

صحبت‌هایم را درباره لیبل‌های کبریتی شتر با این مساله آغاز می‌کنم که شتر علاوه بر اینکه نماد حیوان شرقی است، سمبل ارتباطات هم هست و جاده ابریشم، نماد تاریخی این ارتباطات است. بنابراین آنچه شتر را روی کبریت کشانده، کارکرد باربری و حمل و نقل و ارتباطات آن است.

اگرچه شتر یک دام گوشتی و تولیدکننده پشم هم هست. از این رو است که بیشتر شترهای کبریتی یا با بار و بانه ترسیم شده‌اند یا افساری به گردن دارند که نشان‌دهنده شتر و کاروان شترهاست. مثل اسب که آنچه در اسب‌های کبریتی بیشتر دیده شده، بیشتر تداعی‌گر جنبه سوارکاری و عملیات نمایشی سوارکاری است تا کارکردهای دیگر اسب.

شتر هم نژادها و گونه‌های بسیاری دارد و هم تنوع رنگ و فرم در آن فراوان است. از شتر بی‌کوهان گرفته تا شتر یک کوهان و دو کوهان. و از شتر رنگ زرد گرفته تا شتر سیاه.

این حیوان یکی از محدود حیواناتی است که شکل و شمایل شرقی دارد و نماد کشورهای شرق آسیا، کشورهای عربی، کشورهای اسلامی و کشورهای شمال آفریقا است.

اولین کبریت‌هایی که اروپایی‌ها برای کشورهای عربی اسلامی تولید کردند، منقش به تصویر شتر بود. مثل کبریت‌هایی که برای هند ساخته می‌شد و نقش فیل در آن بیشتر دیده می‌شد یا برای چین که نقش اژدها برجسته بود.

## سمینار تخصصی

## مهدی صادقی

نویسنده و گردآورنده

## کتاب کبریت ایران

## شترهای کبریتی!

## به سوی مغرب زمین

سه‌شنبه ۵ آبان ۱۳۹۴

گروه واتساپ انجمن کبریت ایران

تا پیش از رایج شدن ماشین در ایران، حمل و نقل بین شهری با شتر بوده و از این رو جایگاه خاصی در زندگی و جامعه ایرانیان آن زمان داشته است.

طبیعی است که نقش و نماد شتر روی کبریت برای مردمان جذاب بوده و مردمانی که ماشین برایشان تازگی داشت، تصویر شتر نوستالژیک بوده است.

الان وقتی شتر را روی کبریت‌ها می‌بینیم چندان تصویر پر معنایی برای ما امروزیان نیست. فقط و فقط یک حیوان است مثل سایر حیوانات. البته با کم و بیش تفاوتی که دارد.

شتر حیوان سرسخت و مقاومی است که وقتی روی لیبل‌ها قرار می‌گرفته، می‌توانسته این حس را در مصرف‌کننده ایجاد کند که این کبریت شتری، محصول محکم و مقاومی است.

یادآور شوم که در طراحی بسته‌بندی محصولات، معمولا از دو زاویه به حیوانات نگاه می‌شود و در واقع به دو دلیل است که تصویر حیوانات روی بسته‌بندی محصولات قرار می‌گیرد:

۱. یا آن حیوان رابطه مستقیم با محصول دارد مثل تصویر کله گاو روی محصولات لبنی. که نشانگر این است که این ماست یا پنیر از شیر گاو درست شده است. در واقع مستقیما معرفی‌کننده محصول و صاحب آن است.

۲. یا آن حیوان نماد توصیفی آن محصول است. مانند تصویر فیل برای کفش ملی که نشانگر محکم و مقاوم بودن آن است همچون

خود فیل.

و این دو نگاه محدود به بسته‌بندی محصولات نیست. در طراحی نقش و نشان موسسات و سازمان‌ها هم این مساله رعایت می‌شود. به طور مثال نشان رسمی پلیس FBI نماد عقاب است.

این بدان معنا نیست که پلیس امریکا «پرورشگاه عقاب» دارد یا مغازه «عقاب فروشی» دارد! بلکه می‌خواهد بگوید پلیس FBI مانند عقاب از بالا بر همه چیز و همه کس سیطره دارد و همیشه تیزبین است و حواس‌اش به همه جا هست!

در بسته‌بندی محصولات و تصویر حیوانات هم یکی از این دو مساله در نظر گرفته می‌شود.

همانطوری که هفته گذشته عنوان شد و خروس نماد بیداری و آغاز دوباره بود.

شتر با وجود خدمات فراوانی که به جامعه و زندگی مردمان آن دوران داشته، اما همواره مورد کم‌مهری بوده.

ضرب‌المثل‌ها و جملات قصار فراوان داریم که همگی، شتر باربر و بارکش را بد جلوه داده و سبب شده این حیوان کمتر، محبوبیت داشته باشد:

کینه شتری!

شتر را با بارش می‌خورد!

اولین لیبل کبریت ایرانی که تصویر شتر دارد، مربوط به کارخانه‌ی

کبریت‌سازی «طهران» است و شتر بارکشی را نشان می‌دهد که در گوشه‌ی سمت راست قرار گرفته و به راه نرفته‌ای می‌نگرد که بایستی بارهایش را تا پشت کوه‌های سمت چپ برساند:



این لیبل برای ما اهمیت فراوان دارد و مربوط به دوره‌ای است که قانون انحصار کبریت، اگر چه در اسفند ۱۳۱۰ به تصویب مجلس شورای ملی آن دوره رسید، اما تا سال ۱۳۱۲ که کبریت طهران آغاز به کار کرده، هنوز اجرایی نشده.

چرا که روی این لیبل و درست مقابل خط چشم شتر، سال تاسیس کارخانه را نوشته: ۱۳۱۲

روی این لیبل عبارت «بازرسی انحصار» درج نشده، یعنی اینکه هنوز قانونی که دو سال پیش تصویب شده، اجرا نشده است!

این لیبل در دو رنگ (قرمز و مشکی) روی کاغذ کاهی با کیفیت نامناسب و خطای فاحش نامونتازی زینک‌ها چاپ شده است.

نمونه کبریتی که من در مجموعه‌ام دارم، این گونه است و چند نمونه‌ای از دوستان که دیدم همین مشکل نامونتازی را دارد. اگر دوستان لیبل این کبریت را بدون نامونتازی چاپ دارند، اعلام بفرمایند.

طراحی این شتر کاملاً ایرانی و مفهومی است و واقعا شتر کج و کوله‌ای است در حالی که شترهایی که روی کبریت‌های روسی و سوئدی دیده شد، شتر اتوکشیده است! در واقع شتر نیستند! چرا که مثلی هست که: به شتر می‌گویند چرا گردنت کج است، گفت کجایم کج نیست؟!

ویژگی خیلی شاخص در تمام کبریت‌های شتری این است که جهت و سمت نگاه و حرکت شتر از راست به چپ است که در واقع، حرکت شترها از مشرق زمین به سمت مغرب را نشان می‌دهد. البته تعداد اندکی شتر کبریتی دیده شده که عکس این قضیه است که مشخص می‌شود طراح لیبل، دانش کافی در این خصوص نداشته است. به استثنای یک مورد که درباره‌اش خواهم گفت.

همانطور که گفته شد شتر حیوان شرقی است و همیشه از شرق به غرب در حرکت بوده و به‌عنوان نماد اصلی آن به جاده ابریشم اشاره شد. تا جایی که اسناد تاریخی نشان می‌دهد اولین کبریت شتری که وارد ایران شده این طرح است:



این کبریت از روسیه وارد شده است.

در سال ۱۳۱۵ که کبریت‌سازان ایرانی قادر نبودند تمام نیاز مصرفی داخل را تامین کنند، دولت مجبور شد کبریت‌هایی از شوروی وارد کند. کبریت شتر نشان شوروی از این جمله است که پیش از ورود به بازار، پشت آن لیبل شیر و خورشید (لیبل انحصار دخانیات) می‌چسباندند تا مشخص شود که قاچاق نیست.

سند مربوط به این کبریت را در «کتاب کبریت ایران» آورده‌ام که به وضوح تصویر این کبریت را شرح می‌دهد.

این لیبل دو مرد شترسوار را نشان می‌دهد که از دو طرفِ کارد با نخل‌های سیاه احاطه شده. در پس‌زمینه، سیلوئت (سایه‌ها) یک شهر شرقی مسلمان‌نشین تصویر شده. (نماد گنبد و مسجد واضح است) این لیبل خیلی زیبا طراحی شده و با وجود آن‌که فقط با دو رنگ (قرمز و مشکی) روی کاغذ کاهی چاپ شده، اما ظرافت‌های آن از دست نرفته.

به‌طور مثال مناره‌های یک مسجد در سیلئونت شهر که کمتر از یک میلی‌متر است، به‌دقت قابل شناسایی است.

همین‌طور دستار یا عمامه مرد شترسوار (که یا عرب‌زبان است یا عرب‌تبار)، به‌وضوح دیدنی است.

احتمالا این کبریت، همان زمان یا پس از آن، در پاکستان هم توزیع شده، چرا که پس از آن، همین طرح روی کبریت‌های مقوایی پاکستانی در دو قطع عمودی و افقی تولید شد.

شتر دیگری که روی کبریت‌های قوطی چوبی نشست، کبریت «آذر» است که کارخانه‌اش در اراک بود و با نام «کبریت نخلی» تولید شد:



شتر این کبریت تفاوت چندانی با کبریت «طهران» ندارد. فقط بار ندارد و سر حال تر و تر و تمیز شده است.

کبریت‌سازی صدقیانی توانست شتر را روی کبریت‌ها زنده کند. قبلا نیز عرضه کرده‌ام که: اگر کبریت‌سازی توکلی بر «اسب» تکیه کرد و تازید و اگر کبریت‌سازی ممتاز با «شیر» در عرصه ماند، کبریت‌سازی صدقیانی هم با «شتر» پا در این راه گذاشت. کبریت‌سازی «صدقیانی» که از سال ۱۳۴۱ (یا ۱۳۴۲) تولیدش را آغاز کرد، از شتر در چند نوبت بهره برد. یکی از اولین طرح‌های شتری صدقیانی، تصویر دشت گسترده‌ای است با دو نخل در سمت راست و کوه‌های کم‌ارتفاع در سمت چپ. شتر قرمز رنگ هم در میانه‌ی لیبل رو به سمت مغرب ایستاده است:



این شتر بار و افسار ندارد و رنگش هم قرمز است. اینها نشانه‌های شترهای گوشتی است. شترهایی که پرورش می‌یابند تا از گوشت آن استفاده شود. صدقیانی وقتی که مجموعه طرح‌هایی را برای کبریت‌های آشپزخانه تولید کرد، باز هم شتر را روی کبریت آورد:



تصویری دو رنگ (مشکی و بنفش) از دو شتر. شترهایی که بار ندارند و برعکس شترهای قبلی (که به غرب می‌رفتند) اکنون این دو شتر جوان و قزاق از غرب باز می‌گردند و به سوی شرق در حرکت‌اند. این تنها تصویر شتر کبریتی است که از جهت حرکتش از غرب به شرق است و اتفاقاً منطقی است.

چرا که شترهای جوان و امروزی هستند و ریخت و قیافه شترهای شرقی ندارند. بر عکس این کبریت صدقیانی، شتر کبریت‌سازی مشهد است که شتر دو کوهان از غرب به شرق در حرکت است:



شتری که دو کوهان دارد، تر و تمیز است، زنگوله کاروان هم دارد. با این اوصاف منطقی نیست که جهتش از غرب به شرق باشد. در طراحی این شتر و جهت حرکتش ناآگاهی دیده می‌شود و کج سلیقه‌گی. امیدوارم بحث شترهای کبریتی برای دوستان مفید بوده باشد.

**پرسش:** راجع به عکس دو شتر که به سمت شرق می‌آیند، فرمودید جوان و امروزی هستند و منطقی است که به سمت شرق می‌آیند، امکان توضیح بیشتر برای منطقی بودن آن هست؟  
**پاسخ:** نوع طراحی آنها خیلی شسته رفته است. گرافیکی تر هستند.

در نتیجه شاداب‌ترند و جوان به نظر می‌رسند. ضمن اینکه شترهای جوان معمولاً پاهایشان کشیده‌تر دیده می‌شود و همین‌طور گردن‌شان. این است که این دو شتر بنفش، جوان هستند و به نظر می‌آیند. شترهای مسن‌تر گردن‌شان کج و کوله‌تر است. همین‌طور پاهایشان این چنین راست و استوار نیست.

اینها سبب می‌شود بتوان چنین تحلیل کرد که این دو شتر جوان هستند، بر عکس شتر کبریت «طهران» که پیری و فرتوتی در طراحی آن نمایان است.