

گفت‌وگو با پیروز ارجمند دانش‌آموخته موسیقی و گردشگری؛

سند جامع گردشگری استان را تدوین کرده‌ام

اتاق بازرگانی عزم لازم را برای توسعه ندارد

رحیم بنی‌اسد آزاد

«پیروز ارجمند» هنرمندی چند وجهی است، وقتی پای صحبت‌اش می‌نشینی حرف‌هایش در حوزه‌های تخصصی و هنر نشان از تجربه و شناخت او از جامعه دارد؛ کسی که به گفته خود دغدغه اجتماعی دارد؛ اما کیست که آثار ماندگارش در حوزه موسیقی فیلم و آهنگسازی را به یاد نداشته باشد؛ او اکنون در حوزه موسیقی و گردشگری و صنایع‌دستی فعال است و با جدیت دغدغه‌های اجتماعی‌اش را با نگاه تغییر در شرایط هنرمندان بومی این حوزه‌ها پیگیری می‌کند؛ چیزی که می‌گوید زیاد توجهی به آن نمی‌شود، اما به قول خودش مانده و پایش ایستاده؛ با او در سالروز تولدش و در سالروز جهانی صنایع‌دستی هم کلام شدیم تا از دغدغه‌ها و فعالیت‌های این روزهایش بشنوم.

جناب ارجمند در حال حاضر مشغول چه فعالیتی هستید؟

من در حال حاضر در حوزه موسیقی و گردشگری، همزمان فعالیت می‌کنم، موسیقی که تخصص اول من بوده و بیش از ۳۵ سال است که فعالیت حرفه‌ای در آن دارم؛ الان هم همان را ادامه می‌دهم، از موسیقی فیلم و سریال کمی دور شدم و بیشتر به سمت آهنگسازی آثار می‌روم که خواست و علاقه‌مندی شخصی خود من است، در این مدت دو آلبوم موسیقی برای کتاب‌های صوتی «بچه‌های قالیباف‌خانه» و «شما که غریبه نیستید» هر دو با صدا و متن «هوشنگ مرادی کرمانی» کار کردم. آلبوم دیگری کار کردیم که مجموعه ترانه‌هایی با اشعار مولانا و ابتهاج است. پروژه ملی سهراب سپهری را آماده انتشار کردیم و مجموعه آثارم در حوزه موسیقی فیلم را جمع‌آوری کردم که در چند ماه آینده منتشر می‌شود.

در حوزه گردشگری؛ حدود دو سال کارهای مطالعات و تدوین «سند جامع توسعه گردشگری استان کرمان» را به سفارش اداره میراث‌فرهنگی و گردشگری انجام دادم که چند هفته پیش ارائه شد و در مرحله کارشناسی و طرح در شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان است. در این سند که حاصل پیمایش کل استان و جمع‌آوری اطلاعات و بررسی‌های علمی است در نهایت به تدوین استراتژی و راهبردها و تعریف پروژه و رویدادهایی برای توسعه گردشگری استان کرمان انجام شده است. فعالیت‌های دیگری هم در حوزه گردشگری داشتم مثل: مدیریت پروژه ملی شهر گردشگر و مدیریت برند هویت شهرهای تهران و کرمان.

شما گفتید بیشتر خواستید دنبال علاقه‌مندی‌های موسیقی خودتان بروید، این علاقه‌مندی‌ها چیست؟

از کودکی نوازندگی را شروع کردم و در دهه دوم زندگی، به آهنگسازی رسیدم و فعالیت حرفه‌ای‌ام را در این زمینه ادامه دادم. خلق اثر برای من خیلی شگفت‌انگیزتر و جذاب‌تر از نوازندگی است؛ هر چند در آهنگسازی موسیقی فیلم محدودیت‌هایی وجود دارد که آهنگساز خیلی قدرت خود بودن را در موسیقی فیلم ندارد و ناچار است بر اساس متن فیلم‌نامه و کارگردانی حس و تخصص را به محصول موسیقی تبدیل کند. در سال‌های اخیر اولویت آهنگسازی فیلم نبود کارهایی دیگر را انجام دادم.

مثل همکاری با گروه‌های خارجی از جمله، گروه آلمانی شیرل و با یک آهنگساز بلژیکی آلبوم مشترکی را کار کردیم و الان مشغول کار با خواننده تاجیکستانی هستم. تاسیس دانشکده موسیقی در کرمان هم از جمله فعالیت‌ها و دغدغه‌هایم بود که انجام شد و تاکنون بیش از یکصد فارغ‌التحصیل در مقطع کارشناسی ساز ایرانی و کلاسیک جهانی داشتیم. شما در حوزه صنایع‌دستی هم وارد شدید؛ دلیل این انتخاب چه بوده؟

گردشگری؛ سه حوزه میراث‌فرهنگی و صنایع‌دستی و هنر را هم پوشش می‌دهد؛ زمانی که گردشگر وارد یک منطقه‌ای می‌شود از صنایع‌دستی، میراث‌فرهنگی و رویدادها و محصولات هنری در کنار سایر جاذبه‌های گردشگری مثل گردشگری غذا استفاده می‌کند. بر این اساس در حوزه صنایع‌دستی وارد شدم، با این انگیزه که ببینم چگونه می‌شود صنایع‌دستی را تجاری‌سازی و سرمایه‌پذیر کرد.

صادرات صنایع‌دستی علی‌رغم حجم زیاد نیروی انسانی فعال و تولیدات، حلقه مفقوده‌ای دارد. این کمبود از مرحله طراحی کانسبت شروع می‌شود تا مرحله بازاریابی و صادرات ادامه دارد، درصدد بودم که این‌ها را بررسی و آسیب‌شناسی و مدل‌سازی کنم؛ حدود هشت سال است که «مشاور صنایع خلاق و گردشگری اتاق بازرگانی ایران» هستم؛ در همین راستا مطالعات شروع کردم و مدل جدیدی طراحی و ارائه شد. بعداً در کرمان هم مطالعات را ادامه دادم و این طرح را کرمانیزه و در نهایت مدل توسعه و سرمایه‌پذیری صنایع‌دستی کرمان را طراحی کردم که سال گذشته در شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی ارائه شد.

این مدل چیست و شاخصه‌های اصلی آن کدام است؟

اول این‌که در طراحی صنایع‌دستی علاوه بر طراحان کنونی باید به طراحان صنعتی هم سپرده شود؛ دوم در طراحی محصول باید فلسفه محصول، کاربردها و کارکردها با توجه به نیازهای روز تعریف شود؛ نکته بعد این‌که باید در تولید، صنعتی‌سازی صورت بگیرد کارگاه‌های کوچک پاسخگوی نیازهای تولیدات بزرگ نیستند و نیازمند به تجهیزات پیشرفته است؛ مرحله بعد برندینگ و بازاریابی و سرمایه‌پذیر کردن و صادرات است که در حال حاضر به‌خصوص در سرمایه‌گذاری، بازاریابی و صادرات دچار خلاء هستیم، البته در بعضی از شهرها مثل اصفهان این موضوع تا حدودی حل شده است. این چرخه از مطالعات تا طراحی، تولید، برندینگ و صادرات در طرح من بررسی شده و برایش مدل‌هایی پیشنهاد شده که در صورت اجرایی شدن، به رونق و توسعه صنایع‌دستی منجر می‌شود.

این مدل از لحاظ عملی چگونه اتفاق می‌افتد؟

از این نظر سه شکل دارد؛ یک بخش حمایت‌های زیرساختی دولت و تکالیفی‌ست که به عهده دولت گذاشته شده است. بخش بعدی توجیه بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری امن و بخش دیگر برعهده هنرمندان تولیدکنندگان است، هنرمند نمی‌تواند صادرکننده موفق باشد به دلیل این‌که صادرات، سرمایه و ارتباطات و دانش لازم می‌خواهد. کار او باید به سرمایه‌پذیر بودن صنایع‌دستی منجر



پیروز ارجمند

شود که این سرمایه‌پذیر بودن منتج به سرمایه‌گذاری و سود می‌شود و می‌تواند صادرکنندگان را جذب صادرات صنایع‌دستی بکند، در حال حاضر صادرات در بقیه بخش‌ها مثل فولاد و مواد غذایی خیلی امنیت بیشتری دارد و تعریف شده‌تر است. در صنایع‌دستی صادرکنندگان خیلی وارد نمی‌شوند.

در این طرح پروژه‌هایی تعریف شده که طراحان، تولیدکنندگان، شرکت‌هایی که کار برندینگ را انجام می‌دهند و گروهی که در بسته‌بندی محصول فعالیت دارند، همه در کنار هم فعالیت می‌کنند. همچنین برای نهادهایی مثل شهرداری، بخش خصوصی و نیمه‌خصوصی، صادرکنندگان، دولت، هنرمندان و فعالان برای همه نقش و ماموریت تعیین شده است.

شما یک فروشگاه صنایع‌دستی هم راه‌اندازی کردید و از نزدیک و به‌صورت ملموس مشکلات و چالش‌ها را لمس کردید؛ از این چالش‌ها بگویید؟

تفکر تولیدکنندگان صنایع‌دستی در کرمان فروش در محل است، این اولین چیزی است که باید تغییر کند و درصد فروش در محل به حداقل برسد؛ در بهترین حالت باید ۱۵ درصد فروش در محل باشد و اگر رونق گردشگری صورت بگیرد این رقم تا ۳۰ درصد بالا می‌رود، ۷۰ درصد بقیه باید برای صادرات و تولید برای برنامه‌ریزی شود.

هنرمندی که کارگاه کوچکی دارد و اثرش را می‌خواهد بفروشد چگونه به صادرات فکر کند؟

دقیقا به نکته درستی اشاره کردید، هنرمند نمی‌تواند یا حداقل به سختی می‌تواند خودش صادرکننده هم باشد، در چرخه صنعتی شدن، شرکت‌هایی هستند که به‌صورت خوشه‌ای محصولات را جمع‌آوری، بازاریابی و معرفی می‌کنند؛ استانداردهایی و بسته‌بندی می‌کنند، اتیکت و شناسنامه را صادر می‌کنند، همه این‌ها که انجام شد توسعه صادرات اتفاق می‌افتد.

ما از این شرکت‌ها در کرمان نداریم؟

نداریم و شرکت‌های دیگر هم هنوز به کرمان نیامدند؛ پیشنهاد مشخص من تاسیس «گروه مالی سرمایه‌گذاری صنایع‌دستی و هنر کرمان» است. این گروه مالی سرمایه‌ها را تجمیع می‌کند و در پروژه‌ها وارد می‌شود؛ مثل شهرک‌های صنایع ستی که تولید انبوه انجام دهند، چون شما وقتی بازاریابی کردید تامین محصول باید به‌قدر کافی باشد، این یکی از مشکلات کرمان است؛ فرض کنید الان رونقی در بازار مس صورت بگیرد آیا می‌توانیم جوابگوی نیاز بازار باشیم؟ برای همین شرکت‌ها بین مصرف‌کننده و تولیدکننده بررسی انجام می‌دهند و مرتب این را بالانس می‌کنند. مشکلی که در کشورهای مثل امارات برای صادرات داریم این است که رقبای ما از هند و چین هستند و ما فاقد مزیت‌های رقابتی در زمینه تولیدات

انجام داده که منجر به توسعه شده؛ ما با آمار سر و کار داریم؛ با تعریف و تمجید و رونمایی نمی‌توان گفت ما توسعه ایجاد کردیم؛ یک صنعت‌گر و مس‌گر که نمی‌تواند تعیین‌کننده استراتژی باشد، این کار باید توسط اتاق بازرگانی نماینده بخش خصوصی انجام شود؛ معتقدم اتاق بازرگانی کرمان عزم لازم، برای توسعه گردشگری و صنایع‌دستی را ندارد، حتی در مقایسه با استان‌هایی که خیلی سابقه کمتری از ما در حوزه صنایع‌دستی و تاریخی و تمدنی دارند. ۷۰۰۰ سال پیش در این منطقه صنایع‌دستی تولید می‌شده و به نوعی بخشی از هویت شناخته‌شده ما در طول تاریخ است.

کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی کرمان در زمینه صنایع‌دستی، منفعل و محدود به چند نفر است. کمیسیون با انجمن صنایع‌دستی که در اتاق تاسیس شده ارتباطی برقرار نمی‌کند. طرح مطالعاتی که در شورای گفت‌وگوی اتاق و دولت ارائه کردم و به نوعی طرح ملی بود و توسط مدیران و نمایندگان استان، تاکید بر اجرایی کردن آن شد حتی یک تماس از سمت رئیس کمیسیون برای نهایی‌سازی و ارائه آن در قالب سند نشد. ارتباط بنده صنعت گردشگری و صنایع‌دستی با مدیران اتاق بازرگانی کرمان به‌عنوان نماینده و پارلمان بخش خصوصی محدود است.

چرا این کار را نکردند لزومش را احساس نکردند؟

لزومش را که احساس کردند، این که چرا کاری جدی نمی‌کنند و اولویت آن‌ها نیست را خودشان باید پاسخ دهند. امروز در صنعتی مثل فولاد برای ایجاد یک شغل باید چیزی حدود ۳ و نیم میلیارد تومان سرمایه‌گذاری شود که این رقم در صنایع‌دستی به ۳۰ میلیون تومان می‌رسد در حالی که صنایع‌دستی یک شغل خلاقانه با ارزش افزوده بالا است و ذی‌نفعانش در خود منطقه هستند و مصرف آب زیادی ندارد و به تخریب محیط زیست هم نمی‌انجامد و ارزش‌های مادی کسب شده در استان باقی می‌ماند و ارزش‌های هویتی و فرهنگی دارد و خانواده ذی‌نفعان اصلی آن هستند و در بعد امنیتی هم ارزش‌مدار است. بپذیریم معادن کرمان نقش موثری در توسعه کرمان ندارند، اگر درآمد معادن کرمان به ده برابر هم برسد استان کرمان همین که هست می‌ماند، برای این‌که درآمد آن‌ها در استان کرمان هزینه نمی‌شود؛ ولی در صنایع‌دستی، پول آن قالی که بافته می‌شود یا ارزش‌های به دست آمده از صنعت گردشگری و صنایع خلاق علاوه بر اینکه ارزش‌آفرینی اجتماعی دارد در منطقه هزینه می‌شود و مالک ارزش‌های مادی و معنوی‌اش مردم کرمان هستند.

شما در حوزه موسیقی، گردشگری و صنایع‌دستی فعالیت می‌کنید که در نگاه کلی موضوعاتی هستند که به هم مرتبط هستند. انتخاب این‌ها با چه هدفی بوده است؟

وقتی سال ۹۴ از بنده دولت جدا شدم سال‌ها سوالم این بود ما چگونه می‌توانیم هنرمندان بومی چه در موسیقی و چه در صنایع‌دستی را توانمند کنیم، مطالعاتی انجام دادم و رسیدم به گردشگری موسیقی و در دانشگاه رشته مدیریت گردشگری خواندم، البته لازم است اشاره کنم که؛ من یک گردشگر حرفه‌ای و جهانگرد هستم و تجربیات جهانی را از نزدیک دیده‌ام. پس از

بررسی متوجه شدم توانمندسازی باید از دختران و زنان و جوانان خصوصا در روستاها و مناطق کم‌بهره شروع شود. در واقع این‌ها سرمایه‌های ما هستند و نیازمند فراگیری مهارت و حمایت هستند. مدل‌های جهانی موفق را بررسی کردم و یک مدل طراحی کردم و در قشم انجام دادم که موفق بود و این را بعداً تعمیم دادم به شهرهای دیگر و در بعضی شهرها ایجاد شد ولی در کرمان اجرا نشد؛ بعد رسیدم به این نکته که این حلقه مفقوده کجاست. مدل‌های توسعه و برنامه‌های کشورهای هند، مالزی و اسپانیا را در صنایع‌دستی بررسی کردم و در نتیجه مدل توسعه صنایع‌دستی کرمان تدوین شد. این مطالعات کاملاً با هزینه‌های شخصی‌ام و بدون هیچ حمایتی بود. آن مدل در شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی ارائه شد و استاندار و نمایندگان و متخصصان هم استقبال و تاکید بر اجرایی شدن کردند اما گویا اتاق بازرگانی کرمان علاقه‌مند نیست که مدل من را مطالعه نهایی و اجرایی کند در حالی که خودشان هم مدل و برنامه توسعه صنایع‌دستی ندارند.

بر این باور بوده و هستم که؛ صنایع‌دستی و گردشگری نقطه قوت توسعه و آبادانی کرمان هستند، کرمان با این‌ها شناخته می‌شود، ما این برند کرمان را نباید از دست بدهیم، هر توسعه‌ای بخواد در کرمان انجام شود بر این سنگ‌بنای معماری، فرهنگ، صنایع‌دستی، گردشگری و ادبیات کرمان باید انجام شود. اگر من در روستایی گردشگری موسیقی را راه می‌اندازم، در کنارش کارگاه صنایع‌دستی هم راه‌اندازی می‌کنم که می‌تواند محصولش را بفروشد، و خانواده‌های منتفع شود، این‌ها یک زنجیره است.

جناب ارجمند با این فعالیت‌ها اگر بخواهید خودتان را معرفی کنید بر اساس اولویت چه می‌گویید؟

آهنگساز و فعال حوزه صنایع خلاق و گردشگری هستم. هر چند تجربه مدیریتی هم در این زمینه‌ها دارم. بعضی انسان‌ها دغدغه‌های اجتماعی‌شان بر فردی‌شان اولویت دارد و بعضی انسان‌ها از یک مقطعی در زندگی‌شان دغدغه‌های اجتماعی‌شان بیشتر می‌شوند، من همیشه از نوع اول بودم و مسائل اجتماعی اولویت بیشتری نسبت به مسایل فردی برایم داشته است.

چیزی که در این سال‌ها به آن رسیدم این است که؛ فرصت کافی برای کارهای انجام نشده نداریم، جهان با سرعت در حال دگرگونی و توسعه است؛ وقتی تجربه و دانش داریم این وظیفه ما است که این را به کار بگیریم، کاری که همایون صنعتی در لاله‌زار کرد، در حالی که می‌توانست در تهران بماند یا در لندن زندگی کند، خودش را با وجود مشکلات زیاد، درگیر توسعه در یک منطقه کرد. در کرمان نگران فرار سرمایه‌های مالی و انسانی‌مان هستیم و برای آن‌ها نمی‌توانیم کاری بکنیم؛ من نمی‌توانم به جوان کرمانی بگویم از کرمان نرو چون برایش شرایط لازم را فراهم نکردیم. گاهی وقتی با شوق از دانشجویانم می‌خواهم مهاجرت نکنند و در کرمان و ایران بمانند، از من می‌پرسند مگر شما که دغدغه توسعه دارید چقدر توانستید به طرح‌هایتان جامعه عمل ببوشانید. پاسخ‌م برای آن‌ها قانع‌کننده نیست.

ادامه در صفحه ۶