



هنرمند: ماجد شهریاری
رشته: صنایع دستی چوبی و حصیری
شهر: آباده



هنرمند: سودابه صیدی زاده
رشته: بافته‌های داری و غیرداری
شهر: سمیرم



هنرمند: چیمین کرم ویسی
رشته: بافته‌های داری و غیرداری
شهر: سنندج



سؤال که چه کسانی باید مخاطب جشنواره باشند تا به هدفی که می‌خواهد برسد هم می‌گوید: «صنایع دستی باید به عنوان کالای لوکس معرفی شود و بازار هدف آن باید قشر متمول باشد. هنگامی که شما می‌خواهید صنایع دستی را به همه مردم عرضه کنید، این امر نه تنها باعث کاهش ارزش این آثار می‌شود، بلکه موجب می‌شود که هنرمندان نتوانند به فروش مطلوبی دست یابند.» به باور حسینی، صنایع دستی باید به جایگاه واقعی خود در جامعه برسد، جایی که می‌تواند به عنوان یک کالای کاربردی، فرهنگی و معنوی برای قشر خاصی از جامعه که به هنرهای اصیل ایرانی اهمیت می‌دهند، شناخته شود.

۱ لزوم تغییر در رویکرد جشنواره‌ها

یکی از پیشنهادهای اصلی «هیاس حسینی»، تغییر رویکرد کلی جشنواره‌هاست. او معتقد است که جشنواره‌ها باید به جای برگزاری رویدادهایی با هدف صرفاً نمایش، به فضایی برای تبادل نظر و تجربه تبدیل شوند.

انتقاد به کمبود تخصص و آگاهی در مدیریت جشنواره‌ها اشاره دارد و به نوعی از نیاز به بازنگری در انتخاب مدیران این رویدادها حکایت دارد.

«حسینی» همچنین به مسأله انتخاب آثار داوری در جشنواره‌ها اشاره می‌کند. او بیان می‌کند که باید از داورانی برای ارزیابی آثار هنری دعوت شود که تجربه و شناخت کافی از صنایع دستی داشته باشند، او می‌گوید: «ما باید داورانی از خود هنرمندان دعوت کنیم که آشنا به تکنیک‌ها و ویژگی‌های صنایع دستی هستند، نه کسانی که صرفاً از خارج از این حوزه انتخاب می‌شوند.» به باور او، حضور داورانی با تجربه و آگاهی می‌تواند کیفیت ارزیابی آثار را به میزان زیادی افزایش دهد و هنرمندان جوان و نوآور را در معرض دید قرار دهد.

۱ بازار هدف جشنواره: انتخاب مخاطب

«حسینی» در ادامه به موضوع دیگری می‌پردازد که برای بسیاری از فعالان این حوزه، از اهمیت زیادی برخوردار است: «بازار هدف» جشنواره. او در پاسخ به این