

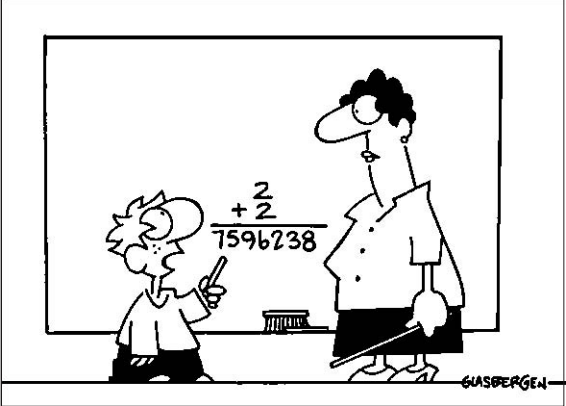


وانفسای شوخ جلب رضایت

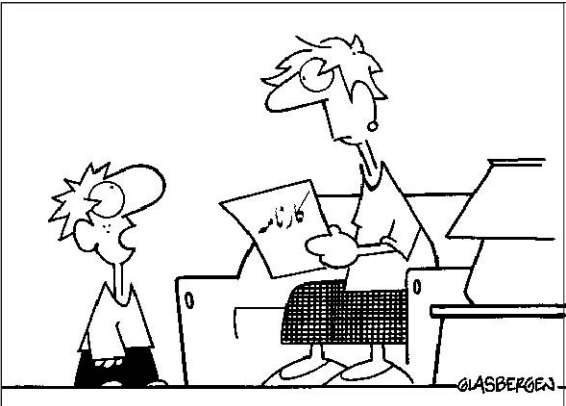
پاییز هر چند با برگ‌ریزان و باران‌های موسمی‌اش می‌رود تا به سردی بگراید اما به موازات خود، گرمایی را می‌آغازد که تا ماه‌ها بعد ادامه می‌یابد.

بی‌تردید می‌توان پاییز را فصل تدریس و تحصیل نامید؛ فصلی که با آغاز به‌کار رسمی مراکز تحصیلی شور و هیجان وافر را در قشرهای مختلف جامعه ایجاد می‌کند و در صدر ذهن - مشغولی‌های آنها قرار می‌گیرد. از پدر و مادرهایی که مهیا ساختن شرایط نه‌چندان راحت تحصیل فرزند خود را بر عهده دارند گرفته تا دست‌اندر کارانی که برنامه‌ریزی و پشتیبانی نظام آموزشی ۹ماهه را پیش رو دارند، تولیدکنندگانی که باید نوشت‌افزار و ملزومات کلی و جزئی را به بازار آموزش‌دهندگان و آموزش‌گیرندگان تزریق کنند و دبیرانی که باید سه فصل بی‌دربی را با دانش‌آموزان رنگ و وارنگ با ضریب‌های هوشی متفاوت سر و کله بزنند و بالاخره دانش‌آموزانی که باید بستر گرم خواب و استراحت و تعطیلات را به نفع ۹ماه سحرخیزی و یادگیری و تعامل با انواع و اقسام سلیقه‌های آموزشی دبیران ترک کنند. بدیهی است در بین این اجتماع پرجمعیت، بیشترین و مهم‌ترین نقش‌ها را دانش‌آموزان ایفا می‌کنند، چرا که از یک سو باید در لوکیشن خانواده، رضایت اولیا را کسب کنند و از دیگر سو در لوکیشن آموزشگاه، رضایت مربیان را.

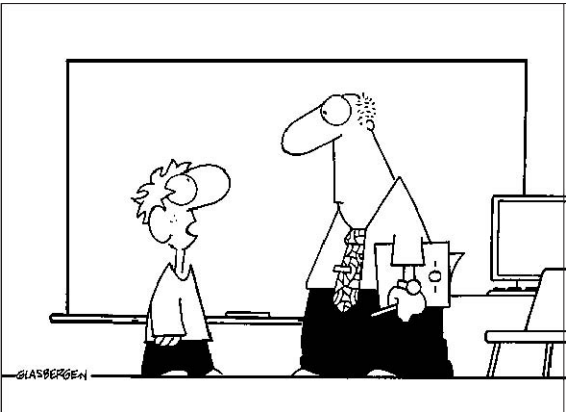
در این موقعیت حساس و در این وانفسای جلب رضایت است که روایتی شکل می‌گیرد و چالش‌هایی پیش می‌آید که گاه طنزآمیز و خاطره‌ساز است، خالی از لطف نیست در اینجا نمونه‌هایی از این لحظات را با چاشنی طنز رندی گل‌زبر گن - کارتون‌نست پرکار آمریکایی - ببینیم.



«خانم! آخه توی دنیای پیچیده امروزی، لازمه که برای سوال‌های قدیمی، جواب‌های جدیدی تعریف کنیم»



«مامان! چرا نباید حروف (ئی) و (اف) از (ای) و (بی) بهتر باشه؛ در حالی‌که از نظر خدا همه حروف با هم برابرین؟»



«استادا! با توجه به اینکه من به مقاله توی وبلاگم نوشته‌م، به عنوان یکی از هوشمندترین مردان جهان شناخته می‌شم؛ بنابراین شما باید نمره‌های بهتری به من بدید»

فصلی از شکوفایی

■ **تمدید مهلت ارسال آثار برای جشنواره کارت‌پستال‌های شهری**



معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران با هدف مستندسازی، استخراج و تثبیت عناصر و نشان‌های هویتی شهر تهران، اقدام به برگزاری دومین جشنواره کارت پستال‌های شهری کرده است. این جشنواره در سه بخش متفاوت برگزار خواهد شد.

۱- بخش اصلی جشنواره: عملکرد مدیریت نوین شهری با رویکرد کالبدی و برنامه‌ای ۲- ردیابی، تحلیل و ارزش‌گذاری ارمان‌ها، مناسک، آیین‌ها، شیوه‌مندی و استخراج تمام شاخص‌های هویت شهری ۳- هنجارها و ناهنجاری‌ها، و زشت و زیبای شهر.

جشنواره دارای سه بخش کاریکاتور، عکس و گرافیک است و شرکت همه افراد در آن آزاد است.

شرکت‌کنندگان می‌توانند آثار خود را از طریق پست یا به صورت حضوری به دبیرخانه جشنواره تحویل دهند و رسید دریافت کنند. گفتنی است مهلت تحویل آثار، بیستم شهریورماه به پایان رسیده اما بنا به درخواست‌های مکرر علاقه‌مندان، این مهلت به مدت یک‌ماه دیگر (۲۰ مهرماه) تمدید شد. دبیرخانه این جشنواره ضمن اعلام قطعی بودن و عدم تمدید مجدد این مهلت اضافه کرد: شرکت‌کنندگان می‌توانند در هریک از بخش‌ها حداکثر پنج اثر، و لوح فشرده آثار خود را با فرمت Tif یا jpg، اندازه ۳۰۰×۴۰۰ سانتی‌متر و حساسیت 300 DPI ارسال کنند. در صورت پذیرش آثار، ارائه اصل اثر به همراه یک نسخه پرینت رنگی اثر در قطع A4 الزامی خواهد بود. جوایز هر بخش از جشنواره کارت پستال‌های شهری نیز از این قرار است: جایزه نفر اول ۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال، جایزه نفر دوم ۱۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال و جایزه نفر سوم ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال. در همین به ۱۰ نفر دیگر از برگزیدگان دیپلم افتخار به همراه مبلغ ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال اهدا خواهد شد. آثار هر سه بخش توسط تیم‌های مستقل و مجرب داوری خواهند شد.

علاقه‌مندان برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به سایت اینترنتی این جشنواره به نشانی زیر مراجعه کنند:

www.iranipc.ir



اندک مطبوعات کشور نبود این هنر مردمی مرده بود. در حال حاضر معضل اصلی کاریکاتور ما چطور آموزش دادن آن نیست، چطور دیده شدن آن است! چراکه باید پذیرفت تولید کاریکاتور بیست‌های مادرزادی در کشورمان بد نیست؛ اما زنده ماندن این استعداد مادرزادی در وجود آنها...

جواب آن نیز واضح است. هیچ نشریات و مطبوعات، کتاب‌ها، پوسترها، تبلیغات محیطی و... که می‌توانند عرصه حضور این هنر و ارتباط آن با مخاطب عام که اتفاقاً گرایش زیادی به سمت طنز و نوع تصویری آن یعنی کاریکاتور دارند، با این هنر غریبه‌اند. اگر اندک فعالیت کاریکاتوربیست‌های پوست کلفت در

گرافه نیست که ادعا شود پتانسیل هنر کاریکاتور در کشور ما بسیار بالاست چراکه حضور کاریکاتوربیست‌های موفق در جشنواره‌های جهانی خود به وضوح این را نشان می‌دهد اما اینکه چقدر بازده این همه علاقه و استعداد را می‌توان در دست مخاطبان این هنر دید جای سوال دارد. هر چند

گرافه نیست که ادعا شود پتانسیل هنر کاریکاتور در کشور ما بسیار بالاست چراکه حضور کاریکاتوربیست‌های موفق در جشنواره‌های جهانی خود به وضوح این را نشان می‌دهد اما اینکه چقدر بازده این همه علاقه و استعداد را می‌توان در دست مخاطبان این هنر دید جای سوال دارد. هر چند



• یحیی تدین →

تاثیر آموزش در هنر کارتون

روزنامه‌ها از نظر فرم و محتوا مجموعه‌هایی هستند شامل ستون‌هایی که به نوبه خود از سطرهای پیاپی شکل می‌گیرند، آنها با نقطه و علائم گوناگون از یکدیگر فاصله می‌گیرند. هر کدام از صفحات نیز در ادامه با مقالات یا بهتر بگویم با مطالب مختلف و متنوع پوشیده می‌شوند. در این میان تصاویر چون لشکریان دنیای رویاها و خاطرات نقش جالب‌تری بازی می‌کنند. کارتون، تصویر، عکس در کنار مطالب یادشده بیش از هر چیز نقش تکمیل‌کننده دارند. آنها موجب لذت و آرامش بینندگان می‌شوند و همزمان به درک مطالب کمک می‌کنند و این چیزی است که مدیران هنری نشریات به آن توجه دارند. برای عرضه کتاب‌های رمان یا کتاب‌های فلسفی تصویرسازی چندان مساله مهمی به حساب نمی‌آید، لیکن مجلات و روزنامه‌ها و نشریات کمیک تا حدود زیادی بر اساس ذائقه طرفداران خود به بازار نشر می‌آیند و جای تعجبی ندارد که بخوانند به شکلی زیبا محصولات خود را بپارایند و بر این اساس از همه امکانات موجود استفاده کنند. طبیعتاً در مورد مطبوعات نقش تصویرسازان و کارتونست‌ها در کنار عکاسان با هدایت مدیران هنری برجسته‌تر می‌شود و بی‌جهت نیست که آنان می‌کوشند برای فروش هر چه بیشتر محصولات خود به گونه‌ای صفحه‌آرایی کنند، که خوانندگان با خواندن مطالب و همزمان دیدن تصاویر، احساس بهتری به دست آورند. بسیار شنیده‌ایم که یک تصویر خوب می‌تواند بیشتر از هر نوشتاری پیام خود را به بیننده منتقل کند و بدون تردید کارتون‌بیست‌ها نیز در این عرصه با استفاده از به‌کارگیری طنز در قالب تصویری انتقادی به تحلیل مسائل جامعه پرداخته و نظرات خود را بازگو می‌کنند. اما کار در عرصه کارتون نیز خود به مقدماتی نیاز دارد. تهیه کارتون‌های جذاب ابزارهای خاص خود را می‌طلبد تا بتواند به گونه‌ای که لازم است بر افکار مخاطبان تاثیرگذار باشد. بدون تردید یک کارتون‌بیست موفق می‌تواند درست مثل یک نویسنده زبردست در حوزه مسائل سیاسی یا اجتماعی، در بالا بردن تیراژ و ارزش معنوی یک نشریه موثر باشد، لیکن روشن است برای رسیدن موقعیت یک کارتون‌بیست به چنین جایگاهی نمی‌توان نقش آموزش را نادیده گرفت. مقوله آموزش از مرحله ابتدایی آن که مهارت در طراحی است تا مرحله کشف، ایده‌های جذاب و تاثیرگذار ادامه دارد. اگر از من بپرسید در این کارزار «ایده» مهم‌تر است یا طراحی، می‌گویم هر دو و هیچ‌کدام، مسلماً ایده‌های خوب را طراحی بد به یاد فنا می‌دهد و طراحی خوب نیز بدون یک ایده یا سناریوی جذاب به ناکجاآباد می‌رود ولی اگر می‌گویم هیچ‌کدام بیشتر از آن جهت است که همه آنچه گفته شد، شاید بدون استقلال رای و جهت‌گیری مناسب کارتون‌بیست، در مسیر بی‌خیالی طی می‌شود. جهت‌گیری مناسب و استقلال رای



• حسین صفاپی

هنر کاریکاتور هم مثل تمامی هنرهای دیگر به تجربه کردن وابسته است. به عبارتی دیگر می‌توان گفت اکتسابی نیست کشف و شهودی است. به همین خاطر مساله آموزش آن مثل آموزش هنرهای دیگر معضل می‌شود پیچیده می‌شود، نه اینکه امکان نداشته باشد، اما سخت است و راه و روش خاص خودش را دارد.

کاریکاتور هنر بهتر دیدن است و وابسته است به تجربه‌های دیداری مداوم و این تجربه‌ها را نمی‌توان به فضای داخل یک کلاس هر چقدر هم طولانی باشد و بزرگ محدود کرد. اما از آنجایی که آموزش از داخل کلاس شروع می‌شود و بعد وابستگی خود را به زمان و مکان از دست می‌دهد باید دید چه فضایی برای آن مناسب است. آنچه در آموزش اغلب هنرها از جمله کاریکاتور لازم و ضروری است ایجاد فضای کارگاهی برای هنرجویان است تا بتوانند خلاقیت و مهارت‌های خود را به بهترین شکل برای رسیدن به بهترین نتیجه به کار گیرند. فضای کارگاهی نه به وسعت و نه کثیفی و به هم ریختگی یک کارگاه نقاشی برای هنرجویان کاریکاتوربیست هم لازم است. اگر به یک موسسه آموزشی هنری سری بزنید عموماً کارگاهی برای هنرجویان طراحی و نقاشی وجود دارد اما برای کاریکاتور چنین فضایی در نظر گرفته نمی‌شود. اغلب متصدیان این آموزشگاه‌ها تصور می‌کنند پشت صندلی و نیمکت‌ها و در نهایت یک میز بزرگ در وسط یک اتاق ۲۰ متری می‌توان کاریکاتور را آموزش داد؛ تکنیک‌ها را روی میز بزرگ و نقد و بررسی کاریکاتور و مباحث تئوریک آن را روی تخته وایت‌بورد. هر دو این ملزومات آموزش کاریکاتور یعنی مساله سبزه و مساله تکنیک و مهارت‌های بصری توسط کاریکاتوربیست‌های مجرب تجربه‌ی در این کلاس‌ها آموزش داده می‌شود اما بازده آن از طرف هنرجویان خیلی چشمگیر نیست. به خصوص در سال‌های اخیر این بی‌میلی را در هنرجویان به وضوح می‌توان دید. چه در کلاس‌های آزاد که توسط موسسه‌های خصوصی و با هدف درآمدزایی و همین‌طور کشف استعدادهایی که دور مانده از دانشگاه‌ها و چه در دانشگاه‌ها اعم از دولتی و غیردولتی، آزاد و کاربردی و غیر کاربردی؛ از راه دور و از راه نزدیک و... که با هدف دادن مدرک‌های رنگارنگ به دست دانشجویان مدرک‌جو به وجود آمده‌اند سال به سال شاهد افت کمی و کیفی کار هنرجویان هستیم.

ساده است که گناه آن را به گردن تنبلی نسل جدید بیندازیم؛ نسلی که تمامی اطلاعات مورد نیاز

فصلی از شکوفایی

روزنامه‌ها از نظر فرم و محتوا مجموعه‌هایی هستند شامل ستون‌هایی که به نوبه خود از سطرهای پیاپی شکل می‌گیرند، آنها با نقطه و علائم گوناگون از یکدیگر فاصله می‌گیرند. هر کدام از صفحات نیز در ادامه با مقالات یا بهتر بگویم با مطالب مختلف و متنوع پوشیده می‌شوند. در این میان تصاویر چون لشکریان دنیای رویاها و خاطرات نقش جالب‌تری بازی می‌کنند. کارتون، تصویر، عکس در کنار مطالب یادشده بیش از هر چیز نقش تکمیل‌کننده دارند. آنها موجب لذت و آرامش بینندگان می‌شوند و همزمان به درک مطالب کمک می‌کنند و این چیزی است که مدیران هنری نشریات به آن توجه دارند. برای عرضه کتاب‌های رمان یا کتاب‌های فلسفی تصویرسازی چندان مساله مهمی به حساب نمی‌آید، لیکن مجلات و روزنامه‌ها و نشریات کمیک تا حدود زیادی بر اساس ذائقه طرفداران خود به بازار نشر می‌آیند و جای تعجبی ندارد که بخوانند به شکلی زیبا محصولات خود را بپارایند و بر این اساس از همه امکانات موجود استفاده کنند. طبیعتاً در مورد مطبوعات نقش تصویرسازان و کارتونست‌ها در کنار عکاسان با هدایت مدیران هنری برجسته‌تر می‌شود و بی‌جهت نیست که آنان می‌کوشند برای فروش هر چه بیشتر محصولات خود به گونه‌ای صفحه‌آرایی کنند، که خوانندگان با خواندن مطالب و همزمان دیدن تصاویر، احساس بهتری به دست آورند. بسیار شنیده‌ایم که یک تصویر خوب می‌تواند بیشتر از هر نوشتاری پیام خود را به بیننده منتقل کند و بدون تردید کارتون‌بیست‌ها نیز در این عرصه با استفاده از به‌کارگیری طنز در قالب تصویری انتقادی به تحلیل مسائل جامعه پرداخته و نظرات خود را بازگو می‌کنند. اما کار در عرصه کارتون نیز خود به مقدماتی نیاز دارد. تهیه کارتون‌های جذاب ابزارهای خاص خود را می‌طلبد تا بتواند به گونه‌ای که لازم است بر افکار مخاطبان تاثیرگذار باشد. بدون تردید یک کارتون‌بیست موفق می‌تواند درست مثل یک نویسنده زبردست در حوزه مسائل سیاسی یا اجتماعی، در بالا بردن تیراژ و ارزش معنوی یک نشریه موثر باشد، لیکن روشن است برای رسیدن موقعیت یک کارتون‌بیست به چنین جایگاهی نمی‌توان نقش آموزش را نادیده گرفت. مقوله آموزش از مرحله ابتدایی آن که مهارت در طراحی است تا مرحله کشف، ایده‌های جذاب و تاثیرگذار ادامه دارد. اگر از من بپرسید در این کارزار «ایده» مهم‌تر است یا طراحی، می‌گویم هر دو و هیچ‌کدام، مسلماً ایده‌های خوب را طراحی بد به یاد فنا می‌دهد و طراحی خوب نیز بدون یک ایده یا سناریوی جذاب به ناکجاآباد می‌رود ولی اگر می‌گویم هیچ‌کدام بیشتر از آن جهت است که همه آنچه گفته شد، شاید بدون استقلال رای و جهت‌گیری مناسب کارتون‌بیست، در مسیر بی‌خیالی طی می‌شود. جهت‌گیری مناسب و استقلال رای

—چه دوره‌هایی را آموزش می‌دهید؟ دو کلاس دارم با موضوع «ایده». در مجموع ۴۰ محصل با من کار می‌کنند. بعضی از آنها بسیار حرفه‌ای هستند با آنها درس‌راه ایده و مفهوم هنر حرف می‌زنم. با آنها صحبت می‌کنم تا با هنر سایر کشورها هم آشنا شوند مثلاً اینکه پرداختن به موضوع کمیک در سایر کشورها چگونه است. — **شاگردهای شما چه وضعیتی دارند؟** شاگردهای من در سنین ۱۸ تا ۲۱ هستند. آنها مرتباً باید کار طراحی کنند چون من زیاد اهل حرف زدن نیستم. آنها باید مثل یک اسب بارکش تمرین کنند. — **علاقه آنها در کلاس بیشتر معطوف به چه چیزهایی می‌شود؟** آنها خیلی به هم شبیه هستند ولی میان اهدافی که دارند تفاوت‌های جزئی وجود دارد. بعضی از آنها می‌خواهند به سوی تولید بازی‌های کامپیوتری بروند، تعدادی از آنها عاشق تصاویر کمیک هستند. راستش من وقت زیادی ندارم تا کشف کنم آنها چه اهدافی را دنبال می‌کنند. — **در یک یا دو جمله کوتاه می‌توانید بگویید دانشگاه «سانگ میونگ» در قسمت کارتون چه برنامه‌ای را دنبال می‌کند؟**

در این دانشگاه برای یک دوره چهار ساله حدود ۳۰۰ دانشجو تحصیل می‌کنند، و رابطه میان اساتید و دانشجویها بسیار صمیمی است. **پی‌نوشت:** ۱- استاد دانشگاه «سانگ میونگ» در کره جنوبی