

گفت وگو با ۳ گرافيست درباره دلايل كليشه اى شدن پوسترهای رضوى

# ضرورت تبیین محتوای مناسب برای طراحان

شکيبا افخمى راد

گزارش ویژه

هنرمندان رشته های گرافیک و طراحی پوستر تا امروز آثار مختلفی در حوزه رضوی تولید کرده اند، آثاری که از نمادهای آشنا و مشخصی بهره گرفته اند و کمتر به آموزه ها و احادیث امام رضا<sup>ع</sup> پرداخته اند. درواقع در سال های اخیر بیشتر آثار تولیدشده در حوزه رضوی گرفتار کلیشه و تکرار شده اند و خلایقیت کمتری در آن ها دیده می شود. این در حالی است که هنرمندان با نگاهی عمیق تر به سیره رضوی می توانند دست به خلق آثاری بزنند که علاوه بر جذب مخاطب بیشتر، به بسیاری از مسائل که جامعه امروز با آن روبه روست، پاسخ دهد. اینکه در این زمینه چه چالش هایی وجود دارد و هنرمندان کم کاری کرده اند یا مسئولان، موضوعی است که ما در گزارش پیش رو در صحبت با سه هنرمندگرافيست وطراح پوستر به آن پرداخته ایم.

مشورت با یک مدیر هنری

مصطفی معمی وند بر این باور است که اگر محتوای مناسب برای طراحان تبیین و مناسب سازی شود، آثار عمیق تری خلق خواهد شد. درواقع به نظر او پیش از آنکه کار به مرحله طراحی برسد، باید محتوای آن توسط کارشناس مشخص شود.

این گرافيست با اشاره به کم کاری صورت گرفته در زمینه تبیین محتوا خاطرنشان می کند: همیشه تولید کارهای کلیشه ای راحت تر و خلق آثار عمیق به علت نیاز به صرف هزینه و زمان بیشتر و تربیت نشدن نیروی متخصص، سخت تر بوده و کمتر صورت گرفته است. او ادامه می دهد: باید برای پروژه ها کارگردان هنری تعریف شود، فردی که بتواند در ابتدا نیازسنجی کند و برای تهیه محتوا سراغ متخصص برود، سپس این محتوا را در اختیار طراح قرار دهد تا براساس آن

ایده پردازی و تصویری خلق کند. قطعاً خروجی این فرایند نوآورانه خواهد بود. به نظر معمی وند اگر ارگان های فرهنگی این فرایند را بلد باشند و کار را به یک مدیر هنری بسپارند، به خروجی های خوبی دست پیدا می کنند. او درباره تولیدات جشنواره ها نیز یادآور می شود: اگر برگزارکنندگان جشنواره های مختلف در حوزه گرافیک رضوی نمی خواهند بودجه های بیت المال را هدر دهند و قصد دارند به دنبال تولید آثار عمیق بروند، باید در ابتدا نیازسنجی انجام دهند و رسالت خود را مشخص کنند، سپس همان فرایندی را که به آن اشاره شد، طی کنند. این هنرمند کار فرهنگی بدون اثر رای ارزش می داند

و خاطرنشان می کند: به نظر من هنرمندان در جریان کمتر تولید شدن آثار عمیق، تقصیر چندانی ندارند. معمولی وند ادامه می دهد: یک زیست بوم در حوزه کار فرهنگی وجود دارد که مانند چرخه طبیعت همه اجزایش به یکدیگر مربوط است. در واقع همان طور که یک تک درخت به تنهایی نمی تواند چرخه طبیعت را کامل کند و نیاز به خاک حاصلخیز، آب و سطح جوی پایدار دارد، طراح هم به تنهایی نمی تواند به سمت تولید آثار عمیق حرکت کند.

مسیر سخت پرداختن به موضوعات عمیق

محمود بازدار درباره چرایی پرداختن هنرمندان به نمادهای تکراری می گوید: شاید یکی از علت هایی که طراحان به سراغ نمادهای کلیشه ای می روند این

است که این نمادها برای مخاطب آشنا تر هستند، از طرف دیگر خلق آثار با محوریت احادیث یا موضوعات عمیق تر برای آن ها چالشی تر و سخت تر است. او تأکید می کند: البته به نظر من از همین نمادهای مرسوم هم می شود به شکل خلاقانه تری استفاده کرد.

به این ترتیب از فضای کلیشه ای فاصله می گیریم و فضای جدیدتری را پیش روی مخاطبان قرار می دهیم. به گفته بازدار نحوه استفاده طراحان گرافیک از این نمادها و ابزارهای ثابت بسیار اهمیت دارد. اگر این برخورد عادی و ساده باشد، تکرار در آثار دیده خواهد شد، ولی اگر برخورد خلاقانه ای با این نمادها صورت گیرد، کارهای جدیدتر و تازه تری تولید می شود. این گرافيست که باور دارد برای حرکت به سمت خلاقیت باید ایده پردازی کرد، خاطرنشان می کند: دیدن آثار مختلف می تواند به فاصله گرفتن از فضای تکراری

و خلق آثار نو کمک کند. او ادامه می دهد: گاهی اوقات طراح برای آنکه زودتر به نتیجه برسد، کوتاه ترین مسیر را انتخاب می کند. این در حالی است که طراح برای تولید اثری خاص تر و جدید تر باید به خودش سختی داشته و تمرین بیشتری داشته

بازدار با اشاره به اهمیت نقش سفارش دهنده در تولید آثار فاخرتر بیان می کند: هرسال در کمتر از یک ماه مانده به دهه کرامت آستان قدس رضوی

یا نهادهای دیگر، تصمیم می گیرند تا رویدادی در حوزه گرافیک برگزار کنند، از این رو زمان کافی در اختیار هنرمندان برای طراحی قرار نمی گیرد. به نظر او سفارش دهنده می تواند با مدیریت زمان، بخشی از مشکل تکراری بودن و عمیق نبودن آثار را رفع کند.

این هنرمند با اشاره به تأثیر جشنواره ها بر تولید آثاری فاخرتر نیز می گوید: جشنواره ها می توانند تأثیرگذار باشند، البته باید فیلتری در فراخوان ها و داوری ها در نظر بگیرند که به کنار رفتن آثار کلیشه ای از دور رقابت ها کمک کند.

بازدار درباره بهره گیری از احادیث در آثار هنری نیز توضیح می دهد: محتوایی که قابلیت تبدیل شدن به

تصویر دارد باید توسط یک کارشناس استخراج شود و در اختیار طراح قرار گیرد. مجموعه های تخصصی نیز می توانند کار تأمین محتوا را انجام دهند. البته برخی از طراحان هم خودشان می توانند محتوا را استخراج و در آثارشان از آن ها استفاده کنند. او یادآور می شود: متأسفانه گروه هایی که تأمین محتوای جشنواره ها را برعهده دارند از کنار موضوعات عمیق می گذرند و یک محتوای کلی را در اختیار طراح قرار می دهند، محتوایی که هیچ زمان نمی تواند به طراح کمک کند تا دست به خلق اثری جدید بزند.

توجه کمتر مدیران به آثار خلاقانه

احسان مهدوی با اشاره به جشنواره رضوی که چند سال پیش در دانشگاه نیشابور برگزار شده بود، بیان می کند: آثاری که به این رویداد راه یافته بودند، نگاهی عمیق و موشکافانه به حوزه رضوی داشتند، آثاری

که می توانند در اختیار آستان قدس رضوی قرار گیرند. به جشنواره رضوان نیز که چند سال قبل به دبیری مهدی یک پسر برگزار شد، آثار خیلی خوبی رسید، ولی متأسفانه از این آثار هم استفاده نشد.

او یادآور می شود: شاید در جشنواره های هرزبنه و شناخته شده شاهد آثار ویژه ای نباشیم، اما در گوشه و کنار کشور آثار خیلی خوبی در حوزه رضوی کار شده اند که البته کمتر مورد توجه

قرار گرفته اند.

مهدوی با اشاره به ضعف های مدیریتی که در این حوزه وجود دارد، می گوید: مدیران به شدت دغدغه های عامیانه دارند و نگران اند که عوام با آثار متفاوت ارتباط برقرار نکنند. این دغدغه عامیانه نیز باعث شده است سطح کارهای هنری در این سال ها پایین بیاید. درحالی که در خود حرم رضوی، آثار هنری ویژه ای در دوره های مختلف کار شده اند که هیچ زمان قدیمی نمی شوند. او ادامه می دهد: همه افرادی که به زیارت حرم امام رضا<sup>ع</sup> می روند، هر وقت به آرایه های هنری این مکان مقدس نگاه می کنند، نکات تازه ای کشف می کنند، اتفاقی که عمق ویژه و جاودانگی آثار هنری حرم رضوی را نشان می دهد، اما الان رویکرد

جشنواره ها و تولیدات آن ها پرداختن به آثار جاودانه، خلاقانه و عمیق نیست. این هنرمند با اشاره به استفاده سطح پایین و عوامانه از میراثی که هنرمندان قدیمی برایمان به جای گذاشته اند، یادآور می شود: یک ایراد بزرگ، عوامانه بودن آثار این است که سطح هوش جامعه را بالا نمی برد و در بهترین حالت آن ها ثابت نگه می دارد. درواقع وحشت از اینکه آدم ها از آثار عمیق درکی نداشته باشند، سطح هوش جامعه را پایین نگه می دارد، اتفاقی که باعث می شود طرز تلقی ما از حرم و زیارت شکل خوبی به خود نگیرد. او تزیینی بودن پوسترهای رضوی را دیگر آسیب این حوزه می داند و خاطرنشان می کند: در بسیاری از مواقع آثاری که تحت تأثیر حرم امام رضا<sup>ع</sup> خلق می شوند، ذات اروپایی دارند و فقط روکش و پوسته آن ها رضوی است که این رویکرد خوبی نیست.

مهدوی درباره نقش هنرمندان در تولید آثار تکراری و سطحی نیز می گوید: ما دو گروه هنرمند داریم، گروه اول هنرمندان و طراحان گرافیکی هستند که سعی می کنند سفارش دهنده را برای تولید آثار خلاقانه تر قانع کنند. اما اگر مدیر راضی نشد، آن ها در نهایت تصمیم می گیرند هرچه کارفرما می گوید انجام دهند. دسته دوم هنرمندانی هستند که وقتی نمی توانند مدیر را قانع کنند از انجام آن کار کنار می کشند. او یادآور می شود: من بارها دیده ام که هنرمندان آثار خیلی خوبی خلق کرده اند، ولی مدیران کار آن ها را به دلیل نگاه محافظه کارانه یا نگاهی که از اعتماد نکردن به سواد هنرمند سرچشمه می گیرد، رد کرده اند.

مهدوی با اشاره به طراحان خوبی که در مشهد فعالیت می کنند یادآور می شود: البته مدیرانی هم هستند که به طراحان اعتماد می کنند و حتی موقعیت شغلی خودشان را به خطر می اندازند تا کارهای متفاوتی خلق شود. یعنی همیشه هم این طور نبوده است که آثار بدی تولید شود.

این هنرمند تأکید می کند: مدیران باید کمی جسورتر عمل کنند و بداند نسبت به دو گروه مسئول هستند، اول نسبت به ادامه راه همه هنرمندان و افرادی که حرم امام رضا<sup>ع</sup> را به صورت ویژه ساخته اند و دوم نسبت به بزرگان این جامعه و همه آدم هایی که دوست دارند به زیارت نگاه عمیق تری داشته باشند.

تماشاخانه

آغاز اجراهای تئاتر «گرسنگی» در مشهد



اجرای «تروما ۱۰ آذر» در تماشاخانه ارجمند



«پروانه الجزایری» روی صحنه اشراق



اجرای «توران دخت» در تماشاخانه استادنوری



«دماوند»، روی صحنه پردیس تئاتر مستقل



اجرای «جنگل هوبارت» در پردیس اردیبهشت



همان تازه وارد تئاتر شهر مشهد

