

گزارشی درباره تولید سوغات زائر به بهانه انتشار فراخوان جشنواره «گنجینه مهر»

هنرهای رضوی ، گنجینه هایی برای سوغات مشهد

الهام ظریفیان

کنارِش روز

بسیاری از شهرهای مهم دنیا سوغات مخصوص به خودشان را دارند. مسافران، این سوغاتی ها را به عنوان یادگاری هایی از آن شهرها یا خود به خانه می برند تا با هر بار نگاه کردن به آن ها، به یاد آن شهرها و اماکنی که از آن ها بازدید کرده اند، بیفتند. در مشهد، به عنوان شهری که اساس شکل گیری آن بر مبنای زیارت بوده است، همواره این دغدغه برای هنرمندان و فعالان فرهنگی وجود داشته است که چرا سوغات فرهنگی مشخصی که مخاطب را به یاد حضرت رضا^(ع) گره بزند، وجود ندارد؟ با چنین دغدغه ای به تازگی فراخوان یک جشنواره با عنوان «گنجینه مهر» از سوی مؤسسه آفرینش های هنری آستان قدس رضوی منتشر و در آن از هنرمندان سراسر کشور دعوت شده است تا با الهام از طرح ها و هنرهای به کار رفته در مجموعه حرم مطهر رضوی، به خلق صنایع دستی و کالاهای کاربردی زندگی روزمره مردم به عنوان سوغات فرهنگی رضوی بپردازند. در گزارش زیر به بهانه انتشار این فراخوان، به ضرورت های وجودی سوغات فرهنگی رضوی در مشهد پرداختیم و در گفت وگو با هنرمندان و مسئولان این جشنواره سعی کردیم، جزئیات بیشتری از چگونگی برگزاری آن به دست بیاوریم.

● حمایت از هنرمندان تولیدکننده سوغات رضوی امیرمهدی حکیمی، مدیرعامل مؤسسه آفرینش های هنری آستان قدس رضوی، اصلاح مصرف فرهنگی را هدف اصلی جشنواره «گنجینه مهر» می داند و به شهرآر می گوید: آنچه در طراحی سوغات رضوی اهمیت دارد این است که آن آثار، مخاطبان را به یاد زیارت و حضرت رضا^(ع) بیندازد. تولید محصولات جدید پیرامون این معنا نیازمند توجه هنرمندان و دانشجویان هنر به هنر کاربردی و صنایع دستی است.او به ماجرای شکل گیری جشنواره «گنجینه مهر» اشاره می کند و می گوید: این جشنواره در بی انعقاد تفاهم نامه مؤسسه آفرینش های هنری آستان قدس رضوی با دانشگاه هنر شکل گرفت. این دانشگاه خود جشنواره ای به نام «گنجینه» داشت که پیرامون هنرهای کاربردی فعالیت می کرد. مؤسسه آفرینش های هنری نیز برند «مهر» را دو سال پیش با هدف تولید سوغات رضوی ایجاد کرده بود، با تلفیق این دو، جشنواره «گنجینه مهر» شکل گرفت. پس از این همکاری اغلب دانشگاه های هنری ایران و برخی سازمان ها مانند وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی که دارای رشته های هنر کاربردی هستند نیز پای کار آمدند. حکیمی با بیان اینکه جشنواره «گنجینه مهر» به دنبال این است که مفاهیم رضوی را در قالب هنرهای کاربردی وارد زندگی



امیرمهدی حکیمی: «گنجینه مهر» به دنبال این است که مفاهیم رضوی را در قالب هنرهای کاربردی وارد زندگی روزمره مردم کند

را ما از آن ها می خریم یا هنرمندان را با مجموعه های تولیدی مرتبط می کنیم. برای این محصولات بازار فروش فراهم کرده ایم. چون در برند «مهر» قبلا این مسیر را رفته ایم و می توانیم شبکه ای از مشتریان را برای تولیدکنندگان هنرمند فراهم کنیم.

● امتداد زیارت زائران با هنر

استعدادیابی در زمینه تولید محصولات سوغات زائر در گستره تمام شهرهای کشور، هدف دیگری است که محمد فنودی، دبیر اجرایی جشنواره «گنجینه مهر» آن را بیان می کند و می گوید: با انتشار فراخوان سعی کردیم به تولیدکنندگان و طراحان سراسر کشور دسترسی پیدا کنیم. از سویی آن هانیزممکن است به این بازار دسترسی نداشته باشند که ما این دسترسی را برایشان فراهم می کنیم. او می افزاید، در سایت جشنواره تصاویری را به عنوان منابع الهام برای هنرمندان قرار داده ایم که کمتر دیده شده اند. این تصاویر از جاهایی گرفته شده اند که دسترسی کمتری به آن ها وجود دارد و اغلب در نقطه دید نیستند. این خود یک گام برای این است که طراحانی و تولید محصولات به



محمد فنودی: گنبد یا گلدسته حرم در هر جای دنیا تداعی کننده هنر اسلامی است، چون هنر یک زبان بین المللی است

سمتی برود که بدیع تر باشد. همچنین جلسات مشترکی با رؤسای دانشگاه های هنر و استادان آن ها به عنوان کسانی که می توانند به دانشجویان خط دهی کنند، داشتیم و اهداف جشنواره را برای آن ها تبیین کردیم. کلاس های آموزشی نیز طی جشنواره به صورت آنلاین و حضوری برای شرکت کنندگان برگزار خواهیم کرد.

فنودی با بیان اینکه هنر به عنوان یک زبان مشترک جهانی می تواند با نمود یافتن در یک شی با تمام مردم دنیا ارتباط بگیرد، می گوید: گنبد یا گلدسته حرم در هر جای دنیا تداعی کننده هنر اسلامی است، چون هنر یک زبان بین المللی است. در این جشنواره ما به دنبال این هستیم که زمینه تولید محصولات را برای سوغات رضوی فراهم کنیم که به نوعی امتداد زیارت زائران باشد. به گونه ای که وقتی زائر آن را با خود به شهرش می برد و در خانه به آن نگاه می کند، برایش یادآور زیارت و امام رضا^(ع) باشد.او با بیان اینکه بخش مهم جشنواره پس از اعلام منتخبان شروع می شود می گوید: خرید طرح های برگزیده و حمایت از تولید آثاری که دارای استانداردهای بازرگانی و ظرفیت تولید انبوه باشند، قدم بعدی ماست. همچنین با مشارکت اسارت آپ ها به هنرمندان تولیدکننده،

مهارت های ورود به بازار کار و ارتقای دانش کسب کار را آموزش می دهیم. در ادامه از نهادهای مختلف دعوت خواهیم کرد که با توجه به رویکرد های خود از تولید طرح هایی حمایت کنند.

● ضرورت آموزش مهارت های کسب و کار به هنرمندان در ادامه مصطفی معینی وند، طراح و گرافیست مشهدی، به اهمیت سوغات فرهنگی اشاره می کند و می گوید: اگر کمی در تاریخ عقب برویم و به دوره صفویه یا زگردیم، متوجه می شویم اجداد ما در زندگی روزمره خود از ابزارهایی استفاده می کردند که هم رنگ و بوی هنری و هم بیوستگی هایی با فرهنگ ما داشته اند. شاید آن موقع به آن ابزارها هنر گفته نمی شد، ولی صنعتگر سعی می کرد از آرایه ها، تصاویر و نقوش استفاده کند تا به کالای خود جذابیت بدهد و آن را مردم پسندتر کند. در ادامه تاریخ اما این رشته از دست ما درمی رود و اکنون هنر به عنوان یک کالای آنتیک در نگارخانه ها فروخته می شود. بنابراین، ما از ریشه های فرهنگی خود فاصله گرفته ایم. برگزاری جشنواره هایی مانند «گنجینه مهر» در حوزه تولید سوغات رضوی،

تلاش درستی برای کم کردن این فاصله است. هر چند راه زیادی در پیش است.

این هنرمند ادامه می دهد: اگر هنرمندان با رویکردی که گفته شد به اثر تولیدی خود نگاه کنند، دیگر توقع نخواهند داشت که به کالایش به عنوان هنری نگاه کنند که قرار است در نگارخانه عرضه شود و با رقمی بیش از قدرت خرید مردم قیمت گذاری شود. بلکه او خود را صنعتگری می داند که کالایی را با ارزش افزوده فرهنگی و جاذبه های بصری خلق می کند، به گونه ای که مردم بتوانند آن را بخرند. با چنین رویکردی اگر جشنواره ای برگزار شود، یعنی خروجی آن تبدیل به صنعت و از آن تکثیر شود، می توان به آن امید بست. اما اگر خروجی این جشنواره ها به نگارخانه ها بروند چندان مؤثر نخواهند بود.او با ذکر مثالی ادامه می دهد: خودروهای اروپایی، آمریکایی و آسیایی هر کدام طراحی های خودشان را دارند. این یک دانش است و داده های آن از ریشه های فرهنگی بیرون می آیند. ما می توانیم کالایی داشته باشیم که زمینه رضوی داشته باشد. منتها این به آن معنی نیست که به ۸۰۰ سال پیش برگردیم، بلکه باید بتوانیم سرخ ریشه های فرهنگی را پیدا کنیم و به ذائقه و دانش امروزرگه بزیم. این کار دشواری است و به



مصطفی معینی وند: وقتی یک هنرمند می خواهد محصول فرهنگی خود را تولید کند، به نوعی یک کارآفرین خواهد بود

همین دلیل معمولاً به تکرار مکررات قرن های گذشته روی می آوریم، اما چون چنین طرح هایی مناسب ذائقه امروز نیستند، روانه نگارخانه ها می شوند و حالت کاربردی خود را از دست می دهند.

معینی وند با بیان اینکه هدف فراخوان در چنین جشنواره هایی باید مشخص باشد می گوید: برای سرمایه گذاری روی محصولات خروجی این جشنواره، باید پیش از همه به این فکر کنیم که آیا هنرمندی که می تواند تک اثر تولید کند، می تواند آن را تکثیر نیز بکند؟ ما چقدر می توانیم به او کمک کنیم. آیا گراین هنرمند کارگاهی را اجاره و مواد اولیه ای را خریداری کرد، همچنان از او خرید می کنیم؟ او چطور می تواند با تولید یک محصول فقط یک مشتری هزینه های خود را بدهد؟ جشنواره شروع خوبی است. ولی ادامه

آن مهم تر است. او تأکید می کند: قبل از اینکه هنرمند بخواهد در این جشنواره شرکت کند، باید بداند مسیری که در آن پا می گذارد قرار است او را به کجا ببرد و چه مشکلاتی سر راه او قرار خواهد گرفت. یعنی او نیازمند کسب دانش در حوزه کار است. وقتی یک هنرمند می خواهد محصول فرهنگی خود را تولید کند، به نوعی یک کارآفرین خواهد بود.و دیگر با دانش صرفا هنری نمی تواند کارآفرین باشد. بلکه باید با فرمول های بازار تولید و فرایند های تخصصی و علمی تولید و توسعه کسب و کار آشنا باشد.

چنین رویدادهایی اگر به این نیاز توجه نکنند نمی توانند اثرگذار باشند. این هنرمند پیشنهاد می دهد: یک راه حل ممکن این است که میدان بازی در چنین جشنواره هایی بزرگ تر شود و نیاز باشد از مجموعه های خصوصی به عنوان منتور (هدایتگر و مربی) کمک گرفته شود. این مجموعه ها می توانند با انتقال تجربیات و تخصص خود، دوره های آموزشی برای هنرمندان علاقه مند بگذارند و آن ها را با تمام فراز و فرودهای تولید آشنا کنند.

در نتیجه هنرمندان با اطلاعات علمی و با آگاهی از مسیر پیش رو تصمیم بگیرند که می خواهند وارد درسهای تولید شوند یا خیر. بنابراین، نگاه تک نسخه ای به جریان سوغات فرهنگی رضوی جواب نمی دهد. سالانه ۳۰ میلیون زائر به مشهد سفر می کنند و تعداد محدود سوغات رضوی جوابگوی نیاز این جمعیت نیست. این کاری نیست که هنرمند خود به تنهایی بتواند انجام بدهد. او باید دانش تولید محصول هنری خود را کسب و به صورت سازمانی به این فرایند ورود کند. وگرنه تبدیل به کارگاه کوچکی خواهد شد که با کوچک ترین تلاطم بازار، فرومی پاشد و آسیب های جدی می بیند.

صنایع غذایی منحصر می شد که از عنصر معنا بی بهره بودند. کمی بعدتر عناصر فرهنگی وابسته به مناسک همچون مهر و تسبیح، سوغات مهم مشهد محسوب شدند. خوشبختانه با رشد حوزه صنایع خلاق فرهنگی، این زمینه فراهم آمد تا با بهره بردن از هنر و صنایع وابسته به آن و نگاه های نوآورانه زیارت و ایجاد معنایی از محصولات متنوعی تبدیل شوند که زمینه جلوه گری عناصر قدسی را برای همگان فراهم آورند. بر این بنیاد است که سوغات زیارت به سمت محصولات هنری متنوع و متناسب با ذائقه مخاطبان گوناگون حرکت کرد. سوغات زائر فراورده های کاربردی یا تزئینی است که یادآور مقدسی زیارت و معنابخش به زندگی معاصر انسان هاست. در واقع سوغات زائر زمینه ساز امتداد اجتماعی امر زیارت در زیست معاصر انسان است. توجه به سوغات زائر دو برون داد جدی و غیرقابل انکار خواهد داشت. نخست تبدیل شدن زیارت به گفتمان مرکزی و اساسی جامعه بدون نیاز به پرداخت مستقیم به بنیاد های معرفتی و پیچیده آن برای توده های مردم است. دیگری زمینه سازی توسعه اقتصاد هنر. از این روی مسئله سیاست گذاری سوغات زائر را می توان یکی از بنیادین ترین نیازهای امروز مشهد مقدس دانست که همچنان متولی مرکزی ندارد و به حوزه ای اختلافی میان بخش های گوناگون بدل شده است. گام نخست برای بهره بردن از ظرفیت سوغات زائر تغییر نگرش مدیران نسبت به سوغات زائر است.

سوغات هنری، از اقتصاد تا معنا

ویژه را رقم خواهد زد. نخست آنکه موجب می شود تا به طور ناخودآگاه و درونی عنصر و بنیاد معنایی مورد نظر کارگزاران نظام اجتماعی میان همه اعضای جامعه توزیع و جزئی از ادبیات ایشان شود و دوم آنکه موجب می شود تا تصویر دقیق ترو کارآمدی از آن جامعه در آذهان دیگران شکل گیرد.

بهترین زبان برای تحقق فرایند عینیت بخشیدن به معنا، زبان هنر است. زبانی که ویژگی های گسترده ای چون جهان شمولی، غیرمستقیم گویی، تنوع گسترده، اثرگذاری عاطفی دارد و در سایه زیبایی شناختی زمینه خلق آثاری گسترده در راستای انتقال معنا را فراهم می آورد. پیوند هنر و معنا حوزه بسیار مهمی به نام سوغات به وجود می آورد. زمانی که بتوان معنا و هویت یک جغرافیا و زیست بوم را در چارچوب نظام مصرفی جامعه و در قالب کاربردی ساختن هنر ارائه کرد حوزه ای به نام سوغات شکل می گیرد. سوغات رهاورد و ارمانی است که از فردی مکانی معنا می یابد و موجب یادآوری ویژگی های مبدأ خویش می شود. به مرور زمان شاخه ای از



محمد جواد اسلانی: پژوهشگر مطالعات فرهنگی

سوغات شکل گرفته است که رهاوردی فرهنگی از جغرافیای معنایی مورد نظر است. در واقع در کنار عناصر فیزیکی و رهاورد در این حوزه ها، سوغاتی به وجود آمده است که داشته های فرهنگی جامعه را به عنوان غنی ترین منابع هویت بخش به دیگران عرضه می کند. از این روی می توان عناصر و پاره های فرهنگ هر سرزمینی را با زبان هنر و در قالب های گوناگون به ویژه کاربردی عرضه کرد تا بدین شکل معانی فرهنگی در شئون مختلف زیست انسانی امتداد یابد.

زیارت عنصر مرکزی و هویت بخش فرهنگ در شهر مشهد مقدس است که بر همه ابعاد دیگر

تأثیرگذار است. از این روی سوغات مشهد باید یادآور تداعی کننده مفهوم زیارت برای مخاطبان

متنوع و مختلف این شهر باشد. رهاوردی که زائر از مشهد با خویش می برد باید زمینه بازنمایی و بازتاب مفهوم قدسی زیارت را در هر لحظه و مکانی برای او فراهم آورد. بر این بنیاد سوغات زائر تجسم

بخشیدن به پنداره زیارت برای همگان است. در گذشته سوغات مشهد به حوزه های محدود

نگارستان

نمایشگاه خطاطی «یاس کبود» در مشهد گشایش یافت



رضا میرزاده‌ادر آستانه فرارسیدن دهه فاطمیه و ایام سوگواری شهادت حضرت زهرا^(س) نمایشگاه خطاطی «یاس کبود» مشتمل بر آثار خطاطی استاد علی اکبر رضوانی در نگارخانه رضوان نمایشگاه مشتمل بر پنجاه

تابلو خطاطی با موضوع شهادت حضرت زهرا^(س) و در سبک شکسته نستعلیق است که طی سال های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ به رشته تحریر درآمده و تذهیب آثار نیز به وسیله «فاطمه رضوانی» دختر استاد رضوانی انجام شده است. نمایشگاه «یاس کبود» از ۱۸ آذرماه تا پنجشنبه ۲۳ آذرماه در نگارخانه رضوان واقع در خیابان کوهسنگی ۱۷ دایر است وعلاقه مندان به تماشای این آثاری می توانند هر روز از ساعت ۹ تا ۱۳ صبح و تا ۱۶ تا ۱۹ عصر از آن بازدید کنند. گفتنی است، این سومین نمایشگاه با عنوان «یاس کبود» است که طی سال های اخیر از آثار خطاطی استاد رضوانی در معرض دید علاقه مندان قرار گرفته است.

اخبار هنری مشهد

«در مسیر عاشقی» در مشهد کلید خورد



فیلم داستانی تلویزیونی «در مسیر عاشقی» به نویسندگی مصطفی رجب زاده و تهیه کنندگی و کارگردانی حامد اعظمی حسینی کلید خورد. «در مسیر عشق» در ژانر اجتماعی دینی با موضوع خانواده و رشد و جوانی جمعیت است و

فیلم برداری آن در روستای خوش آب و هوا و گردشگری روستای کاهوهوشهدآغاز شده‌است. در این فیلم تلویزیونی علیرضا سوزنچی، مریم رحمتی، زهرا باقری، مبین پروستان زاده، سعید رسول زاده، حمید قهرمانی، غلامرضا دادگر، علیرضا ملک زاده، بیتا آریا، مهدی کوشکی، علیرضا دهقان، یسنا مروتی، متینا صادقی، امیرمحمد جوارشکیان و شهرام کوشکی به ایفای نقش می پردازند. حامد اعظمی حسینی که تاکنون در پروژه های کوتاه و بلند سینمایی و تلویزیونی همکاری داشته است، درباره تولید فیلم «در مسیر عشق» گفت: تمام مراحل این فیلم در مشهد و اطراف آن ساخته می شود. سعی کرده ام از فضا های متفاوت و هنرمندان این شهر استفاده کنم. وی افزود: تمامی سرمایه این فیلم شخصی است و تا به حال هیچ گونه حمایتی از هیچ کجا نندشیم، اما عشق به سینما و ارادت قلبی به امام مهربانی ها باعث شده است تا با وجود همه سختی ها کار در سینما را ادامه دهم و باز نیز ادامه خواهم داد. امیدواریم که علاقه مندان به هنر سینما بتوانند از تولید محصولات هنری حمایت کنند و سرمایه گذاران به سرمایه گذاری در تولید فیلم های ارزشی تشویق شوند.

چارسوق هنر

قصه مادران شهید در مستند «رخ مادر»



باگذشت نیمی از فصل دوم مجموعه مستند «رخ مادر» به کارگردانی حمیدمشایخی، مهدی انصاری، سیدمصطفی سیدالحسینی و علی عالی که این شب هادر شبکه یک سیما میزبان مخاطبان خود است، از پوستر این اثر رونمایی شد. این مجموعه

مستند که زهرا حسینی، سربست پژوهش و سوزه یابی آن را برعهده داشته، در استان های کرمان، یزن، فارس، لرستان، شهرکرد، گلستان، مازندران، تهران، گیلان، اراک و اصفهان جلوی دوربین رفته است. «رخ مادر» در فصل جدید با روایتی شاعرانه به قصه های بگرو ناب از مادران شهدا که در دوران جنگ به عنوان «خیال‌النسا» که امشب دوشنبه ۱۴۰۰ آذرروی آنتن می رود، قصه زندگی خیال‌النسا با ی از گلستان است. این قسمت روایتی از قبول کردن سربستی بچه ای ۹ ساله است که در نهایت شهید می شود. قسمت نهم با عنوان «سروتنها» که سه شنبه ۲۱ آذرروی آنتن می رود، قصه زندگی معصومه عربی از کرمان است و داستان مادری را روایت می کند که پسرش در گردان غواص ها (عملیات کربلای ۴) حضور داشت و یکسرش بعد از ۱۰ سال به وطن بازگشت. قسمت دهم با عنوان «رؤیای یک مادر» که چهارشنبه ۲۲ آذرروی آنتن می رود، قصه زهرا اکبری از یزد است. روایتی از یکی مادر ساده زیست که در دوران جنگ به عنوان خیاط لباس های برای رزمندگان می دوخت. فصل دوم مجموعه مستند «رخ مادر» شنبه تا چهارشنبه ساعت ۱۷:۳۰ روی آنتن شبکه یک سیما می رود.

تصویربرداری «مهیاریار» از نیمه گذشت



تاکنون نیمی از تصویربرداری سریال «مهیاریار» به کارگردانی سید جمال سیدحاتمی و تهیه کنندگی بهروز مفید سپری شده است. کامران قفتی، بهنام تشکر، متین ستوده از جمله بازیگرانی بودند که در

این پروژه به ایفای نقش پرداخته اند. هم زمان با ادامه تصویربرداری «مهیاریار»، سیامک صفری، آشا محرابی، رامین ناصر نصیر و رؤیا میرعلمی به جمع بازیگران این مجموعه تلویزیونی پیوستند. کارگردان «مهیاریار» پیش از این گفته بود در این مجموعه تلویزیونی حدود ۲۶۰ بازیگر جلوی دوربین می روند. «مهیاریار» مجموعه ای تلویزیونی است که ساخت آن از هشت ماه پیش آغاز شده و قرار است ماه رمضان سال ۱۴۰۳ پخش شود.