

مهر مجله صنایع فرهنگی



فهرست مطالب

معد و لباس

۳



- ۴ جشنواره‌ای در جستجوی مخاطب
- ۵ از کپی‌کاری فاصله گرفته‌ایم
- ۶ ردپای مدسازی «فجر» در بازار کجاست؟
- ۸ هنوز به ارزش طرح‌های سنتی پی نبرده‌ایم
- ۹ خلاقیتی در طراحی لباس مردانه نیست

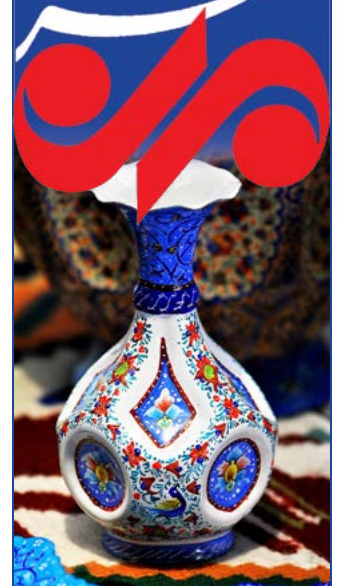
صنایع دستی

۱۲



- ۱۳ مخاطب‌شناسی از ضرورت‌های فراموش شده صنایع دستی
- ۱۴ فروش بازارهای نوروزی صنایع دستی از ۳۲ میلیارد تومان گذشت
- ۱۵ رشد صد درصدی فروش نمایشگاه‌های صنایع دستی در نوروز ۹۵
- ۱۶ شورای فنی معاونت صنایع دستی کشور تشکیل شد
- ۱۷ هنرایران با ثبت شهرهای جهانی برتر ماندگار می‌شود
- ۱۸ از اسکو تا عشق‌آباد با روسری‌های چاپ باتیک

مجله صنایع فرهنگی مهر



شناسنامه مجله

□ مدیر مسئول: علی عسگری

□ شورای سردبیری: سید امیرحسین دهقانی،
سعید صدراثیان، رضا منتظری مقدم

□ دبیر تحریریه: محمد صابری

□ همکاران این شماره: زهره نیلی

□ مدیر هنری: محبوبه عزیزی

شماره تماس: ۸۸۸۰۹۵۰۰

پست الکترونیک: culture@mehrnews.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.

بازیهای رایانه‌ای

۲۳



- ۲۴ بازی‌سازی «شعاردادن» نیست
- ۲۵ هدف اصلی بازی‌های رایانه‌ای تغییر سبک زندگی است
- ۲۶ آرشیو ملی بازی‌های رایانه‌ای ایرانی عرضه می‌شود
- ۲۷ «عمار» می‌تواند باعث رشد بازی‌های هماهنگ با فرهنگ جامعه شود
- ۲۸ تولید بازی رایانه‌ای بومی، راهی برای مقابله با جنگ نرم است
- ۲۹ بازی‌های رایانه‌ای صاحب «برنامه» شد
- ۳۰ نخستین بازی رایانه‌ای در حوزه سبک زندگی اسلامی ایرانی تولید شد



"BACK STAGE"

5th Fajr International Fashion & Clothing Festival [Design Project]
Graphitte Design Studio | info@graphitte.com



مَد ولباس

گزارش مهر از پنجمین جشنواره مد و لباس فجر جشنواره‌ای در جستجوی مخاطب



بگذارد و در برابر دید علاقه‌مندان قرار دهد که دلشان می‌خواهد به جای پارچه‌های خارجی از هنر دست مردم کاشان برای دوخت شال یا مانتو استفاده و به رونق هنر شرعایی کمک کنند.

حذف فروش «ظاهری» است!

امسال به ظاهر بخش فروش را حذف کرده‌اند. اما هستند غرفه‌هایی که کارهای خود را به مشتریان می‌فروشند و قرارگاهشان، خیابان استاد شهریار، روبه‌روی تالار وحدت است! از سوی دیگر قیمت مانتوهایی که در جشنواره امسال ارائه شده به ۳۰۰ تا ۴۰۰ حتی ۶۰۰ هزار تومان می‌رسد و مگر چند درصد مشتریان می‌توانند مانتو به این قیمت خریداری کنند؟ و اما جشنواره مد و لباس فجر بیشتر به نمایشگاهی برای مدل‌های مختلف مانتو شبیه است. آنچه در بخش نمایش و حتی در غرفه‌ها ارائه شده، لباس اجتماع بانوان یا همان مانتو است. هیچ نشانی از پوشاک مردانه یا کودکانه به چشم نمی‌خورد. در این میان نه تنها در جشنواره مد و لباس فجر که در فروشگاه‌ها و نمایشگاه‌های دیگر نیز نشانی از لباس برای رده سنی نوجوان یافت نمی‌شود در حالی که اگر می‌خواهیم به گفته دبیر کارگروه مد و لباس، رنگ سال ایرانی و مهم‌تر از آن مد ایرانی داشته باشیم نباید به یک نوع لباس، آن هم مانتو یا چادر محدود شویم و از انواع دیگر باز بمانیم. همچنین قرار بود در پنجمین جشنواره مد و لباس، بخش ویژه‌ای به پوشاک اقوام تعلق بگیرد اما در تالار وحدت نشانی اثری از لباس کردی و قشقایی و ترکمن به چشم نمی‌خورد. حمید قبادی در پاسخ به پیگیری مهر درباره این جای خالی به «کمی جا» اشاره می‌کند و می‌گوید: پارکینگ (طبقه اول) تالار وحدت، فضای مناسبی برای برگزاری نمایشگاه مد و لباس نیست. امیدوارم سال آینده، مکان بهتری به این رویداد اختصاص پیدا کند.

زمینه‌های عقد قرارداد میان طراحان و تولیدکنندگان فراهم می‌آورد. اما کدام قرارداد؟ تولیدکنندگان پوشاک، تا چه اندازه با طراحان مد و لباس در ارتباط هستند و ترجیح می‌دهند به جای استفاده از ژورنال‌ها از حضور طراحان بهره ببرند؟ خود طراحان تا چه حد با سلیقه مخاطب خود آشنا هستند و آنچه طراحی می‌کنند با اقبال عموم روبه‌رو می‌شود؟

شواهد نشان دهنده آن است که بسیاری از کارهای ارائه شده در جشنواره مد و لباس هم برای مخاطب خاص طراحی و دوخته شده است؛ مخاطبی که سوار بر خودروی شخصی از گوشه‌ای به گوشه دیگر شهر می‌رود، بی آن که دغدغه‌ای داشته باشد! وگرنه این طرح‌ها، چندان که باید و شاید به کار پوشاک اجتماع بانوان نمی‌آید.

مانتوی نمدی؛ ۸۰۰ هزار تومان

نسیم محرمی از جمله طراحانی است که به پنجمین جشنواره مد و لباس آمده و آنچه ارائه کرده تا اندازه‌ای نوآورانه است. او پارچه و نمدها را در هم آمیخته اما نمدها از جنس پشم گوسفند ایرانی یا شتر نیست. او از استرالیا، پشم مرینوس می‌آورد و از آن نمدها تهیه می‌کند و با تور و مخمل و گیپور می‌آمیزد تا با آن شال و مانتو و کت بدوزد. قیمت کارهای او متنوع است. زیرلیوانی‌های نمدی ۲۰ هزار تومان و مانتوها به ۸۰۰ هزار تومان هم می‌رسند. طراحان سمنانی هم آمده‌اند و با پته و نمدها، مانتو دوخته و بر دیوار آویخته‌اند. شرعایی کاشان هم، گوشه دیگری از سالن را به خود اختصاص داده است.

مهدی محتشمی که کارهایش مهر اصالت یونسکو دریافت کرده هم به پنجمین جشنواره مد و لباس فجر آمده و تنها بخش از شرعایی‌هایش را به نمایش گذاشته است اما برگزارکنندگان به او اجازه نداده‌اند تا تعداد بیشتری از شرعایی‌هایش را روی یک رگال

پنجمین جشنواره مد و لباس فجر از ۱۰ اسفندماه سال گذشته، کار خود را در تالار وحدت آغاز کرده است. امسال، بخش فروش از قسمت نمایشگاهی جدا شده و آنان که به تالار وحدت می‌روند تنها می‌توانند نمونه‌های مختلف را ببینند و انتخاب کنند و سفارش دهند. این اتفاق که ضرورت آن در دوره‌های قبلی جشنواره بارها از سوی هنرمندان و طراحان لباس مطرح شده بود، باعث می‌شود جشنواره مد و لباس جنبه تخصصی پیدا کند و با افزایش سطح هنری و علمی آن، هنرمندان و فعالان بیشتری برای شرکت در این جشنواره ترغیب شوند. اما سالن‌های خالی از جمعیت، گواه این مدعاست که جشنواره مد و لباس در جذب مخاطب خاص و ترغیب تولیدکنندگان پوشاک به بازدید از طرح‌های برگزیده موفق نبوده است. ایجاد ارتباط بین طراحان لباس و تولیدکنندگان یکی از ضروریات حوزه مد و لباس است که بارها توسط کارگروه ساماندهی مد و لباس و همچنین طراحان به آن اشاره شده؛ اما چند درصد تولیدکنندگان از برگزاری چنین نمایشگاهی باخبر هستند؟ چه تبلیغات شهری درست و گسترده‌ای انجام شده است؟ چه تعداد پسر و پوستر نصب شده که تولیدکنندگان و طراحان دیگر از وجود چنین جشنواره‌ای باخبر شوند؟

معضلی به نام تولید انبوه

طرح‌های برگزیده جشنواره مد و لباس فجر به تولید انبوه نمی‌رسند و این یکی از مشکلات جدی طراحان است. امسال، کارگروه مد و لباس وعده کرده که از آثار راه یافته به بخش نمایش جشنواره پنجم حمایت خواهد کرد. این هم از وعده‌هایی است که امید می‌رود محقق شود وگرنه با حلو حلو گفتن دهان شیرین نمی‌شود. البته حمایت از طرح‌های برگزیده، بدان معنا نیست که کارگروه مد و لباس، همه هزینه‌های تولید را تأمین و پرداخت می‌کند بلکه

گفتگو: زهره نیلی

یک طراح لباس با مهر مطرح کرد؛ از کپی کاری فاصله گرفته ایم

ندارند. محرمی در پاسخ به این که برای بازاریابی لباس‌هایی که با نماد تهیه می‌شوند چه کرده می‌گوید: کار ما خیلی تازه است و هنوز به بازاریابی نرسیده‌ایم اما به نظر من آینده این کار روشن است. ما یک هنر سنتی، چون نمدمالی را به چیز مدرن تبدیل می‌کنیم تا دوباره وارد زندگی مردم شود. شما از پارچه‌های نمادی برای دوختن مانتو و لباس استفاده می‌کنید وقتی هم هوا گرم شد می‌توانید از تکه‌های نماد در بخش‌هایی از شال و پارچه و لباس تابستانی خود بهره ببرید.

برای مثال، جیب لباس شما می‌تواند از نماد باشد تا گرما و حرارت ایجاد نکند. به گفته او در صنعت میل و یا در چرم‌سازی می‌توان از نماد استفاده کرد. در حال حاضر یک شرکت ایتالیایی با نماد ماشینی، کار کیف و کفش انجام می‌دهد آن وقت ما نماد دستی داریم و از آن بهره نمی‌بریم. چون کار با نماد و تلفیق نماد و پارچه جدید است و همه این کارها به معرفی و تبلیغ نیاز دارد.

نمایشگاه مد و لباس این امکان را می‌دهد که خود و کارمان را معرفی کنیم. محرمی مخاطب لباس‌هایی که نتیجه تلفیق نماد و پارچه است را مخاطب خاص می‌داند و می‌گوید: تولیدات ما برای مخاطب خاص است اما می‌خواهیم بعضی کارهای خود را به تولید انبوه برسانیم اما اصالت و هویت کار را که دستی است، از بین نبریم ولی با بالا بردن سرعت، تولید را با افزایش دهیم تا عامه مردم هم از آن استفاده کنند.

این طراح لباس در پایان با بیان این که طراحان ما در سال‌های اخیر به کارهای خلاقه روی آورده‌اند می‌گوید: بسیاری کارها در ایران کپی کاری است. حتی طراحان هم تولید نمی‌کنند و کار خلاقه انجام نمی‌دهند بلکه از ژورنال‌ها بهره برده و مجری کپی کاری هستند اما خوشحالم که در سال‌های اخیر از کپی کاری فاصله گرفته‌ایم.



این کار شدم و از آن زمان تاکنون نمدمالی می‌کنم. به این ترتیب که به خیابان مولوی می‌روم و پشم مریوس را که از استرالیا وارد می‌شود تهیه و رنگ می‌کنم. بعد از این پشم که سبک است و بو نمی‌دهد برای تهیه نماد بهره می‌برم. این طراح لباس، نمدهای به دست آمده را با پارچه‌های مختلف پون وال هندی و گیپور و تور درهم می‌آمیزد و آنچه تولید می‌شود نه به تمامی نماد است و نه پارچه؛ بلکه یک ترکیب و پارچه جدید ساخته شده که شباهتی به هیچ کدام از پارچه‌های اولیه ندارد و رنگ آن هم طبیعی است.

همه مراحل ساخت پارچه و نمدمالی و ترکیب رنگ‌ها با یکدیگر از طریق دست و بدون دخالت ماشین انجام می‌شود به همین خاطر هیچ دو رنگ و دو طرحی به هم شباهت

این که چگونه می‌توان از مدهای ایرانی پیروی کرد با توجه به این که هنوز مد در جامعه ما به صنعت تبدیل نشده، می‌گوید: یک اروپایی یا آمریکایی دنباله رو کسی نبوده و نیست. ما هم می‌توانیم مد و رنگ سال خود را داشته باشیم. من چکمه آهنی پوشیدم و می‌خواهم این کار را انجام بدهم، مد خود را تولید کنم و بکوشم زیبایی کارم باعث شود مردم به سمت آنچه تولید کرده‌ام گرایش پیدا کنند. این مساله برای من مهم‌تر است و بعد اقتصادی در درجه دوم اهمیت قرار دارد. محرمی درباره آشنایی خود با کار نماد می‌گوید: وقتی به ایران برگشتم تصمیم گرفتم کار طراحی لباس را آغاز کنم به همین خاطر سراغ یادگرفتن چاپ سیلک روی پارچه رفتم. استادام کار نماد انجام می‌داد و من عاشق

یکی از شرکت‌کنندگان در پنجمین جشنواره مدولباس فجر، نسیم محرمی است که با دوست و شریک خود به جشنواره مد و لباس آمده، نماد و پارچه را در هم آمیخته و پارچه سازی کرده است. او با این پارچه‌ها مانتو و کت و شال دوخته و در اختیار مخاطب قرار داده هرچند کارهایش هنوز مخاطب خاص دارد. نسیم محرمی در گفتگو با خبرنگار مهر و در پاسخ به این که چه شد به طراحی لباس روی آورد، می‌گوید: من گرافیک خواندم اما چون از کارهای کامپیوتری خسته شده بودم و دام می‌خواست اتود بزنم و طراحی کنم و کاری را با دست انجام بدهم به طراحی لباس رو آوردم.

آن زمان به من گفتند، پیش از طراحی باید خیاطی را یاد بگیری و من چنین کردم و مدرک نازک کاری هم گرفتم در حدی که لباس عقدم را خودم دوختم.

این طراح لباس به این که توجه به هویت ایرانی، لازمه کار طراحی است اشاره و بیان می‌کند: وقتی برای کار و زندگی به خارج از ایران رفتم و از بیرون به ماجرا نگاه کردم، دیدم که دلم می‌خواهد لباسی به تن کنم که نشان دهنده هویت یک زن ایرانی است. آنجا محدودیتی در استفاده از رنگ و نوع لباس وجود نداشت و همین اختیار عمل موجب شد، تغییر و تحولی در من اتفاق بیفتد و من تنها به زیبایی فکر نکنم و هویت لباس هم برایم مهم باشد. محرمی در ادامه می‌گوید: پیش از مهاجرت دوست داشتم در طراحی لباس‌های خود از نمادهای ایرانی استفاده کنم اما برای من این اتفاق نیفتاد و خوشحالم حالا که برگشته‌ام، لباس‌هایی را می‌بینم که خود، دوست داشتم طراحی کنم.

اگرچه دوست و شریکام به من می‌گوید: ما باید به مسایل اقتصادی هم توجه کنیم و ببینیم مد و رنگ سال کدام است و از آن پیروی کنیم اما من می‌گویم ما هم می‌توانیم مد خودمان را داشته باشیم. این طراح لباس در پاسخ به

کارنامه یک جشنواره زیر ذره بین مهر؛

ردپای مدسازی «فجر» در بازار کجاست؟

حسن شیخ حائری



جشنواره مدولباس فجر که پرونده پنجمین دوره‌اش به تازگی بسته شد و حالا فروشگاه‌های در برخی شهرها برقرار است، چرا تأثیری بر فضای بازار لباس در ایام پرتب و تاب خریدهای نوروزی ندارد؟

با پایان یافتن پنجمین جشنواره مد و لباس فجر، سلسله جشنواره‌های فجر سال ۱۳۹۴ هم با پریایی جشنواره‌های تئاتر، سینما، موسیقی، شعر، هنرهای تجسمی و بالاخره، مد و لباس به اختتام رسید. جشنواره پنجم از ۱۰ تا ۲۰ اسفند ماه در تهران و همزمان در ۱۲ استان دیگر مانند فارس، خوزستان، آذربایجان شرقی و غربی، بوشهر، کرمانشاه، گیلان و البرز برگزار شد و تلاش کرد تا گامی رو به جلو در زمینه گسترش مفهوم مد و لباس فاخر ایرانی بردارد؛ چرا که لباس، نماد هویت اسلامی ایرانی و از شاخص‌های فرهنگ است و باید به طور ویژه مورد توجه قرار گیرد.

«مد» یک بحث تشریفاتی نیست

به نظر می‌رسد با توجه به اهمیت مد در صنایع فرهنگی و نقش بی‌بدیل و بسیار مهم آن در فرهنگ اسلامی ایرانی ما، لازم است تا کار گروه مد و لباس وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان متولی این بحث و همینطور به عنوان برگزارکننده جشنواره مد و لباس فجر، برنامه‌ای کوتاه مدت و یا حداقل میان مدت برای تغییر عملی نگرش مدیران و فرهیختگان پایه‌ریزی کند تا مد، از بحثی تشریفاتی و جنبی، به متن فرهنگ ما بازگردد. همچنین نباید از نظر دور داشت که لباس و پوشاک، تنها بخشی از بحث مد است و لازم است تا در نگرش مد، نگاهی فراتر از بحث لباس و پوشاک انجام گیرد؛ اگرچه پرداختن جدی به همین بحث لباس هم در شرایط فعلی، خود غنیمتی ارزنده است. جشنواره پنجم مد و لباس فجر در حالی به پایان رسید که ضعف عدم طراحی لباس برای مردان و کودکان، کاملاً خودنمایی کرد و البته عدم انتخاب رتبه‌های اول و دوم در برخی رشته‌ها و بسنده کردن هیئت داوران به عنوان «شایسته تقدیر»، خود هشدار بزرگ است؛ اما در عین حال این جشنواره توانست شور و حرارتی نسبی به این حوزه بازگرداند تا بدانیم که پدیده‌هایی وارداتی مثل رنگ سال، می‌تواند توسط خود ما انتخاب شود و نباید در این زمینه چشم به غرب و خارج داشته باشیم. همچنین در ایام جشنواره، حدود ۵۰۰ فروشگاه لباس در سراسر کشور با این جشنواره همکاری کردند و با نصب پوستر جشنواره، محصولات خود را تا سقف ۲۰ درصد تخفیف به فروش رساندند. به نظر می‌رسد در نگاهی کلی به پنج دوره برگزاری جشنواره مد و لباس فجر و در ارزیابی نسبی آن، می‌توان گفت که کلیت اقدامات کارگروه مد و لباس وزارت ارشاد، قابل تقدیر است؛ اما سرعت تحول و سرمایه‌گذاری داخلی در این بخش چنان پایین و سرعت تحول در جهان، چنان بالاست که با وضعیت کنونی، نمی‌توان امید زیادی به آینده داشت. این گونه است که

و لباس در دانشگاه‌ها فراهم آید تا طرح‌های بیشتری بتواند بر پایه علم و تجربه، به تولید انبوه برسد.

سه. حلقه مفقوده بین طراحی لباس با صنعت

در جشنواره پنجم مد و لباس شاهد این بودیم که مسابقه طراحی زنده لباس به مدت سه روز برگزار شد و ۲۰ شرکت‌کننده که از بین ۱۲۰ نفر انتخاب شده بودند، به رقابت با یکدیگر پرداختند. حاصل این بود که ۲۰ طرح، به مرحله اجرا رسید و در روز سوم، تولیدکنندگان حضور یافتند و سعی کردند تا از بین این ۲۰ طرح، طرح برتر خود را برای تولید انبوه انتخاب کنند. این گونه بود که طرح‌های برتر برای تولید انبوه معرفی شد؛ اما جدا از ایام برگزاری جشنواره، به نظر می‌رسد که حلقه مفقوده‌ای بین طراحان و صنعت تولید انبوه وجود دارد که این حفره باید پر شود. در این زمینه، رویکرد وزارت صنعت برای شروع برنامه ریزی جهت شکل‌گیری برخی مدارس مد، قابل تقدیر است و امید که به تحقق برسد.

چهار. عدم ورود جدی رسانه‌ها به موضوع مد

رسانه، یار همیشگی همه حوزه‌ها و به ویژه، حیطه فرهنگ است. در زمینه مد و لباس هم لازم است تا تمامی رسانه‌های گروهی و به ویژه رسانه ملی به عنوان رسانه‌ای تأثیرگذار و تصویری، به این مقوله ورود پیدا کند تا هم اهمیت این بحث، بیشتر بر همگان آشکار شود و هم، تبلیغ لازم برای آن به عمل آید تا آرام آرام شاهد بسط و توسعه لباس‌ها و مدهای اسلامی - ایرانی در سطح جامعه و برای همه اقشار باشیم؛ امری که البته باعث خواهد شد تا هم شوق سرمایه‌گذاران به رود؛ هم بحث واردات و قاچاق پارچه و لباس به حداقل برسد و هم، پادزهری برای تهاجم فرهنگی دشمن در زمینه مد و لباس تحقق یابد. کوتاه سخن آن که مد و لباس به عنوان بخش مهمی از فرهنگ عمومی و صنایع فرهنگی شناخته می‌شود و لازم است تا با اصلاح نگرش سیاست‌گذاران و مدیران به این عرصه مهم، ارتباط طراحی مد و لباس با دانشگاه از یک طرف و با صنعت از طرف دیگر به اوج برسد تا ان شاء الله شاهد رشد و شکوفایی این عرصه باشیم.

می‌توان مهم‌ترین نقاط ضعف عرصه مد و طراحی لباس را در کشور در موارد چهارگانه زیر خلاصه کرد:

یک. کیفیت پارچه‌های تولیدی داخلی

لباس هر قدر هم که طراحی کاربردی و جذابی داشته باشد، اگر کیفیت پارچه آن مطلوب نباشد، با استقبال مواجه نخواهد شد. بنابراین لازم است تا بخش مهمی از پیگیری‌ها، به جلوگیری از ورود پارچه‌های بی کیفیت یا کم کیفیت به کشور در کنار تلاش برای افزایش کیفیت تولیدات داخلی بر مبنای اصول اساسی اقتصاد مقاومتی اختصاص یابد. همین جشنواره پنجم شاهد انتشار خبر امیدوارکننده «تولید انبوه چادر مشکی ایرانی با کیفیت» بود که البته باید دید این تولید انبوه آیا با حمایت مواجه می‌شود و تداوم می‌یابد یا مانند بسیاری از صنایع، به مشکل برخورد خورد؟ همچنین اگر سیاست تقدیر از فروشگاه‌های برتری که لباس ایرانی - اسلامی با کیفیت ارائه می‌کنند، به شکل جدی و واقعی و البته با مشوق‌های بزرگ، تداوم یابد؛ می‌توان امیدوار بود که بحث کیفیت پارچه‌های تولید داخل با نظارت دقیق وزارت صنعت، معدن و تجارت، روندی رو به رشد داشته باشد.

دو. عدم آموزش مستمر طراحان لباس و مد از طریق فضای دانشگاهی

هیچ گاه نباید فراموش کرد که در همه عرصه‌ها، «آموزش مستمر و کاربردی»، یک کلیدواژه حیاتی است. ذکر این نکته هم ضروری است که در عرصه آموزش‌های کاربردی مد و لباس، در آغاز راه هستیم و البته خبرهایی مانند «برگزاری سمینار سراسری کارشناسان مد و لباس استان‌ها در اردیبهشت ماه ۱۳۹۵ در تهران»، می‌تواند در این زمینه امیدبخش باشد و می‌توان امیدوار بود که آموزش مستمر در کنار تداوم انتقال تجربیات طراحان مد و لباس به یکدیگر و از طریق ارتباطات تعریف شده ی کارگروه مد و لباس در فضای مجازی، بتواند امر آموزش را به روز کند و البته صرفه جویی بودجه‌ای هم حاصل آید تا فعالیت طراحان از طراحی‌های نمایشی به سمت طراحی‌های کاربردی سوق پیدا کند. بنابراین لازم است تا برنامه ریزی جامعی برای برقراری ارتباط مستمر طراحان با حوزه علم و دانشگاه و البته ارتقای مباحث آموزشی مد

در گفتگو با مهر عنوان شد؛

نخستین کتاب ملی مد و لباس تدوین می شود

هزار نفر را گردآوری کردیم که از این میان، ۲۰ هزار نفر در حال فعالیت در بخش های مختلف صنعت مد و لباس هستند. نشانی و شماره تلفن این افراد در کتاب آمده و وقتی مخاطب، این کتاب را در دست بگیرید به صورت تفکیک شده می تواند با فعالان این حوزه حتی در استان های مختلف کشور و چگونگی همکاری با آنها آشنا شود.

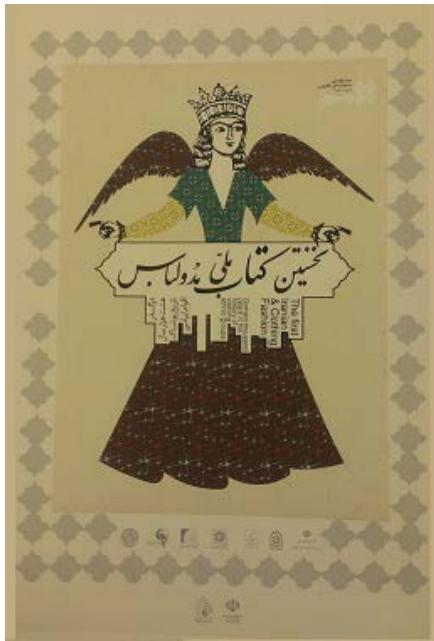
اصفهانی برقراری ارتباط میان بخش های مختلف مد و لباس را دلیل گردآوری این کتاب دانست و افزود: بسیاری از فعالان این حوزه یکدیگر را نمی شناختند و ارتباطی میان طراح و تولیدکننده یا واحدهای تولیدی با فروشگاهها نبود در حالی که ما نیاز داریم طراح و تولیدکننده با هم در ارتباط باشند تا بتوانند صنعت پوشاک را رونق دهند. کتاب ملی مد و لباس باعث می شود این افراد بتوانند یکدیگر را پیدا کنند و کار را جلو ببرند. او به قسمت های مختلف کتاب اشاره و بیان کرد: کتاب مد و لباس در ۱۰ بخش آماده شده و در آن به موضوعاتی مانند «مد از نظر بزرگان، تاریخچه مد، نظر اسلام در مورد مد، جایگاه مد در سید اقتصادی خانواده ایرانی، بررسی هفته های مد دنیا، جشنواره های مد و لباس دنیا، قواعد شیک پوشی ایرانی، مد و تولید، مد و فن آوری های نوین، نمایندگان پوشاک خارجی، تولیدکنندگان ایرانی، عینک و ساعت، تبلیغات و بازاریابی و...» پرداخته شده است.

همچنین در این کتاب به بررسی و تحلیل پوشاک اقوام و ادوار تاریخ لباس ایران و کاربردی و به روز کردن آن و همچنین در بخش بین الملل به جایگاه اقتصادی لباس پرداخته شده و ۵ کشور ترکیه، فرانسه، آلمان، ایتالیا و چین مورد بررسی قرار گرفته اند. اصفهانی با بیان اینکه کتاب ملی مد و لباس نیمه اول سال ۹۵

نخستین کتاب ملی مد و لباس که با توجه به تاریخچه مد و قواعد شیک پوشی ایرانی منتشر می شود، به گردآوری اطلاعات مربوط به ۲۰ هزار فعال این حوزه خواهد پرداخت. ناصر اصفهانی مدیر اجرایی نخستین کتاب ملی مد و لباس در گفتگو با خبرنگار مهر گفت: موسسه ققنوس، از یک سال پیش تاکنون به تحقیق درباره مد و لباس و فعالان این حوزه پرداخته و به این نتیجه رسیده است که مخاطب امروز نیاز دارد که بداند بهترین برندهای ایرانی را چگونه و از کجا می تواند تهیه کند و اصلاً دست اندر کاران تولید و طراحی پوشاک و مد ایرانی چه کسانی هستند؟

به گفته او همه برندهای خارجی در فضای مجازی معرفی شده اند و اطلاعات و محصولات آن ها به راحتی در دسترس است، اما در ایران چنین امکانی برای طراحان و تولیدکنندگان لباس فراهم نشده و نه دست اندر کاران مد و لباس در بخش های مختلف با یکدیگر ارتباط دارند و نه مردم آنها را می شناسند. این دو مساله موجب شد تا به فکر گردآوری و انتشار کتابی بیافتم که همه اطلاعات لازم را در خود گنجانده و نیاز مخاطبان مختلف را برآورده می کند.

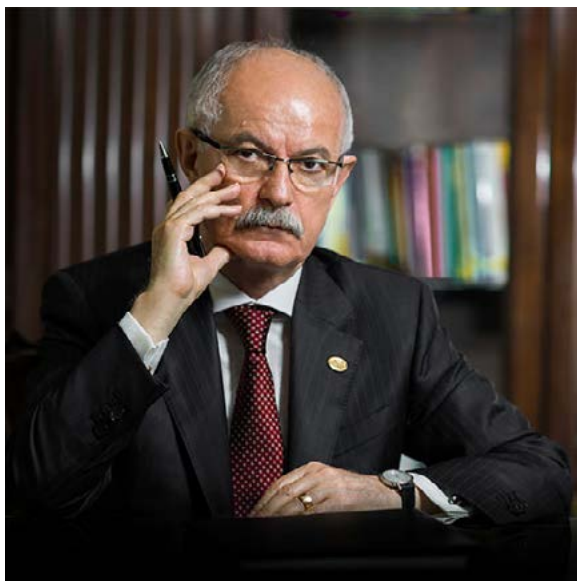
اصفهانی در مورد محتویات این مجموعه دوجلدی گفت: کتاب ملی مد و لباس در دو جلد منتشر و با تاریخ لباس در ایران و فرهنگ مد و لباس ایرانی آغاز می شود و بعد به جزییات این صنعت از نساجی و تولید پارچه گرفته تا اطلاعات مربوط به طراح لباس، تولیدکننده، فروشنده و... می پردازد. همچنین بخش های جانبی مد مانند زیورآلات، عینک و لوازم آرایشی - بهداشتی نیز این کتاب معرفی می شوند. مدیر اجرایی نخستین کتاب ملی مد و لباس با اشاره به این که این اثر شبیه به «کتاب اول» است گفت: ما در این کتاب اطلاعات مربوط به ۱۰۰



در ۸۰۰ صفحه منتشر می شود، در مورد مخاطبان این کتاب گفت: استادان، جامعه دانشگاهی و پژوهشگران، مدیران، مشاوران، شرکت های پوشاک، سرمایه گذاران و فعالان اقتصادی حوزه مد و پوشاک، فروشندگان عمده و خرد پوشاک، طراحان مد و لباس، دانشجویان رشته های مرتبط، سازمان صداوسیما و سازمان سینمایی کشور مخاطب این کتاب هستند. در واقع این کتاب هم برای مخاطب خاص است تا فعالان حوزه را بشناسد هم برای مخاطب عام تا بداند کجا به دنبال برندهای ایرانی خوب باشد. وی در پاسخ به این که این گونه کتاب ها نیاز به ویرایش و بازبینی دائم و به روز شدن اطلاعات دارند گفت: قرار است با همکاری کارگروه مد و لباس، اطلاعات مندرج در این کتاب، هر سال یکبار به روز و ویرایش شود.

هاکوپیان به مهر خبر داد؛

خاطرات طراحان برتر لباس یک قرن اخیر منتشر می شود



شخصی منتشر شود و همزمان با نمایشگاه کتاب در اختیار طراحان و علاقه مندان به رشته طراحی قرار بگیرد.

هاکوپیان به ضرورت ارتباط میان طراحان و تولیدکنندگان اشاره و بیان کرد: در کشور ما بسیاری از طراحان، کار خود را می کنند و تولیدکنندگان هم کاری به کار طراحان لباس ندارند و بیشتر از ژورنال ها استفاده می کنند در حالی که ارتباط میان این دو گروه ضروری است و سیاست اصلی ما توسعه و ارتباط طراحان با بخش

صنعت و کاربردی شدن طرح های خوب و هماهنگ با فرهنگ و هویت ایرانی است. کتاب خاطرات ۱۵۰ طراح

خاطرات و تجربیات ۱۵۰ طراح برتر پوشاک، طی ۱۰۰ سال اخیر، گردآوری و به صورت کتاب منتشر می شود. سومبات هاکوپیان، در گفتگو با خبرنگار مهر از انتشار خاطرات و تجربه های خود به همراه ۱۴۹ طراح دیگر خبر داد و افزود: طراحی پوشاک هم به دانش طراح نیاز دارد و هم به تجربه او. از این رو خاطرات ۱۵۰ طراح برتر لباس از ۱۰۰ سال پیش تا به امروز را گردآوری کرده ام که در قالب یک کتاب منتشر می شود.

رئیس انجمن طراحان لباس و پارچه با اشاره به این که هنوز عنوانی برای مجموعه خاطرات و تجربیات طراحان برتر لباس در ۱۰۰ سال اخیر انتخاب نشده گفت: سه عنوان برای این کتاب در نظر گرفته شده است اما هنوز به عنوان قطعی نرسیده ام. ضمن این که قرار است کتاب با هزینه

برتر ایرانی از ۱۰۰ سال پیش تاکنون، به همت سومبات هاکوپیان گردآوری و منتشر می شود. در این کتاب به تاریخچه طراحی لباس هم اشاره شده است.

یک مزون دار با مهر مطرح کرد:

هنوز به ارزش طرح های سنتی پی نبرده ایم

یک فعال حوزه مد و لباس به ضرورت تلفیق پارچه ها و طرح های سنتی با مدرن اشاره و بیان کرد: بسیاری از مزون دارها و مخاطبان هنوز به ارزش طرح های سنتی و ایرانی پی نبرده اند. پروا مهاجر یکی از فعالان صنعت پوشاک و مزون دار در گفتگو با خبرنگار مهر هنوز به ضرورت تلفیق لباس های سنتی با مدرن اشاره و بیان کرد: خوب

است طراحان، مد روز را در نظر بگیرند و با جامعه جهانی جلو بروند. به عبارتی سنت و مدرنیته را با یکدیگر تلفیق کنند. برای مثال چه اشکالی دارد اگر طراحان در لباس های خود از پارچه های قدیمی چون زربفت و مخمل و ترمه استفاده کنند و آنها را با پارچه های دیگر درآمیزند. وی در ادامه با اشاره به ضرورت توجه به فرهنگ و

پیشینه ایرانی گفت: من یک ایرانی هستم و بی گمان هر جای دنیا که زندگی کنم، تحت تاثیر پیشینه و فرهنگ و تاریخ خود هستم و طبیعتا این ایرانی بودن بر کارها و طرح های من تاثیر می گذارد گرچه بسیاری از مزون دارها و مخاطبان هنوز به ارزش طرح های سنتی و ایرانی پی نبرده اند، به گفته این طراح لباس که خود از پته کرمان در دوخت و طراحی لباس های خود استفاده کرده، پته، پارچه نفیسی است که قدمت دیرینه ای دارد و من تلاش کرده ام در دوخت و تهیه لباس های امروزی، از تلفیق پارچه و پته بهره ببرم تا هم به صنایع دستی کشور خود احترام بگذارم هم خلاقیتی به خرج داده و نوآوری کرده باشم.

مهاجر با اشاره به این که مردم عادی، چندان از طرح های خلاقه استقبال نمی کنند گفت: مردم عادی چندان از لباس ها و طرح های خلاقه و تلفیقی استقبال نمی کنند چرا که هنوز ارزش هنری این لباس ها را نمی دانند، بنابراین من و طراحان و مزون دارهای دیگری که در این زمینه فعالیت می کنند، مخاطب خاص را در نظر می گیرند.

این فعال حوزه مد و لباس با اشاره به این که افراد و شخصیت های معروف و برجسته می توانند در مدسازی و فرهنگ مد و لباس تاثیر گذار باشند گفت: هنرمندان و افراد رده بالای مملکت، در بسیاری موارد، الگوی پوشش مردم جامعه قرار می گیرند. بنابراین این افراد باید به سبک پوشش خود توجه کنند.

مهاجر افزود: هزینه سفارش لباس های رسمی مانند (کارمندی و دانشگاهی) گاه با توجه به وضعیت مالی سفارش دهنده و گاه با توجه به نرخ های معمول یک مزون مشخص می شود.



یک طراح پارچه با مهر عنوان کرد:

فارغ التحصیلان طراحی بافت و پارچه دانشی در این زمینه ندارند



و لباس در ادامه درباره شعرابی کاشان گفت: شعرابی یک بافت ساده است و تنها تغییری که می تواند در آن اتفاق بیفتد به جنس رنگ و رنگریزی برمی گردد. امروز در شعرابی از نخ هایی با درجه نایلون بالا استفاده می شود و اصلا یکی از مشکلات شعرابی کاشان این است که اگر زیاد از آن استفاده کنیم لوله می شود یا در اصطلاح تول می گیرد. چون مواد مناسبی در بافت آن به کار نرفته و طول الیاف کوتاه بوده و همین مساله سبب پایین آمدن کیفیت شعرابی شده است.

خاص فراهم کنیم. او در پاسخ به این که استفاده از پارچه های خاص موجب بالا رفتن قیمت لباس و کاهش قدرت خرید مردم می شود گفت: برخی پارچه ها چون زربفت، همواره به پادشاهان و افراد خاص تعلق داشته اما زری بافان، بافنده های درجه یک سنتی هستند. پس می توانند بافته های دیگری را هم ترویج بدهند و به تولید انبوه برسانند. آن وقت قیمت، پایین می آید و مردم عادی هم می توانند از پارچه های سنتی استفاده کنند. مدیرامانی همچنین بیان کرد: فارغ التحصیلان رشته طراحی و بافت پارچه می توانند با یک سری بافنده های سنتی در کاشان و یزد ارتباط برقرار کنند و بر آنان تاثیر بگذارند. در یزد و به طور ویژه در مورد دارایی بافی این اتفاق افتاده و دانشجویان فارغ التحصیل بر روند تولید پارچه تاثیر گذاشته اند. اما در کاشان، اتفاق خاصی نیفتاده در حالی که در این شهر و در زمینه شعرابی هم، این اتفاق می تواند بیفتد و شعرابی تا اندازه ای تغییر کند. این طراح پارچه

رشته طراحی و بافت پارچه را دانشگاهی کنیم به جست و جو درباره سابقه نساجی در ایران همچنین کارهایی که در زمینه طراحی در کشورهایی چون هند صورت می گیرد بپردازیم. این طراح پارچه و بافت با اشاره به این که نساجی ما نابود شده گفت: تعداد بافنده های بافت سنتی آنقدر کم است که به جرات می توان گفت نساجی از بین رفته و یکی از راه های زنده کردن نساجی سنتی این است که دانشجویان را به بافت های سنتی علاقه مند کنیم. امروز در یزد این اتفاق افتاده و دانشجویانی تربیت شده اند که در زمینه بافت سنتی فعالیت می کنند. مدیرامانی معتقد است: با توجه به این که خانم ها، به طور ویژه، به مد و لباس توجه دارند، لازم است طراحان پارچه و بافت، این مساله را مدنظر داشته باشند و کارهای خاص انجام دهند. از سوی دیگر لازمه انجام یک کار ویژه، این است که پارچه های خاصی وجود داشته باشد و چه پارچه ای بهتر از بافت های سنتی که هم اصالت دارند و هم ایرانی هستند. به عبارتی چرا طراحان ما باید این پارچه های خاص را از هند وارد کنند؟ چه اشکالی دارد ما در ایران زمینه ای را برای تولید پارچه های

افسانه مدیرامانی، در گفتگو با خبرنگار مهر با اشاره به این که یکی از دلایل تدریس رشته طراحی پارچه در دانشگاه را زنده نگه داشتن طراحی و بافت پارچه دانست و افزود: نساجی در کشور ما از پیشینه ای کهن برخوردار بوده و ما باید در حفظ این هنر-صنعت بکوشیم و آموزش، یکی از راه هایی است که موجب بقای نساجی و طراحی و بافت پارچه می شود. به گفته این استاد دانشگاه، امروز بسیاری از دانشجویان ما در رشته طراحی و بافت پارچه، فارغ التحصیل می شوند بدون این که دانشی در این زمینه داشته باشند چرا که برنامه ریزان این رشته بی توجه هستند و دغدغه آموزش ندارند. مگر می شود یک رشته تخصصی تعریف کنی، اما درس یا واحد درسی خاصی را به آن رشته اختصاص ندهی؟! مدیرامانی تحقیق و پژوهش را لازمه شکل دادن به هر رشته دانشگاهی دانست و افزود: ما باید قبل از راه اندازی هر رشته به پژوهش درباره پیشینه آن رشته از یک سو و تحقیق درباره فعالیت هایی که در کشورهای دیگر انجام می شود، بپردازیم. برای مثال قبل از این که

خلاقیتی در طراحی لباس مردانه نیست



|| آیا مخاطب شناسی کرده‌اید تا ببینید آثاری که به عنوان طرح‌های برتر هر جشنواره انتخاب و معرفی می‌شوند تا چه اندازه با پسند و سلیقه مخاطبان همراه است؟

یکی از معضلاتی که تولیدکنندگان در بدو ورود ما به کارگروه، به آن اشاره می‌کردند این بود که آثار، آن قدر هنری است که تعداد مخاطبان محدودی دارد اما طراحان موافقت کردند در طرح خود، اندک تغییری ایجاد کنند و سلیقه مخاطب را بیشتر و بهتر در نظر بگیرند. امروز به طور حتم می‌توانیم بگوییم نمایشگاه‌های مد و لباس فجر، روی طرز فکر و نگرش دست‌اندرکاران تاثیر گذاشته و آنان به سلیقه مخاطب و پسند او فکر می‌کنند. من تولیدکنندگان بسیاری را می‌شناسم که از نمایشگاه الگو گرفته و آن طرح و ایده را اجرایی کرده‌اند.

|| برندسازی، یکی از موارد مهمی است که باید در حوزه مدولباس به آن پرداخته شود. کارگروه مد و لباس چه اقداماتی در این زمینه انجام داده است؟

برندسازی، یک فرآیند است؛ این گونه نیست که صبح اراده کنیم برندی ساخته شود و این اتفاق بیفتد. باید نهادهای مختلفی کنار یکدیگر قرار بگیرند چراکه کارگروه مد و لباس، به تنهایی توان اجرای این کار را ندارد. ما امسال در جشنواره فیلم فجر شرکت کردیم و توانستیم تعدادی از هنرمندان و بازیگران را با خود همراه کنیم تا از مدها و طرح‌های ایرانی استفاده کنند. از سوی دیگر ما از همه نهادهای مرتبط با حوزه مد و لباس وزارت صنعت، معدن، تجارت، قوه قضاییه، وزارت ارشاد و... دعوت کرده‌ایم تا مشکلات را بشنوند. برای مثال صدا و سیما به ما قول مساعدت داده تا در تبلیغات، کالاها و برندهای ایرانی را کالای فرهنگی به حساب بیاورد یا اداره کل تبلیغات ارشاد، بر آن شده تا صیانت از وضع موجود و جلوگیری از ورود برندهای غیرایرانی را برعهده بگیرد.

|| جشنواره مد و لباس فجر به جشنواره مانتو تبدیل شده و ما کمتر نشانی از لباس مردانه و لباس مجلسی می‌بینیم. علت این مساله به چه چیز برمی‌گردد؟

ما در طراحی لباس برای مردان و حتی در طرح مبانی نظری لباس مردانه هم ضعف جدی داریم. ما هنوز نمی‌توانیم لباس اسپرت را از کژوال و رسمی را از کلاسیک جدا کنیم. طرح‌های ما در لباس مردانه و کودکانه خلاقه نیست. از این‌رو جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها مان به نمایشگاه پوشاک اجتماع بانوان یا همان مانتو تبدیل می‌شود.

حتی طرح‌های برتر جشنواره فجر هر سال به تولید انبوه نمی‌رسد. کارگروه مد و لباس، برای رسیدن به این منظور، چه تعاملی با تولیدکننده‌ها برقرار کرده است؟

یکی از دغدغه‌های اصلی ما این است که آثار برگزیده، جنبه کاربردی پیدا کند و وارد جامعه شود. در حال حاضر این کار، در حال انجام است اما نه به صورت سیستماتیک؛ ما در حال سرو سامان دادن به این مساله هستیم تا ببینیم چه تعداد آثار برگزیده به تولید انبوه رسیده است. گرچه همین که تولیدکنندگان بیایند و طرح‌ها را ببینند و از آن الگو بگیرند هم خوب است. اصلاً کارکرد نمایشگاه، فروش نیست. هدف از برگزاری نمایشگاه مد و لباس، ارتباط میان سه ضلع تولیدکننده، طراح و مخاطب است.

|| گرچه این هدف هم چندان محقق نشد. خلوتی نمایشگاه نشان‌دهنده این بود که تولیدکنندگان، آن گونه که باید و شاید به جشنواره مراجعه و از آن استقبال نکردند.

در کانال تلگرامی کارگروه مد و لباس، ۱۱۵۰ نفر عضو هستند که تعداد زیادی از این افراد تولیدکننده هستند. این تولیدکنندگان در جریان اخبار و اطلاعات و طرح‌های مختلف قرار می‌گرفتند.

|| امسال بخش فروش را از نمایشگاه جدا کردند تا جشنواره مد و لباس به فضایی برای تعامل میان طراحان و تولیدکنندگان تبدیل شود. فکر نمی‌کنید ۱۰ روز، زمان زیادی برای یک نمایشگاه تخصصی است؟

بله. این مدت زمان برای یک نمایشگاه تخصصی طولانی و خسته کننده است و ما سال آینده به این مساله توجه بیشتری می‌کنیم.

پنجم آبان ماه ۱۳۹۲، با حکم علی مرادخانی، معاون هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، حمید قبادی به عنوان دبیر کارگروه مد و لباس منصوب شد تا به ساماندهی این حوزه و برگزاری جشنواره‌های حجاب و عفاف و مد بپردازد. امسال پنجمین جشنواره مد و لباس فجر از دهم تا بیستم اسفند به ریاست قبادی و در تالار وحدت برگزار شد. جشنواره مد و لباس فجر می‌کوشد تا با تمام قوت‌ها و ضعف‌هایش به ساماندهی وضعیت مد و برندسازی در ایران بپردازد و به نوعی بررسی آن را می‌توان معیاری برای قضاوت پیرامون کارنامه یکساله کارگروه مدولباس وزارت ارشاد دانست. در نخستین روزهای سال نو، به گفتگویی کوتاه با حمید قبادی دبیر کارگروه مد و لباس درباره عملکرد جشنواره مد و لباس فجر در سال ۹۴ پرداختیم که در ادامه می‌خوانید:

|| یکی از مواردی که در پنجمین جشنواره مد و لباس، توجه مخاطبان را جلب می‌کرد، قیمت بالای مانتوها و لباس‌ها بود؛ چند درصد مردم می‌توانند مانتوی ۶۰۰ هزار تومانی بخرند؟

به نظر من هم قیمت مانتوها و لباس‌های ارائه شده گران بود اما چاره‌ای جز این وجود نداشت. شما ببینید برای ساخت یک سریال یا فیلم سینمایی میلیاردها تومان هزینه می‌شود اما شما دی‌وی‌دی آن را در شبکه نمایش خانگی به قیمت دو یا سه هزار تومان می‌خرید یا دو برابر این مبلغ را برای خرید بلیت سینما هزینه می‌کنید چراکه این فیلم‌ها یا سریال‌ها به تولید انبوه رسیده و در حد وسیع تکثیر شده‌اند. لباس هم همین است. آنچه در جشنواره ارائه می‌شود، طرح متفاوتی است که باید انتخاب شود و به تولید انبوه برسد. آن موقع است که قیمت آن شکسته می‌شود.

|| و همچنان مشکل اساسی این است که

دبیر کارگروه مد و لباس در گفتگو با مهر:

فعالیت بسیاری از برندهای خارجی در ایران غیرقانونی است

دولت باشد و چه حمایت‌های خارجی که کوچک‌ترین نمود عینی آن در بازار پوشاک استفاده از نام برندهای خارجی روی اجناس باکیفیت ایرانی است.

قبادی با اشاره به فرمایشات مقام معظم رهبری درخصوص اهمیت مد و لباس در حوزه اقتصاد مقاومتی افزود: ایشان با نگاهی اصولی و محوری مد را تأیید کرده و قیدی اساسی به عنوان داخلی بودن بر آن نهاده‌اند که هم اکنون در قالب کلامی دیگر با عنوان اقتصاد مقاومتی متبلور شده است. خوشبختانه مدتی است که با نگاه عمیق و باور به ظرفیت‌های داخلی و اتکاء به استادان، دانشگاهیان، هنرمندان، طراحان، تولیدکنندگان و سایر دست‌اندرکاران حوزه مد و لباس و اعتماد مسئولان مختلف کشور، شرایط توسعه اقتصاد مقاومتی در مد و لباس فراهم شده و نشانه‌هایش را می‌توان به راحتی در جامعه دید.

دبیر کارگروه مد و لباس درباره چگونگی فعالیت برندهای خارجی در ایران، بعد از به سرانجام رسیدن مذاکرات هسته‌ای و برداشته شدن تحریم‌ها گفت: تأکید ما براین است که ورود برندهای خارجی، منافع ملی را تهدید نکند. ورود یک‌سری محصولات و نصب یک تابلوی برند خارجی، به نفع کشور ما نیست. ضمن این‌که بسیاری از این برندها برای ورود به کشور، مراحل قانونی را طی نکرده‌اند و فعالیت بسیاری از این برندها غیرقانونی است.



این عرصه است.

از طراح و استاد دانشگاه و تولیدکننده تا مزون‌دار صاحب نام و برند شناخته شده، همگی از کمبود حمایت‌های دولتی شاکه‌اند. گویا سطح اتکای متخصصین به منابع مالی دولت و پشتیبانی مسئولان از تولیداتشان با بالا رفتن تحصیلات و تخصص بیشتر می‌شود. دبیر کارگروه مد و لباس، استفاده از کمترین امکانات را پیش شرط اقتصاد مقاومتی دانست و افزود: بهره‌وری در تولید با استفاده از کمترین امکانات و وابستگی‌ها، شرط اولیه اقتصاد مقاومتی است. حال چه این وابستگی‌ها به

دبیر کارگروه مد و لباس گفت: ورود برندهای خارجی، به ویژه در روزگار پساتحریم، نباید اقتصاد و مناقع ملی را تهدید کند آن هم در شرایطی که ورود بسیاری از این برندها غیرقانونی است.

حمید قبادی، در گفتگو با خبرنگار مهر به ضرورت توجه به اقتصاد مقاومتی در زمینه مد و لباس اشاره و بیان کرد: اقتصاد مقاومتی، یک اقدام تاکتیکی نیست بلکه ایجاد یک نگاه و نگرش اصولی است که توجه به آن، وابستگی به کشورهای دیگر را از بین می‌برد. به گفته دبیر کارگروه مد و لباس کشور، صنعت مد و پوشاک رکن غیرقابل انکار در تحقق اقتصاد مقاومتی در کشور است و در مدت کوتاه عمر خود، با ایجاد راه‌های قانونی همه جانبه توانسته تأثیرگذاری خود را به اثبات برساند.

گرچه کم نیستند افرادی که با وجود داشتن تخصص و سرمایه و مجال کار، مدام بر طبل توخالی ورزشکستگی صنعت نساجی می‌کوبند و برای آن‌که در این و انفسای ورزشکستگی و بیکاری، هیچ بار مسئولیتی را به دوش نکنند، همه تقصیرها را به گردن عواملی مثل قاچاق، عدم حمایت دولت، رقابت نابرابر با انواع برندهای تقلبی و غیرتقلبی خارجی، گرانی مواد اولیه و به تبع آن قیمت بالای محصول و... می‌اندازند. قبادی، حمایت‌های دولتی را پیش شرط فعالیت برای بسیاری از فعالان حوزه مد و لباس دانست و افزود: انگار استفاده از امکانات و بودجه‌ها و حمایت‌های دولتی پیش شرط فعالیت در

انجمن مؤسسات فرهنگی هنری مد و لباس کشور تاسیس شد

و اثربخش حوزه مد و لباس ایرانی اسلامی، برگزاری مسابقات، جشنواره-ها، نمایشگاه‌ها، کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی و سمینارهای علمی و کاربردی در حوزه مد و لباس و صنایع وابسته، تدوین استراتژی‌های بازرگانی و فروش و تجاری-سازی دستاوردهای مؤسسات مد و لباس، قبول مسئولیت و همکاری با وزارتخانه-ها، سازمان‌ها و نهادهای رسمی در انجام وظایف و تکالیفی که این دستگاه‌ها به انجمن محول می‌کنند و ارائه مشورت به آنها، همکاری در جهت تأسیس، تقویت و گسترش تعاونی‌های مشترک، صندوق سرمایه‌گذاری و قرض‌الحسنه مرتبط با موضوع فعالیت انجمن با سرمایه اعضا و کمک بخش دولتی و غیردولتی است.

در پایان این جلسه رأی‌گیری برای انتخاب اعضای هیئت مدیره از بین ۴۱ عضو آن برگزار شد و مهدی محمودی، الناز حدیدی، مهدی معصومی‌سندانی، سمیه علی بخشی و هاله قره‌گزلو به عنوان اعضای هیئت مدیره انجمن مؤسسات مد و لباس کشور انتخاب شدند.



مشکلات، شناخت نیازها و اولویت‌ها و برنامه‌ریزی برای تأمین نیازهای فرهنگی، آموزشی، توسعه و گسترش فعالیت اعضا، تعامل با حوزه‌ها و مراکز فرهنگی و دینی، برقراری ارتباط با دانشگاه‌ها، برندها و مجموعه‌های فعال در داخل و خارج از کشور به منظور تعمیق روابط و گسترش حیطه فعالیت مؤسسات در سطوح ملی و بین‌المللی، حمایت و هدایت فعالیت‌های نوآورانه

فراغالتحصیلان و علاقه‌مندان در حوزه مد و لباس ایرانی اسلامی، تعمیق دانش و بینش هنری و اجتماعی جامعه در حوزه مد و لباس، تقویت و تحکیم پیوندهای مؤسسات با یکدیگر و با بدنه دولت و حاکمیت به منظور همافزایی توان هنری و اجرایی آنها را نام برد. همچنین مهم‌ترین موضوعات فعالیت این مؤسسات شامل دریافت و جمع-آوری اطلاعات، بررسی و تحقیق درباره

اولین مجمع عمومی اعضاء انجمن مؤسسات مد و لباس کشور با حضور مدیران مسئول مؤسسات فرهنگی هنری فعال در این حوزه برگزار شد. در این جلسه که با حضور مدیران مسئول مؤسسات فرهنگی هنری مد و لباس برگزار شد دبیر جلسه به دلایل و ضرورت‌های تشکیل انجمن مذکور و اعلام شرح وظایف اعضاء پرداخت و سپس هریک از اعضاء به بیان دیدگاه‌های خود در این رابطه پرداختند. از مهم‌ترین اهداف تشکیل این انجمن که در اساسنامه آن ذکر گردیده است می‌توان حمایت ازغدغه‌های فرهنگی و حرفه‌ای حوزه مد و لباس، کمک به جریان‌سازی و تأثیرگذاری بیشتر مؤسسات در فعالیت‌های مرتبط به این حوزه در بخش دانش، فناوری، طراحی، تولید، فروش و عرضه و تجاری‌سازی، جهانی‌سازی، بسترسازی برای شکوفایی استعدادها و برانگیختن خلاقیت فعالان حوزه مد و لباس ایرانی اسلامی در بخش‌های مختلف، افزایش توان دانشی و کمک به مشارکت و رقابت دانشجویان،

ایده تازه یک هنرمند صنایع دستی؛

سوزن دوزی بلوچ بر زیورآلات نشست



زاهدان می‌رفتند و از اداره میراث فرهنگی زاهدان، پارچه می‌گرفتند؛ حالا همه آن پارچه‌ها در انبار تلنبار شده و خاک می‌خورد اما کسی نیست تا آنها را در اختیار زنان سیستان و بلوچستان بگذارد تا هم برای آنها کارآفرینی کند هم از فقر و نداری‌شان بکاهد. از سوی دیگر، رنگ‌های طبیعی، جای خود را به رنگ‌های شیمیایی داده‌اند.

زینب نوروزی، افغان دوزی را یکی از مشکلات جدی در ارتباط با هنر سوزن دوزی بلوچ دانست و افزود: واقعیت این است که مشکل ما ورود سوزن دوزی‌های ماشینی از افغانستان و پاکستان نیست، چون همه زنان نمی‌توانند، لباسی بدوزند که در آن از نقش‌های اصیل استفاده شده و دست‌دوز است. بی‌شک، کسانی که توان مالی چندین ندارند به سمت کارهای ماشینی می‌روند و هیچ‌کدام از این کارها، رقیب سوزن دوزی‌های دستی نیستند آنچه ما را آزار می‌دهد وجود کارهای دست‌دوز زنان افغان با کیفیت و قیمت پایین و ظاهر فریبنده است. نمونه‌های بسیاری از سوزن دوزی افغان هم در نمایشگاه ملی‌صنایع دستی به چشم می‌خورد.

زینب نوروزی، مشهورترین سوزن دوز بلوچ در بیست و ششمین نمایشگاه صنایع دستی شرکت کرده بود. اما برخلاف سایر هنرمندانی که از سیستان و بلوچستان آمده و با خود، شال‌ها و لباس‌هایی آورده بودند که نقش‌های متفاوتی بر آن، سوزن دوزی شده بود او چند نمونه گردنبنده، گوشواره، کیف پول، کیف آرایش، و اینه را با خود به نمایشگاه آورده بود تا به علاقه‌مندان ارائه کند.

نوروزی در گفتگو با خبرنگار مهر و در پاسخ به این که چرا هنر سوزن دوزی را روی زیورآلات و انواع کیف به اجرا درآورده گفت: صنایع دستی باید به روز و هماهنگ با نیاز جامعه امروز باشد. همه نمی‌توانند مانتوی سوزن دوزی بخرند یا از طرح‌های متفاوت استفاده کنند اما می‌توان هنر سوزن دوزی را از طریق زیورآلاتی که هم طریف و امروزی هستند هم به مراتب ارزان‌تر از لباس‌های بلوچ به مخاطبان معرفی کرد.

به گفته این سوزن دوز بلوچ، یکی از مشکلات اساسی در زمینه این هنر، گران بودن مواد اولیه و تهیه آن است. چراکه هم پارچه گران است و هم نخ، روزگاری سوزن دوزها به

در گفتگو با مهر مطرح شد؛

هنرمندان هم نمی‌دانند چه بپوشند



آسیا پاسیفیک از مانتویی استفاده کرد که با الهام از میناتور ایرانی دوخته و طراحی شده بود. لباسی که تحسین همه منتقدان خارجی را برانگیخت.

موسوی در ادامه بیان کرد: امروز، شرایط تغییر کرده و مردم، تا اندازه‌ای با فرهنگ لباس پوشیدن آشنا شده‌اند. اما تا دو سه سال پیش، حتی هنرمندان ما در جشنواره‌های مختلف، لباس‌هایی می‌پوشیدند که نه زیبا بود و نه با فرهنگ ایرانی تناسبی داشت. هنوز هم هستند بازیگرانی که در جشنواره‌های مختلف، لباسی برتن می‌کنند که با ذائقه مخاطب ایرانی همخوانی ندارد زیرا این حرکت، همچنان نواباست و خود هنرمندان تازه به این نتیجه رسیده‌اند که می‌توانند از نظرات یک استایلیست بهره ببرند اما هنوز برای مردم ما جا نیفتاده که برای انتخاب لباسی که پرچم وجودشان است و شخصیت و روحیه و جایگاه اجتماعی آنها را نشان می‌دهد هزینه کنند.

او به ضرورت وجود معرفی مدهای ایرانی - اسلامی اشاره و بیان کرد: ما یک کشور مسلمان هستیم و می‌توانیم الگویی برای کشورهای مسلمان دیگر در زمینه پوشش اسلامی باشیم و به ارائه مدل‌های جذاب بپردازیم.

موسوی، ایجاد فضای رقابتی میان طراحان را اتفاق خوشایندی برشمرد و گفت: تا چند سال پیش، تولیدکننده‌ها ترجیح می‌دادند به جای طراح، یک ژورنال داشته باشند و طرح‌ها را کپی‌برداری کنند اما امروز از وجود طراحان بهره می‌برند و رقابت میان تولیدکنندگان و طراحان بیشتر شده و به طرح‌های ایرانی اهمیت داده می‌شود و این مساله، اتفاق کمی نیست.

پوشیدن چه لباسی بهتر و مناسب‌تر است و همه این پرسش‌هاست که وجود استایلیست را معنادار می‌کند. گرچه این حرفه، هنوز در شمار کارهای لوکس به شمار می‌آید و بیشتر ستارگان سینما و افراد بسیار مشهور از همفکری یک استایلیست در انتخاب هماهنگ کردن بخش‌های مختلف لباس خود با یکدیگر بهره می‌برند.

این استایلیست با اشاره به این که در حال حاضر برخی فروشگاه‌های اینترنتی به مشتریان خود در انتخاب و هماهنگ کردن پوشاک مشاوره رایگان می‌دهند گفت: در حال حاضر یکی از فروشگاه‌های اینترنتی، مشتریان خود را در انتخاب لباس راهنمایی می‌کند و بدون دریافت هیچ هزینه‌ای به آنها می‌گوید چه بپوشند و چه چیز را با چه چیز دیگر هماهنگ کنند. موسوی در پاسخ به این که لباس هر کس نشان‌دهنده شخصیت و روحیات اوست و یک استایلیست چگونه می‌تواند به خریداران اینترنتی، مشاوره بدهد بیان کرد: ما مخاطبان خود را براساس شخصیت و حتی شغلشان به چند دسته تقسیم کرده و برای هر گروه، لباس‌هایی را در نظر گرفته ایم.

این لباس‌ها را به مشتریان خود معرفی می‌کنیم و هر گروه از مخاطبان ما برپایه سلیقه و روحیه خود، تصمیم می‌گیرند که از چه رنگ و چه جنس و ترکیب بندی بهره ببرند. این استایلیست به نقش هنرمندان در فرهنگسازي اشاره و بیان کرد: سال گذشته لیلا حاتمی در جشنواره کن از لباس سرمه‌دوزی شده و مهتاب کرامتی در جشنواره فیلم فجر از سوزن دوزی بلوچ استفاده کردند و موجب رونق بیشتر این دو هنر و معرفی آن به مخاطب شدند. یا برای مثال فاطمه معتمدآریا در جشنواره

و با مد و تجارت مد و ایده‌پردازی در زمینه مد آشناست.

برای مثال باید بدانند در دهه ۶۰ از چه لباس‌هایی با چه سبک و سیاقی استفاده می‌شده و چرا؟ یعنی استایلیست کسی است که تنها سبک‌های تاریخی پوشش را نمی‌شناسد بلکه می‌داند در هر دوره تاریخی، چه عواملی باعث به وجود آمدن این نوع لباس شده است. موسوی در پاسخ به این که مردم عادی تا چه اندازه در انتخاب لباس‌های خود از نظرات یک استایلیست بهره می‌برند گفت: امروز همه ما وقتی به یک مهمانی دعوت می‌شویم یکی از مهم‌ترین دغدغه‌ها همان این است که چه بپوشیم یا وقتی یک قرار کاری داریم باز هم دلمان می‌خواهد بدانیم

سحر موسوی در گفتگو با خبرنگار مهر با اشاره به این که «استایلیست» جنبه‌های مختلف دارد اشاره و بیان کرد: ما استایلیست تبلیغاتی، مطبوعاتی و شخصی داریم که هر کدام تعریف خاص خود را دارند و اما شکل و کارکردشان متفاوت است. اما استایلیست شخصی، آن چیزی است که به من و شما می‌گوید چه بخریم؟

چه بپوشیم و چه رنگ و طرح و لباسی را با چه چیز دیگر هماهنگ یا به اصطلاح، «ست» کنیم. این استایلیست در ادامه و در تعریف حرفه خود گفت: من یک استایلیست هستم و دلم نمی‌خواهد این واژه را ترجمه کنم چون ناگزیرم به جای یک کلمه از چند استفاده کنم و بگویم استایلیست کسی است که سبک‌ها و برندهای مختلف را می‌شناسد



صنایع دستے

یک هنرمند فعال در زمینه زیورآلات دست ساز:

بناهای تاریخی را به فضایی برای فروش صنایع دستی تبدیل کنیم

که در چه محل و منطقه ای انجام می شود.

تداوم کار و اینکه افراد با چه تخصص هایی شرکت می کنند و همچنین فضای طراحی غرفه ها هم با اهمیت زیادی دارد. آراسته در زمینه رونق بیشتر این بازارچه ها خاطر نشان کرد: باید به صنایع دستی تخصصی تر نگاه کرد صنایع دستی باید از خوراکی و کاردستی تفکیک شده باشد و نمایشگاه صنایع دستی کاملاً تخصصی باشد مکان برگزاری هم تاثیر به سزایی دارد مکانی که رفت و آمد داشته باشد خوب و مفید است. البته باید به طراحی فضا و موقعیت غرفه ها هم دقت کرد و اندیشید. این هنرمند فعال در زمینه زیورآلات دست ساز در پایان بر مدیریت بازار صنایع دستی تاکید کرد و افزود: بازار داخلی صنایع دستی را باید به درستی مدیریت کرد و با ورود کالاهای قاچاق مبارزه کرد. برپایی نمایشگاه های نوروزی فرصت خوبی برای تقویت این بازار است و با مدیریت درست آن می تواند اثرات خوبی بر این عرصه به جای گذاشت.



سوغات خوراکی در کنار دست آفریده های صنعتگران ارائه شود. تخصصی تر باید به صنایع دستی نگاه کرد. وی با اشاره بر طرح یکسان سازی بازارچه های نوروزی که معاونت صنایع دستی برای نوروز ۹۵ آن را با تمرکز بیشتری انجام می دهد گفت: طرح یکسان سازی طرح خوبی است ولی مهم است

صنایع دستی برای امسال تمهیدات خاصی اندیشیده است. آراسته ادامه داد: بازارچه های صنایع دستی در مجموع فرصت خوبی برای هنرمندان و فعالان است البته فضا باید متفاوت باشد تا ارزش واقعی صنایع دستی جلوه کند و با آن مانند کاردستی برخورد نشود. به نظر بنده نباید

به گفته یک هنرمند فعال در زمینه زیورآلات، فضای برگزاری بازارچه های نوروزی باید موجب ارزش افزوده صنایع دستی شود؛ از این رو فضایی را در کاخ موزه ها می توان به بازارچه های نوروزی اختصاص داد. کامران آراسته در گفتگو با خبرنگار مهر و ارتباط با برپایی بازارچه های فروش صنایع دستی در ایام نوروز گفت: برپایی این رویداد در سه استان کشور، حرکتی وسیع و اثرگذار است.

اگر مکان یابی بازارچه ها، فکر شده و مناسب باشد، می تواند تاثیر خوبی داشته باشد مثلاً در تهران اگر در کاخ ها، فضایی به فروش صنایع دستی تعلق بگیرد، اتفاق خوشایندی است چراکه در ایام نوروز مسافران زیادی برای بازدید به این مکان ها می آیند. به گفته این هنرمند فعال در زمینه زیورآلات دست ساز، فضای برگزاری بازارچه های نوروزی باید موجب ارزش افزوده صنایع دستی شود. برای نمونه لزومی ندارد در کنار بازارچه صنایع دستی مواد خوراکی فروخته شود این کار شان صنایع دستی را پایین می آورد، البته خوشبختانه معاونت

در گفتگو با مهر عنوان شد؛

مخاطب شناسی از ضرورت های فراموش شده صنایع دستی است

به ویژه چینی با کیفیت بسیار پایین به عنوان صنایع دستی به فروش می رسد.

ذاکری سعید با اشاره به این که برگزاری نمایشگاه های گوناگون، راهی برای حمایت از هنرمندان صنایع دستی است، بیان کرد: در شرایطی که تولیدکنندگان، وضعیت خوبی ندارند و محصولاتشان ماه ها در انبار باقی می ماند و فروخته نمی شود، نمایشگاه های فصلی و موقت و نوروزی می تواند درمانی موضعی برای تولیدکنندگان باشد و برای مدتی محدود، فضایی را در اختیار آنان قرار دهد تا به ارائه محصولات خود بپردازند. اما باید به درمانی جدی اندیشید. این هنرمند فعال در زمینه چرم، نمایشگاه های صنایع دستی را راهی برای حذف واسطه ها دانست و افزود: نمایشگاه ها و بازارچه های صنایع دستی موجب می شوند تا هنرمندان به عرضه مستقیم کارهای خود بپردازند و مستقیم با مخاطب خود ارتباط برقرار کنند. به این ترتیب، حضور واسطه ها نیز کم رنگ می شود و به حداقل می رسد اما آنچه ضروری به نظر می رسد این که هنرمندان صنایع دستی، نیازمند تبلیغ و بازاریابی هستند.

اگر محصولات خوب و باکیفیت تولید شود اما به فروش نرسد، چه فایده ای دارد؟ به همین خاطر لازم است در نمایشگاه های مهم صنایع دستی، بازاریاب هایی حضور داشته باشند تا مخاطب و نیاز و سلیقه او را بشناسند و به فروش بیشتر محصولات ما کمک کنند.

به روز شوند و سلیقه و پسند مخاطب خود را بشناسند و براساس آن رفتار کنند و گر نه هر روز از تعداد مشتریان کم می شود و نمی توانند درآمد خوبی داشته باشند و گواه این ادعا هم نمایشگاه های صنایع دستی هستند. به این معنی که از چرم و گلیم و گبه و ظروف سفالی و هر آنچه جنبه کاربردی داشته باشد، استقبال بیشتر و بهتری به عمل می آید.

ذاکری سعید در پاسخ به این که میزان فروش صنایع دستی در نمایشگاه نوروزی چگونه بوده است، گفت: من در نمایشگاه ساری و یاسوج شرکت کردم. خوشبختانه خود و دوستان شرکت کننده در این دو نمایشگاه از میزان فروش راضی بودیم. اما ضعفی که در نمایشگاه نوروزی امسال، به چشم می خورد عدم نظارت کارشناسان و حضور آنها در نمایشگاه بود. به این معنی که هیچ نظارتی بر ارائه محصولات غیرصنایع دستی و غیرایرانی وجود نداشت با این که معاونت صنایع دستی، وعده داده بود که بر نمایشگاه های صنایع دستی نظارت می کنند. او وجود صنایع دستی چینی را یکی از مهم ترین مشکلات هنرمندان برشمرد و افزود: صنایع دستی هر کدام از شهرهای ما نشان دهنده شرایط اقلیمی، فرهنگی و جغرافیایی ماست که بسیاری گردشگران داخلی و خارجی را مجذوب خود کرده و علاوه بر این به اشتغال زایی و کسب درآمد در هر منطقه کمک می کند. اما متأسفانه چندسالی است که نه تنها در نمایشگاه های صنایع دستی که در اصلی ترین بازارهای صنایع دستی کشور چون میدان نقش جهان نیز اجناس خارجی



یک هنرمند فعال در زمینه چرم معتقد است: صنایع دستی برای فروش بیشتر باید به روز شوند همچنین لازم است در نمایشگاه های صنایع دستی بازاریاب هایی حضور داشته باشند که راه های فروش بیشتر را بشناسند. نیما ذاکری سعید در گفتگو با خبرنگار مهر به ضرورت کاربردی شدن صنایع دستی اشاره و بیان کرد: مخاطبان امروز، آن بخش از صنایع دستی را می پسندند که جنبه کاربردی داشته باشد و هنرمندان چاره ای ندارند جز این که از تولید محصولاتی که تنها جنبه تزئینی دارد و در زندگی روزمره به کار نمی آید پرهیز کنند.

این هنرمند فعال در زمینه چرم، به روز شدن را یکی دیگر از ضرورت های صنایع دستی دانست و افزود: مخاطبان امروز، طرح های جدید را می پسندند و هنرمندان باید

یک هنرمند فعال در زمینه چرم:

اصلی ترین بازارهای صنایع دستی در قبضه محصولات خارجی است



یک هنرمند فعال در زمینه چرم گفت: چرم ایران با بهترین نمونه‌های خارجی برابری می‌کند اما مردم هنوز فرهنگ استفاده از کالای ایرانی را ندارند و اصلی ترین بازارهای ما در قبضه محصولات خارجی است.

نیما ذاکری سعید در گفتگو با خبرنگار مهر گفت: با اینکه در بسیاری از موارد کیفیت کالاهای ایرانی مشابه نمونه‌های خارجی است اما بازهم عده‌ای از ما ترجیح می‌دهیم صرفاً به دلیل خارجی بودن، از این کالاهای به جای اقبال ایرانی استفاده کنیم. به گفته این هنرمند فعال در زمینه چرم، حمایت مردم کشور از تولیدات داخلی یکی از مهم ترین عواملی است که می‌تواند به پرچه صنعت و اقتصاد کشور کمک و حتی نرخ بیکاری را جابه‌جا کند اما با این حال، هنوز هم عده ای از ما ترجیح می‌دهیم به جای کالای ایرانی، خریدار محصولات خارجی باشیم.

ذاکری سعید با اشاره به این که چرم ایران، بسیار مرغوب است و کیف و کفش‌های چرم ایرانی با بهترین نمونه‌های خارجی می‌تواند رقابت کنند گفت: متأسفانه بازار کیف و کفش ایران، چندسالی است که در قبضه محصولات چینی با نازل ترین کیفیت قرار گرفته و خریداران با توجه به قیمت پایین این محصولات تن به خرید آن می‌دهند. وی در ادامه بیان کرد: آنها که کیف و کفش ارزان‌تر می‌خواهند سراغ کالای چینی می‌روند و آنهایی که به کیفیت کار فکر می‌کنند و مشتری بازار چرم هستند، برای انتخاب جنس مرغوب‌تر سراغ چرم‌های ترک و ایتالیا می‌روند و این باعث می‌شود چرم ایرانی که در بازارهای جهانی طرفداران خاص خود را دارد؛ در بازارهای داخلی با بی توجهی روبه‌رو می‌شود.

که علاوه بر نداشتن سود، چهره این بازارهای سنتی و فرهنگی را هم مخدوش می‌کند. این هنرمند فعال در زمینه چرم معتقد است: ما باید به فرهنگ‌سازی بپردازیم و کالای ایرانی را تبلیغ و به درستی معرفی کنیم. مخاطبان باید بدانند که چرم ایرانی مرغوبیت و دوامش بیشتر از جنس‌های چینی است و با بهترین نمونه‌های چرم ایتالیایی برابری می‌کند. از طرفی باید بدانند با خرید محصول ایرانی و صنایع دستی ایران به درآمدزایی بیشتر و زندگی بهتر هموطنان خود کمک می‌کنند.

ذاکری سعید با اشاره به این که تنها چرم ایران نیست که با بی‌مهری مواجه شده گفت: صنایع دستی هر کدام از شهرهای ما نشان‌دهنده شرایط اقلیمی، فرهنگی و جغرافیایی ماست که بسیاری گردشگران داخلی و خارجی را مجذوب خود کرده و علاوه بر این به اشتغال‌زایی و کسب درآمد در هر منطقه کمک می‌کند. اما متأسفانه چندسالی است که در اصلی ترین بازارهای صنایع دستی کشور در شهرهای شمالی کشور، اصفهان، لاجین همدان اجناس خارجی به‌ویژه چینی با کیفیت بسیار پایین به عنوان صنایع دستی به فروش می‌رسد

فروش بازارهای نوروزی صنایع دستی از ۳۲ میلیارد تومان گذشت



در این راستا در نوروز ۹۵ نیز با برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته و انجام هماهنگی‌های لازم در ایام پیش از نوروز و با هماهنگی و همکاری مسئولین استانی، امسال این بازارچه‌ها با رشد قابل قبول و چشمگیری روبه‌رو بوده است.

همچنین، با توجه به ارائه انواع متنوعی از صنایع دستی مانند نم، دست‌بافته‌های سنتی، جاجیم، گلیم، سفال، سرامیک، معرق چوب، مس، قلمزنی، پته‌دوزی، ترمه‌دوزی و دیگر نمونه‌های صنایع دستی در بازارچه‌های استانی شاهد رشد قابل ملاحظه‌ای در میزان فروش بودیم. حدود ۳۳ درصد به رقم ۳۲ میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان رسیده است.

گفتنی است که در نوروز ۹۵ فروش صنایع دستی در برخی از استان‌ها از جمله استان گیلان، کرمانشاه، خوزستان، خراسان شمالی، خراسان رضوی و خراسان جنوبی، یزد و... با رشد قابل ملاحظه‌ای همراه بوده است.

بازارچه‌های فروش نوروزی صنایع دستی در نوروز ۹۵ رکورد تازه‌ای به جای گذاشت و از مرز ۳۲ میلیارد تومان فروش عبور کرد. به گزارش روابط عمومی معاونت صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری؛ با توجه به اجرای طرح یکسان سازی بازارچه‌های نوروزی فروش صنایع دستی در سطح کشور و بر اساس آمارها و گزارش‌های اعلام شده از سوی استان‌ها به معاونت صنایع دستی کشور رقم مجموع از مرز ۳۲ میلیارد تومان هم عبور کرد.

آمار قطعی فروش صنایع دستی ۶۷۵ بازارچه در ۳۱ استان کشور، در ایام نوروز ۱۳۹۵ به رقمی بالغ بر ۳۲ میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان رسیده است. یادآور می‌شود این آمار صرفاً مربوط به فروش بازارچه‌های نوروزی بوده و آمار فروشگاه‌های صنایع دستی در نقاط مختلف کشور در آن لحاظ نشده است. بازارچه‌های نوروزی فروش صنایع دستی همه ساله با استقبال خوب گردشگران و مسافران روبه‌رو می‌شود،



در گفتگو با مهر عنوان شد؛

رشد صد درصدی فروش نمایشگاه‌های صنایع دستی در نوروز ۹۵

یک سال پیش و در گفتگو با خبرنگار مهر از فروش ۲۴ میلیارد تومانی بازارچه‌های صنایع دستی در نوروز ۹۴ خبر داده بود. با این وجود می‌توان تخمین زد که فروش

بازارچه‌های نوروزی در سال ۱۳۹۵، برابر با ۴۸ میلیارد تومان بوده است.

محمودیان در پاسخ به این که از نرخ فروش بازارچه‌ها چه سهمی به ترشک و لواشک و آش دوج اختصاص دارد گفت: این میزان فروش تنها متعلق به فروش صنایع دستی و بازارچه‌هایی است که از سوی سازمان میراث فرهنگی و مدیریت‌های استانی سازمان برگزار شده است و هیچ ربطی به سوغات و اقلام دیگر ندارد. مدیرکل صادرات صنایع

مدیرکل صادرات صنایع دستی کشور گفت: امسال، فروش نوروزی بازارچه‌های صنایع دستی در استان‌های مختلف، رقم قابل توجهی بوده و پیش‌بینی ما این است که به دو برابر سال ۹۴ برسد. پویا محمودیان در گفتگو با خبرنگار مهر به افزایش محسوس و چشمگیر فروش در بازارچه‌های نوروزی اشاره و بیان کرد: گزارش‌های رسیده از بازارچه‌های نوروزی در استان‌های مختلف نشان می‌دهد که میزان فروش، از رشد بسیار بالایی برخوردار بوده تا جایی که در برخی استان‌ها میزان فروش، پنج برابر سال گذشته بوده است.

مختلف، گزارشی از بازارچه‌های صنایع دستی برای ما ارسال کرده‌اند که این گزارش‌ها باید بررسی و آمار روشن و دقیقی از میزان فروش اعلام شود اما برآورد ما این است که امسال، میزان فروش دو برابر سال ۹۴ باشد. این در حالی است که پویا محمودیان،

دستی کشور در ادامه بیان کرد: سوغات هم بخشی از کالاهای قابل عرضه در استان‌های مختلف است اما از معاونت‌های صنایع دستی در استان‌های مختلف خواسته‌ایم تا سوغات را از فراورده‌های دستی جدا کنند.

همچنین همزمان با نوروز، سازمان‌های دیگر چون شهرداری هم بازارچه برپا می‌کنند اما آماری که ما اعلام می‌کنیم تنها از آن بازارچه‌هایی است که به همت سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری برگزار شده است.

امضای تفاهم‌نامه با یونیدو؛

سازمان ملل، درآمدزایی از صنایع دستی آموزش می‌دهد



معاون صنایع دستی کشور از امضای تفاهم‌نامه با یونیدو خبر داد و گفت: از این پس تجربیات سازمان‌های جهانی چون یونیدو در حوزه اشتغال و طراحی محصول و تجاری کردن آن به ایران منتقل می‌شود.

بهمن نامورمطلق در گفتگو با خبرنگار مهر از امضای تفاهم‌نامه میان «یونیدو» و معاونت صنایع دستی خبر داد و گفت: سازمان توسعه صنعتی سازمان ملل با نام اختصاری UNIDO از سازمان‌های تخصصی سازمان ملل متحد است که در زمینه اشتغال فعالیت می‌کند و هدف اولیه آن، ارتقا و شتاب بخشیدن به توسعه صنعتی کشورهای در حال توسعه است. این سازمان در داخل ایران هم با وزارت کار، تعاون و امور اجتماعی همکاری می‌کند و ما در آخرین روزهای سال ۹۴ تفاهم‌نامه‌ای را با یونیدو امضا کردیم. معاون صنایع دستی به مفاد تفاهم‌نامه چهارگانه با یونیدو اشاره و بیان کرد: تفاهم‌نامه مورد نظر به امضای یونیدو، معاونت

افزود: بخش خصوصی باید به بازار و سلیقه مخاطب خود فکر کند؛ حفظ اصالت‌ها برعهده بخش دولتی است.

این برعهده پژوهشکده هنرهای سنتی وابسته به معاونت صنایع دستی است که در حفظ این اصالت‌ها تلاش کند. او در پاسخ به این که چه تضمینی برای اجرایی شدن مفاد تفاهم‌نامه با یونیدو وجود دارد گفت: این یک تعهد دو جانبه است. نه کسی یونیدو را مجبور به انجام کاری کرده و نه ما را. یونیدو به بخشی از وظایف خود جامه عمل پوشانده ما هم بر اساس احساس نیاز خود به دریافت تجربیات و دانش جهانی در زمینه کارآفرینی و درآمدزایی، این تفاهم‌نامه را امضا کرده‌ایم؛ باشد که زمینه تجارت جهانی و تولید انبوه صنایع دستی فراهم شود.

ارتباط چندانی با فرش ایرانی برقرار نمی‌کنند. چراکه آپارتمان‌هاشان کوچک است و فرش ایرانی به خاطر شلوغی و موتیف‌های بسیار با فضاهای جدید هماهنگی ندارد. معاون صنایع دستی در پاسخ به این که همراه شدن با سلیقه مخاطب تا چه اندازه رواست و به اصالت هنر ایرانی آسیب نمی‌رساند گفت: هنرمندان ما از طریق تولید و فروش صنایع دستی زندگی و امرار معاش می‌کنند به همین خاطر نمی‌توانیم از تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنایع دستی انتظار داشته باشیم، بیشتر از شناخت به حفظ اصالت‌ها فکر کنند چراکه بازار خود را از دست می‌دهند همان گونه که امروز، این اتفاق افتاده و فرش ما جای خود را به وینام و نپال و حتی افغانستان و پاکستان داده است.

نامورمطلق، فقط اصالت‌ها را وظیفه دولت دانست و

گردشگری و معاونت صنایع دستی و همچنین معاونت کار وزارت کار و تعاون رسید تا تجربیات سازمان‌های جهانی چون یونیدو در حوزه اشتغال و همچنین طراحی محصول و تجاری کردن آن به کشوری در حال توسعه چون ایران منتقل شود. نامورمطلق، کاربردی کردن صنایع دستی ایرانی را یکی از اهداف مهم یونیدو برشمرد و گفت: یکی از مشکلات ما، به‌ویژه در خارج از کشور این است که صنایع دستی ما با سلیقه مردم جهان، به‌ویژه اروپایی‌ها هماهنگ نیست. به همین خاطر، بازار هدف خود را در این کشورها از دست داده‌ایم.

برای مثال من در سفر اخیر خود به اتریش به یک فروشگاه و نمایشگاه فرش رفتم که مدیر آن ایرانی بود اما کمتر نشانی از فرش ایران در آن به چشم می‌خورد چراکه مدیر فروشگاه معتقد بود اروپایی‌ها،

تفاهم نامه همکاری معاونت صنایع دستی و سازمان بهزیستی امضا شد



مدیر کل حمایت از تولید معاونت صنایع دستی کشور:

شورای فنی معاونت صنایع دستی کشور تشکیل شد

مدیر کل حمایت از تولید معاونت صنایع دستی از تشکیل شورای فنی این معاونت با هدف تسریع و تسهیل در تصمیم‌گیری‌های فنی این حوزه و رفع مشکلات تخصصی مرتبط با حضور کارشناسان و تشکیل خبر داد. فریدون میرزالدو مدیر کل حمایت از تولید صنایع دستی کشور با اعلام این خبر گفت: با توجه به پرسش‌های تازه و نوآوری‌هایی که در عرصه تولیدات صنایع دستی صورت گرفته و به تناسب آن رشته‌های جدید پدید می‌آید، در همین راستا وجود شورای فنی ضرورتی مهم در روند فعالیت‌های این معاونت بوده که به طور رسمی فعالیت خود را آغاز می‌کند. او ادامه داد: پس از تشکیل شورای فنی دستورالعمل مشخصی برای فعالیت آن تدوین شده که این شورا براساس آن به بررسی مسائل و مشکلات مطرح شده می‌پردازد.

وی در زمینه چگونگی انتخاب و حضور اعضای این شورا اضافه کرد: همه افراد حاضر در این شورا از کارشناسان فنی و با سابقه صنایع دستی هستند، همچنین برحسب موضوع مطرح شده در برخی جلسات نیز از استادان و پیشکسوتان رشته‌های مختلف برای حضور در شورا و استفاده از نظرات کارشناسی آنها دعوت به عمل می‌آید. رئیس شورای فنی معاونت صنایع دستی کشور در رابطه با گستره عملکرد این شورا یادآور شد: این شورا در ارتباط با مسائل و امور فنی مانند مواد اولیه، شیوه‌ها و تکنیک‌های تولید، بحث نوآوری در رشته‌ها و نیز تصویب رشته‌های جدید صنایع دستی به فعالیت می‌پردازد.

امیدواریم براساس دستورالعمل تدوین شده قدمی مؤثر در راستای ارتقاء صنایع دستی ایران برداریم. وی در پایان سخنانش با تأکید بر ضرورت فعالیت جدی و تأثیر گذاری این شورا گفت: امیدواریم با تعامل و همفکری بتوانیم ظرفیت مناسبی برای توسعه و ارتقا کیفیت تولیدات صنایع دستی فراهم آوریم و مسائل و مشکلات احتمالی را با نگاهی کارشناسانه و فنی برطرف سازیم.

تفاهم نامه همکاری معاونت صنایع دستی و سازمان بهزیستی در زمینه همکاری متقابل به منظور تقویت و توسعه بنیه علمی با حضور معاون صنایع دستی و قائم مقام مشارکت‌های مردمی بهزیستی به امضا رسید.

بهمن نامور مطلق معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی سازمان در این نشست ضمن خوش آمدگویی به میهمانان و معرفی بخش‌های مختلف سازمان و ماموریت‌های آن گفت: در کنار تمامی ماموریت‌های سازمان در بخش‌های مختلف در معاونت صنایع دستی سه اداره کل داریم که در هر واحد یکی از زمینه‌های بازرگانی و فروش، توسعه و ترویج و آموزش و همچنین تولید و حمایت از تولید را مورد توجه و پیگیری داریم. وی افزود: با توجه به این امر که ترویج صنایع دستی در جامعه یکی از اولویت‌های ماست در حوزه ترویج علاوه بر بحث انواع آموزش صنایع دستی همواره سعی داریم با گفتمان‌سازی، توسعه خرید و مصرف صنایع دستی به گسترش آن کمک کنیم، سعی داریم نسلی نو از صنایع دستی را به بازار عرضه کنیم تا نسل جوان امروزی نیز به خرید و مصرف صنایع دستی روی بیاورند.

نامور مطلق یادآور شد: در حوزه بازرگانی خوشبختانه روند خوبی را در پیش داریم و بطوری پیوسته با افزایش میزان فروش مواجه هستیم به ویژه در بازارچه‌های نوروزی که در این دو سال اخیر دارای رشد چشمگیری بوده است. در این راستا همواره در معاونت صنایع دستی با توجه به ماموریت ذاتی آن سعی در حال رصد کردن بازارها به ویژه بازارهای جهانی هستیم تا میزان فروش صنایع دستی را افزایش دهیم.

وی با تأکید بر این مطلب که در حوزه گفتمان سازی امر مهم ایجاد رابطه مناسب و فرهنگ سازی مصرف است گفت: در این حوزه نیز سعی داریم با فرهنگ مصرف صنایع دستی را ایجاد کنیم با این نیت که جنس ایرانی با هویت ایرانی و مواد اولیه و طرح‌های نوین ایرانی در اختیار مردم و مصرف کنندگان قرار گیرد و به این شکل صنایع دستی به خانه‌های مردم راه پیدا

کند. وی اضافه کرد: متأسفانه در دولت گذشته در حوزه‌های مختلف صنایع دستی مشکلاتی وجود داشت از جمله تولید و فروش؛ با اینکه ما از نظر تنوع صنایع دستی نخستین کشور دنیا هستیم اما در دولت گذشته به دلیل ناکارآمدی مدیریت بسیاری از بازارهای جهانی و قدیمی فروش صنایع دستی را از دست دادیم که خوشبختانه در دو سال گذشته تلاش کردیم تا این خلاء کاهش یابد و بازارهای فروش خود را بازپس بگیریم.

معاون صنایع دستی سازمان با اشاره به همکاری‌های سابق سازمان میراث فرهنگی با سازمان بهزیستی گفت: امیدواریم که در راستای همکاری‌های مثبت گذشته همکاری‌های ما بیش از پیش گسترش یابد تا به این وسیله در بتوانیم به هنرمندان و افراد دارای ذوق و توانایی هنری به جهت ایجاد اشتغال کمک کنیم. در ادامه این نشست عبدالرحیم شهسواری قائم مقام مشارکت‌های مردمی سازمان بهزیستی کشور ضمن ابراز خرسندی از انجام این تفاهم نامه و معرفی ضمنی سازمان بهزیستی و ماموریت‌های آن گفت: بسیار مایه خوشحالی است اگر بتوانیم با تلاش بازارهای جهانی به ویژه بازارهای اروپایی را برای فروش صنایع دستی کشور و دست‌آفریده هنرمندان بدست بیاوریم.

وی با اشاره به محتوای این تفاهم نامه گفت: امیدواریم با انعقاد این تفاهم نامه و با ورود معلولین توانمند ما در حوزه صنایع دستی بتوانیم با استعدادهایی که این افراد دارند بتوان زمینه توسعه صنایع دستی را در کشور بهبود بخشید و همچنین برای این قشر ایجاد اشتغال مثبت صورت گیرد. در پایان این نشست تفاهم نامه همکاری معاونت صنایع دستی سازمان و سازمان بهزیستی کشور در راستای استفاده از امکانات تحقیقاتی، آموزشی، فرهنگی به منظور تقویت، رشد و توسعه بنیه علمی پژوهشی و آموزشی گروه‌های هدف تحت حمایت سازمان بهزیستی در حوزه صنایع دستی و هنرهای سنتی توسط بهمن نامور مطلق معاون صنایع دستی سازمان و عبدالرحیم شهسواری قائم مقام مشارکت‌های مردمی سازمان بهزیستی به امضا رسید.

معاون صنایع دستی:

هنر ایران با ثبت شهرهای جهانی برتر ماندگار می شود



معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی گفت: ثبت شهر جهانی باعث می شود که یک شهر و کشور متحول شود و هویت آن تغییر کند. با ثبت جهانی می توانیم نام هنر کشورمان را در حافظه ها ثبت کنیم.

بهمن نامور مطلق معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی سازمان در سفر خود به لالچین همدان پیش از برگزاری اجلاس آسیا و اقیانوسیه و انتخاب شهر مشهد و لالچین به عنوان شهرهای برتر صنایع دستی در جمع مسئولین استان ضمن قدردانی از مسئولان استانی و همکاری تمامی همکاران و دست اندرکاران در کمک به انتخاب لالچین به عنوان یکی از شهرهای برتر جهانی وبا اشاره بر اهمیت شهرهای جهانی گفت: زمان معرفی شهرهای برتر برای انتخاب به عنوان شهر جهانی گزینه های بسیاری مطرح بود سرزمین ما سرزمینی هنر پرور و هندوستان است ایران جاذبه ها و زیبایی های بسیاری دارد که قابل تامل است. در این روند با وجود چشمگیر بودن اکثر گزینه ها پس از بررسی ها و نتیجه گیری های کارشناسان دو شهر مشهد و لالچین برای این منظور انتخاب شدند.

وی تاکید کرد: خوشبختانه اتفاقات خوبی در صنایع دستی در حال رخ دادن است، کارگاه های صنایع دستی بسیاری که در حال تعطیلی بودند در حال حاضر پیا گرفته اند، زمانی ما در برنامه های جهانی حضور نداشتیم ولی با تلاش هایی که صورت گرفته به عبارتی ما اکنون به عنوان یکی از کشورهای صاحب سبک صنایع دستی در دنیا مطرح هستیم.

در حال حاضر تحولات بسیار خوبی در حوزه صنایع دستی و تولید و حتی فروش در حال شکل گیری است. وی افزود: یکی از اقداماتی که در این دو سال اخیر صورت گرفت همین ثبت شهرهای جهانی بود سال گذشته دو شهر را به عنوان شهرهای جهانی داشتیم و امسال نیز خوشبختانه دو شهر مشهد و لالچین همدان را داریم و حتما همه می دانیم که در این فرصت که ما در مقابل سایر قدرتهای دنیا قرار گرفته ایم اکنون

با انتخاب شهرهای جهانی گفت: انتخاب شهرهای جهانی در قالب اجلاس آسیا و اقیانوسیه این است که لالچین و مشهد به عنوان نمایندگان آسیا در این روند شرکت دارند و در مقابل نمایندگان ۵ قاره دیگر قرار می گیرد که اگر موفق به کسب عنوان شوند برای ما و کشورمان باعث افتخار و ارزش است و اگر موفق نشود به نوعی به ما نیز انتقاد وارد است که شاید باید شهرهای بهتری را انتخاب می کردیم که امتیاز بیشتری را کسب کنند.

وی افزود: با توجه به اینکه لالچین و مشهد شرایط اولیه برای انتخاب شدن را دارند، جالب است بدانیم که چیزی در حدود ۸ درصد صادرات صنایع دستی ایران از لالچین انجام می شود و این خود رقم قابل توجهی است. باید گفت اگر در کشور ۵۰ نقطه مانند لالچین پیدا می کردیم دیگر مشکل صادرات وجود نداشت، کشور ما در زمره یکی از صادر کنندگان بزرگ است. همچنین که ما در تولید مشکلی نداریم و روند مناسبی را پیش رو داریم اما صادرات ما انطور که باید مناسب نیست که باید با توجه به رویکرد جدیدی که در میان مسئولین نسبت به صنایع دستی به وجود آمده و نیز فرمایش مقام معظم رهبری در حوزه تحقق اقتصاد مقاومتی تلاش شود صنایع دستی به عنوان تبلور اقتصاد مقاومتی به رشد و شکوفایی در خور رسیده و تقویت شود.

معاون صنایع دستی در پایان در زمینه بهتر شدن موقعیت آثار در شهرهای نمونه و برتر گفت: باید دقت شود که کیفیت و کمیت آثار در کل شهر افزایش یابد و همچنین در کنار آن باید نمونه های جدید طرح های نوین و به روز در آثار ایجاد شود و به نوعی مولف بودن در حوزه طراحی و تولید حرف اول را می زند.

باید طرح و نقش آثار به گونه ای باشد که سلیقه جهانی را به خود جلب کند به این شکل است که بازار جهانی پیدا کرده و آثارمان در کشورهای اروپایی و مطرح هم به فروش می رسد. به نوعی در تولید و طراحی صنایع دستی باید بتوان دانقه جهانی را تامین کرد.

باید در فرصت و زمان باقی مانده حداکثر تلاش و اقدام خود را صورت دهیم تا به موفقیت هایی بیش از این دست یابیم و تا حد ممکن کمبودها را مرتفع کنیم. نامور مطلق با تاکید بر فرصت باقی مانده تا انتخاب شهرهای مشهد و لالچین به عنوان شهرهای برتر گفت: در این فرصت باقی مانده باید دست به دست هم داده و تلاش کنیم با همکاری و همدلی نواقص و کمبودهای باقی مانده را نیز برطرف کنیم.

وی ادامه داد: هدف از ثبت جهانی ایجاد نام است، نام یعنی وجود نام یعنی هویت یعنی در یادها باقی ماندن ما باید تلاش کنیم که با ثبت نام هنر و کشورمان در حافظه جهانی باقی بمانیم و هویت خود را به رخ بکشیم. نام تنها یک اسم نیست؛ نام باعث می شود که آن شهر و کشور متحول شود به نوعی هویت آن شهر تغییر می کند، اگر می بینیم که دیگر کشورها پیگیر کسب نام هستند به این معناست. وی در رابطه



دیدار با یک هنرمند سفالگر؛

چرخ زندگی با فروش تنها دو گلدان سفالی در ماه نمی چرخد!

است؟ نهایت به یک میلیون تومان در ماه برسد. چه کسی می تواند هزینه های بالای زندگی را با این مبلغ تامین کند؟

این هنرمند سفالگر می گوید: صنایع دستی نیازمند معرفی و تبلیغ است. ما بیشتر لالچین و میبد را می شناسیم و تصورمان این است که سفال های خوب و مرغوب تنها در این دو شهر تولید می شود، اما در زواره از سال ها پیش تاکنون، کوزه گری که حالا به سفالگری تغییر نام داده، رواج داشته است. فخاری هم به تولید ظرف های سفالی می پردازد و هم ظروف سرامیک. سفال از گل رس ساخته می شود و سرامیک از خاک چینی؛ گل رس در ایران یافت می شود و خاک چینی را از خارج می آورند؛ به همین خاطر، سرامیک گران تر از سفال است. این هنرمند سفالگر، اعتقاد چندانی به گردشگران ندارد. بیشتر مردم زواره و اردستان، خریدار کارهای او هستند اما اغلب مردم زواره، در اصفهان و تهران زندگی می کنند و تعطیلات نوروز و محرم و نیمه شعبان به زواره می آیند و کاسه و کوزه و گلدانی می خرند؛ به همین خاطر نمی توان روی درآمد حاصل از کار هنری حساب کرد.

فخاری بار دیگر می گوید: دلم می خواست پسرهایم، کوزه گری می دانستند و با هنر پدران خود آشنا بودند اما من، گاهی در ماه، فقط دو گلدان می فروشم چگونه با این درآمد می توان چرخ زندگی را گرداند؟



این هنرمند سفالگر، گفته های خود را این گونه ادامه می دهد: می دانی در زواره، همه مردم باید دو شغل داشته باشند تا راحت تر زندگی کنند. به این خاطر که درآمدها پایین است و اگر دو شغل ثابت نداشته باشی، چرخ زندگی ات نمی گردد. او ادامه می دهد: خود من با درآمد حاصل از تولید و فروش سفال، نمی توانم مخارج زندگی ام را تامین کنم. مگر فروش ماهانه من چقدر

یک هنرمند سفالگر می گوید: دلم می خواست پسرهایم، کوزه گری می دانستند و با هنر پدران خود آشنا بودند اما گاهی در ماه، فقط دو گلدان می فروشم و چگونه با این درآمد می توان چرخ زندگی را گرداند؟

اینجا زواره است. شهری کویری در ۱۵ کیلومتری اردستان. حسن مدرس از این شهر برخاسته و محمد محیط طباطبایی، پژوهشگر ادبی در زواره به دنیا آمده است. در گوشه ای از این شهر، کارگاه و فروشگاه کوچکی است که در آن با خاک رس و خاک چینی، سفالینه های رنگارنگی برای من و تو ساخته می شود. باقر فخاری، مدیریت این کارگاه کوچک را برعهده دارد و کوزه گری، شغل پدران او بوده و باقر، میراثدار پیشه پدران خود است.

فخاری، ۱۵ شاگرد پسر و ۱۵ هنرجوی دختر دارد. اما تعداد جوانانی که در اردستان و زواره زندگی می کنند و دلشان می خواهد، سفالگری بیاموزند کم است. خود او این هنر را از اجداد خود آموخته است.

به عبارتی هنر سفالگری که فخاری، کوزه گری اش می داند در خانواده او جنبه وراثتی داشته و نسل به نسل منتقل شده است. او بازنشسته آموزش و پرورش است و از روی عشق، سفالگری می کند و گر نه سفالگری، درآمد چندانی ندارد که بخواهد به آن تکیه و مخارج زندگی اش را از طریق کوزه گری تامین کند. فرزندان فخاری، هنر آبا و اجدادی کوزه گری را فراموش نکرده اند. آنها به گفته پدر درس خوانده و لیسانس و فوق لیسانس گرفته و به کارهای اداری روی آورده اند.

زهره نیلی

از اسکو تا عشق آباد باروسری های چاپ باتیک

می شود، صادراتی هستند و به عشق آباد می رود. میزان تولید در این کارگاه ها به تقاضای مردم عشق آباد بستگی دارد. گاه این تقاضا به ماهی ۲ هزار می رسد و بعضی وقت ها به ۵۰۰ روسری. به عبارتی میزان تولید روسری در این کارگاه را مقدر سفارش عشق آبادی ها تعیین می کند.

۲۰ نفر از مردم اسکو در این کارگاه کار می کنند اما ۱۵۰ تا ۲۰۰ نفر از ساکنان شهر اسکو با چاپ کلاک های آشنا هستند و در این زمینه فعالیت می کنند. اندازه روسری های اسکو بسیار بزرگ است و به ۱۷۰ تا ۲۰۰ سانتی متر می رسد. اینجا روسری کوچک تولید نمی شود. روسری های کوچک در لرستان و فارس تولید می شوند.

برای تولید هر روسری، یک هفته زمان لازم است. قیمت روسری ها بین ۴۵ تا ۱۷۰ هزار تومان است. اما سهم اندکی، نصیب هنرمندانی می شود که از صبح تا شب، پشت میز چوبی و کوچک خود می نشینند و به دیوار تیره کارگاه تکیه می زنند تا در پایان هر روز، مبلغ ناچیزی دستگیرشان شود.

جوش شسته و خشک می شوند. بعد با رنگ پوشیده شده و با مهری که نقش های مختلف بر آن حک شده، منقوش می شوند. بعد از این مرحله، پارچه های رنگی را که به طرح ها و شکل های مختلف درآمده اند با نفت می شویند تا رنگ و طرحشان تثبیت شود. آخر کار هم روسری های نقاشی شده و شسته را بر بند رخت می آویزند تا با باد به هر سو بروند و آماده سفر به عشق آباد یا هر نقطه دیگر از ایران و جهان شوند. روسری هایی که در اسکو تولید

زندگی خود را تامین کنند؟! هر کدام از هنرمندان، گوشه ای از اتاق نشسته و پارچه سفیدی را بر میز کوتاهی که روبه رویشان است، پهن کرده اند. چاپ باتیک یا کلاک های، گونه ای چاپ روی پارچه است که در ایران، هند، اندونزی، تایلند و سریلانکا رواج دارد. گرچه در سال های اخیر، هند گوی سبقت را از کشورهای دیگر ربوده است. هنرمندان فعال در رشته چاپ کلاک های، برای کار خود بیشتر از پارچه های ابریشم و رنگ های طبیعی بهره می برند. پارچه ها، اول سفید هستند. بعد با آب

روی بند رختی آویزان شده اند و با باد به هرسو می روند. روسری ها را می گوئیم؛ روسری هایی بزرگ و رنگارنگ. اینجا اسکو است. شهری در جنوب غربی تبریز و بر دامنه کوه سهند. مردم این شهر با چاپ باتیک آشنا هستند و به آن چاپ کلاک های می گویند. نزدیک به ۲۰۰ نفر در اسکو زندگی می کنند که از طریق چاپ نقش های مختلف بر پارچه، روزگار می گذرانند و چرخ زندگی را به گردش درمی آورند.

اینجا کارگاه کوچکی در شهر اسکو با ۲۰ کارگر روزمزد است. کارگرانی که بیمه ندارند و حقوق ثابت نمی گیرند. کار از صبح زود آغاز می شود و تا شب ادامه پیدا می کند اما دستمزدی که در ازای این اندازه کار، نصیب کارگران که هر کدام در حرفه خود استادند می شود، ۴۰ فقط هزار تومان است.

هنرمندان فعال در این کارگاه را نه معاونت صنایع دستی بیمه کرده و نه کارفرما. حقوق ثابت ندارند و اگر یک روز یا یک هفته نتوانند به کارگاه بیایند و کار کنند، درمانده می شوند و نمی دانند چگونه باید هزینه های



به بهانه روز جهانی صنایع دستی؛

حمایت از صنایع دستی تنها به برگزاری نمایشگاه خلاصه نمی شود

زهره نیلی



صنایع دستی پس از جنگ جهانی دوم با محتوای هنری و فرهنگی مورد توجه کشورهای پیشرفته قرار گرفت و ۱۰ ژوئن، همزمان با ۲۰ خرداد، سال ۱۹۶۴ میلادی، نخستین کنگره جهانی با شرکت مسئولان اجرایی، استادان دانشگاه، هنرمندان و صنعتگران بیش از ۴۰ کشور جهان در نیویورک برگزار شد که در قطعنامه پایانی این کنگره، تأسیس شورای جهانی صنایع دستی به عنوان نهاد وابسته به یونسکو به تصویب رسید.

با تأسیس سازمان ملل متحد، محافظت از میراث‌های فرهنگی بشری بر عهده یونسکو یا سازمان تربیتی - علمی و فرهنگی ملل متحد گذاشته شده است. سال ۱۹۶۴ میلادی بود که شورای جهانی صنایع دستی، در قالب یکی از ارگان‌های وابسته به یونسکو، مورد توجه قرار گرفت. ایران نیز از سال ۱۳۴۷ شمسی توسط سازمان صنایع دستی ایران به عضویت شورای جهانی صنایع دستی درآمد.

گرامیداشت روز جهانی صنایع دستی در ایران اما تنها به برگزاری یک نمایشگاه محدود شده است. یک بار در سال و همزمان با روز جهانی صنایع دستی، یعنی ۲۰ خردادماه نمایشگاهی برگزار می‌شود و هنرمندان رشته‌های مختلف از استان‌های متفاوت در آن شرکت می‌کنند. امسال، زمان و مکان نمایشگاه صنایع دستی تغییر کرد و نمایشگاهی که هر سال از ۲۰ تا ۲۵ خرداد و در نمایشگاه بین‌المللی تهران برگزار می‌شد از پنجم تا دهم ماه جاری و در مصالای امام خمینی تهران برپا شد و ۵۷۰ غرفه از ۳۱ استان کشور در آن شرکت کردند و به ارائه آثار خود پرداختند.

اما جابه‌جایی در مکان و زمان، تنها تفاوت نمایشگاه امسال با سال‌های گذشته نبود. امسال همه غرفه‌ها پولی شده و هنرمندان ۱۵۲ هزار تومان در ازای اجاره هر متر غرفه پرداخت کرده بودند. غرفه‌هایی که ۹ و ۱۲ متری بود. اما پرسش اینجاست که آیا حمایت سازمان میراث فرهنگی از هنرمندان و فراتر از آن صنایع دستی تنها به یک نمایشگاه خلاصه می‌شود؟

حجت مرادخانی، مشاور صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی آن زمان اعلام کرد: قرار است ۲۰ خرداد همزمان با روز جهانی صنایع دستی در استان اصفهان، فارس، سیستان و بلوچستان و بسیاری از استان‌های کشور نمایشگاه‌های ترویجی برگزار می‌شود. این نمایشگاه‌ها رایگان است. همچنین قرار است از هنرمندان برتر هر استان نیز تقدیر شود. برای مثال، قردا از ۴۰۰ هنرمند برتر در اصفهان تقدیر می‌شود. برگزاری نمایشگاه و تقدیر از هنرمندان صنایع دستی گرچه خوب و لازم است اما کافی نیست و متولیان این حوزه باید چاره دیگری برای درمان دردهای هنرهای سنتی بیندیشند.

عدم شناخت موجب منسوخ شدن بسیاری از رشته‌ها شده است

نسرین جودکی، مردم‌شناس و پژوهشگر صنایع دستی، شناخت و معرفی این گونه هنرها را ضرورتی انکارناپذیر می‌داند و می‌گوید: تا زمانی که صنایع دستی هر منطقه به درستی معرفی نشود و مردم آن را نشناسند

مواد اولیه را ندارند. گهستونی هم وجود بازارچه‌های موقت و دائمی را یکی از راهکارهای کمک به رشد و توسعه صنایع دستی می‌داند و می‌گوید: ما باید بازارچه‌هایی را راه‌اندازی کنیم و به هنرمندان صنایع دستی اختصاص دهیم تا حضور دلال‌ها کم‌رنگ‌تر شود و هنرمندان بتوانند با مخاطبان خود، ارتباط مستقیم برقرار کنند اما نباید فراموش کنیم که هنرمند فروشنده نیست و نمی‌تواند هم به تولید و هم به عرضه آثار خود فکر کند در نتیجه لازم است که کسانی به بازاریابی و شناخت سلیقه مخاطب بپردازند و حاصل این پژوهش را در اختیار هنرمندان بگذارند.

به راستی وقتی هنرمندانی چون علی اکبر صنعتی و ابوالحسن صدیقی در فقر می‌میرند و کسانی چون نشان تانیک که مجسمه‌های موزه گنجعلی خان و موزه عبرت را ساخته با ناداری دست و پنجه نرم می‌کنند، روز جهانی صنایع دستی چه معنا و مفهومی پیدا می‌کند؟ آن هم در شرایطی که برجسته‌ترین هنرمندان که نشان ملی دریافت کرده‌اند نه بیمه دارند و نه حقوق ثابت، نه نمایشگاهی هست تا به ارائه آثار خود بپردازند و نه کارگاهی تا آنچه می‌دانند را به نسل پس از خود آموزش دهند. اصلاً چند درصد نوجوانان و جوانان علاقه‌مند به فراگیری هنرهای سنتی هستند؟ چقدر رشته‌های مختلف این هنر را می‌شناسند؟

چه خوب گفت عبید زاکانی: «مهرکه‌گیری با پسر خود ماجرا می‌کرد که تو هیچ کاری نمی‌کنی و عمر در بطالت به سر می‌بری. چند با تو بگویم که معلق زدن بیموز، سگ ز چنبر جهانیدن و رسن بازی تعلم کن تا از عمر خود برخوردار شوی. اگر از من نمی‌شنوی، به خدا تو را در مدرسه اندازم تا آن علم مرده ریگ ایشان بیموزی و دانشمند شوی و تا زنده باشی در مذلت و فلاکت و ادربار بمانی و یک جو از هیچ جا حاصل نتوانی کرد.»

روز جهانی صنایع دستی فرصتی برای پاسخ به این سوالات و ابهامات است. ای کاش این فرصت را غنیمت بشمریم.

و ارزش آن را ندانند نمی‌توان انتظار داشت که تغییر چندانی به وجود بیاید و فروش صنایع دستی بالا رود. مسئول تهیه پرونده بهون بافی برای ثبت ملی، شناسایی را نخستین گام برای ثبت و نگهداری از صنایع دستی و گسترش آن می‌داند و معتقد است: ابتدا باید سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به شناسایی رشته‌های مختلف صنایع دستی بپردازد. چراکه این عدم شناخت موجب منسوخ شدن بسیاری از رشته‌ها شده است. برای مثال سفالگری در آبادان در حال از بین رفتن است و تعداد کمی از افراد و حتی علاقه‌مندان به صنایع دستی می‌دانند که در آبادان، گونه‌های سفالگری رواج داشته است. به گفته جودکی، وجود بازارچه‌های دائمی صنایع دستی، یکی دیگر از ضرورت‌هایی است که باید به آن توجه شود.

خوب است جای ثابتی در هر شهر وجود داشته باشد تا مردم آن شهر یا حتی گردشگرانی که از نقاط دور و نزدیک می‌آیند به آنجا بروند و سوغات آن شهر یا شهرهای دیگر را خریداری کنند. این پژوهشگر صنایع دستی به ضرورت وجود کارگاه‌های صنایع دستی اشاره و بیان می‌کند: باید کارگاه‌هایی برای آموزش صنایع دستی وجود داشته باشد تا استادکاران در آن حضور یابند و به نوجوان‌ها و جوانان علاقه‌مند آموزش دهند.

برگزاری یک نمایشگاه دردی را از هنرمندان دوا نمی‌کند

مجتبی گهستونی، دبیر و سخنگوی انجمن دوستداران میراث فرهنگی استان خوزستان «تاریانا» نیز برگزاری نمایشگاه صنایع دستی را کوچک‌ترین حمایت متولیان این حوزه قلمداد می‌کند و می‌گوید: برگزاری یک نمایشگاه، آن هم به صورت پولی، دردی را از هنرمندان دوا نمی‌کند وقتی نه بیمه دارند و نه حقوق ثابت، به گفته این فعال حوزه میراث فرهنگی و صنایع دستی، خوب است دولت امکانات لازم را در اختیار هنرمندان بگذارد یا تسهیلاتی را در این زمینه برایشان فراهم کند چراکه هستند هنرمندانی که حتی پول لازم برای تهیه

نامور مطلق با مهر مطرح کرد؛

سهم ۵۰ درصدی ایران از بازار هزارمیلیاردی سوغات مشهد



معاون صنایع دستی کشور از فروش هزارمیلیارد تومانی سوغات زيارتی در مشهد خبر داد و افزود: از این میزان تنها کمتر از ۵ درصد به ایران تعلق دارد و باقی در اختیار محصولات خارجی است.

بهمن نامور مطلق در گفتگو با خبرنگار مهر با اشاره به این که زوار کشورهای دیگر، سالانه معادل هزار میلیارد تومان، سوغات زيارتی خریداری و از ایران به همراه می‌برند، گفت: در این میان سهم ایران و صنایع دستی ایرانی کمتر از ۵ درصد است اما اینکه فکر کنیم همه چیز یک روزه تغییر می‌کند غیرممکن است. خوشبختانه ما توانستیم نسبت به گذشته چند انگاره را تغییر دهیم. به گفته معاون صنایع دستی کشور، امروز شرایط تغییر کرده و شرایط، بهتر شده است.

برای مثال، روزهای اول که درباره سوغات زيارتی صنایع دستی کشورمان صحبت می‌کردیم هیچکس باور نمی‌کرد که ما بتوانیم جای کشورهای خارجی به خصوص کشوری مثل چین را بگیریم. در حال حاضر این انگاره شکسته شده و به جایی رسیدیم که احساس می‌کنیم این کار شدنی است. مشکل ما نداشتن تولید مناسب نیست بلکه مشکل ما نداشتن توزیع مناسب است.

نامور مطلق، کیفیت آثار ایرانی در زمینه سوغات زيارتی را بهتر از نمونه‌های خارجی دانست و افزود: آثاری که از سراسر ایران یکجا جمع شد به همه ثابت کرد که از آثار ایرانی از نظر کیفیت و قیمت نسبت به آثار خارجی مناسب‌تر است و در قدم اول نشان داد که این موضوع شدنی است. در دومین نمایشگاه سوغات زيارتی به فکر اینکه چگونه این کار را انجام دهیم، بودیم. معاون صنایع دستی کشور، شکل‌گیری برندهای ایرانی در زمینه سوغات زيارتی را یکی دیگر از رویدادهای خوش در این زمینه دانست و افزود: برندهایی در حال شکل‌گیری است که بسیاری از آنها متعلق به مشهد و بسیاری دیگر متعلق به استان‌های دیگر هستند.

برای مثال شرکتی از سیستان و بلوچستان فروشگاه‌های از سوغات در مشهد راه‌اندازی کرده بود. امیدواریم سال آینده این برندها بیشتر و قوی‌تر شوند. نامور مطلق از برگزاری نخستین نمایشگاه تطبیقی میان سوغات زيارتی ایرانی و خارجی خبر داد و افزود: ما به فکر برگزاری یک نمایشگاه تطبیقی هستیم و می‌خواهیم به ارائه آثار خارجی از جمله چین و ترک در کنار آثار ایرانی که در بازار سوغات زيارتی عرضه می‌شوند بپردازیم و از هنرمندان و تاجران دعوت کنیم تا این آثار را با هم مقایسه کنند تا کم‌کم و طی فرآیندی، آثار ایرانی را جایگزین نمونه‌های خارجی کنیم. این

که بسته‌بندی صنایع دستی، یک موضوع فانتزی و تشریفاتی است در حالی که یک بسته‌بندی خوب به حفظ و نگهداری کالا، صادرات بیشتر و معرفی بهتر کمک می‌کند و ما نمی‌توانیم نسبت به بسته‌بندی صنایع دستی بی‌تفاوت باشیم.

معاون صنایع دستی کشور در پاسخ به این که تاکنون چه اقدامات عملی در زمینه افزایش کیفیت بسته‌بندی انجام گرفته بیان کرد: بسته‌بندی، یکی از دغدغه‌های هنرمندان و تولیدکنندگان این صنایع دستی است اما ما به طور حتم، نمی‌توانیم در مدت یک سال سیستم بسته‌بندی را عوض کنیم. ما پیرو برنامه‌های هنجاری نیستیم و نمی‌گوییم امسال وضعیت بسته‌بندی درست می‌شود. این طرز فکر چیز ضربه زدن به صنایع دستی، منفعت دیگری نخواهد داشت.

ما همه این کارها را طی فرآیندی انجام می‌دهیم و امیدواریم به سمت خوبی پیش برویم. برای مثال در نمایشگاه سوغات زيارتی که اخیراً در مشهد برگزار شد نه تنها بسته‌بندی ارتقاء پیدا کرده بود، بلکه برخی از شرکت‌ها به طور تخصصی فقط به کار بسته‌بندی پرداخته بودند. نامور مطلق در ادامه بیان کرد: تفکر من، تغییر یک شبه نیست. نه توان آن را دارم نه به آن باور دارم.

من نمی‌توانم معجزه دولت گذشته را انجام دهم، به همین دلیل معتقدم باید همه چیز، آرام آرام و طی در فرآیندی اتفاق بیفتد. ما امسال و در سومین در نمایشگاه آثار نشان ملی، شاهد افزایش کیفیت آثار نسبت به گذشته بودیم. ما با یک شیب ملایم حرکت می‌کنیم و برنامه‌های هنجاری در زمینه تغییر در تولید و فروش صنایع دستی نداریم.

معاون صنایع دستی کشور با اشاره به اهمیت بسته‌بندی گفت: بی‌تردید یکی از عناصر مهم زنجیره تولید تا مصرف همین بسته‌بندی است که در برندسازی، زیبایی‌شناسی، نگهداری کالا و در نهایت تجاری‌سازی آن نقشی مهم و کلیدی دارد

نمایشگاه تا سال آینده برگزار و در آن آثاری شامل سجاده، تسبیح، پوشاک و غیره ارائه می‌شود.

معاون صنایع دستی کشور همچنین بیان کرد: تا سال گذشته، سهم ما از بازار سوغات زيارتی، تنها پنج درصد و حتی کمتر از این میزان بود. امیدواریم سال آینده بتوانیم بخشی از بازار زيارتی را به خود اختصاص دهیم و براین مقدار بیفزاییم. البته براساس گزارش‌های دریافتی فروش تعاونی‌ها در حوزه سنگ‌های قیمتی و گلدوزی‌هایی که روی سجاده‌ها انجام می‌شود به ۲۰۰ میلیارد تومان رسیده؛ این موضوع نشان دهنده یک شیب صعودی است و نشان‌دهنده این که می‌توانیم بازار سوغات زيارتی را از رقبای خارجی بگیریم و در اختیار هنرمندان کشورمان قرار دهیم. نامور مطلق درباره اینکه آیا معاونت صنایع دستی کشور در کنار بسته سوغات زيارتی به فکر ایجاد بسته سوغات در شمال کشور هم بوده یا نه؟ بیان کرد: اگر صادقانه بخواهم بگویم تا کنون به این موضوع فکر نکرده‌ایم و مسئله ما نبوده است. اگر چند گزارش مبنی بر این موضوع به دست ما برسد حتماً به شکل یک مسئله برای ما مطرح می‌شود. در حال حاضر باید به فکر بازار تقریباً ۱۰۰۰ میلیارد تومانی که در مشهد داریم، باشیم و به عنوان پایلوت خوب به آن توجه کنیم تا به شیراز و قم نیز تعمیم پیدا کند. باید انشالله برای سوغات غیر زيارتی هم فکری کنیم.

بسته‌بندی صنایع دستی موضوع فانتزی نیست

معاون صنایع دستی کشور، بسته‌بندی را یک ضرورت تولیدی و ترویجی دانست و افزود: ما به موضوع بسته‌بندی صنایع دستی توجه داریم اما نمی‌توانیم یک شبه معجزه کنیم. بهمن نامور مطلق در گفتگو با خبرنگار مهر، بسته‌بندی را یک ضرورت تولیدی، تجاری و ترویجی برشمرد و گفت: برخی گمان می‌کنند

و متأسفانه وضعیت بسته‌بندی صنایع دستی در کشور ما مطلوب نیست و همواره به عنوان یکی از نقاط ضعف صنایع دستی به حساب می‌آید. اگرچه شرایط امروز نسبت به گذشته بهبود یافته، اما همچنان فاصله زیادی تا رسیدن به نقطه مطلوب باقی است.

گردش مالی تولیدی صنایع دستی کشور ۱۰ هزار میلیارد تومان است

بهمن نامور مطلق، معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری همچنین در بخش گفتگوی برنامه سؤال رادیو گفت و گو گفت: در حوزه صنایع دستی در کشور، نزدیک به ۱۰ هزار میلیارد تومان گردش مالی تولیدی داشته‌ایم و در حوزه صادرات نیز ۲۰۰ میلیون دلار صادرات، به این ترتیب می‌توانم بگویم که وضعیت ما رو به رشد است. وی صنایع دستی را یکی از موارد و تبلورهای عینی اقتصاد مقاومتی و ملی تعریف کرد و افزود: صنایع دستی با اشتغال‌زایی نزدیک به ۲ میلیون نفر و تولیدی با ارزش ۱۰ هزار میلیارد تومان یکی از بخش‌های فعال حوزه ی تولید داخلی محسوب می‌شود، بخصوص اینکه در حوزه صنایع دستی با ارزش افزوده ی بسیار بالایی مواجه هستیم.

نامور مطلق، با اشاره به این مطلب که بیش از ۹۰٪ مواد اولیه ی صنایع دستی کشور در داخل تولید میشود صنایع دستی را هنری صنعتی تعریف کرد که هم هویت کشور را حفظ می‌کند و هم در تولید داخلی و ملی نقشی کم مانند ایفا می‌کند. معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی در پاسخ به این سؤال که در حال حاضر وضعیت صنایع دستی چگونه است، گفت: خوشبختانه طی ۳ سال اخیر به خاطر سرمایه‌گذاری که انجام شد شاهد رشد صنایع دستی کشور هستیم هر چند ارتباط دولت با آن ارتباطی نامطلوب بود.

وی با خاطر نشان کردن اینکه در ۳ سال اخیر رشد صعودی صادرات، تولید داخلی و هم چنین رشد صعودی مصرف داخلی داشته ایم ظرفیت صنایع دستی را ظرفیتی فوق العاده و بیکران عنوان کرد و افزود وجود وضعیت نامطلوب تضادی را بین وضعیت و ظرفیت ایجاد کرده است این در حالی است که معتمد ظرفیت ما بیش از ۱ میلیارد دلار صادرات در سال است و امیدواریم این امر با الحاق سایر اجزاء پراکنده و گمشده صنایع دستی محقق شود. نامور مطلق، صنایع دستی و گردشگری را عناصر بهم پیوسته ای خواند که بر رشد یکدیگر تأثیر گذاشته و در مجموع حال سازمان را رو به بهبودی و در حال رشد اعلام کرد.

مدیر کل میراث فرهنگی استان یزد:

خانه حیرانی به قطب نساجی سنتی تبدیل می شود



بعد این مدت، هنرمندان در خانه باقی بمانند سوال می شود؛ پرسش را با سوال دیگری جواب می دهد که: چه تضمینی وجود دارد که تا یک ماه دیگر من همچنان مدیر کل میراث استان یزد باشم؟! شرافت، یکی از سیاست های اداره کل میراث فرهنگی استان یزد را تبدیل خانه حیرانی به مرکز برای منسوجات سنتی یزد می داند و می گوید: میباید به عنوان شهر ملی زیلو معرفی شده و یزد هم قرار است به عنوان شهر جهانی نساجی سنتی تبدیل شود به همین خاطر یکی از سیاست های ما این است که خانه حیرانی که در بافت تاریخی قرار گرفته و گردشگران بسیاری از آن دیدن می کنند به مرکز نساجی سنتی تبدیل شود. مدیر کل میراث فرهنگی استان یزد به حمایت این اداره کل از هنرمندان صنایع دستی اشاره و بیان می کند: در حال حاضر ۴۰ هنرمند در خانه حیرانی به تولید و ارائه آثار خود و همچنین کارآموزی مشغول اند.

ما از همه هنرمندان استان در جهت رونق صنایع دستی ایرانی و همچنین احیای منسوجات سنتی پشتیبانی می کنیم. برای مثال ما در یزد، احرای بافی و زری بافی را زنده کردیم و حالا به دنبال رونق ترمه بافی سنتی و دارایی بافی هستیم. شرافت، خانه های تاریخی را مکان خوبی برای تبدیل به خانه های صنایع دستی می داند و می گوید: ما می توانیم بافت تاریخی را احیا کنیم و خانه ها را در اختیار هنرمندان قرار دهیم.

از این رو مخالف این هستیم که خانه حیرانی، خانه نواب یا زندان اسکندر در اختیار افرادی به جز هنرمندان قرار گیرد. از این رو اداره کل میراث فرهنگی از هنرمندان برای استقرار در خانه های تاریخی و اشتغال زایی برای آنان تا زمانی که کالاهای چینی و پاکستانی نفروشد، حمایت می کند.

هنرمندان صنایع دستی، پس از یک ماه در خانه خود باقی می مانند و بار دیگر استانداری به فکر تخلیه خانه و واگذاری آن به کانون وکلا نمی افتد طفره رفت و توپ را در زمین اداره کل میراث فرهنگی و صنایع دستی استان یزد انداخت.

اداره کل میراث یزد از هنرمندان صنایع دستی حمایت می کند

محمد مهدی شرافت، مدیر کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان یزد می گوید: ما خانه حیرانی را به هنرمندان اجازه نداده ایم. ما با یک شخص حقیقی قرارداد بسته ایم و مادامی که از این فضا، درست و در جهت منافع عمومی سازمان میراث فرهنگی استفاده شود، هیچ مشکل خاصی وجود ندارد و هنرمندان می توانند در خانه حیرانی باقی بمانند. وقتی از مدیر کل میراث فرهنگی یزد درباره قرارداد اداره کل میراث فرهنگی با هنرمندان مستقر در خانه حیرانی که یک ماه دیگر به پایان می رسد و درباره تضمینی که

و دوم تیرماه، خبری منتشر شد که هنرمندان صنایع دستی در خانه حیرانی می مانند و این بنا به دیگری واگذار نمی شود.

بعد از مدتی بار دیگر خبرنگار مهر برای پیگیری ماجرا به سراغ حسین مکاری، یکی از هنرمندان خانه حیرانی می رود و از او درباره وضعیت خانه و بازگشت هنرمندان به آن می پرسد. مکاری در جواب می گوید: هنرمندان ۱۰ غرفه را از خانم زهرا کارگر، طرف قرارداد با اداره کل میراث فرهنگی استان یزد، اجاره کرده بودند.

از این تعداد، چهار غرفه تخلیه کرده و رفته اند و حالا هیچ اعتمادی به وعده و وعید سازمان میراث فرهنگی ندارند و می گویند: یک ماه دیگر مهلت قرارداد ما به پایان می رسد؛ چه تضمینی وجود دارد که اداره کل میراث، پس از یک ماه، ما را از خانه بیرون نکند؟

این دغدغه هنرمندان موجب شد تا به سراغ معاون عمرانی استاندار یزد برویم. محمدرضا سیدحسینی، از پاسخ به پرسش ما مبنی بر این که چه تضمینی وجود دارد که

«خانه حیرانی» از بناهای قدیمی یزد و متعلق به دوره قاجار است؛ خانه ای با دو بادگیر منحصر به فرد و ایوانی بزرگ و دیوارهایی کاهگلی. نزدیک به پنج ماه پیش، سازمان میراث فرهنگی، این خانه را با اجاره ای نسبتا مختصر در اختیار هنرمندان صنایع دستی گذاشت تا به «خانه صنایع دستی استان» تبدیل شود. اما پس از گذشت مدتی کوتاه و به دستور استانداری یزد، قرار بود خانه حیرانی از هنرمندان تخلیه و در اختیار کانون وکلا قرار بگیرد.

این مساله، واکنش هنرمندان را برانگیخت و اعتراض آنان را به همراه داشت. همه حرف و گلابه هنرمندان این بود که ۴۰ هنرمند و کارآموز در خانه تاریخی حیرانی که خانه صنایع دستی یزد است، فعالیت می کنند و خانه را از اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری یزد، اجاره کرده اند چرا باید این اداره کل، خانه تاریخی حیرانی را به کانون وکلا واگذار کند آن هم وقتی هنوز مهلت قراردادشان سر نیامده است. یکی دیگر از مواردی که هنرمندان به آن تکیه می کردند این که چرا مسئولان اداره کل میراث فرهنگی استان یزد، دو بنای خانه نواب و زندان اسکندر را به عنوان جایگزین برای خانه صنایع دستی حیرانی معرفی کرده اند در حالی که می دانند زندان اسکندر در اختیار هنرمندان دیگری است و غرفه خالی وجود ندارد تا در اختیار صنعتگران جدید قرار بگیرد؛ خانه نواب هم خوابگاه یگان حفاظت سازمان میراث فرهنگی است!

وقتی اعتراض هنرمندان بالا گرفت، بهمن نامورمطلق، معاون صنایع دستی کشور طی نامه ای از استانداری یزد خواست تا از واگذاری این خانه به کانون وکلا صرف نظر کند و اجازه دهد هنرمندان صنایع دستی در بنایی که به عنوان خانه صنایع دستی یزد شناخته شده و گردشگران داخلی و خارجی را جذب کرده باقی بمانند.

اعتراض هنرمندان و پیگیری متولیان صنایع دستی چون نامورمطلق بی نتیجه باقی نماند

پیگیری مهر از یک وعده:

هنرمند پیشکشوت همچنان چشم انتظار تحقق یک وعده

بهره بگیرند. آن روز خبرنگاران واکنش نشان داده و به رجبعلی خسروآبادی گفته بودند: «ما همه گفته ها و وعده وعیدها را ضبط و منتشر می کنیم» و او با لبخند پاسخ داده بود: «حتما این کار را انجام دهید. من بر سر عهد و پیمان خود هستم». اما آقای مدیر، بر سر عهد و پیمان خود نبود. چند ماهی از آن زمان گذشته و هیچ کدام از وعده و وعیدها محقق نشده است.

گواه این گفته، پرسش خبرنگار مهر از مدیر کل اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران، همزمان با نمایشگاه روز جهانی صنایع دستی و پاسخ او درباره نشان تانیک و معرفی او به سازمان زیباسازی است: «هنوز هیچ اتفاقی نیفتاده و هنرمند برجسته مجسمه ساز همچنان به سختی روزگار می گذرانند.»

اما نه خبری از بیمه بودن و نه حقوق ثابتی. خانه هم، یک خانه کوچک اجاره ای در خیابان جمهوری.

«نشان تانیک» هنرمند مجسمه ساز که موفق به دریافت نشان درجه یک هنری شده، کار خود را به طور خودآموز از ۱۲ سالگی آغاز کرده و حالا پس از گذشت ۶۲ سال، به سختی روزگار می گذراند و نهاد یا سازمانی نیست تا به این هنرمند برجسته سفارش کار دهد چرا که به گفته او شهرداری، تمام کارها را اقبضه کرده است و ترجیح می دهد همه چیز را از چین وارد کند.

طی آن دیدار، مدیر کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران به تانیک وعده داده بود تا با رییس سازمان زیباسازی شهرداری هماهنگ کند و از او بخواهد تا از وجود این هنرمند برجسته در ساخت مجسمه های شهری

دی ماه ۱۳۹۴ و در آستانه فرارسیدن سال نو میلادی، جمعی از خبرنگاران صنایع دستی، روبه روی ساختمان اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران گرد آمدند تا با مدیر کل و معاون صنایع دستی استان به دیدار سه تن از هنرمندان برجسته ارمنی بروند. نخستین این هنرمندان، همان کسی بود که مجسمه های موزه گنجعلی خان کرمان را ساخته؛ سردیس فرامرز پایور در موزه موسیقی و مجسمه شهریار در خیابانی به همین نام در تهران و همچنین تندیس هایی از علی شریعتی و محمدجواد باهنر و محمدعلی رجایی در موزه عبرت از اوست و کمترین انتظار تو این است که هنرمندی چون او، پس از سال ها تلاش، حقوق ثابتی داشته باشد و بیمه ای و خانه ای که از آن اوست

یا دو روز انجام داد. ما در حال حاضر در حال شناسایی تجار هستیم و تا چند ماه آینده برنامه‌های آموزش بازاریابی را برای آنها برگزار می‌کنیم، زیرا کار انجمن صادرکنندگان همین است و به عبارتی تجارت در کشور ما یک کار سنتی محسوب می‌شود.

حریری در پاسخ به اینکه تاکنون انجمن صادرکنندگان چه تعداد از تولیدکنندگان صنایع دستی که توانایی تجارت را دارند شناسایی کرده است؟ بیان کرد: در کشور ما همه چیز کمی دیده می‌شود. من به کمیته‌ها اعتقادی ندارم و برایم کیفیت مهم است، بنابراین دقت و کیفیت را فدای سرعت نمی‌کنم.

رئیس انجمن صادرکنندگان صنایع دستی به ضرورت ارتباط بانک با کشورهای دنیا اشاره و بیان کرد: ما باید با دنیا ارتباط بانکی داشته باشیم تا بازارهای جدید را به دست بیاوریم، در غیر این صورت همچنان باید به صادرات با افغانستان و عراق و کشورهای همسایه ایران فکر کنیم. اگر به دنبال بازارهای جدید هستیم، باید کسانی که وظیفه این کار را دارند بستر لازم را فراهم کنند تا ما بتوانیم از طریق بانکی به تجارت صنایع دستی بپردازیم.

حریری در پاسخ به اینکه با توجه به مذاکرات هسته‌ای آیا اتفاق خاصی در حوزه صادرات صنایع دستی رخ داده است یا خیر؟ بیان کرد: هنوز اتفاق خاصی رخ نداده است. اتفاق خاص چند جنبه دارد. یا باید کمی خوشبین باشیم و من هم تلاش می‌کنم به این دید نگاه کنم و خوشبین باشم.

دید دیگر این است که باید مشکل مان را با دنیا حل کنیم و بتوانیم با اقتصاد دنیا ترکیب شویم که البته کار دشواری است و نیاز به تصمیمات مقامات سیاسی کشور دارد. تبعات تصمیمات سیاسی دیگران یقه ما را که در حوزه اقتصادی فعالیت می‌کنیم می‌گیرد.

نایب رئیس اتاق بازرگانی ایران و چین به ضرورت شناخت مخاطب اشاره و بیان کرد: بازاریابی، یکی از مهم‌ترین کارهای ماست. ما باید به مراکز پژوهشی دانشگاهی سفارش دهیم تا بازارهای مختلف را بشناسند و سلیقه و پسند هر کشور را دریابند.

یعنی علاوه بر تجربیات و دانش خود صادرکنندگان، ما باید از دانش آکادمیک هم بهره ببریم. حریری همچنین با اشاره به ضرورت تعامل صادرکنندگان حرفه‌ای و توانمند با یکدیگر گفت: ما برای بازاریابی خارجی و توسعه صادرات باید به افراد توانمند و حرفه‌ای رو آورده و از حضور دوستانی که تجربه فروش صنایع دستی در عرصه‌های بین‌المللی را دارند استفاده کنیم تا بتوانیم یک نسل جدید از تاجران را در حوزه صنایع دستی تحویل اقتصاد دهیم.



رئیس انجمن صادرکنندگان صنایع دستی:

لازمه تجارت صنایع دستی ارتباط بانکی با سایر کشورهاست

به محض اینکه ببینیم اجازه نمی‌دهند معاونت صنایع دستی به مطالبات ما پاسخ درستی دهد، قطعاً از کسانی که این اجازه را نمی‌دهند مطالبه‌گری می‌کنیم. حریری در پاسخ به اینکه آیا انجمن قدرت کافی برای مطالبه‌گری دارد؟ گفت: قدرت هیچکس در این مملکت نباید از بخش خصوصی بیشتر باشد. زیرا مقام معظم رهبری خطاب به دولت فرمودند، خودت را کوچک و بخش خصوصی را بزرگ کن.

ما با اتکا به سخنان مسئولان اصلی مملکت که تشخیص داده‌اند اقتصاد پویا نمی‌شود مگر آنکه بخش خصوصی دست بازاری در آن داشته باشد، حرکت می‌کنیم.

نایب رئیس اتاق بازرگانی ایران و چین افزود: ما معتقدیم باید بدنه انجمن را گسترش دهیم و بعد از سازماندهی آن، اقدامات دیگر را انجام دهیم. متأسفانه ساختار درست در صنایع دستی وجود ندارد و این کار را نمی‌توان طی یک

رئیس انجمن صادرکنندگان صنایع دستی با اشاره به ضرورت ارتباط بانکی با دیگر کشورها گفت: تنها در این صورت است که می‌توانیم تجارت را گسترش دهیم. مجیدرضا حریری، رئیس انجمن صادرکنندگان صنایع دستی ایران در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، مطالبه‌گری را یکی از وظایف اصلی انجمن صادرکنندگان صنایع دستی دانست و افزود: ما هنوز مطالبات خود را آغاز نکرده‌ایم. چون می‌بینیم دست معاونت صنایع دستی بسته است و اختیارات لازم را ندارد و اگر جز این بود ما تاکنون به عنوان انجمنی که در زمینه صنایع دستی، فعالیت صرفاً اقتصادی می‌کند، مطالبات خود را حتی از نهادهای بالاتر از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری آغاز می‌کردیم. رئیس انجمن صادرکنندگان صنایع دستی، فعالیت این انجمن را غیرسیاسی برشمرد و گفت: سیاست، حوزه ما نیست و انجمن ما به شکل تخصصی در حوزه اقتصادی فعال می‌کند. اما همه چیز ما به سیاست آمیخته است؛ از این‌رو سعی می‌کنیم آرام‌تر حرکت کنیم تا دولت فضای سیاسی مناسب را داشته باشد، سپس مطالبات خود را در حوزه اقتصادی مطرح کنیم.

حریری فعالیت در زمینه صنایع دستی را کمک به معرفی فرهنگ و هنر ایرانی دانست و افزود: ما فعلاً در حال تعامل با سازمان میراث فرهنگی هستیم چراکه می‌دانیم معاونت صنایع دستی با عشق و علاقه در این حوزه فعالیت می‌کند. همه باید این موضوع را درک کنند که صنایع دستی تنها تجارت، بازرگانی و تولید نیست. بخشی از آن هویت و فرهنگ ماست. بودجه فرهنگی بسیاری در سازمان‌های متفاوت هزینه می‌شود؛ اما آیا یک تابلوی «وان یکاد» تبلیغ اسلام در بازارهای دیگر محسوب نمی‌شود؟

رئیس انجمن صادرکنندگان صنایع دستی ادامه داد: ما به عنوان انجمن نوپا در حال درست کردن زیرساخت‌ها هستیم.



بازیهای رایانه‌ای



در گفتگو با مهر تشریح شد؛

بازی سازی «شعار دادن» نیست



یک کارشناس بازی‌های رایانه‌ای درباره بازی «انقلاب ۱۹۷۹» گفت: بهتر است دولت، مانع انتشار این بازی نشود چراکه این مساله، کاربران را نسبت به یک بازی ضعیف به لحاظ تکنیک و محتوا، کنجکاوتر می‌کند.

علی صابونچی در گفتگو با خبرنگار مهر به بازی رایانه‌ای انقلاب ۱۹۷۹ اشاره و بیان کرد: این بازی به انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷ خورشیدی برابر با ۱۹۷۹ میلادی می‌پردازد. نوید خوانساری، کارگردان این بازی و یک شرکت آمریکایی تهیه‌کننده آن است. داستان از ۱۷ شهریور و و جمعه سیاه آغاز می‌شود و به تسخیر لانه جاسوسی می‌رسد. به گفته مدیر موسسه فرهنگی «آرماگدون» بازی انقلاب ۱۹۷۹ یک بازی ویدیویی است که به گفته کارگردان، بر اساس اتفاقات واقعی در انقلاب ایران ساخته شده است. قصه این بازی، ماجرای یک جوان ایرانی است که برای ادامه تحصیل به آلمان رفته بوده و حالا به ایران برگشته و با اتفاقات انقلاب ۵۷ روبه‌رو شده است.

جوانی که تصمیم می‌گیرد به خیابان‌ها برود و با دوربین خود، رویدادها را مستندنگاری کند. صابونچی با اشاره به این که عکس‌های انقلاب، پایه و اساس ساخت بازی ویدیویی ۱۹۷۹ بوده است گفت: نوید خوانساری که سال ۱۳۵۷، کودک ۱۰ ساله‌ای بوده براساس ذهنیات خود و همچنین براساس عکس‌های انقلاب به ساخت این بازی پرداخته و عکس‌های واقعی را در کنار نمونه‌های مشابه گرافیکی گذاشته است. در واقع او بازی را به گونه‌ای ساخته که واقعی و مستند به نظر برسد اما در کنار این مستندنگاری ظاهری به انتقال اطلاعات غلط پرداخته است.

بازی ۱۹۷۹ اطلاعات نادرست به مخاطب خود می‌دهد

صابونچی به اطلاعات نادرستی که در بازی انقلاب ایران ۱۹۷۹ در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد اشاره و بیان کرد: در این بازی، این موضوع به مخاطب منتقل می‌شود که گروهک منافقین که در آن زمان، مجاهدین خلق نامیده می‌شدند، مدیریت انقلاب را به عهده داشته‌اند و اسلام‌گراها آن را مصادره به مطلوب کرده‌اند. یا در جایی از بازی، شخصیت اول داستان، به

می‌کند؟ معلوم است وقتی موتور بازی خارجی را می‌خریم، چاره‌ای جز این کار نداریم. به گفته مدیر موسسه فرهنگی آرماگدون، چه اشکالی دارد بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای یا نهادهای مرتبط به شرکت‌های خارجی سفارش دهند؟ مگر نه این که در فیلم محمد رسول‌الله، ساخته مجید مجیدی از وجود عوامل خارجی استفاده شد؟ مگر خود مصطفی عقاد، در فیلم ماندگار خود از امکانات هالیوود بهره نبرده بود؟ چه اشکالی دارد ما یک محتوای خوب تولید بنویسم و ساخت آن را به لحاظ تکنیکی به کشورهای دیگر بسپاریم.

وقتی ضد تبلیغ، تبلیغ می‌شود

صابونچی معتقد است، دولت نباید ناشر بازی ویدیویی چون انقلاب ۱۹۷۹ باشد. اما بهتر است مانع انتشار این بازی هم نشود چراکه این مساله، کاربران را حریص‌تر و مشتاق‌تر می‌کند. وقتی صدا و سیما می‌گوید: «یک بازی رایانه‌ای ساخته شده که در پی ضربه زدن به انقلاب است»، آگاهانه و ناآگاهانه، مخاطب را برای دیدن این بازی کنجکاو می‌کند اما اگر درباره این بازی صحبتی به میان نیاید و جلوی انتشار آن هم گرفته نشود خود کاربران به این نتیجه می‌رسند که انقلاب ۱۹۷۹، یک بازی ایدئولوژیک با گرافیک و تکنیک بسیار ضعیف است. یکی دیگر از پیشنهادها این کارشناس فرهنگی این است که یک کاربر از ابتدا تا انتها، انقلاب ۱۹۷۹ را بازی کند و از بازی او که بیش



از ۴۰ دقیقه مخاطب را درگیر نمی‌کند فیلم گرفته شود. قطعا انتشار این فیلم از هر روش دیگری روشنگرتر است. چراکه در جریان این بازی، هیچ اتفاقی نمی‌افتد که برای کاربر جذاب باشد. برای مثال شما وقتی فیلم «سیانور» که در جشنواره فیلم فجر به نمایش درآمد و هنوز به اکران عمومی نرسیده را می‌بینید به یک سری اطلاعات درباره گروه منافقین دست پیدا می‌کنید اما آنچه در درجه اول اهمیت قرار دارد جذابیت فیلم است؛ چیزی که در بازی ۱۹۷۹ به چشم نمی‌خورد. صابونچی در بخش پایانی صحبت‌هایش باردیگر شعاری بودن و کلی‌نگری را نقطه ضعف بسیاری از بازی‌های ایرانی دانست و افزود: بازی‌های ما شعار می‌دهند و بیشتر از این که سرگرم‌کننده باشند دلشان می‌خواهد پیامی را منتقل کنند. از سوی دیگر به جزئیات توجهی ندارند. برای مثال اگر یک بازی‌ساز بخواهد به انقلاب یا دفاع مقدس بپردازد، کلیت این موضوع را مورد توجه قرار می‌دهد نه یک بخش از یک مساله و اتفاق کلی را. معلوم است که این بازی با استقبال مخاطب روبه‌رو نمی‌شود.

عنوان یک منافق، توسط شهید لاجوردی مورد بازجویی قرار می‌گیرد و روی پرونده او نشان سپاه آمده است در حالی که جریان موسوم به جریان نفاق را دادستانی انقلاب بررسی می‌کرد و نه سپاه. این کارشناس بازی‌های رایانه‌ای یکی دیگر از اطلاعات نادرست بازی ۱۹۷۹ را این دانست که در آن امام خمینی (ره) به عنوان یکی از رهبران انقلاب مطرح شده‌اند و نقش سیدمحمدکاظم شریعتمداری از ایشان پررنگ‌تر بوده است. همچنین مقر اصلی انقلاب در این بازی، سینما نشان داده شده در صورتی که مساجد و علما نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری انقلاب اسلامی داشته‌اند و تنها یک جا به تصویر بازار و دسته‌های عزاداری اشاره شده است.

ما در بازی‌های خود شعار می‌دهیم

به گفته صابونچی، مخاطب داخلی ما نیاز به محتوای جذاب و تاثیرگذار دارد. ما باید به تولید بازی‌هایی هماهنگ با فرهنگ و هویت خود بپردازیم نه این که کپی ضعیفی از بازی‌های خارجی ارائه کنیم. معلوم است وقتی بازی خارجی با کیفیت بالا و به قیمت دو تا سه هزار تومان در اختیار کاربر قرار می‌گیرد کسی سراغ بازی‌های شعاری و بی کیفیت ایرانی نمی‌رود. مدیر موسسه فرهنگی آرماگدون، پرهیز از شعارزدگی را لازمه ساخت بازی رایانه‌ای دانست و افزود: کشورهای پیشرفته به تولید بازی‌هایی می‌پردازند که ۱۰ درصد آن پیام است و ۹۰ درصد آن، ظاهری جذاب و سرگرم‌کننده دارد اما ما در بازی‌های خود فقط می‌خواهیم به آموزش و انتقال مفاهیم ارزشی بپردازیم. معلوم است که این بازی‌ها مخاطب را پس می‌زند و او را جذب نمی‌کند.

بازی‌های ایرانی، دچار ضعف تکنیک هستند

صابونچی، ضعف تکنیک را یکی دیگر از دلایل ناموفق بودن بازی‌های ایرانی در جذب مخاطب برشمرد و افزود: بیشتر بازی‌های ما به لحاظ تکنیک، توان رقابت با نمونه‌های خارجی را ندارند. برای مثال ما یک بازی رایانه‌ای درباره ارتش جمهوری اسلامی تولید کرده و یک اسلحه M16 به دست ارتشی‌ها داده‌ایم. مگر ارتش ایران از این اسلحه استفاده

مدیرعامل بنیاد بازی های رایانه ای:

سایت های حاوی لینک داندلود بازی «انقلاب ۱۹۷۹» فیلتر می شوند



تکنیک است. کریمی قدوسی به ویژگی های بازی «انقلاب ۱۹۷۹» اشاره و بیان کرد: این بازی با واقعیت های تاریخی آنچه اتفاق افتاده همخوانی ندارد از سوی دیگر به لحاظ تکنیک بازی سازی هم در سطح بسیار پایینی قرار دارد و نمی تواند مخاطب خود را جذب کند. مدیرعامل بنیاد بازی های رایانه ای ادامه داد: بنیاد ملی بازی های رایانه ای تا امروز، هیچ موضع گیری درباره بازی انقلاب ۱۹۷۹ نشان نداده بود چون نمی خواست برای این بازی، بازار سیاهی به وجود بیاورد اما آن قدر رسانه ها به این بازی پرداختند که ما نمی توانستیم هیچ واکنشی نشان ندهیم. بازی ۱۹۷۹ به انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷ خورشیدی برابر با ۱۹۷۹ میلادی می پردازد. نوید خوانساری، کارگردان این بازی و یک شرکت آمریکایی تهیه کننده آن است. داستان از ۱۷ شهریور و جمعه سیاه آغاز می شود و به تسخیر لانه جاسوسی می رسد.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی های رایانه ای از برخورد قاطع بنیاد و نهادهای مسئول با توزیع بازی ضد ایرانی «انقلاب ۱۹۷۹» خبر داد. حسن کریمی قدوسی در گفتگو با خبرنگار مهر و درباره بازی «انقلاب ۱۹۷۹» گفت: از چند روز گذشته و به صورت ویژه با همکاری ستاد مبارزه با بازی های رایانه ای غیرمجاز، عملیات جمع آوری این بازی را در تهران و شهرستان ها شروع کرده ایم.

مدیرعامل بنیاد بازی های رایانه ای به چگونگی ساخت انقلاب ۱۹۷۹ اشاره و بیان کرد: نوید خوانساری سازنده این بازی، یک ایرانی است که اوایل انقلاب به آمریکا رفته و در یکی دو بازی معروف دنیا هم نقش کلیدی داشته است. او از دو سه سال قبل شروع به ساخت این بازی کرده و بسیار کوشیده تا از بخش های مختلف چون سایت کیک استارتر و ... اعتبار بگیرد اما در جذب مخاطب موفق نبوده و در نهایت آنچه ساخته شده، یک بازی شعاری با کیفیت بسیار پایین به لحاظ گرافیک و

در گفتگو با مهر عنوان شد:

هدف اصلی بازی های رایانه ای تغییر سبک زندگی است

رسید. حاجی هاشمی در بخش دیگری از سخنانش درباره ورود جشنواره عمار به حوزه بازی های رایانه ای بیان کرد: امروز، رسانه بسیاری از مردم دنیا، بازی رایانه ای است به همین دلیل عمار ابزار خودش را درست تشخیص داده و بعد از سینما به سراغ بازی های رایانه ای آمده است اما باید بدانیم از این ابزار چگونه برای انتقال پیام خودمان و روشنگری در رابطه با مسائل ناب دینی استفاده کنیم. در همین راستا باید بعد از طراحی سناریو و بازی نامه های بومی به سراغ طراحی گیم پلی جدید برویم چرا که بسیاری از مردم دنیا از بازی های رایانه ای به شکل کنونی که اساس آن بر ترس، غارتگری، خشونت و مسائل غیراخلاقی است خسته و دلزده شده اند و به دنبال جایگزینی برای آن هستند. وی با اشاره به جشنواره بازی های رایانه ای عمار تصریح کرد: عمار به دنبال تغییر فضا و ارائه حرفی جدید در این حوزه است و می تواند موضوعات به روز و زمین مانده مثل مسائل انقلاب اسلامی، بیداری اسلامی و ... را که شرکت های غربی به صورت وارونه و تحریف شده معرفی می کنند، برای کشورهای مسلمان مطرح کند و رسانه قشر بزرگی در جهان باشد که از بازی های غربی خسته شدند.

از لحاظ سناریو و گیم پلی (طراحی بازی) تولید کنیم چراکه شرکت های حاضر در لابی گیم دنیا یعنی مجموعه ESA نمی خواهند بازی هایی با الگوهای اسلامی در دنیا معرفی و ساخته شوند تا بتوانند اهداف خود را که همان خشونت و مسائل غیر اخلاقی است، ترویج دهند. وی در همین رابطه تصریح کرد: مجموعه ای از این شرکت ها که بعضی از آن ها صهیونیستی هستند طی این سال ها بازی های ضد اسلامی و ضد ایرانی زیادی در دنیا ساختند. حاجی هاشمی با اشاره به این که باید موضوعات بیداری اسلامی را در بازی های ایرانی ترویج داد اذعان داشت: در بازی های غربی تلاش می شود علاوه بر موج اسلام هراسی و القای خشونت به کاربران با نشر مسائل غیر اخلاقی، سبک زندگی جامعه را هم تغییر دهند. این کارشناس بازی های رایانه ای با بیان ظرفیت شرکت های ایده پرداز کشور در این حوزه، گفت: در ساخت بازی ها باید از شرکت ها و مجموعه های کوچک شروع کنیم، زیرا ایده های خوبی در این مجموعه ها شکل می گیرد که با جذب و حمایت از آن ها می توان به موفقیت های خوبی به خصوص در بازی های موبایلی



کرد: تغییر و تحولات در این حوزه، از سرعت بالایی برخوردار است به طوری که طی بیست سال اخیر بعد از بازی های ویدئویی و رایانه ای، بازی های موبایلی هم پا به این عرصه گذاشتند. وی با اشاره به این که امروز در دنیا بازی های رایانه ای جای سینما را گرفته اند، ادامه داد: متوسط سن کاربران بازی های رایانه ای در غرب، به مرز ۳۰ سال رسیده است و این نشان می دهد علاوه بر جوان ها، قشر میان سال و کهن سال نیز به بازی های رایانه ای روی آورده اند و اگر می خواهیم حرف خود را در این فضا منتشر کنیم باید همه افراد درگیر این حوزه را در نظر بگیریم.

حاجی هاشمی در رابطه با ضرورت تولید بازی های رایانه ای در کشور گفت: ما باید سبک و شیوه جدیدی از بازی ها را

یک کارشناس بازی های رایانه ای معتقد است: لابی گیم دنیا نمی خواهد بازی هایی با الگوی اسلامی طراحی شود و ما باید به تولید بازی هایی بپردازیم که شیوه و سبک زندگی ایرانی- اسلامی را ترویج کنیم.

محمد امین حاجی هاشمی کارشناس بازی های رایانه ای در گفتگو با خبرنگار مهر، در ارتباط با صنعت بازی سازی گفت: بازی های رایانه ای از دهه ۱۹۹۰ آغاز شد و تا سال ۲۰۱۰ به اوج خود رسیده؛ این صنعت، در سال های اخیر، دوران بلوغ خود را پشت سر گذاشته است و پس از سیر نزولی بازی های ویدئویی از سال ۲۰۱۰ به بعد، دور جدیدی از بازی های رایانه ای ظهور کرده است.

این کارشناس بازی های رایانه ای عنوان



در گفتگو با مهر عنوان شد:

«عمار» فرصتی برای تغییر نگاه تهدیدمحور به بازی سازی است

شوند. این کارشناس مطالعات رسانه‌ای با اشاره به ابهام خانواده‌ها درباره فرصت‌ها و تهدیدهای بازی رایانه‌ای، ادامه داد: جشنواره عمار فرصت بسیار خوبی است تا دیدگاه کسانی را که بازی را تهدیدی برای فرهنگ خود می‌دانند تغییر دهد، چرا که بازی، ظرفیت خوبی برای نشر محتوای مفید و فرهنگ صحیح است که به طور غیرمستقیم می‌تواند فرهنگ‌سازی کند. وی با ابراز خوشحالی از ورود عمار در صنعت بازی رایانه‌ای افزود: حضور عمار در عرصه بازی رایانه‌ای با توجه به سابقه خوبش، می‌تواند توجه مخاطبان و تولیدکنندگان ارزشی را نسبت به اهمیت بازی جلب کند و فضای رقابتی خوبی ایجاد کند. مدیر موسسه خواجه نصیرالدین طوسی خاطرنشان کرد: در چندسال اخیر، پیشرفت‌های چشمگیری در صنعت بازی داشتیم و در حال حاضر برخی بازی‌های رایانه‌ای ما در حوزه بین‌المللی قابل رقابت هستند، بنابراین با این روند در پنج سال آینده، می‌توانیم سهمی در بازارهای جهانی داشته باشیم.

وجود ندارد. وی با اشاره به فعالیت و حمایت بنیاد ملی بازی رایانه‌ای از تولید کنندگان داخلی اظهار داشت: ورود جشنواره عمار به حوزه بازی‌های رایانه‌ای نقطه قوت و انگیزه‌ای است که باعث می‌شود علاوه بر گروه‌های محدود ارزشی، افراد دیگری هم که توانمندی این عرصه را دارند، وارد این حوزه شوند که موجب ایجاد فضای رقابتی و پیشرفت بازی رایانه‌ای کشور می‌شود. این کارشناس تصریح کرد: در عرصه تولید بازی رایانه‌ای، بعضی افراد بدون توجه به اینکه چه محتوایی در بازی باشد، از آثار غربی الگو می‌گیرند در نتیجه بازی‌هایی که می‌سازند همانند بازی‌های خارجی، آسیب‌هایی مثل خشونت دارد با این تفاوت که نسخه بومی شده هستند. وی در همین باره اضافه کرد: برخلاف افرادی که محتوا برای آن‌ها اهمیت ندارد، نیروهای متعهد و ارزشی درباره پیام و مفهومی که بازی منتقل می‌کند، حساس هستند و حضور جشنواره عمار در بازی رایانه‌ای، جرقه‌ای است تا چنین افرادی که بروز کمی دارند، بیشتر وارد این عرصه

بدن انسان برای کودکان به این شیوه آموزش داده می‌شود. این کارشناس، درباره وضعیت بازی‌سازی و محتوای بازی‌های تولید شده در کشور اظهار داشت: با توجه به شروع ساخت بازی در کشور اکنون در شرایط خوبی قرار داریم اما در مقایسه با کشورهای دیگر به شدت عقب هستیم که یکی از دلایل آن نیاز بازی‌سازان به حمایت مادی است که این امر در سایر کشورها به علت وجود قانون کپی‌رایت میسر شده است. ضابط بیان کرد: به‌عنوان مثال، اگر بطور میانگین یک بازی در خارج از کشور حدود ۲۰۰ هزار تومان خریداری شود، کپی شده همان بازی، با قیمت پنج هزار تومان در داخل عرضه می‌شود که این قطعاً راه پیشرفت را برای بازی‌سازان مستقل داخلی که توان مالی رقابت را ندارد، دشوار می‌کند. مدیر موسسه خواجه نصیرالدین طوسی قم، تصریح کرد: با وجود اینکه بازی‌سازی سومین صنعت درآمدزای دنیا شناخته می‌شود، در کشور ما به دلایلی مثل نبود کپی‌رایت، تبلیغات ضعیف و... چنین چیزی

مدیر موسسه خواجه نصیرالدین طوسی گفت: جشنواره عمار فرصت بسیار خوبی است تا دیدگاه کسانی را که بازی را تهدیدی برای فرهنگ خود می‌دانند تغییر دهد.

مصطفی ضابط، مدیر موسسه خواجه نصیرالدین طوسی قم و کارشناس بازی‌های رایانه‌ای در گفتگو با خبرنگار مهر درباره جایگاه بازی رایانه‌ای و بازی‌سازی گفت: امروز، بازی تبدیل به یک رسانه مهم شده است و به اعتقاد بیشتر کارشناسان تا ۱۰ سال آتی جایگزین رسانه‌هایی مثل سینما می‌شود، بنابراین از الان باید با حمایت گروه‌های ارزشی برنامه‌ریزی مناسبی در این حوزه صورت گیرد.

وی ادامه داد: طبق پیش‌بینی‌ها، بازی رایانه‌ای در آینده، نوع آموزش علوم مختلف را تحت تأثیر خود قرار دهد، بدین معنا که بازی‌های رایانه‌ای مهارتی برای آموزش، مورد استفاده قرار می‌گیرد و در حال حاضر نیز علوم مختلفی مثل برنامه‌نویسی و آناتومی

ایرانی عملاً برای مخاطب ایرانی غیرممکن شده است.

وی ادامه داد: به همین دلیل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، درصدد برآمده تا آرشیو ملی بازی‌های رایانه‌ای که شامل زحمات چندین ساله تمام بازی‌سازان کشورمان است را به صورت دیجیتالی جمع‌آوری کند تا امکان استفاده مجدد آن‌ها فراهم شود. کریمی به غیرانحصاری بودن این آرشیو اشاره کرد و گفت: این آرشیو، پس از تهیه در اختیار فروشگاه‌های دیجیتالی قرار می‌گیرد و آن‌ها می‌توانند به راحتی به عرضه این بازی‌ها بر بستر اینترنت و اینترنت داخلی بپردازند.

مدیر عامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای: آرشیو ملی بازی‌های رایانه‌ای ایرانی عرضه می‌شود

رشد منفی را تجربه کرده است. وی با اشاره به این که در سال‌های گذشته، بسیاری از بازی‌های رایانه‌ای ایرانی برای رایانه‌های شخصی تولید و به صورت فیزیکی عرضه شده‌اند گفت: بخش زیادی از این بازی‌ها از قفل‌های پیامکی و غیره استفاده می‌کرده‌اند که امروز سامانه فعال‌سازی اکثر آن‌ها غیرفعال است، در نتیجه تهیه بازی‌های قدیمی

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به یکی از برنامه‌های سال ۱۳۹۵ این بنیاد اشاره کرد و گفت: امسال آرشیو تمامی بازی‌های رایانه‌ای ایرانی را به صورت دیجیتالی تهیه و تجمیع خواهیم کرد. کریمی قدوسی تأکید کرد: هم‌اکنون در بازار جهانی بیش از نیمی از فروش بازی‌های ویدئویی به فروش دیجیتالی اختصاص دارد و فروش فیزیکی هر ساله

سازنده بازی رایانه‌ای «مبارزه در خلیج عدن»؛

«عمار» می‌تواند باعث رشد بازی‌های هماهنگ با فرهنگ جامعه شود



یک کارگردان بازی‌های رایانه‌ای گفت: جشنواره عمار با توجه به رویکردی که دارد، می‌تواند نقش بسزایی در تقویت محصولاتی داشته باشد که محتوایی هماهنگ با فرهنگ جامعه را منتقل می‌کنند.

شاهین صیاد حقیقی، سازنده بازی رایانه‌ای «مبارزه در خلیج عدن» و مدیرعامل موسسه رسانه پرداز آمیتیس در گفت‌وگو با خبرنگار مهر با اشاره به وضعیت نابسامان تولید بازی‌های رایانه‌ای در کشور، گفت: در این عرصه، تاکنون ساماندهی کامل و مناسبی نداشتیم، حتی نهادهای متولی این حوزه هم با مشکل تامین بودجه دست به گریبان هستند.

وی ادامه داد: بخشی از این مشکل، به این دلیل است که هنوز به عنوان یک رسانه به بازی رایانه‌ای، نگاه نمی‌شود، در حالی که بازی رایانه‌ای، بخش عمده‌ای از سرگرمی مردم است و به جرأت می‌توان گفت زمانی که مردم، صرف بازی می‌کنند به مراتب بیشتر از زمانی است که برای رسانه‌های دیگر می‌گذارند.

صیاد حقیقی با اشاره به قابل توجه بودن محصولات داخلی تولید شده از نظر فنی و محتوایی، بیان کرد: در حال حاضر، در منطقه جزء کشورهای تأثیرگذار در حوزه بازی رایانه‌ای هستیم، گرچه افراد زیادی را هم داریم که علی‌رغم دارا بودن توانمندی تولید محصول، به صورت شایسته، از ظرفیتشان استفاده نشده است.

سازنده بازی رایانه‌ای «مبارزه در خلیج عدن» با بیان اینکه بدلیل نداشتن حداقل زیرساخت‌های لازم این حوزه، نمی‌توان عنوان صنعت بازی رایانه‌ای را در کشور به کار برد، افزود: اگر در نگاه کلان خود در این عرصه،

تغییراتی ایجاد کنیم می‌توانیم تولیدات بهتری هم داشته باشیم که البته مواردی هم بودند که می‌توانستند برای کشور، ارز آوری هم کنند.

صیاد حقیقی با گرایش نسبت به پاکوت رسانه‌ای محصولات داخلی، اظهار داشت: یک بازی داخلی، حتی اگر محتوایی هم نداشته باشد، اما همان زمانی که از اوقات فراغت فرد را پر می‌کند، باعث می‌شود مخاطب سراغ محصول خارجی که محتوا و پیام منفی دارد، نرود که این در سطح خودش می‌تواند مثبت باشد اما متأسفانه رسانه‌های ما این تولیدات را نادیده می‌گیرند و صدای بازی‌سازان شنیده نمی‌شود.

سازنده بازی رایانه‌ای «مبارزه در خلیج عدن» در همین باره ادامه داد: عدم توجه مسئولان و رسانه‌ها به عرصه بازی‌های رایانه‌ای، باعث دلسردی فعالان این عرصه می‌شود تا جایی که موجب می‌شود ظرفیت‌ها و افرادی که با نگاه محتوایی، محصول تولید می‌کردند، با کنار گذاشتن این مسئله، تنها با هدف بازار فعالیت کنند.

وی درباره حضور نهادها و گروه‌های مردمی در این عرصه اظهار داشت: چنین گروه‌هایی در واقع برآیندی از جامعه هستند و حتی می‌توانند صدای فعالان بازی‌های رایانه‌ای را سازمان‌یافته‌تر به مسئولان برسانند که مطمئناً این حرکت، تأثیرگذار و نتیجه‌بخش است.

این فعال بازی‌های رایانه‌ای درباره کارکردهای این پدیده، خاطرنشان کرد: بازی به عنوان یک رسانه، می‌تواند منتقل‌کننده پیام‌های مختلفی باشد و این پیام‌ها حتی می‌توانند موارد آموزشی هم داشته باشند اما آن چه بازی را از سایر رسانه‌ها متمایز می‌کند،

ساختار تعاملی آن است.

صیاد حقیقی افزود: همان‌طور که در رده‌های پایه، آموزش در قالب شعر یا بازی فیزیکی صورت می‌گیرد و اثر ماندگاری بر جای می‌گذارد این اتفاق در بحث بازی رایانه‌ای تشدید می‌شود یعنی در حوزه آموزشی هم می‌توانیم از این ابزار استفاده کنیم که تأثیر بیشتری روی مخاطب داشته باشد. وی درباره آینده بازی‌های رایانه‌ای تصریح کرد: رسانه‌ها با پیشرفت تکنولوژی حذف نمی‌شوند، بلکه خودشان را متناسب با زمان، به‌روز می‌کنند، به صورتی که دیگر تفاوتی بین فضای واقعی و فضای مجازی احساس نمی‌شود، به طور مثال، می‌توان گفت سینما به سمت تعاملی شدن می‌رود و در این بین بازی رایانه‌ای نیز به‌روزتر می‌شود.

سازنده بازی رایانه‌ای «مبارزه در خلیج عدن» درباره حضور جشنواره عمار در عرصه بازی‌های رایانه‌ای بیان کرد: جشنواره عمار با توجه به ارزش‌گذاری و رویکردی که دارد، اگر به صورت مناسب پیگیری شود، می‌تواند نقش بسزایی در رشد و تقویت تولید محصولاتی باشد که پیام و محتوای متناسب با فرهنگ جامعه را منتقل کنند.

وی با اشاره به مشکلات توزیع بازی‌های رایانه‌ای اظهار داشت: پیش از این، ناشران زیادی در این عرصه فعالیت می‌کردند، اما در حال حاضر ناشر فیزیکی بازی نداریم و جشنواره عمار می‌تواند با سیاست‌گذاری مناسب و بسترسازی برای بکارگیری ظرفیت‌های موجود، در این زمینه وارد شود و به توزیع محصولاتی که با محتوای مناسب تولید شده‌اند، کمک کند.

با حضور ۳۲ تیم مطرح جهانی؛

بازی ایرانی «والیبال ۲۰۱۶» منتشر می شود



سطح جهانی وجود ندارد. حالت‌های مسابقه‌ای مختلفی هم برای بازی در نظر گرفته شده که از جمله آن‌ها می‌توان به مسابقات دوستانه، لیگ جهانی، جام جهانی، قهرمانی جهان و غیره اشاره کرد. به دلیل اهمیت گزارشگری در بازی‌های ورزشی، تولیدکنندگان والیبال ۲۰۱۶ با گزارشگر مطرح والیبال «کیومرث کرده» به توافق رسیدند و صدای این گزارشگر بازی را همراهی خواهد کرد. وظیفه انتشار این بازی را شرکت «های-وی-یو» برعهده گرفته است و قصد دارد بازی را از اوایل اردیبهشت ماه و پیش از آغاز لیگ جهانی والیبال که در خرداد ماه آغاز می‌شود، منتشر کند.

بازی ایرانی «والیبال ۲۰۱۶» که پیش‌تر «والیبال مدرن» نامیده می‌شد، پس از گرفتن مجوز نشر، اوایل اردیبهشت ماه و پیش از آغاز برگزاری لیگ جهانی والیبال منتشر می‌شود. پس از موفقیت‌های پی‌درپی و درخشیدن نام تیم ملی والیبال کشورمان در اغلب مسابقات جهانی؛ استودیو بازی‌سازی کاکتوس ساخت بازی بر اساس این ورزش را از اوایل سال ۹۳ آغاز کرد. بازی «والیبال ۲۰۱۶» به‌عنوان اولین بازی ویدئویی والیبال در کشور شناخته می‌شود که ۳۲ تیم برتر والیبال جهان در بازی حضور دارند. از نظر گستردگی تیم‌ها و تعداد بازیکنان شبیه‌سازی شده، رقیبی برای این بازی حتی در

بازی فکری و نسخه عربی «بچرخ تابچرخیم» در لبنان منتشر شد



بعد از استقبال گسترده از انیمیشن «بچرخ تا بچرخیم» نسخه عربی این انیمیشن نیز منتشر شد. نسخه عربی این پویانمایی همزمان با تولید و انتشار بازی فکری و داستان مصور (کمیک استریپ) در کشور لبنان منتشر شده و داستان مصور «بچرخ تا بچرخیم» با عنوان عربی «دوری یا بلابل!» در ماهنامه لبنانی «مهدی» به چاپ رسیده است. این ماهنامه لبنانی با تهیه داستان مصور این انیمیشن سعی می‌کند تا کودکان لبنانی را با موضوع استکبار ستیزی آشنا کند. در روزهای اخیر استقبال از انیمیشن «بچرخ تا بچرخیم» در داخل ایران نیز رشد محسوسی داشته و طی یک هفته اخیر بازدید از این انیمیشن از مجموع یک میلیون بار گذر کرده است. انیمیشن «بچرخ تا بچرخیم» به قلم محمد سرشار، تهیه‌کنندگی محمد امین همدانی و کارگردانی رسول آذرگون خرداد ماه سال گذشته تولید و برنده فانوس ششمین جشنواره مردمی عمار شده بود.

نویسنده و طراح بازی «من سربازم»؛

تولید بازی رایانه‌ای بومی، راهی برای مقابله با جنگ نرم است

که دشمن از آن به عنوان وسیله‌ای برای هجوم فرهنگی به کشورهای در حال پیشرفت، به‌ویژه ایران اسلامی استفاده می‌کند و بارها از این طریق عداوت خود را نشان داده، بازی‌های رایانه‌ای است. تولیدکننده بازی «پایان گمراهی» با اشاره به این که بازی‌های رایانه‌ای، امروزه به پرمصرف‌ترین و مهم‌ترین ابزار سرگرمی و فرهنگ‌سازی کودکان و نوجوانان در جهان تبدیل شده گفت: بازی‌سازان ما باید هوشیار باشند و برای تولید و توسعه بازی‌هایی با محتوای منطبق بر فرهنگ بومی، ملی و اسلامی تلاش کنند و به ترویج مبانی فرهنگی و هویت اسلامی ایرانی از طریق این صنعت با نگاه ویژه به کودکان و نوجوانان بپردازند.



میرزایی از تولید و انتشار نسخه‌ای از این بازی برای نوجوانان و جوانان افغان خبر داد و گفت: با توجه به اینکه شخصیت اصلی بازی «Metal Gear Solid V» در شمال افغانستان به ماوریت می‌پردازد، نسخه‌ای از بازی «من سربازم» با عنوان «شیر افغان» برای آگاه‌سازی جوانان مسلمان کشور همسایه‌مان افغانستان، تولید می‌شود چرا که در این بازی، آنها هم هدف تهاجم فرهنگی دشمن قرار گرفته‌اند.

این کارگردان و نویسنده بازی‌های رایانه‌ای گفت: نسخه «شیر افغان»، مخاطبان نوجوان و جوان افغان را با دلاوری‌ها و آرمان‌های سردار مجاهد، شهید احمد شاه مسعود آشنا می‌کند و خوب است در شرایط فعلی، بازی‌سازها به فرهنگ و هنر بومی خود و به چهره‌های شاخص سرزمین‌شان، توجه بیشتری نشان دهند و از قالبی جذاب برای انتقال مفاهیم ارزشی به نسل جوان بهره ببرند.

به گفته میرزایی، سال‌هاست دشمنان سعی دارند با تهاجم فرهنگی، نسل جوان را که آینده‌سازان کشورند نسبت به فرهنگ و اعتقادات بی‌اهمیت و بی‌تفاوت کنند و با روش‌های مختلف سعی دارند به داخل کشور نفوذ کنند و این همان چیزی است که مقام معظم رهبری بارها بر آن تأکید داشته و خطرهای آن را هشدار داده‌اند. از طرف دیگر، یکی از مهمترین استراتژی‌هایی

شهاب میرزایی در گفتگو با خبرنگار مهر از تولید بازی رایانه‌ای «من یک سربازم» خبر داد و افزود: این بازی به مقابله با جنگ نرم می‌پردازد. این بازی، کاری از گروه «نیکدونه» است که نویسندگی و کارگردانی آن را خود من برعهده داشته‌ام و مدیریت هنری آن با احسان میرزایی بوده که دوره نظامی را در سپاه پاسداران انقلاب اسلامی گذرانده است. به گفته کارگردان «من سربازم»، این بازی در عین حال که اثری سرگرم‌کننده است، نوجوانان و جوانان را از استراتژی و شیوه نوین نفوذ دشمن از طریق هنر و فرهنگ، آگاه می‌کند؛ علاوه‌بر آن با توجه به تهدیداتی که از سوی دشمنان بر علیه کشورمان صورت می‌گیرد، این بازی با محتوای آموزشی خود، مخاطبان این حوزه را برای هرگونه حمله فرهنگی و نظامی آماده می‌کند.

بازی‌های رایانه‌ای صاحب «برنامه» شد



اولین نشست خبری حسن کریمی قدوسی مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در سال جدید با هدف تشریح برنامه‌های این بنیاد در سال ۹۵ روز سه‌شنبه ۱۴ اردیبهشت‌ماه در محل ساختمان مرکزی بنیاد برگزار شد.

در ابتدای این نشست قدوسی ضمن تسلیت شهدای امام موسی کاظم(ع) گفت: گزارش عملکرد بنیاد در سال ۹۴ پیش از این در قالب دفترچه‌ای تدوین شده و در دسترس اهالی رسانه قرار دارد و به همین دلیل این نشست را بیشتر به برنامه‌های سال جاری اختصاص خواهیم داد. قدوسی ادامه داد: به جرأت می‌توان گفت این برای اولین بار است که بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای بعد از نزدیک به ۸ سالی که از عمر آن می‌گذرد، سال خود را با برنامه آغاز می‌کند. واحد توسعه و سرمایه‌انسانی در بنیاد سعی کرده‌اند با بررسی نیازهای صنعتی بازی‌سازان و خانواده‌ها به ارزیابی دقیقی از اولویت‌های ما در این عرصه دست پیدا کنند و با توجه به بودجه محدودی هم که در اختیار داریم سعی کردیم برای سال جاری با بودجه‌ریزی کاملاً عملیاتی پیش برویم. به همین دلیل هم امروز می‌توانیم بگوییم که در طول سال جاری چه کارهایی انجام خواهیم داد. مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در ادامه با اشاره به «جریان‌سازی، حمایت و نظارت» به عنوان سه وظیفه اصلی این بنیاد به تشریح برنامه‌های سال ۹۵ در این سه حوزه پرداخت.

بازی‌های رایانه‌ای در فهرست برنامه‌های سال ۹۵ به آن اشاره کرد.

در دانشگاه‌های کشور از دیگر برنامه‌های بنیاد ملی در سال جاری خواهد بود.

تجهیز سه دانشگاه معتبر برای پژوهش در حوزه بازی‌های رایانه‌ای

کریمی قدوسی در ادامه نشست به برنامه‌های بنیاد در حوزه «حمایت» پرداخت و ابتدا به طراحی سامانه‌ای تحت عنوان «چه جوری؟» با هدف ایجاد فضایی برای گفتگو و تعامل مستقیم بازی‌سازان با یکدیگر اشاره کرد. وی به برنامه‌ریزی برای تجهیز سه دانشگاه معتبر در جهت تبدیل شدن به مراکز پژوهشی در حوزه بازی‌های رایانه‌ای اشاره کرد و گفت: در این زمینه توافقات با دانشگاه تهران به مرحله نهایی رسیده و هنوز دو دانشگاه دیگر مشخص نشده‌اند. طراحی سامانه «سی‌جی جایز» با هدف بازاریابی برای فعالان حوزه بازی‌های رایانه‌ای و نیز رونمایی از سامانه‌ای آموزشی با هدف ارائه محتوای آموزشی به بازی‌سازان از دیگر برنامه‌های حمایتی بنیاد برای سال جاری خواهد بود. کریمی قدوسی همچنین از حمایت هدفمند از پایان‌نامه‌های کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری خبر داد و گفت: این جنس حمایت‌ها تا پیش از این هیچ‌گاه هدفمند نبوده و برای اولین بار برای این منظور بودجه‌ای در نظر گرفته‌ایم تا ۵ پایان‌نامه کارشناسی، ۱۰ پایان‌نامه ارشد و ۱۰ پایان‌نامه دکتری را به صورت مستقیم مورد حمایت قرار دهیم. طراحی بسته‌های حمایتی برای میزبانی بازی‌های ایرانی آنلاین هم از دیگر برنامه‌های بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برای سال ۹۵ خواهد بود. سومین حوزه تبیین برنامه‌های بنیاد حوزه «نظارت» بود که کریمی قدوسی در این بخش به رونمایی از سامانه مشاوره تلفنی و اینترنتی به خانواده‌ها در راستای استفاده صحیح از بازی‌های رایانه‌ای در پاییز امسال اشاره کرد.

وی همچنین گفت: از مصوبات شورای عالی فضای مجازی هم انتظار داریم که با گرفتن تخفیف از صداوسیما و شهرداری به منظور تبلیغ بازی‌های رایانه‌ای موافقت

حمایت از گیم‌رها

قدوسی در ادامه به حمایت مادی و معنوی از گیم‌رها اشاره کرد و گفت: گیم‌رها در سال‌های قبل غالباً در برنامه‌های حمایتی مغفول می‌ماندند اما امسال برنامه مفصلی برای حمایت از این گروه و تعریف هویت مشخص برای آن‌ها در نظر گرفته‌ایم. مدیرعامل بنیاد بازی‌های رایانه‌ای همچنین از تحلیل و تخمین بازار بازی‌های رایانه‌ای خبر داد و گفت: این پویش تا ۱۱ خردادماه به اتمام می‌رسد و از ابتدای تیرماه نتایج آن را منتشر خواهیم کرد. آمار موجود امروز مربوط به پویش سال ۹۲ است و امسال اطلاعات ما در این زمینه به روز خواهد شد.

در کنار این پویش، پیمایش مستقلاً هم با موضوع بازی‌های میابلی صورت خواهد گرفت. قدوسی در ادامه از انتشار نشریه تخصصی مطالعات بازی به عنوان اولین ژورنال تخصصی پژوهشی در ایران در حوزه بازی‌های رایانه‌ای خبر داد و گفت: این نشریه از برج چهار به صورت منظم منتشر خواهد شد و برای همه دانشگاه‌ها و محافل تخصصی ارسال می‌شود. وی به فرآیند طراحی شده برای رونمایی از بازی‌های رایانه‌ای براساس «شایسته‌سالاری» هم اشاره کرد و گفت: بر اساس این طراحی هر ماه یک بازی با تشخیص و انتخاب بازی‌سازان و مخاطبان برای رونمایی انتخاب می‌شود تا فرآیند آن کاملاً شفاف باشد و این شائبه پیش نیاید که بنیاد تنها برای بازی‌های تولید خود آئین رونمایی برگزار می‌کند.

آموزش به خانواده‌ها در سراهای محله، برگزاری نمایشگاه‌های محلی در نقاط مختلف تهران، آموزش نیروهای امور تربیتی در آموزش و پرورش با همکاری ستاد مبارزه با بازی‌های غیرمجاز و نیز تلاش برای ایجاد رشته بازی‌سازی رایانه‌ای در مقطع ارشد دانشگاه آزاد از دیگر برنامه‌هایی بود که مدیرعامل بنیاد

تلاش برای برقراری ارتباط با جامعه بین‌الملل

قدوسی درباره جریان‌سازی گفت: با توجه به رفع تحریم‌ها این خلاء احساس شد که ما هیچ راهنمایی برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی در حوزه بازی‌های رایانه‌ای نداریم و به همین دلیل برقراری ارتباط با جامعه بین‌الملل را در دستور کار قرار داده‌ایم و در همین راستا کتابی پیرامون کسب و کار در بازار بازی‌های رایانه‌ای ایران در دست تدوین است.

این کتاب در آینده‌ای نزدیک در اختیار اتاق بازرگانی سایر کشورها و دیگر مراکز اقتصادی قرار خواهد گرفت. وی ادامه داد: در این کتاب قوانین بازی‌سازی در ایران و نکات محتوایی لازم در این زمینه به طور کامل تبیین شده تا فعالان خارجی بتوانند از طریق آن آشنایی بیشتری با بازار ایران به دست بیاورند. قدوسی در ادامه به برگزاری دو کنفرانس بین‌الملل در سال ۹۵ اشاره کرد و گفت: اسفندماه امسال شاهد برگزاری یکی از بزرگترین رویدادها در حوزه بازی‌های رایانه‌ای در برج میلاد خواهیم بود. کنفرانس TGC (تهران گیم کانکت) رویدادی است که تلاش داریم تبدیل به محیطی برای درک بین‌المللی بازار بازی‌های رایانه‌ای در ایران شود. وی به دیگر کنفرانس این بنیاد در سال جاری هم اشاره کرد و گفت: کنفرانس بین‌المللی بازی‌های جدی هم پاییز امسال برگزار خواهد شد. بازی‌های جدی با رویکردهای همچون آموزش، درمان و امور دیگر امروزه اهمیت بالایی در بازار بازی‌های رایانه‌ای پیدا کرده است و برگزاری این کنفرانس کمک خواهد کرد تا این حوزه مورد توجه نهادهای مختلف در ایران هم قرار بگیرد.

برگزاری مسابقات بازی‌سازی میان انستیتو ملی بازی‌های رایانه‌ای ایران و بازی‌سازان ترکیه و پاریس و برگزاری مسابقات استانی بازی‌سازی از تابستان امسال

اطلاع‌رسانی همه ناشران می‌توانند از لحظه تحویل بازی با بنیاد تا زمان صدور مجوز گام به گام در جریان مراحل کار قرار بگیرند و شاید اینگونه دیگر شائبه‌ای به وجود نیاید.

افزایش ۱۰ درصدی بودجه بنیاد در سال ۹۵

به گفته قدوسی در حال حاضر به صورت اسمی ۱۲ ناشر بازی‌های رایانه‌ای در کشور وجود دارد که به صورت واقعی ۶ شرکت فعال هستند. میزان بودجه بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برای تحقق برنامه‌های اعلام شده هم سوال یکی دیگر از رسانه‌ها بود که قدوسی در پاسخ به آن گفت: بودجه ما در سال گذشته ۵ میلیارد تومان بود و از این میزان ۴ میلیارد تومان آن تخصیص پیدا کرد. امسال و روی کاغذ بودجه در نظر گرفته شده برای بنیاد ۱۲ میلیارد تومان است که افزایش بیش از ۱۰۰ درصدی را نشان می‌دهد اما هنوز این بودجه نهایی نشده و مشخص نیست چه بخشی از آن تخصیص داده شود.

در هر حال ما با توجه به همین افزایش بودجه برنامه‌ریزی خود را انجام دادیم و امیدواریم در این زمینه با مشکل تخصیص اعتبار مواجه نشویم.

توافق خواهیم رسید. وی در بخش دیگری از اظهارات‌اش گفت: یکی از بزرگترین اتفاقات امسال تحقق وعده‌ای است که من در سال ۹۳ مطرح کردم و آن برنامه‌ریزی برای افتتاح بزرگترین بازار دیجیتال عرضه بازی‌ها خواهد بود که این بازار در بهمن یا اسفند امسال رونمایی خواهد شد.

تحلیل ما این است که رونمایی از این بازار بزرگترین اتفاق در این عرصه محسوب می‌شود. مدیرعامل بنیاد بازی‌های رایانه‌ای در پاسخ به سوال دیگری درباره تعداد هولوگرام‌های استفاده شده از سوی ناشران در سال گذشته گفت: ما در سال ۹۲ نزدیک به ۱۸ میلیون هولوگرام برای بازی‌های رایانه‌ای به ناشران دادیم که این آمار در سال گذشته به ۷ میلیون ۶۰۰ هزار رسید. این نشان دهنده واقعی‌تری است که در کف بازار در جریان است و ما باید به جای عرضه فیزیکی به فکر سامان‌دهی بازارهای دیجیتال در حوزه بازی‌های رایانه‌ای باشیم.

وی همچنین درباره تأخیر در صدور مجوز بازی‌ها هم به زمان‌بر بودن این فرآیند به نسبت یک فیلم سینمایی اشاره کرد و گفت با توجه به طراحی سامانه

شود. ادامه نشست خبری مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به پرسش اهالی رسانه اختصاص داشت که قدوسی در این بخش و در پاسخ به سوالی درباره حمایت از بازی‌های قرآنی گفت: براساس برنامه‌ریزی‌ای که داشته‌ایم بازی‌های قرآنی از مزیت ویژه‌ای برای بهره‌مندی از تسهیلات کم‌بهره ویژه بازی‌سازان برخوردار خواهند بود. وی به برگزاری قطعی جشنواره ششم بازی‌های رایانه‌ای هم اشاره کرد و گفت: با بخش خصوصی برای برگزاری نمایشگاه وارد مذاکره شده‌ایم و تازه‌ترین خبر در این باره این است که امکان اجاره مصلای به دلیل پر بودن برنامه آن‌ها میسر نشده و شاید بتوانیم اسفندماه این نمایشگاه را در برج میلاد برگزار کنیم.

نمی‌توانیم با بودجه خودمان نمایشگاه برگزار کنیم

کریمی قدوسی تصریح کرد: با توجه به شرایط مالی بنیاد ما نمی‌توانیم با بودجه خودمان نمایشگاه برگزار کنیم و حالا که بخش خصوصی پای کار آمده است باید ببینیم چه زمانی برای برگزاری این رویداد به

نخستین بازی رایانه‌ای در حوزه سبک زندگی اسلامی ایرانی تولید شد

به بهترین بازی‌های این بازی، جوایز ارزنده‌ای داده خواهد شد. مدیرعامل این شرکت دانش بنیان با اشاره به اینکه که این بازی در ایران نمونه نزدیک ندارد، عنوان کرد: پیش‌بینی می‌شود نسخه رایانه‌ای این بازی به همین زودی به بازار بازی‌های رایانه‌ای ایران عرضه شود.

حجت الاسلام داستانی پنیسی در بخش دیگری از صحبت‌های خود، با اشاره به ضرورت بحث تبلیغ در حوزه‌های علمی، تولید بازی‌های رایانه‌ای ارزشی را یکی از مصادیق اصلی تبلیغ حوزوی برشمرد و خاطرنشان کرد: با عنایت خداوند متعال و دعای خیر اساتید و دوستان، توانسته‌ایم در زمینه تولید بازی‌های رایانه‌ای حضوری فعال داشته باشیم و پیش از این موفق به تولید ۲ بازی رایانه‌ای با محتوا و ارزشی با نام‌های «عملیات انهدام ۱: نبرد فاو» و «عملیات انهدام ۲: نبرد خرمشهر» شده‌ایم و جوایز و مقام‌های متعددی را در این رشته به دست آوریم. وی در پایان با اشاره به اینکه بازی‌های رایانه‌ای دارای اهمیت خاصی است و باید مسئولان به اهمیت این امر پی ببرند عنوان کرد: فناوریهای بازیهای رایانه‌ای با فرهنگ اسلامی می‌تواند سرآغازی برای ورود مفاهیم دینی به این عرصه مهم و راهبردی در کشور ما باشد از این رو معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری می‌تواند با حمایت‌های خود در این راه بیش از پیش در چرخه تبدیل علم به ثروت مثبت واقع شود.

را برای جلوگیری از سایر بازی‌های بازی در سراسر کشور به کار گیرند. بدیهی است در مقاطع زمانی مشخص

نفره در رایانه شخصی خود انجام دهند، با اتصال به اینترنت، در یک رقابت ملی در درون بازی حضور یابند و سعی خود

بازی رایانه‌ای ماجراجویانه «سفر جنجالی»، نخستین بازی رایانه‌ای تخصصی در حوزه سبک زندگی اسلامی ایرانی است که در ایران نمونه نزدیک ندارد. «سفر جنجالی» عنوان رسمی‌ترین بازی رایانه‌ای تولیدشده به منظور معرفی و نهادینه‌سازی شیوه و سبک اسلامی ایرانی و فرهنگسازی و ترویج اقتصاد دانش بنیان است که داستان آن در یک تمدن فرضی و بسیار زیبا روی می‌دهد، تمدنی که از روستا و شهرهایی تشکیل شده و هر یک از آن‌ها دارای اماکن متعددی هستند.

بازی‌باز در این بازی با همکاری شخصیت‌هایی دیگر درون بازی به مکان‌های جذابی رفته، مجهولاتی متنوعی را کشف کرده، جلوی یک خرابکاری نفوذی بزرگ را گرفته است.

حجت الاسلام و المسلمین حبیب داستانی پنیسی، مدیرعامل یک شرکت دانش‌بنیان، در توصیف این بازی، آن را بسیار جذاب دانست و گفت: این بازی دارای المان‌های فرهنگی و مذهبی فراوانی است که به صورت هنرمندانی و غیر مستقیم در درون بازی نهادینه شده‌اند.

وجود دو گونه معما و جورچین بسیار جدید درون امامزاده‌ای در روستا، ماموریت یافتن چند شیء قدیمی گم‌شده در یک گرمابه بسیار زیبا و نیاز به انجام محاسبه با چرتکه، از نمونه‌های این المان‌های دوست‌داشتنی هستند. وی ادامه داد: این بازی قابلیت رقابت آنلاین دارد و تمام بازی‌های آن می‌توانند علاوه بر آن که بازی را به صورت یک



سهم حماسه خرمشهر از بازار بازی رایانه‌ای چقدر است؟

حماسه بازی یا حماسه سازی؟



از میان رویدادهای ریز و درشت تاریخ معاصر به ویژه تحولات مرتبط با انقلاب و دفاع مقدس، حماسه آزادسازی خرمشهر این شانس و اقبال حداقلی را داشته که در بازار نیمه جان تولید و عرضه بازی‌های رایانه‌ای به طور کامل مغفول نماند و دستمایه تولید بازی‌های متعددی شود.

مروری کوتاه بر اخبار مرتبط با حوزه بازی‌های رایانه‌ای نشان می‌دهد در چند سال گذشته و همزمان با سالروز حماسه سوم خرداد همواره شاهد رونمایی و یا کلید خورد تولید بازی‌هایی از این دست بوده‌ایم. بازی‌هایی که گویی کارکرد اصلی‌شان تنها «حماسه‌سازی» بوده است و نه «حماسه‌سازی»! بی‌تناسبی حجم دور خیز برای تولید بازی‌های رایانه‌ای مرتبط با حماسه خرمشهر به طور خاص و دفاع مقدس به طور عام‌تر با ویرترین بازار بازی‌های رایانه‌ای ایران، نکته‌ای است که به آسیب‌شناسی آن پرداخته‌ایم.

یک مرور؛ تجربه‌هایی که بازار نداشت

برای شروع بد نیست مروری به برخی تولیدات مرتبط با «آزادسازی خرمشهر» داشته باشیم. یک جستجوی ساده در فضای مجازی نشان می‌دهد حداقل از نظر کمی بازی‌های رایانه‌ای تولید و عرضه شده با موضوع حماسه خرمشهر عدد قابل توجهی دارند. این البته به معنای حجم بالای تولید در این حوزه نیست بلکه از منظر «مقایسه» و باتوجه به نبود آثاری با موضوع «انقلاب» و یا «دفاع مقدس» می‌توان تولید این تعداد بازی درباره یک رویداد مشخص را قابل توجه دانست. «چریک»، «تبرد خرمشهر»، «مقاومت ۳۴ روزه خرمشهر»، «عملیات انهدام» و «فاتحان خورشید» از مهمترین تجربه‌های بازی‌سازان ایرانی در زمینه ساخت بازی با موضوع «خرمشهر» است که توانسته‌اند به فضای رسانه‌ای راه پیدا کنند و درباره تولید و عرضه آن‌ها اطلاع‌رسانی شود. نکته جالب هم اینکه غیر از یک نمونه فصل مشترک باقی این بازی‌ها توقف در مرحله خبررسانی و ناکام ماندن در مسیر رسیدن به مرحله

کار می‌کنند و اینگونه نیست که به یک بار روایت آن بسنده کرده باشند. وی می‌افزاید: اینگونه هم نیست که بازی‌سازی درباره رویدادی همچون آزادسازی خرمشهر تبدیل به موازی کاری شود چراکه هر یک از این بازی‌ها روایت یک رویداد از منظر یک بازی‌ساز است. اگر هر کدام از بازی‌سازان به دنبال زاویه نگاه خاص خود به یک حماسه باشند، تبدیل به یک موازی کاری نمی‌شود.

واقع امر این است که ما در این زمینه کار ترویجی می‌کنیم و نه تحقیقی و اینگونه نیست که بگوییم تا همین جا که آمدیم دیگر بس است؛ هرچه بیشتر کار تولید کنیم در ترویج موفق‌تر خواهیم بود. طراح و مجری بازی رایانه‌ای «عملیات انهدام ۲» درباره دلایل توفیق این بازی در بازار و ارتباط موفق آن با مخاطبان هم می‌گوید: واقع امر این است که عملیات انهدام ۱ زمانی منتشر شد که هیچ بازی درست و حسابی ایرانی در بازار وجود نداشت و حتی صراحتاً می‌گویم این بازی زمانه عرضه شد که مسئولان ما تفاوت بازی رایانه‌ای و خمیر بازی را نمی‌دانستند! همان زمان می‌گفتند که این بازی حتی ۱۰۰ نسخه هم فروش نخواهد کرد اما دیدیم که هم آن زمان و هم همین امروز هنوز «عملیات انهدام ۱» جزو بازی‌های رایانه‌ای پرفروش در ایران است. وی ادامه داد: با همان سابقه ذهنی قسمت اول، زمانی که «عملیات انهدام ۲» منتشر شد مورد توجه قرار گرفت به خصوص که این بار بازی دارای بازی‌نامه تخصصی و ویژگی‌های فنی بالاتر بود.

این بازی آنقدر با استقبال مواجه شد که هنوز هم جزو سه چهار بازی پرفروش است. این فروش را هم بدون هرگونه تبلیغ به دست آورده و به کسی هم آن را هدیه نداده‌ایم و همه آمار فروشش واقعی است. داستانی بنیسی در توضیح چرایی «نداشتن تبلیغ» می‌گوید: خب طبیعی است که من یک طلبه از شهر قم هستم و تنهایی وارد این میدان شده‌ام. دولت پای کار نیست و ما هم ناگزیر در حد توان خود می‌توانیم محصول مان را تبلیغ کنیم. در همین اندازه هم عملکرد موفق‌تری داشته و این بازی خیلی خوب دیده شد.

طراح «عملیات انهدام ۲» درباره نبود برند معتبر در حوزه بازی‌سازی پیرامون حماسه خرمشهر به رغم تعدد تولیدات در این زمینه هم معتقد است: شاید ما هنوز تبدیل به برند نشده‌ایم اما همین عملیات انهدام ۲ را در حد و اندازه یک نیمچه برند بالا آورده‌ایم. اگر بپرسید چرا این برندسازی تبدیل به جریان نشده است می‌گویم در این زمینه تنها تولید ملاک نیست. همین اواخر یک بازی درباره آزادسازی خرمشهر در بازار عرضه شد که واقعا کار ضعیفی بود و طبیعتاً عرضه این بازی در بازار موجب سلب اعتماد از مخاطب می‌شود.

این بازی‌ساز تأکید دارد: بازی‌سازان ایرانی باید کیفیت نسبی را در تولید بازی رعایت کنند که البته بعد از این مرحله تازه به مشکلاتی همچون تبلیغ و شبکه توزیع مواجه خواهیم بود! داستانی بنیسی با اشاره مضللات جدی در عرصه عرضه بازی‌های رایانه‌ای گفت: ما در واقع شبکه توزیع رسمی برای بازی‌های ایرانی نداریم و این در حالی است که عرضه بازی‌های خارجی غیرمجاز یک سیستم توزیع منظم و سراسری دارد! ما در زمینه شبکه توزیع و تبلیغ محصول ایرانی ضعف جدی داریم و باید آن را برطرف کنیم.

طراح و مجری بازی رایانه‌ای «عملیات انهدام ۲» در پایان تأکید کرد: مطمئن باشید اگر یک بازی خوب

عرضه در بازار است. به تعبیر دیگر این تجربه‌های متعدد هیچ کدام نتوانسته‌اند به واسطه تسخیر بازار بازی‌های رایانه‌ای نام خود را بر سر زبان‌ها بینند. در کنار این آثار حجم قابل توجهی از تولیدات غیررسمی و غیررسانه‌ای هم قابل رصد است که غالباً در گروه‌های کوچک بازی‌ساز تولید شده و فرصت عرضه هم به دست نیاورده‌اند. اتفاقاً به بهانه سامان‌دهی همین قسم بازی‌ها هم بوده که بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در روزهای اخیر به بهانه همزمانی با سالروز حماسه خرمشهر فراخوان مسابقه بازی‌سازی در این زمینه را منتشر کرده است.

روایت بازی‌ساز؛ دولت پای کار نیست

در میان بازی‌های رایانه‌ای تولیدشده پیرامون آزادسازی خرمشهر، یکی از موفق‌ترین تولیدات «عملیات انهدام ۲» بوده است که تولید و عرضه آن در بازار را یک شرکت بازی‌ساز مستقر در شهر قم برعهده داشته است.

حجت الاسلام حبیب داستانی بنیسی مدیرعامل این شرکت و طراح بازی «عملیات انهدام ۲» درباره لزوم ساخت بازی‌هایی از این دست به خبرنگار مهر می‌گوید: در تاریخ معاصر ما حوادث و حماسه‌های متعددی در داخل و خارج از کشور روی داده است که قابلیت پرداخت دارند. در میان این حوادث، دفاع مقدس جایگاهی ویژه دارد و در میان عملیات‌های دفاع مقدس هم عملیات بیت‌المقدس که به آزادسازی خرمشهر منتهی شد یکی از بزرگترین عملیات‌ها بود. همه این‌ها نشان می‌دهد حماسه خرمشهر ظرفیت بالایی برای بازی‌سازی دارد.

داستانی بنیسی ادامه می‌دهد: در بازار جهانی بازی‌های رایانه‌ای شاهدیم بعد از گذشت بیش از ۷۰ سال از جنگ جهانی هنوز بازی‌هایی مانند «فتح برلین» تولید و عرضه می‌شود و این نشان‌دهنده اهمیت زنده‌نگاه داشتن یک رویداد تاریخی در عرصه بازی‌سازی است. آن‌ها هنوز دارند روی تحولات مرتبط با جنگ جهانی

ساخته شود و خوب هم تبلیغ شود حتما با استقبال بی نظیر مردمی هم مواجه خواهد شد.

روایت مدیر؛ از مخاطبان سلب اعتماد شده است

پیرو اظهارات و درددل‌های یکی از بازی‌سازان فعال در حوزه به تصویر درآوردن حماسه خرمشهر پیرامون نبود حمایت‌های دولتی سراغ اصلی‌ترین مرکز متولی سامان‌دهی بازار بازی‌های رایانه در کشور رقتیم. حسن کریمی قدوسی مدیر جوان بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای درباره اقبال بازی‌سازان ایران به حماسه خرمشهر به خبرنگار مهر می‌گوید: به دلیل جنس اتفاقی که در این برهه زمانی خاص شاهد آن بوده‌ایم، این رویداد ظرفیت بالایی برای تبدیل شدن به بازی رایانه‌ای دارد و به همین دلیل هم در همین سال‌های اخیر سه چهارم بازی موفق داشته‌ایم که از این میان بازی «تبرد ۳۴ روزه» که قرار بود سال گذشته روانه بازار شود هنوز به سرانجام نرسیده و احتمالا امسال شاهد عرضه آن خواهیم بود.

وی با اشاره به فراخوان منتشر شده از سوی بنیاد ملی برای ساخت بازی با موضوع خرمشهر، ادامه داد: بازی‌هایی که تا به امروز در این زمینه تولید شده است، غیر از «عملیات انهدام ۲» فروش موفق نداشته‌اند. به همین دلیل هم ما به سمت بازی‌های میابلی تغییر جهت داده‌ایم.

تمرکز ساخت بازی در این فراخوان هم بر روی بازی‌های میابلی و کوچک است که هم در دسترس تر باشد و هم فروش بهتری داشته باشد. مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در تحلیل دلایل ناکامی بازی‌های تولید شده تا به امروز در این زمینه می‌گوید: ما اصولا در بازی‌های کامپیوتری به دلیل جنس بازاری که داریم با بی‌اقبالیتی به بازی‌های ایرانی مواجهیم.

بخشی از این شرایط به تفاوت قیمت فاحش بازی‌های فاقد کپی‌رایت خارجی با تولیدات داخلی بازمی‌گردد که بنده بارها به این نکته اشاره کرده‌ام. از سوی دیگر هم در سال‌های اخیر برخی تولیدات بی‌کیفیت داخلی از مخاطبان سلب اعتماد کرده و برخی از گیمرها دیگر اعتمادی به بازی‌های کامپیوتری ایرانی ندارند. در مجموع به همین دلایل است که اقبال به خرید بازی ایرانی از بازار پایین آمده و این درست برخلاف شرایطی است که در بازی‌های میابلی داریم.

کریمی قدوسی با اشاره به آمار گفت: نزدیک به ۳۰ درصد فروش بازی‌های تلفن همراه مرتبط به بازی‌های ایرانی است و به همین دلیل هم تصمیم گرفتیم در حوزه بازی‌سازی برای حماسه خرمشهر هم سراغ این بازار برویم و از بازی‌سازان خواستهایم در این زمینه تولیداتی را ارائه کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای درباره رویکرد عمومی این بنیاد جهت بازی‌سازی با موضوع تحولات و رویدادهای تاریخ معاصر هم گفت: ما امسال سرفصلی را به این موضوع اختصاص داده‌ایم و شروع این حرکت هم فراخوان بازی‌سازی با موضوع حماسه خرمشهر بود. قاعدتا برای سایر رویدادها هم چنین حرکت‌هایی خواهیم داشت اما واقعیت این است که هنوز برنامه‌ریزی دقیقی در این زمینه نداشته‌ایم.

وی درباره استمرار این حرکت و انتشار و تبلیغ بازی‌های برتر عرضه شده بر مبنای این فراخوان‌ها هم تأکید کرد: ما در انستیتو بازی‌سازی از سال گذشته این طرح

را مطرح کردیم چراکه معتقدیم بازی‌های موفق‌تری تا به امروز داشته‌ایم هم مرتبط با همین رویدادهای تاریخی بوده است و می‌توان از این ظرفیت بیشترین استفاده را کرد. برای معرفی بازی‌های برتر هم برنامه‌ریزی کامل انجام شده و از سوی مسئولان انستیتو در این زمینه اطلاع‌رسانی خواهیم کرد.

روایت کارشناس؛ کار نکردن بهتر از ضعیف کار کردن است

در کنار بازی‌سازان و مدیران اما اگر بخواهیم از منظر یک کارشناس به دلایل ناکامی در عرصه بازی‌سازی بر مبنای «حماسه خرمشهر» بپردازیم به نکات جالب‌تری برمی‌خوریم. علی صابونچی مدیرعامل موسسه فرهنگی آرماگدون و از کارشناسان تحلیل و بررسی بازی‌های رایانه‌ای است که در این زمینه به خبرنگار مهر می‌گوید: نکته اصلی در تحلیل وضعیت بازی‌های رایانه‌ای در ایران این است که ما موضوعات

خارجی همچون «کال آف دیوتی» که بخش‌هایی از آن‌ها در کشورهای اسلامی روایت می‌شود گفت: در این قبیل بازی‌ها و به ویژه در تولیدات آمریکایی شما شاهد بازسازی ۹۰ درصدی واقعیت به ویژه در فضا سازی و شخصیت‌سازی هستید و در ادامه راه بر مبنای نگارش سناریو ۱۰ درصد دروغ هم به آن اضافه می‌کنند. بازیکن هم زمانی که آن ۹۰ درصد واقعی را می‌بیند به راحتی به آن ۱۰ درصد هم تن می‌دهد.

ما اما غالبا عکس این فرآیند رفتار می‌کنیم و از همان ابتدا می‌خواهیم شعار بدهیم و آن را تبدیل به تیر یک بازی کنیم. این کارشناس در اشاره به دیگر ایرادات بازی‌های ایرانی می‌گوید: بازی‌های ما غالبا تک مرحله‌ای است و معمولا شاهد تولید ادامه دار یک بازی با داستان مشخص نیستیم.

به عنوان نمونه اگر مخاطبی امروز بخواهد بازی مرتبط با دفاع مقدس داشته باشد ما یک نمونه مشخص برای عرضه به او نداریم و غالب تولیدات مقطعی و تک



مرحله‌ای است. در همین مرحله هم ما غالبا منتظر یک موج هستیم تا نسبت به آن واکنش نشان دهیم.

وی در ادامه به رویکرد غلط مدیران و بازی‌سازان در فاصله گرفتن از عرصه تولید بازی‌های کامپیوتری هم اشاره کرد و گفت: بازی‌سازان ما سراغ اسمارت فون‌ها و تبلت‌ها رفته‌اند و بازار اصلی یعنی بازار پی‌سی را از دست داده‌اند این در حالی است که همین بازی «۱۹۷۹» که اخیراً سروصدایی به راه انداخت ابتدا به عنوان بازی تبلت قرار بود تولید شود اما بعد از آن که حامی مالی خاص پیدا کرد، سریع آنرا تبدیل به نسخه پی‌سی کردند تا تأثیرگذارتر و ماندگارتر باشد. مدیران فرهنگی ما اما جهت‌گیری عکس دارند و مدام دارند بازار اصلی بازی‌ها که مربوط به بازی‌های کامپیوتری است را به حریف واگذار می‌کنند.

صابونچی در ادامه از بازی‌سازی مشارکتی و هدفمندتر برگزار کردن فراخوان‌های موضوعی برای بازی‌سازی، بعنوان دیگر راه کارهای برون رفت از شرایط فعلی اشاره کرده و در پایان تأکید کرد: با توجه به شرایط فعلی تأکید بر یک نکته ضروری است و آن اینکه در عرصه فعالیت فرهنگی کار نکردن به مراتب بهتر از کار ضعیف کردن است و این نکته‌ای است که نباید از یاد ببریم.

بسیاری برای پرداخت در این زمینه داریم. به خصوص رویدادهای مرتبط با دفاع مقدس که از ظرفیت جذابیت اکشن هم برخوردار هستند. با این همه اما از سویی همیشه دیر به فکر می‌افتیم و از سوی دیگر از نظر فنی در ابتدای راه هستیم. این کارشناس بازی‌های رایانه‌ای معتقد است: بخشی از بازار امروز بازی‌های رایانه‌ای کنسول‌های بازی هستند که ما اساسا اجازه ورود به این میدان را نداریم و از نظر فنی در بخش‌های بازی‌سازی برای کامپیوترهای شخصی و موبایل هم در آغاز راه هستیم و امکان رقابت با مختصات صنعتی بازی‌سازی در خارج از کشور را نداریم. به همین دلیل هم باید دایره انتخاب و عمل‌مان را محدود تعریف کنیم.

وی با اشاره به نظرسنجی‌های مختلف بازی‌سازان، مدیران و منتقدان در آسیب‌شناسی وضعیت امروز بازی‌های رایانه‌ای در ایران ادامه داد: این دیدگاه‌های مختلف فصل مشترک‌هایی دارند اما اگر به عنوان یک منتقد خارج از گود بخواهم نکته‌ای را اشاره کنم آن این است که واقعا در این زمینه کم کاری کرده‌ایم. آنقدر در این سال‌ها به دنبال رصد بازار تولیدات جهانی و رقابت با نمونه‌های خارجی بوده‌ایم که از بازار داخلی بازمانده‌ایم.

صابونچی با اشاره به نمونه‌های موفق بازی‌های

رونمایی از «والیبال ۲۰۱۶» همزمان با صعود تیم ملی به المپیک؛

با افتخار آفرینان هم بازی شوید



آیین رونمایی از بازی ایرانی «والیبال ۲۰۱۶» صبح امروز به همت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و با حضور اهالی رسانه و فعالان صنعت بازی در فرهنگسرای سرو برگزار شد.

«کیامرث کرده» گزارشگر نام آشنای والیبال کشورمان که گزارشگری این بازی رایانه‌ای را نیز برعهده داشته، ضمن خوش‌آمدگویی به حضار، همزمانی این مراسم رونمایی با صعود مقتدرانه تیم ملی والیبال کشورمان به المپیک پس از ۵۲ سال را اتفاقی مبارک دانست. کیامرث کرده به چالش گزارشگری برای این بازی اشاره کرد و گفت: هنگام گزارش یک بازی والیبال در تلویزیون، کار بسیار ساده‌تر است چرا که تصویر را می‌بینیم و هیجان بازی به ما کمک می‌کند.

اما برای گزارشگری بازی رایانه‌ای والیبال، با توجه به اینکه تصویری وجود نداشت کار سخت و چالشی بود و مجبور بودیم نام بازیکنان را با لحن‌های متفاوت چندین بار ضبط کنیم. در ادامه مراسم، دانیال طبیعی مدیر پروژه بازی رایانه‌ای والیبال ۲۰۱۶ به ارائه ویژگی‌های این بازی پرداخت و گفت: بازی والیبال ۲۰۱۶ بزرگ‌ترین بازی تیمی تولیدشده در کشور است و ما در این بازی ۳۰ تیم ملی دنیا را شبیه‌سازی کرده‌ایم.

وی افزود: در بازی والیبال ۲۰۱۶ تمامی قواعد، قوانین و تاکتیک‌های ورزش والیبال را پیاده‌سازی کرده‌ایم و مخاطب می‌تواند به سرعت این قوانین را یاد گرفته و نسبت به ورزش والیبال آشنایی بیشتری پیدا کند. طبیعی به ساخت نسخه موبایلی این بازی اشاره کرد و افزود: مدتی است که روی نسخه اندرویدی این بازی کار می‌کنیم و امیدواریم در آینده‌ای نزدیک این نسخه از

بازی را نیز منتشر کنیم. همچنین قصد داریم در صورت فراهم بودن شرایط، نسخه‌های بعدی این بازی را هر سال تولید و عرضه کنیم.

کریمی قدوسی: هر ماه یک بازی رونمایی می‌کنیم

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای نیز با حضور در این مراسم افزود: قرار است هر ماه برای یک بازی ایرانی رونمایی بگیریم و بازی‌سازان می‌توانند درخواست خود را از طریق وبسایت بنیاد ارائه دهند. وی با اشاره به این که هدف از رونمایی‌ها شلوغ کاری نیست، گفت: با چنین مراسمی دنبال شلوغ کاری نیستیم، بلکه می‌خواهیم با حضور فعال رسانه‌ها و رادیو و تلویزیون به دیده شدن هرچه بیشتر بازی‌ها و در نتیجه فروش آن‌ها کمک کنیم.

حسن کریمی قدوسی اقبال گیم‌های ایرانی به بازی‌های ورزشی را بسیار بالا دانست و گفت: بازی‌های فوتبالی در کشور ما فروش بسیار بالایی دارند و به طور کلی مخاطب بازی‌های ورزشی در کشور بالاست. برای مثال در دنیا تاکنون بازی ویدئویی ورزش کشتی ساخته نشده است. با اینکه ساخت این بازی از لحاظ فنی چالش‌های زیادی دارد اما مطمئناً اگر چنین عنوانی با کیفیت خوب در داخل کشور ساخته شود، مخاطب ایرانی از آن استقبال می‌کند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به تشکیل اکوسیستم مناسب صنعت بازی‌های رایانه‌ای اشاره کرد و تاکید کرد: آن روزی ما خوشحال خواهیم شد که اکوسیستم صنعت به‌اندازی پخته باشد که ناشران خودشان بروند و بازی‌های ایرانی را خریداری کنند و نقش بنیاد در این وسط کم‌رنگ باشد. برای رسیدن

به این مهم باید بازی‌سازان ما هم نبض بازار را بشناسند و برای مثال بدانند که الان ساخت یک بازی والیبال می‌تواند مورد استقبال قرار گیرد.

هدف نهایی بازی‌ساز باید فروش باشد

مهیار اصغری‌پور مدیرعامل شرکت «های‌وی یو» که انتشار بازی والیبال ۲۰۱۶ را برعهده دارد گفت: از همان ابتدا که بازی‌ساز قصد ساخت یک بازی را دارد باید به مسئله فروش و اقبال مخاطب دقت کند. وی افزود: فکر می‌کنم بازی والیبال ۲۰۱۶ بازی مخاطب‌پسندی است، به‌خصوص اکنون که جامعه از ورزش والیبال استقبال خوبی می‌کند. اصغری‌پور خطاب به بازی‌سازان گفت: بازی‌ساز اگر فکر می‌کند بازی‌اش نمی‌فروشد نباید آن را بسازد. حتی یک ناشر و توزیع‌کننده هم اگر فکر می‌کند نمی‌تواند از یک بازی ایرانی بفروشد نباید آن را خریداری کند. ناشر بازی والیبال ۲۰۱۶ ادامه داد: خوشحالم که همه‌چیز سر جای خودش است. یک شرکت خصوصی بازی تولید کرده، شرکت خصوصی دیگری حق امتیاز این بازی را خریده و آن را در بازار پخش کرده است، بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای نیز نقش حمایتی خود را با گرفتن این مراسم ایفا کرده تا به فروش این بازی کمک شود. می‌توان از همین روش برای بازی‌های آتی هم استفاده کرد. مدیرعامل شرکت های‌وی یو بحث تبلیغات و اطلاع‌رسانی را بسیار مهم دانست و افزود: همانطور که در کشورهای بیگانه یک بازی ضد ایرانی یا ضد انقلابی می‌سازند و رسانه‌های ما به صورت مداوم به این عناوین می‌پردازند، انتظار می‌رود تا همین رسانه‌ها به بازی‌های ایرانی نیز بها داده و به اطلاع‌رسانی آن‌ها کمک کنند.

در گفتگو با مهر تشریح شد؛

جزئیات عرضه اولین بازی ایرانی پلی استیشن ۴



«شمشیر تاریکی: آخرین جنگاور» نام یک بازی ایرانی است که پیش از این و در پنجمین جشنواره بازی‌های رایانه‌ای تهران، موفق به کسب پنج غزال زرین شده بود، و به تازگی در بخش فروشگاه دیجیتالی کنسول پلی استیشن ۴ عرضه شده است. این بازی که نخستین بازی ایرانی عرضه شده در حوزه کنسول‌های بازی محسوب می‌شود را استودیو فن‌افزار شریف تولید و عرضه کرده است.

امیرحسین فصیحی مدیر پروژه طراحی این بازی در گفتگو با مهر درباره ویژگی‌های فنی «شمشیر تاریکی: آخرین جنگاور» می‌گوید: بازی‌سازان ایرانی تاکنون بازی‌هایی را

برای رایانه‌های شخصی و موبایل طراحی و تولید کرده بودند اما این برای نخستین بار است که برای کنسول بازی ایرانی طراحی و تولید می‌شود. فصیحی در تشریح فرآیند کسب استانداردهای لازم برای عرضه جهانی این بازی ایرانی ادامه داد: بعد از اتمام مراحل طراحی و آماده‌سازی بازی «شمشیر تاریکی» نزدیک به ۹ ماه در انتظار طی شدن مراحل تست و تأیید رسمی از سوی کمپانی سونی بودیم. استانداردهای بسیاری در یک بازی باید رعایت شود تا از سوی کمپانی سونی قابلیت عرضه رسمی را داشته باشد. وی افزود: بازی «شمشیر تاریکی» پیشتر یک بازی موبایلی بود که طراحی و ساخت آن نسخه اولیه

نزدیک به ۱۸ ماه زمان برده بود، برای ارتقای این نسخه و عرضه نسخه رایانه‌ای و کنسولی هم نزدیک به ۱۸ ماه زمان صرف کردیم.

نسخه اولیه هم پیش‌تر در سایت رسمی استیم به عنوان یک بازار استاندارد جهانی عرضه شده بود و ما برای تبلیغ این بازی برنامه‌ریزی رسانه‌ای بسیاری کردیم و همین ظرفیت را امروز برای تبلیغ نسخه کنسولی بازی هم به کار خواهیم گرفت.

مدیر پروژه «شمشیر تاریکی: آخرین جنگاور» که پیشتر نیز عرضه جهانی بازی «گرشاسب» را تجربه کرده است درباره ظرفیت موجود در عرصه بازی‌سازی ایرانی برای استمرار حضور در بازارهای جهانی هم تصریح کرد: امروز پتانسیل بالایی در بازار بازی‌سازی داخلی وجود دارد و تمام امید ما این است که این مسیر ادامه پیدا کند و در یک بازی متوقف نماند.

همانطور که بازی‌سازان ایرانی پیش‌تر توانمندی خود را در زمینه بازی‌سازی برای موبایل و رایانه نشان داده بودند و امید داریم در عرصه کنسول‌های بازی هم شاهد ادامه این مسیر باشیم. سبک بازی «شمشیر تاریکی: آخرین جنگاور» اکشن سکوبازی و شخصیت اصلی بازی یک نینجا است. «آخرین جنگاور» در واقع نسخه تکامل یافته و بزرگ‌تری از بازی «شمشیر تاریکی» است که پیش‌تر تنها برای دستگاه‌های هوشمند عرضه شده بود. از ویژگی‌های جدید در «آخرین جنگاور» می‌توان به ویرایشگر مراحل اشاره کرد که به بازی‌سازان اجازه می‌دهد خودشان برای بازی مرحله طراحی کنند.

غزال زرین بهترین بازی اکشن، غزال زرین بهترین صداگذاری، غزال زرین دستاورد هنری، غزال زرین دستاورد فنی و غزال زرین بهترین بازی سال از جمله جوایزی است که این بازی کسب کرده است و حالا لقب نخستین بازی ایرانی پلی استیشن ۴ را نیز از آن خود کرده است.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای:

عرضه بازی‌های خارجی مجاز در بازار سرعت خواهد گرفت

رده‌بندی سنی بازی‌های ایرانی

همزمان مدیر نظام رده‌بندی سنی بازی‌ها (ESRA) از تعامل با تمام فروشگاه‌های دیجیتالی در سال جاری خبر داد و گفت: تا پایان سال رده‌بندی سنی بازی‌ها در تمام این مارکت‌ها اعمال می‌شود. رضا احمدی اضافه شدن دو مارکت جدید به نظام ESRA را تأیید کرد و افزود: ابتدای سال جلسهای با مدیران شش مارکت برتر کشور داشتیم تا بحث رده‌بندی سنی بازی‌ها، با سرعت و قدرت بیش‌تری روی مارکت‌ها اعمال شود. وی افزود: دو مارکت «ایران اپس» و «اول مارکت» از ابتدای خرداد ماه به سیستم ESRA متصل شده‌اند و کار درج و نمایش آرم رده‌بندی سنی بازی‌ها روی این مارکت‌ها در حال انجام است. این درحالی است که سال گذشته تنها مارکت کافه‌بازار بستر فنی لازم را فراهم کرده بود. دنبال آن هستیم که امسال تمامی مارکت‌ها این بستر فنی را فراهم کنند. مدیر رده‌بندی سنی بازی‌ها از رده‌بندی ۱۸۹۵ عنوان بازی موبایلی از ابتدای سال خبر داد و تشریح کرد: ۶۷٪ رده ۱، ۲۳٪ رده ۲، ۷٪ رده ۳، ۸٪ رده ۴، ۲٪ رده ۵ و ۱٪ از بازی‌ها نیز رده سنی ۱۸+ دریافت کرده‌اند.



نظام رده‌بندی سنی بازی‌ها را بی‌دلیل ندانست و گفت: مطمئناً مخاطرات و آسیب‌های این ۲ بازی به‌اندازه‌ای بوده که برای مخاطبان مناسب نباشد. کریمی قدوسی با اشاره به رسیدن به فصل تابستان و فراغت فرزندان گفت: مهم است که خانواده‌ها اهمیت رده‌بندی سنی بازی‌ها را درک کنند و نگذارند فرزندشان هر عنوانی را که می‌خواهد بازی کند. رده‌بندی سنی یک فرهنگ در تمام جوامع پیشرفته است و در وهله نخست بایستی خانواده‌ها نسبت به آن آگاه شده و از آن استفاده کنند.

مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای با اشاره به برگزاری دو مزایده موفق جهت واگذاری حق پخش انحصاری بازی‌های خارجی، از هدف‌گذاری برای سرعت بخشیدن پخش بازی‌های مجاز خبر داد. حسن کریمی قدوسی تشریح کرد: هر ماه ۲۰ بازی به مزایده گذاشته می‌شود و ناشران می‌توانند با خرج کردن کوپن‌هایی که از حمایت بازی‌های ایرانی بدست می‌آورند در مزایده شرکت کنند. وی به سرعت پایین انتشار بازی‌های مجاز در بازار اشاره کرد و افزود: تا روند مزایده بازی‌ها به اتمام برسد، بازی‌ها رده‌بندی بگیرند و در صورت لزوم بازی‌ها ویرایش شوند؛ زمان زیادی می‌گذرد. خوشبختانه براساس زمان‌بندی مشخص مزایده‌ها و بازی‌هایی که انتخاب می‌شوند، روند بررسی بازی‌ها و صدور مجوز نشر آن‌ها با سرعت بیش‌تری صورت می‌پذیرد و قصد داریم تا مدت زمان عرضه بازی‌های مجاز را به حداقل زمان ممکن برسانیم. حسن کریمی قدوسی بازار مجاز بازی‌های رایانه‌ای را پاسخگوی نیاز مخاطبان دانست و گفت: از بین ۴۰ بازی رایانه‌های شخصی که در دو مزایده نخست شرکت داده شدند، تنها ۲ بازی مجوز انتشار نگرفته‌اند. مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای مجوز نگرفتن این ۲ بازی از سوی