجام دهند از این‌رو به نمادها و خطوط ایرانی روی آوردند و فراتر از آن لباسی طراحی کردند که با فرهنگ ما هماهنگی داشته باشد. به گفته این طراح لباس، عوامل تاریخی-اجتماعی بسیار باعث توجه به طرح‌های ایرانی شده که یکی از این دلایل، تحریم ایران بوده است. تحریم، موجب شد تا بازار لباس، بازار داغی نباشد و این کساد موجب شد کسانی که به خاطر برند یا کلاس اجتماعی یا هر چیز دیگر، دنبال لباس‌های خارجی بودند، حالا به جایگزین‌های ایرانی فکر کنند؛ پس به لباس‌هایی خاص با طرح و نقش ایرانی روی آوردند.

نوآوری در طراحی لباس، ضروری است

ملکی به نقش و تاثیر مهم فرهنگ‌سازی اشاره و بیان کرد: در سال‌های اخیر، کارگروه مد و لباس ارشاد، جشنواره‌های متعددی برپا کرده؛ رسانه‌ها به مد پرداخته‌اند و بسیاری از بازیگران و هنرمندان شاخص موسیقی از لباس‌های ایرانی استفاده کرده‌اند که هیچ‌کدام در علاقه‌مند کردن جوانان به طرح‌ها و لباس‌های ایرانی بی‌تاثیر نبوده است.

این طراح لباس، نوآوری را یکی از ملاک‌های موفقیت برشمرد و گفت: بعضی برندهای ایرانی، کار خود را خوب شروع کردند اما تکرار بیش از حد طرح‌ها و بالا رفتن تعداد رقیبان، موجب افت این برندها شد. وقتی شمار رقیب بالا می‌رود باید دست به طرح‌های خلاقه و نوآورانه زد و اگر نه گرفتار شدن در دایره تکرار، دردی را

ژورنال ها جای طراحان را تنگ کرده اند/ لزوم ارتباط هنر و صنعت



کارگاه‌های خود از وجود یک گروه طراح بهره ببرند گفت: اگر این ارتباط برقرار شود، ارتباط خوشایندی است. متأسفانه چنین قانونی وجود ندارد و تولیدکنندگان ترجیح می‌دهند به جای طرح از ژورنال استفاده کنند و این مسئله جای طراحان را تنگ کرده است.

یکی و همسو نیست. به این معنی که تولیدکنندگان، تنها به فروش بیشتر و تولید ارزان‌تر فکر می‌کنند و طراحان به تناسب و زیبایی فکر می‌کنند و خوب است که این دو هم‌راستا شوند. بزرگمهر با اشاره به این که خوب است قانونی تصویب شود که تولیدکنندگان در

مردانه که بگذریم، پارچه خاصی برای پوشاک زنان نداریم. به گفته این طراح مد و لباس، مشکل اساسی ما این است که ارتباطی بین صنعت و هنر طراحی وجود ندارد و طراحان ما به راحتی نمی‌توانند وارد بازار کار شوند و دیدگاه طراح و تولیدکننده با هم

مینا بزرگمهر، طراح لباس در گفتگو با خبرنگار مهر و با اشاره به این که یکی از مشکلات اساسی مانتهای تابستانی، نبود پارچه مناسب است گفت: خود من تمام بازار را گشتم. پارچه برای مانتهای تابستانی بسیار کم است. پارچه ساده که پیدا نمی‌شود. شانتون، تنها پارچه موجود در بازار است که کمتر چروک می‌شود و خنک است، اما نازک است و باید از لایه استفاده کرد و همین باعث گرم و ضخیم شدن مانتهای می‌شود.

این طراح لباس معتقد است: در مانتهای تابستانی، طرح اهمیت چندانی ندارد و رنگ و نقش مهم است. رنگ و نقشی که با فرهنگ ما همخوانی دارد در این سال‌ها از مانتهای خنک هندی استقبال شده اما این لباس‌ها که در ایران به عنوان مانتهای مورد استفاده قرار می‌گیرند، کیفیت چندانی ندارند.

بزرگمهر به این که تولید پارچه در ایران، محدود است اشاره و بیان کرد: لباس‌های تابستانی، لازم نیست طرح خاصی داشته باشند. اگر پارچه خوب و خنک باشد همه از آن استقبال می‌کنند. گرچه تولیدکنندگان خانگی یا همان مزون‌ها از پارچه‌های هندی و تولیدکنندگان بزرگ، بیشتر از پارچه‌های چینی استفاده می‌کنند. طبیعی هم هست از ملحفه و برخی پارچه‌های خاص که نساجی برچورد تامین می‌کند و همچنین پارچه‌های تولید شده برای لباس

خط قرمز طراحی لباس را هنوز نمی‌شناسیم/ به دنبال تعریف «مانتو»



مهناز ترابیان، رییس انستیتو طراحی لباس دانشکده فنی شریعی در گفتگو با خبرنگار مهر با بیان این که ما هنوز خط قرمزها را در زمینه طراحی لباس نمی‌شناسیم، گفت: به نظر می‌رسد در سال‌های اخیر مدل‌ها تغییر کرده و مخاطبان، طرح‌های ایرانی را دوست دارند و از آن استقبال می‌کنند اما هنوز تعریف درستی از برخی پوشش‌ها وجود ندارد و ما خط قرمزها را نمی‌شناسیم.

وی در ادامه به این که هنوز نمی‌دانیم مانتو، حجاب است یا یک لباس عادی، اشاره و بیان کرد: ما هنوز نمی‌دانیم با مانتو چطور برخورد کنیم؟ آیا مانتو بخشی از لباس عادی و معمولی ماست یا حجاب و پوشش ما به شمار می‌آید؟ اگر یک کارمند آموزش و پرورش بخواهد مانتو ببرد، چند مدل مناسب وجود دارد؟ کدام یک از این مانتوها مناسب محل کار است؟

تعریفی برای لباس مناسب کار نداریم

به گفته ترابیان، ما تعریفی برای لباس مناسب کار نداریم. برای مثال، یک خانم معلم یا کارمند اداره‌های دولتی، یا باید مانتهای کرپ مشکی یا پولک و منجوق بسیار ببرد یا مانتهایی که طرح کت هستند و این مضلی است که در تابستان با گرم شدن هوا، خو را بیشتر نشان می‌دهد.

این طراح کیفیت دوخت، نقش و رنگ را مهم‌تر از طرح دوخت در مانتهای تابستانی برشمرد و گفت: در مانتهای

که کمتر چروک می‌شود و خنک است، اما نازک است و باید از لایه استفاده کرد و همین باعث گرم و ضخیم شدن مانتهای می‌شود.

این طراح دوخت و لباس معتقد است: ما که خط تولید این نوع پارچه را نداریم اما خوب است دولت، آن را وارد کند یا اجازه واردات پارچه با ارز دولتی را بدهد و نظارت درست و دقیقی بر پارچه داشته باشد. معلوم است پارچه‌ای که با ارز دولتی وارد می‌شود با این که من به تنهایی وارد کنم فرق دارد.

ترابیان در پایان افزود: اگر قیمت پارچه پایین بیاید اتفاق خوشایندی است. در این صورت میزان تولید و کیفیت کارها بالا می‌رود. وگرنه لباس‌های تابستانی، لازم نیست طرح خاصی داشته باشند. اگر پارچه خوب و خنک باشد همه از آن استقبال می‌کنند.

تابستانی، طرح اهمیت چندانی ندارد و رنگ و نقش مهم است. رنگ و نقشی که با فرهنگ ما همخوانی دارد. در این سال‌ها از مانتهای خنک هندی استقبال شده اما این لباس‌ها که در ایران به عنوان مانتهای استفاده می‌شوند، کیفیت چندانی ندارند. از سوی دیگر قرار گرفتن دو رنگ تند کنار هم با فرهنگ ما جور در نمی‌آید؛ می‌ماند نقش مانتهای هندی که همان نقوش ایرانی است که در سرزمینی دیگر به کار گرفته شده است.

پارچه مناسب مانتو تابستانی در بازار نیست!

ترابیان یکی از مشکلات اساسی مانتهای تابستانی را نبود پارچه مناسب دانست و افزود: خود من تمام بازار را گشتم. پارچه برای مانتهای تابستانی بسیار کم است. پارچه ساده که پیدا نمی‌شود. شانتون، تنها پارچه موجود در بازار است

طرح‌ها توانم زد، غم نان اگر بگذارد!

روز کاری ایرانیان از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان پارچه بوده‌اند. گرچه امروز، بیشتر ایرانی‌ها، پارچه مورد نیاز برای پوشاک خود را از کشورهای چین، هند، ترکیه و مالزی تأمین می‌کنند.

روز کاری ایرانیان، لباس‌های وزه خود را داشته و آنچه بر تن می‌کرده‌اند هماهنگ با فرهنگ و پیشینه تاریخی‌شان بوده اما امروز لباس‌هایی به تن می‌کنند که تناسبی با فرهنگ آنها ندارد.

شاید همه این عوامل موجب شد تا در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، کارگروه ساماندهی مد و لباس شکل بگیرد تا لباسی هماهنگ با موازین اسلامی و هویت فرهنگی تولید و ارائه شود؛ لباسی که در عین حال خلاقانه هم باشد، اما در عمل چنین اتفاقی نیفتاد.

خبرگزاری مهر، در قالب یک پرونده به گفتگو با طراحان مد و لباس پرداخت. هدف از این سلسله گفتگوها، واکاوی و نقد عملکرد کارگروه ساماندهی مد و لباس نبود بلکه تنها مجالی فراهم شد تا فعالان این حوزه از مشکلات خود بگویند.



نمی‌شناسیم می‌گوید: به نظر می‌رسد در سال‌های اخیر مدل‌ها تغییر کرده و مخاطبان، طرح‌های ایرانی را دوست دارند و از آن استقبال می‌کنند اما هنوز تعریف درستی از برخی پوشش‌ها وجود ندارد و ما خط قرمزها را نمی‌شناسیم. هنوز نمی‌دانیم مانتو، حجاب است یا یک لباس عادی، اشاره و بیان کرد: ما هنوز نمی‌دانیم با مانتو چطور برخورد کنیم؟ آیا مانتو بخشی از لباس عادی و معمولی ماست یا حجاب و پوشش ما به شمار می‌آید؟ اگر یک کارمند آموزش و پرورش بخواهد مانتو ببرد، چند مدل مناسب وجود دارد؟ کدام یک از این مانتوها مناسب محل کار است؟

طراحی لباس برای آقایان داریم یا نداریم

بعضی طراحان مد و لباس معتقدند ما طراحی پوشاک برای آقایان و گروه سنی نوجوان نداریم. اما برخی دیگر براین باورند که ایران در زمینه تولید پوشاک مردانه موفق‌تر بوده و چند برند معروف هستند که کارهایشان را به کشورهای دیگر صادر و در زمینه لباس مردانه فعالیت می‌کنند در حالی که در ارتباط با پوشاک زنانه این مساله، مصداقی ندارد. مینو کریم‌نیا از جمله افرادی است که می‌گوید: ما برای آقایان طراحی لباس نداریم. در تمام این سال‌ها استاندارد برای لباس آقایان وجود نداشته کت و شلوار بوده است و ما هیچ طراحی خاصی برای پوشاک مردانه نداریم. امروز به نظر می‌رسد باید روی یقه و برش کت و شلوارها بیشتر کار کنیم.

اما احمد داورزنی از جمله طراحانی است که فکر می‌کند ما در طراحی و تولید پوشاک مردانه موفق‌تر عمل کرده‌ایم.

طراحان نیاز تولیدکننده و مخاطب را نمی‌شناسند

بسیاری از طراحان که خبرگزاری مهر در قالب این پرونده به گفتگو با آنان پرداخت، معتقد بوده و هستند که ارتباطی میان صنعت و هنر طراحی وجود ندارد. باز هم مینو کریم‌نیا می‌گوید: مشکل اساسی ما این است که ارتباطی بین صنعت و هنر طراحی وجود ندارد و طراحان ما به راحتی نمی‌توانند وارد بازار کار شوند و دیدگاه طراح و تولیدکننده با هم یکی و همسو نیست. به این معنی که تولیدکنندگان، تنها به فروش بیشتر و تولید ارزان‌تر فکر می‌کنند و طراحان به تناسب و زیبایی فکر می‌کنند و خوب است که این دو هم‌راستا شوند. کریم‌نیا معتقد است مردم با طرح‌های مختلف آشنا نیستند و حتی تعداد زیادی از کسانی که به مزون می‌روند هم طرح‌های مختلف و تناسب هر لباس با محیط را نمی‌دانند؛ از مزون خرید می‌کنند تا بگویند از فلان جا لباس گرفته‌اند. از سوی دیگر، همه مزون‌داران، طراح لباس نیستند و ریزه‌کاری‌ها را نمی‌شناسند.

او در پاسخ به این که چرا طرح‌هایی که در مزون‌ها ارائه می‌شود به تولید انبوه نمی‌رسد، گفت: مزون‌ها، مشتری خاص خود را دارند و تولیدشان کم است.

یکی از مشکلات اساسی مانتوهای تابستانی را نبود پارچه مناسب می‌داند و می‌گوید: خود من تمام بازار را گشتم. پارچه برای مانتوی تابستانی بسیار کم است. پارچه ساده که پیدا نمی‌شود. شاتون، تنها پارچه موجود در بازار است که کمتر چروک می‌شود و خنک است، اما نازک است و باید از لایه استفاده کرد و همین باعث گرم و ضخیم شدن مانتو می‌شود.

این طراح دوخت و لباس معتقد است: ما که خط تولید این نوع پارچه را نداریم اما خوب است دولت، آن را وارد کند یا اجازه واردات پارچه با ارز دولتی را بدهد و نظارت درست و دقیقی بر پارچه داشته باشد معلوم است پارچه‌ای که با ارز دولتی وارد می‌شود با این که من به تنهایی وارد کنم فرق دارد.

تعریف درستی از لباس مناسب کار وجود ندارد

به گفته مهناز ترابیان، ما تعریفی برای لباس مناسب کار نداریم. برای مثال، یک خاتم معلم یا کارمند اداره دولتی، یا باید مانتوهای کرب مشکی یا پولک و منجوق بسیار بخرد یا مانتوهایی که طرح کت هستند و این معضلی است که در تابستان با گرم شدن هوا، خود را بیشتر نشان می‌دهد.

رییس انستیتو طراحی لباس دانشکده شریعتی با اشاره به این که ما هنوز خط قرمزها را در زمینه طراحی لباس

گرچه تولیدکنندگان خانگی یا همان مزون‌ها از پارچه‌های هندی و تولیدکنندگان بزرگ، بیشتر از پارچه‌های چینی استفاده می‌کنند، طبیعی هم هست از ملحفه و برخی پارچه‌های خاص که نساجی بروجرد تأمین می‌کند و همچنین پارچه‌های تولید شده برای لباس مردانه که بگنیزیم، پارچه خاصی برای پوشاک زنان نداریم.

به گفته این طراح مد و لباس، مشکل اساسی ما این است که ارتباطی بین صنعت و هنر طراحی وجود ندارد و طراحان ما به راحتی نمی‌توانند وارد بازار کار شوند و دیدگاه طراح و تولیدکننده با هم یکی و همسو نیست. به این معنی که تولیدکنندگان، تنها به فروش بیشتر و تولید ارزان‌تر فکر می‌کنند و طراحان به تناسب و زیبایی فکر می‌کنند و خوب است که این دو هم‌راستا شوند.

بزرگمهر با اشاره به این که خوب است قانونی تصویب شود که تولیدکنندگان در کارگاه‌های خود از وجود یک گروه طراح بهره ببرند گفت: اگر این ارتباط برقرار شود، ارتباط خوشایندی است. متأسفانه چنین قانونی وجود ندارد و تولیدکنندگان ترجیح می‌دهند به جای طرح از ژورنال استفاده کنند و این مسئله جای طراحان را تنگ کرده است.

مهناز ترابیان، رییس انستیتو طراحی لباس دانشگاه شریعتی هم، چون مینا بزرگمهر

از آن جایی ارتباط چندانی میان تولیدکنندگان و طراحان وجود ندارد، طرح‌های برگزیده به تولید انبوه نمی‌رسد قیمت پارچه گران است. پارچه مناسب برای دوخت لباس‌های تابستانی وجود ندارد رقابت نابرابری میان تولیدات داخلی و غیرایرانی وجود دارد و چندین و چند مشکل ریز و درشت دیگر. اما چند نکته مشترک است: اول این که باید زمینه‌ای برای تولید انبوه طرح‌های برتر فراهم شود و پارچه با قیمت مناسب در اختیار تولیدکنندگان قرار بگیرد و دوم، هنر و صنعت با هم آمیخته شوند و تولیدکنندگان از وجود یک تیم طراحی بهره ببرند.

پارچه مناسب مانتو تابستانی در بازار نیست!

مینا بزرگمهر، یکی از طراحانی است که خبرگزاری مهر در این پرونده با او گفتگو کرده: این طراح لباس با اشاره به این که یکی از مشکلات اساسی مانتوهای تابستانی، نبود پارچه مناسب است گفت: خود من تمام بازار را گشتم. پارچه برای مانتوی تابستانی بسیار کم است. پارچه ساده که پیدا نمی‌شود.

بزرگمهر به این که تولید پارچه در ایران، محدود است اشاره می‌کند و می‌گوید: لباس‌های تابستانی، لازم نیست طرح خاصی داشته باشند. اگر پارچه خوب و خنک باشد همه از آن استقبال می‌کنند.

و پوشاک اقوام ایران تولید و به شکل مدرن و امروزی تولید شده می‌تواند جای خود را در جامعه ایرانی باز کند. ضمن این که ما می‌توانیم این لباس‌ها را به کشورهای دیگر صادر کنیم چرا که استقبال خوبی از این طرح‌ها می‌شود.

انتظار مصرف‌کنندگان بالا رفته است

به گفته رئیس انجمن طراحان پارچه و لباس، مصرف‌کنندگان امروز در یک محیط متصل به هم زندگی می‌کنند و انتظارشان بالا رفته است. بنابراین طراحان و تولیدکنندگان پارچه و لباس، برای پاسخگویی به این انتظار باید برندهای مناسب و درخور تولید کنند و در تولید این برندها، توجه به فرهنگ ناب بومی که با ناخودآگاه ایرانی پیوند خورده ضروری است. از سوی دیگر، پوشاک ایرانی باید رنگ مناسب، دوخت خوب و جنس با کیفیتی داشته باشد آن هم در روزگاری که طراحی پوشاک می‌تواند از درآمدزایی شغل‌ها باشد.

پاک‌بین، طراحی، تولید و توزیع را سه ضلع یک مثلث می‌داند و می‌گوید: اگر جایگاه طراحان لباس به رسمیت شناخته شود پیشکوهستان تولید پوشاک می‌تواند بزرگ‌ترین حامیان این گروه باشند. اما از یک سو برنامه‌های اصلاح مد و ترویج الگوی ایرانی - اسلامی عموماً به این شکل است که جلسات تشکیلی و تصمیم‌هایی گرفته می‌شود اما به خاطر عدم حمایت‌های دولتی به نتیجه نمی‌رسد؛ از سوی دیگر هم برخی تولیدکننده‌ها به دلیل هزینه‌ای که باید صرف طراح کنند، هنوز به این باور نرسیده‌اند که با وجود یک طراح خوب، فعالیتشان پیشرفت قابل ملاحظه‌ای می‌کند.

به گفته این طراح پارچه و لباس، الزام واحدهای تولیدی به استفاده از طراحی داخلی می‌تواند در اصلاح روند مد و ترویج الگوی ایرانی اسلامی موثر باشد. اصلاً تولیدکنندگان در تمامی کشورها، از طراح به عنوان مشاور اصلی خود در تولید و در تمامی زمینه‌ها استفاده می‌کنند؛ اما در ایران به نظر طراحان اهمیت داده نمی‌شود. شاید تولیدکننده‌ها از این وحشت دارند که تولید با شکست مواجه شود و سودآوری نداشته باشد.

بگیریم، واقعیت این است که ما تولید پارچه نداریم. طراحان لباس ما امنیت شغلی ندارند. در این شرایط، باید کار اندک طراحان و تولیدکنندگانی که می‌کوشند لباس باهویت طراحی و تولید کنند، تبلیغ شود و هزینه تبلیغات آن قدر بالاست که خود طراحان یا تولیدکنندگان از پس آن برنمی‌آیند. پس چه اشکالی دارد اگر صدا و سیما به تبلیغ این طرح‌ها و لباس‌ها بپردازد؟

از سوی دیگر، صدیقه پاک‌بین، رئیس انجمن طراحان پارچه و لباس، یکی از راه‌های توسعه صنعت مد و ترویج الگوهای ایرانی - اسلامی را برگزاری نمایش‌های زنده لباس در داخل کشور می‌داند و می‌گوید: ما نمایش زنده نداریم، البته شنیده‌ام که وزارت ارشاد، برای نمایش زنده لباس، مجوز صادر کرده و این اتفاق خوشایندی است چون تا زمانی که نمایش‌های زنده برگزار نشود امکان عرضه طرح‌ها وجود ندارد.

طرح‌ها را رایگان در اختیار تولیدکننده می‌گذاریم

مسائلی که طراحان بر آن توافق نظر دارند این است که طرح‌ها به تولید انبوه نمی‌رسد و ارتباطی میان تولیدکننده و طراح نیست. صدیقه پاک‌بین، رئیس انجمن طراحان می‌گوید: ما طراحان، حاضریم طرح‌ها را به صورت رایگان در اختیار تولیدکننده قرار دهیم تا طرح‌ها به تولید انبوه برسد و در اختیار مصرف‌کنندگان قرار بگیرد. در این صورت، مردم با طرح‌های ایرانی آشنا می‌شوند و از آن استفاده می‌کنند. همچنین ما برای ایجاد ارتباط فعال بین طراحان و بخش صنعت حاضریم علاوه بر در اختیار قرار دادن طرح، در مرحله تولید و الگوسازی نیز به تولیدکننده‌ها در این کمک کنیم. البته تولیدکننده‌ها در این شرایط اقتصادی، ترجیح می‌دهند کمتر از طرح‌های ایرانی و وجود طراح بهره ببرند چرا که به سود خود فکر می‌کنند و نگرانند که استفاده از طرح‌های داخلی مورد استقبال قرار نگیرد.

به گفته این طراح لباس، تولید پوشاک با استفاده از نوآوری‌های طراحان و خلق ایده‌هایی که تحت تأثیر فرهنگ و تاریخ

لباس، بازار داغی نباشد و این کسادی موجب شد کسانی که به خاطر برند یا کلاس اجتماعی یا هر چیز دیگر، دنبال لباس‌های خارجی بودند، حالا به جایگزین‌های ایرانی فکر کنند؛ پس به لباس‌هایی خاص با طرح و نقش ایرانی روی آوردند.

نوآوری در طراحی لباس، ضروری است

باز هم در سال‌های اخیر، استفاده از لباس‌هایی که در تولید و بافت آن از الیاف طبیعی استفاده شده بود، رواج پیدا کرد اما پس از مدتی طرح‌ها تکراری شد و مخاطبان، دلزده شدند. شاید از این روست که منیر ملکی به نقش و تأثیر مهم فرهنگ‌سازی اشاره می‌کند و می‌گوید: در سال‌های اخیر، کار گروه مد و لباس ارشاد جشنواره‌های متعددی برپا کرده؛ رسانه‌ها به مد پرداخته‌اند و بسیاری از بازیگران و هنرمندان شاخص موسیقی از لباس‌های ایرانی استفاده کرده‌اند که هیچ کدام در علاقه‌مند کردن جوانان به طرح‌ها و لباس‌های ایرانی بی‌تأثیر نبوده اما تکرار بیش از حد طرح‌ها و بالا رفتن تعداد رقیبان، موجب افت این برندها شد. وقتی شمار رقیب‌ها بالا می‌رود باید دست به طرح‌های خلاقانه و نوآورانه زد و اگر نه گرفتار شدن در دایره تکرار، ردی را درمان نمی‌کند. البته به گفته ملکی، طراحان و تولیدکنندگان نمی‌توانند خلاصه رفتار کنند وقتی سیاست دولت در برابر مد تا این اندازه چندانگانه است. به این معنی که در همه جای دنیا، سرمایه‌گذاران بزرگ از جریان مد حمایت می‌کنند در حالی که دولت ایران، بودجه چندان‌ی را به مد اختصاص نمی‌دهد و در بدنه حکومت، چند دستگی وجود دارد. یک عده طرفدار جشنواره‌های حجاب و عفاف‌اند و به مخاطبان محدود این جشنواره‌ها فکر نمی‌کنند برخی حکومت‌مدان نیز با خود مد و لباس مشکل دارند از دولتی‌ها که بگذریم، سرمایه‌داران بزرگ هم حاضر نیستند پول زیادی را برای مد و طراحی آن صرف کنند.

تبلیغات و نمایش زنده، نقش

مهمی در ترویج مد ایرانی دارد. عصر امروز، روزگار رقابت و تبلیغ است. احمد داووزنی، پژوهشگر حوزه مد و لباس می‌گوید: ما نمی‌توانیم واقعیات را نادیده

به همین دلیل، قیمت‌هاشان بالاتر است. شاید اگر این طرح‌ها به تولید انبوه برسد، آن مشتری‌ها از دست بروند چون این دسته مخاطبان، خواهان طرح‌ها و لباس‌های خاص‌ترند و دلشان نمی‌خواهد لباسی که می‌پوشند را بر تن هر کس ببینند.

منیر ملکی هم چنین دیدگاهی دارد. احمد داووزنی هم با اشاره به این که طراحان بازار را نمی‌شناسند، می‌گوید: طراحان ما هنری رفتار می‌کنند و کف بازار را نمی‌شناسند در حالی که ما باید به سمت عامه مردم برویم و برای آنان، لباس طراحی کنیم. از سوی دیگر ما آمار درستی از تعداد طراحان نداریم. سال‌ها پیش از کار گروه مد و لباس وزارت ارشاد خواستیم تا بودجه‌ای را در اختیار اتحادیه پوشاک بگذارد تا طراحی‌هایی که در بازار کار هستند یا فارغ‌التحصیل می‌شوند را شناسایی و شناسنامه‌دار کنند اما این طرح هنوز اجرایی نشده چون بودجه‌ای در اختیار اتحادیه قرار نگرفته است.

تحریم باعث استفاده بیشتر از لباس ایرانی شد

سال‌های اخیر، استفاده از لباس‌هایی با نمادها و نشانه‌های ایرانی چون خط فارسی و نقوشی که برگرفته از فرهنگ و تمدن ماست، رواج بیشتری پیدا کرده است. منیر ملکی، طراح لباس، تحریم اقتصادی ایران را یکی از دلایل این مساله می‌داند و می‌گوید: حدود یک دهه قبل، طراحان شروع کردند به استفاده از نمادها و نشان‌های ایرانی و این کار آنان مورد استقبال مخاطبان هم قرار گرفت. اما سه یا چهار سال است که حضور طرح‌های ایرانی، محسوس و مشهود شده چرا که رکود هشت‌ساله‌ای که در دولت نهم و دهم وجود داشت باعث شد که بسیاری از هنرمندان از جمله طراحان لباس بیکار شوند و به شوهای خانگی روی آورند و طبیعتاً دلشان می‌خواست نوآوری‌هایی داشته باشند و کار خلاقانه انجام دهند. از این رو به نمادها و خطوط ایرانی روی آوردند و فراتر از آن لباسی طراحی کردند که با فرهنگ ما هماهنگی داشته باشد.

به گفته این طراح لباس، عوامل تاریخی اجتماعی بسیار باعث توجه به طرح‌های ایرانی شده که یکی از این دلایل، تحریم ایران بوده است. تحریم، موجب شد تا بازار

خانه‌های مد (مزون‌ها) ساماندهی می‌شوند

کار گروه ساماندهی مد و لباس با دعوت از خانه‌های مد، فعالیت این گروه از فعالان حوزه مد و لباس را نیز مانند سایر بخش‌ها ساماندهی و قانونمند می‌کند. کار گروه ساماندهی مد و لباس با دعوت از خانه‌های مد، فعالیت این گروه از فعالان حوزه مد و لباس را نیز مانند سایر بخش‌ها ساماندهی و قانونمند می‌کند. تاکنون ۶۰۰ مزون فعال و مولد شناسایی شدند و به زودی برای حضور در جلسات کارشناسی دعوت می‌شوند. همچنین این اقدام در راستای هویت بخشی به آثار ارائه شده در جامعه و نیز حمایت از تولیدکنندگان و طراحان داخلی رخ داده و

با نظارت کار گروه ساماندهی مد و لباس صورت می‌پذیرد. خانه‌های مد با ساماندهی دقیق در این حوزه می‌توانند از مهم‌ترین مراکز ترویج مد اسلامی و ایرانی در جامعه باشند.

به زودی دعوت نامه‌های کار گروه ساماندهی مد و لباس برای حضور در هم‌اندیشی و اقدام برای ساماندهی این گروه انجام می‌پذیرد.

همچنین این اقدام در راستای هویت بخشی به آثار ارائه شده در جامعه و نیز حمایت از تولیدکنندگان و طراحان داخلی رخ داده و با نظارت کار گروه ساماندهی مد و لباس صورت می‌پذیرد.

خانه‌های مد با ساماندهی دقیق در این حوزه می‌توانند از مهم‌ترین مراکز ترویج مد اسلامی و ایرانی در جامعه باشند. به زودی دعوت نامه‌های کار گروه ساماندهی مد و لباس برای حضور در هم‌اندیشی و اقدام برای ساماندهی این گروه انجام می‌پذیرد.

