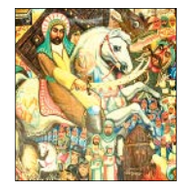
بوم و رنگ

فونت‌هایی که حسی ندارند

بخش عمده‌ای از طرح‌های شهری امسال برای ماه محرم چه در تهران و چه مشهد با فونت‌های کامپیوتری اجرا شده‌اند. اگر به نمونه‌های سال گذشته و حتی نمونه‌های دهه‌های گذشته رجوع کنیم می‌بینیم خطوط نسخ و ثلث و سپس نستعلیق در کتیبه‌های عاشورایی حضوری پررنگ داشته اند و دارند. خطوطی جاندار و صاحب فروپیچش‌های خاص خود که حسی را هم به مخاطب القامی‌کنند.

البته باید خط معلی را هم که حمید عجمی هنرمند معاصر، ابداع و ثبت کرده به این موارد افزود و آن را گزینه‌ای مناسب برای انتقال پیام‌های عاشورایی و در کل مذهبی دانست. جالب است که نمونه موفق چنین تبلیغاتی را می‌توان در برنامه‌های سازمان زیباسازی شهر تهران در ماه رمضان سال گذشته دانست. از خطوط قدمایی به بهترین و

زیباترین شکل برای ارائه مفاهیم مربوط با ماه مهمانی خدا استفاده شده بود و شهر جان دیگری گرفته بود. حتی در ماه محرم سال‌های گذشته هم شاهد بودیم که شهر به‌واسطه طرح‌های خوب و جانداری که گوشه و کنار شهر خودنمایی می‌کرد، حس آمدن ماه محرم و عزاداری‌های این ماه را تداعی می‌کرد، حالا اما فونت‌های رایانه‌ای بی‌جان آمده‌اند و روی در و دیوار شهر جا خوش کرده‌اند، بی‌این‌که هیچ حس و رمقی داشته باشند که بتوانند به مردم پیامی را برسانند و چهره شهر را چندان تغییری دهند.



«شور عاشورا» در فرهنگسرای گلستان

نمایشگاهی از پرده‌های عاشورایی نقاشان مکتب قهوه‌خانه‌ای با عنوان «شور عاشورا» از ۱۶ تا ۲۸ شهریور در نگارخانه گلستان برپا می‌شود.

به گزارش روابط عمومی فرهنگسرای گلستان، در این نمایشگاه، ۱۵ پرده نقاشی قهوه‌خانه‌ای با موضوع عاشورا و هنرنمایی دو نفر از استادان این مکتب محمدرضا حسینی و مهدی طالعی‌نیا به مناسبت ایام سوگواری محرم در معرض تماشای مخاطبان قرار می‌گیرد.

این نمایشگاه با هدف تکریم هنر و هنرمند ایرانی، هنر عاشورایی و همچنین تلاش برای رونق گرفتن این شیوه مهجور مانده برگزار می‌شود. استاد محمدرضا حسینی از شاگردان استاد عباس بلوکی‌فر - از نقاشان بنام سبك قهوه‌خانه - است و جزو معدود افرادی است که این روزها به تدریس نقاشی قهوه‌خانه‌ای مشغول است و مهدی طالعی‌نیا، جوان‌ترین هنرمند این شیوه هنری است که تحصیلات دانشگاهی دارد.

تصویر حاضر کتیبه‌ای است با شعر محتشم کاشانی که سال‌هاست دیده شده است. فرمی که هنوز تکراری نشده و برخلاف طرح‌های این روزهای شهر تهران جذاب و تاثیر گذار است

کتیبه‌های کمرنگ

با وجود ظرفیت‌ها و امکانات مناسب شهرداری‌های تهران و سایر شهرهای بزرگ کشور نتوانسته‌اند شور و حال محرمی را به کوچه و خیابان بیاورند

زینب مرتضایی فرد

ادبیات و هنر

شهر هر سال در همین ایام سیاه‌پوش شده و چهره دیگری به خودش می‌گیرد. پارچه‌های سیاه، پرچم‌های سبز و قرمز، علم و کتل‌ها و دیگر مظاهر عزاداری ایام شهادت سید و سالار شهیدان، خبر از آیین‌هایی هر ساله می‌دهد که قدمتی طولانی دارند و چندین قرن است ادامه پیدا کرده‌اند. حالا حسابش را بکنید آیینی که چند قرن قدمت دارد، طبعا سنت‌ها و آداب هنری خود را هم در گذر زمان شکل داده است. هنر ایرانی- اسلامی از کنار عاشورا بی‌تفاوت نگذشته، شاهکارهایی به مرور زمان خلق شده و بخشی از حافظه جمعی مردم شده‌اند. از نوحه‌های قدیمی گرفته تا اشعار و کتیبه‌ها و انواع دیگر آثار هنری همه در محضر واقعه کربلا به زانوی ادب نشسته و سهم خود را ادا کرده‌اند. طبیعتا در چنین ایامی نهادهای مربوطه هم وارد عمل می‌شوند تا در و دیوار شهر، کوچه‌ها و خیابان‌ها حال و هوای دیگری به خود بگیرند و چهره شهر را متناسب با ایام ماه محرم تغییر دهند. امسال تهران چهره عجیبی به خود گرفته است، نه تنها تهران که به نظر می‌رسد تبلیغات محیطی شهر مشهد هم برای ایام ماه محرم امسال شکلی به خود گرفته که واکنش مردم شهر را در بر داشته است.

معماری اسلامی، عاشورای مدرن

سازمان زیباسازی شهرداری در تهران و البته در مشهد سعی کرده‌اند، پوسترهای شهری مینیمال و مفهومی را اجرا کنند. پوسترهایی که شاید درباره موضوع دیگری می‌توانستند تاثیرگذار هم باشند، اما به نظر می‌رسد در این یك مورد موفق به تاثیرگذاری که نشده‌اند، هیچ... در برخی موارد مخاطب را با حسی خنثی بدرقه کرده یا به اعتراض هم وا داشته‌اند. حالا ماجرا چیست و چرا طرح‌های مینیمال امسال نتوانسته‌اند مخاطب را راضی کرده و حال و هوای عاشورایی به شهر بدهند؟ بخشی از ماجرا را می‌توان در همین نکته دانست که حافظه ما نسبت به آیین‌های ایام محرم شکل گرفته است. کتیبه‌های قدیمی عاشورایی، خوشنویسی‌ها و هنرهای مشابه در حافظه جمعی ما شکل گرفته‌اند. هنرهایی که دارای المان‌هایی هستند که می‌توانند بهتر از هر چیزی بگویند محرم آمده است و این حال و هوا را به مخاطب خود هم منتقل کنند. جالب است سازمان زیباسازی شهرداری چند سالی است نشان داده قصد ترویج معماری ایرانی -اسلامی را در شهر دارد و چهره بسیاری از بناهای نوساز هم به همین واسطه تغییر کرده‌اند. آن وقت همین سازمان در تبلیغ ماه محرم امسال از فرهنگ ایرانی -اسلامی و موتیف‌های آشنا برای مخاطب فاصله گرفته است.

پیتزا به جای قیمه!

ما مردمان فرهنگی هستیم که وقتی وارد یك بنا مانند مسجد هم می‌شویم کاشیکاری‌ها و کتیبه نگاری ها، خطوط و موتیف‌های به کار رفته در آنها عمیقا جذبمان می‌کنند و درك آنها برایمان ساده است، حتی اگر نتوانیم درباره این موضوع حرف زده و دلایل مفصلی بیاوریم، در این نکته شکی نیست که حال خوشی داریم و می‌توانیم بگوییم در فضاسازی ای قرار گرفته ایم که می‌تواند حس آرامش لازم را به ما منتقل کند.

برای گفتن از عاشورا هم طبعا فضایی که برای مخاطب آشناست و در ذهنش شکل گرفته می‌تواند او را به تاثیر و تاثر وادارد. طبعا ورود به فضای هنر جدید ابزار خوبی برای برنامه‌های مناسبتی که ریشه در فرهنگ اسلامی و البته یك عمر پیشینه هنری دارد، نخواهد بود. مثلا فکرش را بکنید اگر به شما بگویند روز عاشورا قرار است به جای قیمه پیتزا بدهند، احتمالا خنده‌تان بگیرد یا ماجرا برایتان ملموس نباشد. ظهر عاشورا با نوع عزاداری و نذری‌های خاص خودش، با علم و کتل، زنجیرزنی و سینه‌زنی و دیگر آیین‌های مشابه در ذهن همه شکل گرفته است. آیینی اسلامی که باید برای تبلیغش هم سراغ هنر اسلامی رفت. امسال اما همه چیز در تهران و مشهد که تاکنون شهروندان هم اعتراض‌هایشان را اعلام کرده‌اند، به گونه‌ای پیش رفته که می‌شود گفت انگار در شهر محرم کمرنگ‌تر از سال‌های پیش است.

در این طرح محرم را نوشته‌اند و میان آن واژه حر را به رنگ دیگری آورده‌اند. ایده خوبی است اما نه برای اجرایی شدن در بزرگراه‌ها و خیابان‌ها که مخاطب به‌سرعت عبور می‌کند و فرصتی برای فکر کردن ندارد.

«این راه بی‌نهایت» جان ندارد، سرد است. این همه المان عاشورایی خوب داریم. نداریم واقعا؟

این هم نمونه‌ای از آثاری که در مشهد به نمایش درآمده با خطی کودکانه و پیامی نه چندان واضح. در مناسبت‌های مذهبی در هیچ ماهی اندازه عاشورا آثار هنری غنی نداریم. واقعا نمی‌شده کار دیگری انجام داد؟

از اول ماه محرم، کنسرت‌های موسیقی تعطیل می‌شوند تا آخر ماه صفر، یعنی ۲ ماه کنسرت نداریم. آن وقت در مشهد ذیل پیام عاشورایی تبلیغ کنسرت هم آمده است!

نمونه ای از خط حمید عجمی که ساختاری مناسب استفاده در پوستر و طرح‌های عاشورایی دارد

در جریان بازدید وزیر صمت مطرح شد؛

شهرت جهانی کیفیت زعفران تروند در بازارهای صادراتی زعفران ایران

رئیس هیئت مدیره ومدیرعامل شرکت تروند زعفران قاین گفت: کیفیت زعفران تروند از شهرت جهانی در بازارهای صادراتی زعفران ایران برخوردار است و موفقیت های کسب شده در سال های اخیر گواه این مهم می باشد.

مهندس محسن احتشام در جریان بازدید وزیر صنعت، معدن و تجارت از گروه کشاورزی و زعفران کاری صنایع تبدیلی و تکمیلی تروند زعفران قاین اظهارکرد: این گروه با بیش از ۲هزار عضو کشاورز تامین کننده در بیش از ۳۵ کشور جهان حضور فعال دارد و کیفیت زعفران تروند از شهرت جهانی در بازارهای صادراتی زعفران ایران برخوردار است و موفقیت های کسب شده در سال های اخیر گواه این مهم است.

وی به موفقیت‌های گروه کشاورزی و تولیدی تروند زعفران قاین اشاره کرد و گفت: این گروه به عنوان تولید کننده و صادر کننده زعفران با بسته بندی‌های مختلف در بخش صنایع تبدیلی و تکمیلی محصولات کشاورزی منتخب در ۵ دوره به عنوان صادر کننده نمونه و برتر کشور ،۴ دوره بعنوان واحد نمونه کیفی کشوری از سوی موسسه استاندارد ایران انتخاب شده است. کسب تندیس اهتمام در کیفیت از سوی موسسه استاندارد ایران و واحد نمونه فرآوری زعفران در سطح کشور از سوی وزارت جهادکشاورزی از دیگر افتخارات گروه کشاورزی و تولیدی تروند زعفران قاین است. مهندس احتشام با بیان اینکه گروه تروند زعفران قاین در آبان ماه ۱۳۸۱ همزمان با برگزاری نخستین جشنواره ملی زعفران و در کنار مزارع زیبای زعفران در قاینات افتتاح گردید گفت: تاکنون مفتخر به کسب گواهینامه‌های بین المللی ازجمله:ISO۹۰۰۱:۲۰۰۸،ISO۲۲۰۰۰:۲۰۰۵، HACCP از توف نورد آلمان، ISO IEC۱۷۰۲۵ ازموسسه استاندارد ایران،گواهینامه IFS FOOD از توف نورد آلمان، گواهینامه بین المللی ORGANIC ازBIO INSPCTA سوئیس و گواهینامه FSSC از توف نورد آلمان گردیده است.

همچنین سایر گواهینامه‌های ملی و بین‌المللی در زمینه زعفران و زرشک با رعایت کلیه استانداردهای ملی و بین‌المللی به عنوان اولین و تنها واحد اصولی در صنعت زعفران در کنار مزارع زیبای زعفران مورد بازدید وزیر صنعت، معدن و تجارت قرار گرفت.

رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل شرکت تروند زعفران قاین در ادامه این بازدید با ارائه سوابق فعالیت‌های واحد تحقیق و توسعه تروند زعفران قاین گفت: این واحد در زمینه ۱۰ مورد ثبت اختراع محصولات مشتق از زعفران و زرشک، ارائه بیش از ۱۰ مقاله علمی ثبت شده در مجلات علمی ملی و بین المللی ،تدوین بیش از ۵ استاندارد ملی ،مشارکت در تدوین ۱ استاندارد بین المللی اقدامات ارزشمندی داشته است.

همچنین انجام تحقیقات علمی در زمینه زعفران و زرشک با مشارکت دانشگاه‌های معتبر داخلی و خارجی و تولید انبوه محصولات جدید منتج از زعفران که برای اولین بار در صنعت زعفران ایران تولید و عرضه می شود.

از جمله نوشیدنی زعفرانی، آدامس زعفرانی، اکسترکت زعفران دستاوردهای ارزنده ای است که در این واحد انجام شده است.

مهندس احتشام بیان کرد: ایجاد اشتغال برای جوانان جویای کار،تلاش در جهت رونق اقتصادی منطقه و توسعه روستایی با کشاورزی قراردادی و توسعه صادرات موثر بر مبنای کسب ارزش افزوده بیشتر از سال ۱۳۸۱، ارتباط مستقیم با کشاورز و آموزش مستقیم و مستمر با کشاورزان زعفران‌کار و زرشک‌کار و توسعه ملی و منطقه ای و توسعه کشت ارگانیک زعفران و زرشک سرلوحه فعالیت‌های تروند زعفران قاین بوده است.

وی گفت: جلوگیری از خام فروشی و عرضه مستقیم دسترنج کشاورزان زعفران‌کار در بسته‌بندی‌های متنوع، احراز جایگاه شایسته برای صادرات موثر و بازار پایدار در جهت اعتلای نام زعفران ایران وتوجه خاص به مفاهیم فلسفه بازاریابی اجتماعی به عنوان یکی از رسالت‌های مهم شرکت به منظور برگشت ارزش افزوده زعفران به مناطق زعفران‌کاری ازدیگر اقداماتی است که سرلوحه فعالیت‌های تروند زعفران قاین قرار داشته و دارد.

وزیر صمت: عملکرد بسیار خوب و روشن تروند زعفران قاین در صادرات زعفران

وزیر صنعت، معدن و تجارت در این بازدید گفت: عملکرد بسیار خوب و روشن شرکت تروند زعفران قاین در زمینه صادرات زعفران، مبین حضور فعال و بزرگ تروند زعفران قاین در بازارهای صادراتی است.

دکتر رحمانی اظهار داشت: نیاز است که در بازارهای داخلی هم بیشتر حمایت گردد تا با معرفی محصولات متنوع این واحد تولیدی کشاورزی در سطح بازارهای داخلی، مصرف‌کنندگان داخلی نیز بتوانند از کیفیت بی نظیر محصولات تروند زعفران قاین استفاده ببرند.

دکتر رحمانی، وزیر صنعت، معدن و تجارت، مهندس معتمدیان استاندار خراسان جنوبی و فلاحتی نماینده مردم قائنات وزیر کوه در مجلس شورای اسلامی و هیات همراه از خط تولید و پخش‌های مختلف گروه کشاورزی و تولیدی تروند زعفران قاین بازدید و از نزدیک در جریان روند تولید و محصولات آن قرار گرفتند.