

چه ضرورتی باعث شد تا شما تصمیم به راه‌اندازی آموزشگاه ایده بگیرید؟

فقدان فضای آموزش حرفه‌ای در حوزه هنرهای تجسمی، تبیغات و ارتباطات، دلیل اصلی تاسیس ایده بود. ما پس از 20 سال کار حرفه‌ای در زمینه‌های هنری و تبلیغاتی، به این نتیجه رسیدیم که این حوزه، از نظر نیروی انسانی مشکلات زیادی دارد. آموزش‌ها، کاربردی و متناسب با نیاز بازار کار نیست. در حال حاضر دانشگاه‌های زیادی مشغول به ترتیب دانشجویان مقاطع مختلف هستند اما متأسفانه دانش‌آموختگان مقاطع کارشناسی و کارشناسی‌ارشد پس از بیرون آمدن از دانشگاه نمی‌توانند نیازهای اولیه صاحبان مشاغل و کارآفرینان را برآورده کنند. به همین دلیل از سال 1386 تصمیم گرفتیم یک آموزشگاه تخصصی برای توانمندسازی علاقمندان ایجاد و آنها را برای ورود به بازار کار تقویت کنیم. بعد از ایده، چند مجموعه آموزشی دیگر هم سعی کردند، در زمینه تبلیغات، دوره‌های آموزشی برپا کنند اما همه آنها متأسفانه به دلیل مشکلی که در تامین منابع آموزشی و مدرسان باتجربه داشتن، ناکام شدند و اکنون ایده، تنها پرچمدار این حوزه است.

چرا دانش‌آموختگان نظام آموزش عالی کشور نمی‌توانند انتظارات بازار کار را برآورده کنند؟

سطح آموزش در دانشگاه‌ها بسیار نازل و منابع آموزشی متعلق به 30 تا 50 سال قبل است. شیوه‌های آموزشی دانشگاه‌های ما هم، ناکارآمد و منسوخ است. این سیستم انگیزه پیشرفت را هم از استادان می‌گیرد و هم از دانشجویان. ببینید که در نسل جاری و حتی یک نسل قبل، شما حتی یک «ممیز دیگر» هم پیدا نمی‌کنید. چرا؟ چون نظام آموزشی دیگر آن مدیریت و پشتکار و عزم را برای تربیت و پرورش هنرمند خلاق را ندارد. البته نسل جدید هم با نسل‌های قبل تفاوت‌های زیادی کرده و میل چندانی به یادگیری ندارد. بسیاری از تحقیق‌های دانشگاهی، گویلی و سطحی شده است. دانشجویان به جای جستجوی تخصصی و ترجمه متون اصلی، به «کپی - پیست» رو آورده‌اند.

«آموزش تبلیغات» چقدر مورد استقبال علاقمندان و کارشناسان این حوزه قرار گرفته است؟

اشتیاق به آموزش و یادگیری در میان فعالان این حوزه، به حدی زیاد است که بعد از آموزشگاه ایده، مراکز آموزشی دیگری نیز سعی کردند با طراحی دوره‌های آموزشی، وارد گود شوند اما به دلیل دسترسی نداشتن به منابع آموزشی و مدرسان باتجربه نتوانستند موفق شوند. صنعت تبلیغات، با توجه به توسعه ابزارهای ارتباطی و افزایش آگاهی‌های عمومی، همواره در حال پیشرفت است. اگر فعالان این صنعت، خودشان را به‌روز نکنند، نمی‌توانند حضور موثری در بازار کار داشته باشند.

با توجه به اینکه تا قبل از شما، هیچ مرکز آموزشی به صورت تخصصی در زمینه آموزش تبلیغات فعالیت نمی‌کرد، شما فرآیند آموزش را چگونه طراحی کردید؟

همه می‌دانیم که چرخ نباید از اول اختراع کرد. ما الگوهای موفق آموزش تبلیغات در دنیا را رصد کردیم. سعی کردیم شیوه‌های آموزشی موفق دنیا را با توجه به شرایط ایران، بومی کنیم. مدرسه بازل سوئیس، مدرسه بزارت فرانسه و سایر الگوهای موفق اروپا را به صورت دقیق تحلیل کردیم. در چند سال گذشته کشور ترکیه هم در این زمینه پیشرفتهای خوبی داشته است. الگوهای موفق ترکیه را هم تحلیل کردیم.

منابع و سرفصل‌های آموزشی را چطور تدوین کردید؟

بیشتر منابع آموزشی به زبان اصلی بود و به جز تعداد محدودی کتاب فارسی، چیزی در اختیار نداشتیم. یکی دیگر از مشکلات اصلی ما این بود که کتابهای زبان اصلی، پر از مثال‌های غربی بود که مخاطب ایرانی با آنها هیچ آشنایی‌ای نداشت. به همین خاطر مجبور بودیم، علاوه بر ترجمه منابع، محتوای آنها را نیز ایرانی‌زده و بومی کنیم. سعی کردیم از تجربه‌های موفق که برندهای ایرانی از جمله کاله و مه‌رام و سایرین داشتند در این منابع بهره بگیریم. البته محدود بودن منابع برای ما یک مزیت هم ایجاد کرد؛ تشویق شدیم تا انتشارات ایده را نیز راه‌اندازی و کتابهای آموزشی را خودمان منتشر کنیم.

و استادها را چطور انتخاب کردید؟

با توجه به اینکه من سال‌ها قبل از تاسیس ایده در فضای تبلیغات فعال بودم و با بسیاری از چهره‌های علمی و گرافیست‌های متبحر، سابقه همکاری و آشنایی داشتیم اما در انتخاب استادان ایده، «دوستی» را به هیچ وجه ملاک قرار ندادم. چه بسا برخی از دوستان از من دلخور هم شدند اما ملاک‌های ما برای دعوت از مدرسان، بسیار حرفه‌ای و سختگیرانه بود. ما به دنبال افرادی بودیم که علاوه بر دانش و مهارت، تجربه کاربردی هم داشته باشند. ما استادان تئوریک را به همکاری دعوت نمی‌کردیم و حتی در مقابل توصیه‌ها و ابراز تمایل‌ها هم مقاومت می‌کردیم. ما به دنبال مدرسانی بودیم که «مرد عمل» باشند. در عین حال به دنبال تربیت یک نسل جدید از مدرسان عرصه تبلیغات و ارتباطات هم بودیم. به همین خاطر، به چهره‌های جوان بیشتر میدان دادیم تا بتوانند داشته‌های خلاقانه خود را در ایده به داوطلبان منتقل کنند.

ایده، علاوه بر آژانس تبلیغاتی و آموزشگاه و انتشارات، یک گالری هم دارد. چه شد که به فکر ایجاد گالری افتادید؟

آموزشگاه ایده، را ایجاد کردیم چون دیدیم فضا از متخصصان آموزش‌دیده خالی است. انتشارات را تاسیس کردیم چون دیدیم، برای تدریس در آموزشگاه به منابع آموزشی مناسب نیاز داریم. گالری را هم به این دلیل راه‌اندازی کردیم تا دانش‌آموختگان جوان ایده، فرصتی و مجالی داشته باشند تا هنر و تخصص خود را عرضه کنند.

به عنوان مدیر ایده، چه ایده‌هایی برای آینده در سر دارید؟

من همیشه به عجل بودن متهم می‌شوم. به این دلیل که بسیار عمل‌گرا هستم و همواره در حال خلق و اجرای یک ایده جدید هستم. ما در انتشارات ایده، تدوین مجموعه‌های ارزشمندی را در دستور کار داریم که بدون شک، به مستندسازی آثار فاخر هنرهای تجسمی ایران، کمک شایسته‌ای می‌کند. یکی از این مجموعه‌ها، «مجموعه 10» است. در این مجموعه، کتابهایی به چاپ می‌رسد که در هر کدام آنها آثار 10 نفر از هنرمندان شاخص یکی از هنرهای تجسمی مانند کاریکاتور، طراحی صحنه، نقاشی و... معرفی می‌شود. «مجموعه یاد» را نیز در دست تهیه داریم که در هر کتاب این مجموعه، زندگی و آثار مشاهیر و مفاخر معاصر فرهنگ، هنر، ادب و فلسفه ایران معرفی می‌شود. چهره‌هایی نظیر صادق هدایت، نادر ابراهیمی، سیمین دانشور، سعید نفیسی، علی حاتمی، بیژن مفید، پرویز شاپور، علی شریعتی و ... از جمله چهره‌هایی هستند که در مجموعه یاد به آنها پرداخته می‌شود.