



نمایشگاه «شهریور هنری»
با معرفی ۶۰ هنرمند و برنده مشهدی یک هدف دارد

بردن هنر به خانه های مردم

آریتا حسین زاده عطار - «شهریور هنری» نام نمایشگاهی است که ۱۰ شهریور در برج «آبان» واقع در بولوار هاشمیه دایر شده و فاز اول آن تازه مهر ادامه دارد؛ نمایشگاهی که به تعبیر محسن سراجی، برگزار کنندگان، «قرار است فصل نوبی باشد برای گفت و گوی هنر با مردم و از سویی نگاهی حرفه ای داشته باشد به مقوله اقتصاد هنر». شاید این تعبیر بی راه نباشد وقتی که بدانیم ۶۰ هنرمند برجسته با ۱۲ هنر متنوع در این نمایشگاه حضور دارند تا جلوه هایی از زیبایی را پیش روی مردم مشهد بگذارند.

سراجی حدود ۱۲ سال است که به صورت حرفه ای در فضای هنری مشهد فعالیت می کند؛ زمانی جزو تیم مدیریت امور هنری شهرداری مشهد و مسئول اجرایی المان های شهری موقت و دائم بوده، زمانی هم طراحی و اجرای المان ها و فضاسازی شهرهای کیش و بندرعباس و... را عهده دار بوده است. وی حالا با راه اندازی یک مرکز خصوصی آموزش هنر به نام «نشان شهر» بار دیگر در هنر مشهد حضور یافته و فضایی را مهیا ساخته تا مردم و هنرمندان بار دیگر به هم نزدیک شوند.

او و همکارانش بنا را بر آن گذاشته اند که با راه اندازی یک رویداد هنری و مخاطب قرار دادن مردم، فضایی را فراهم آورند که هنرمندان مشهد نیز بتوانند هنر خود را به شیوه ای متفاوت ارائه دهند تا در نهایت آثار هنری از نمایشگاه ها و گالری های شخصی هنرمندان به خانه های مردم کوچ کنند. آنچه در ادامه این گزارش می آید حاصل گفت و گویی است که با سراجی داشته ایم. وی هم اکنون مدیر مرکز آموزش هنری «نشان شهر» و برگزار کننده نمایشگاه «شهریور هنری» است.

تولد برنده های مشهدی

«خواستیم به هنرمندان این پیام را بدهیم که جای آن ها در میان مردم است، نه در منزل یا کارگاهی که کسی از آن ها رد و نشانی نداشته باشد؛ برای همین با هنرمندان بسیاری صحبت کردیم و آثار بسیاری را رصد کردیم تا دست آخر ۱۲ هنر با خالق شان برای نمایشگاه گزینش شدند. قرار شد هر هنرمند، یک عنوان یا برند داشته باشد تا هنر موجود در نمایشگاه را با اقتصاد هنری دنیا تطبیق دهیم. در گام اول برای هر کدام یک برنامه شغلی طراحی کردیم و قرار شد طی چهار سال آینده، هر برند را تعریف و معرفی کنیم؛ «سوفیک»، «این روشنا»، «دو خیدگان»، «ساباژور»، «آوخ» از جمله عنوان هایی برندی است که برای این هنرها انتخاب شدند. این تولدی بود برای آثاری که قرار است از حالا به بعد در میان مردم مطرح شوند و به خانه های آن ها راه یابند.»

نام ها از کجا می آیند؟

ارائه پرینت سه بعدی از بدن انسان، وجود فروشگاه اینترنتی «آرت آنلاین» برای حمایت و فروش آثار هنرمندان، اجرای تئاتر با موضوع «فرهنگ شهروندی»، اجرای نقاشی و موسیقی زنده و دعوت از پیشکسوتان هنری و برگزاری مراسم فرش قرمز برای آن ها در کنار ارائه آثار هنری متنوع هنرمندان، جلوه ای خاص به نمایشگاه بخشیده است. سراجی در تشریح این اقدامات و فضای شکل گرفته می گوید: «برای گزینش نام هر برند کارگروهی تشکیل شد؛ مثلاً «سوفیک» به معنای خون ریخته شده است؛ قسمت نخست آن به نوعی به «سفال» اشاره دارد و انتهایش به «سرامیک». ما این نام را برای هنری انتخاب کردیم که ترکیبی از سفال و سرامیک است. «بادان» ابتدایش از کلمه «باکس» است و انتهایش از «گلدان» و برای ارائه هنر گل آرایی استفاده شده که

تلفیقی از باکس و گلدان است. «ساباژور» اول «ساعت» را دارد و آخر «آبازور» را که هنرهای تلفیق شده از ساعت و آبازور را پوشش می دهد. «آوخ» فریاد ناشی از اندوه است و به نوعی اعتراض از شرایط را در قالب آثار هنری مفهومی مانند خط، نقاشی و هنرهای تجسمی نشان می دهد. «این روشنا» نامی است که برای تبدیل نقاشی های ابتدایی کودکان به آثار مفهومی به کار برده ایم.»

سه پرده از شهریور تا آبان

قرار است این نمایشگاه در سه فاز ادامه یابد؛ فاز نخست از ۱۰ شهریور آغاز شده است، فاز دوم با نام «مهربان» که تلفیقی است از ماه های مهر و آبان، قرار است در محرم برگزار شود و برنامه های خاص دیگری را به این مجموعه اضافه کند و در نهایت ۱۵ غرفه و برند هنری خاص در طبقه همکف برج «آبان» رونمایی شود. در فاز سوم نیز که در ماه آبان برگزار می شود قرار است مجموعه ای از بهترین رخدادهای هنری شهر در محل نمایشگاه رقم بخورد. سراجی توضیح می دهد: «درواقع ما بیشتر به سوی توسعه فعالیت های هنرمندان پیش می رویم اما ماهیت کارمان بیشتر موقتی است. هدف از برگزاری این نمایشگاه ورود هنر به قصه زندگی مردم و کاربردی شدن آن است. یک هدف نمایشگاه، کارآفرینی و ایجاد اشتغال است. شهروندی که به نمایشگاه می آید می تواند در کنار انتخاب لباسی که با قیمتی مناسب نقاشی های هنرمندان شهرش را بر خود دارد، با هنرمندان کوچک غرفه «این روشنا» گفت و گو کند.»

تمرین حرفه ای گری

این نمایشگاه علاوه بر برنامه ریزی شغلی برای هنرپند و فروش حضوری آثار، یک فروشگاه اینترنتی را نیز راه اندازی کرده تا مخاطبان

بیشتری از آثار دیدن کنند. مدیر برگزاری نمایشگاه می گوید: «وقتی حرف از اقتصاد هنر به میان می آید، باید حتما تخصصی نیز در کار باشد تا نتیجه مطلوب حاصل شود. این رویداد هنری از تجربه چندین سال فعالیت تخصصی مرکز «نشان شهر» بهره می گیرد تا ضمن توسعه نمایشگاه، حمایت از حرفه هنرمندان را نیز انجام دهد.»

نمایش کودکان، مخاطب بزرگسال

تراس مجتمع «آبان» در طبقه اول که نمایشگاه در آن دایر است، شهروندان زیادی را برای تماشای تئاتر این نمایشگاه هنری گرد هم آورده است؛ نمایشی با موضوع خانواده و فرهنگ شهروندی که علی حاتمی نژاد، از جوانان خلاق مشهدی، آن را کارگردانی می کند و به نوعی آثار مخرب شبکه های اجتماعی را برای خانواده ها نشان می دهد. اجرای این نمایش، با موسیقی زنده همراه است تا روحیه نشاط و شادابی را در بینندگان خود تقویت کند؛ همین است که «این نمایش کودکان، بزرگ ترهای زیادی را دور خود جمع می کند.»

تجلیل از نام آشنایان هنر شهر

همان طور که پیشتر گفته شد، بخشی از این نمایشگاه به تجلیل از هنرمندان نام آشنای شهر اختصاص یافته است. سراجی در توضیح این بخش می گوید: «از هنرمندان پیشکسوت مشهد که عموماً کمتر دیده شده اند، دعوتی اختصاصی داریم؛ یعنی برایشان فرش قرمز پهن می کنیم. این اقدام از یک سو ارج نهادن به عمری فعالیت هنری است و از سوی دیگر می خواهیم با مشارکت دادن پیشکسوتان هنرمند، از تجربیات بی بدیل آن ها بهره مند شویم.»

سراجی ورود پیشکسوتان هنر به نمایشگاه و طرح بحث های تخصصی و گفت و گوی آن ها

با هنرمندان جوان را در رشد و پیشرفت هنر شهرمان بسیار مؤثر ارزیابی می کند و می گوید: «هنرمندان پیشکسوت بسیار ارزشمندند و باید تا می توانیم فرصت بودنشان را مغتنم بشماریم. این ما جوان ها هستیم که باید سراغ آن ها برویم و از آن ها راهنمایی بخواهیم؛ همین طور مسئولان شهر نیز باید بیشتر به این سرمایه های هویت شهری بیاندیشند و برای آن ها و بهره مندی از وجودشان برنامه ریزی کنند.»

دو فاز متفاوت

فاز دوم این نمایشگاه که از ۱۰ مهر ماه دایر خواهد بود، اتفاقات متفاوتی را به همراه خواهد داشت؛ اتفاقاتی که به گفته برگزار کنندگانش «در مشهد سابقه ندارد». یکی از این اتفاق ها شیوه ای متفاوت از عزاداری محرم است که قرار است در این فصل نمایشگاه رونمایی شود. همچنین در کنار عزاداری نوین نمایشگاه، از شیوه ها و ابعاد هنری و سنتی دیگری نیز استفاده می شود تا ۱۵ غرفه پذیرای مخاطبان باشند. در فاز سوم هم به همین ترتیب، اتفاقات و رویدادهای هنری تازه تری در مشهد رخ خواهد داد.

حرف اول و آخر

حرف اول و آخر همین است که اگر بتوانیم یک گفت و گوی سازنده و مؤثر میان هنرمندان و بخش خصوصی و مردم برقرار کنیم، می توانیم بگوییم که بخش اصلی کار را انجام داده ایم؛ امری که در سوابق تاریخی و هنری کشور ما دیده نشده و تجربیات نشان می دهند که تاکنون در این مورد موفق عمل نکرده ایم. باید مسئولان هنری و فرهنگی، رسانه ها و مدیران صنایع، دست این حرکت را بگیرند تا این ارتباط هنری - که هم برای مردم سود دارد، هم برای هنرمند - به نتیجه لازم و مؤثر خود برسد.