

# الفانوس المصري يتنوع ويتزين للفوز بمعركة البقاء

## حظر التجوال يبدد أحلام تنشيط سوق صانع البهجة في رمضان



زخارف وألوان



شخصيات من التاريخ

أعداد الفوانيس المصنعة محلياً، يتم تغليفها وتزيينها وكسوتها بالأقمشة الملونة لتخرج في شكل مزيج بالألوان المختلفة.

**فوانيس بشرائح صوتية تحمل أغاني رمضان الشهيرة والتاريخية لتغيير الصورة الذهنية عن الفانوس المصري بأنه هيكل صامت بعكس الصيني**

تختلف الخيامية عن غيرها من المهن، كونها تعتمد على الصبر وإجادة صاحبها فن العمل اليدوي وتناسق الألوان حتى تخرج قطعة القماش في شكلها النهائي على هيئة لوحة فنية رائعة، يتم تقسيمها إلى أحجام صغيرة يتم من خلالها تغليف الفوانيس بمواد لاصقة، حتى أن أجزاء الأقمشة التي تزيد عن حاجة الفانوس لا يتم إهمالها، بل بيعها على هيئة زينة يتم تعليقها في المنازل، لتعدي إليها بساطة أيام زمان.

كانت صناعة الخيامية تعتمد حتى وقت قريب على عمليات البيع المرتبطة بسراقات الأفراح والعزاء وإقامة الموائد الرمضانية وشراء السياح لهذه الأقمشة المطرزة بشكل محترف.

لأن كل هذا لم يعد متاحاً، لم يعد أمام أبناء المهنة سوى تعويض الخسارة من خلال استعادة الفوانيس المحلية صادراتها ولو بحركة بيع أقل، وبكفي أن أكثر المعروض منها بالأسواق المحلية ممزوج بالذوق الرفيع والحس الفني الذي طرزه صناع الخيامية بحرفية.

المستلزمات، ثم طريقة استخدام الآلات التصنيع والتطريز والتغليف والتوريد. تمثل مناطق شهيرة في وسط القاهرة، مثل الجمالية والدرج الأحمر والسيدة زينب، نقاط مركزية لتصنيع وتوزيع الفوانيس لعموم مصر، لذلك يصف أصحاب الورش أنفسهم على أنهم خط الدفاع الأول في مواجهة الفانوس الصيني، وإذا لم يبادر كبار أبناء المهنة بتوريدها، فإنهم يتجنبون شهادة وفاة الصناعة المحلية بأيديهم.

يغير الجهد المطلوب في تصنيع الفانوس حسب النوع، وتظل الخيامية منها، الأكثر سهولة في التصميم، حيث تتألف من أعواد الصاج ذات السمك الرفيع، ويتم تشكيلها دون عناء ثم تغطيتها بقماش الخيامية الشهير بطريقة الحكاية اليدوية مع إضافة بعض الإكسسوارات والحبال الملونة لتزيينه بشكل مبهج تتداخل فيه الألوان الحمراء والصفراء والخضراء والزرقاء.

انعكس خفوت نجم المنتجات الصينية التي ترتبط بزينة رمضان على عودة رواج فن الخيامية العريق بعد سنوات من الكساد نتيجة اختفاء حركة السياحة. هناك في شارع الخيامية الواقع أمام باب زويلة التاريخي، تشعر بحركة كانت مفقودة أعادت لأصحاب الورش والمحلات بعضاً من الطمأنينة على أن المهنة لن تواجه خطر الانقراض.

يرتبط استمرار رمزية الخيامية كفن تاريخي بان قرابة نصف

اسمها أو إضافة صورتها في الداخل، مع إحاطتها بالزجاج وإضاءتها بالأنوار. ميزة أبناء المهنة في القاهرة الفاطمية، أنهم يحفظون تاريخ الفانوس المصري عن ظهر قلب، إذ ورثوا قديمته ورمزيته عن أجدادهم، لذلك تشعرون بانهم يغارون عليه وكأنه أحد أبناء الأسرة، ويتحدثون عنه بطريقة كما لو كان عشقهم الأول والأخير.

يقول عاطف حمدي، وهو شاب في الأربعينات، عندما كان يقوم بنقل الفوانيس من الورشة إلى محل البيع، مكسب أصحاب الورش والبايعات يرتبط بإعادة الناس ذكريات الآباء والأجداد في استقبال شهر رمضان، ومنها الفانوس المحلي الذي كان أحد معالم البهجة طوال أيام الصيام.

أغلب أبناء المناطق المعروفة بهذه الصناعة لا يريدون اندثار المهنة، وحاولوا استثمار فرصة توقف الدراسة كإجراء الحكومة للحد من انتشار كورونا، وقاموا بتعليم أبنائهم أسرار الحرفة.

يقول حسن شاهين، صاحب 70 عاماً، "الحفاظ على الفانوس المحلي يبدأ من تعليم الأجيال الصاعدة فنون المهنة وهاليها، ما يجعل أغلب من ورثوها عن أجدادهم يتقلون خبراتهم للأبناء، وقد تجد أبناء يستعينون بالصغار في التصنيع، وهم أو لأدهم، وأحفادهم، وغالباً ما تكون البدايات بتعريفهم أماكن شراء

أدخل البعض إضافات تستهدف جذب الجمهور إلى المنتج المحلي مع الحفاظ على الهوية المصرية بتصميم فوانيس مضاف إليها شرائح صوتية تحمل أغاني رمضان الشهيرة والتاريخية، مثل "وحوي يا وحوي"، "رمضان جانا"، "مرحب شهر الصوم مرحب"، مع أنوار زاهية بالداخل، في محاولة لتغيير الصورة الذهنية عن الفانوس المصري بأنه هيكل صامت بعكس الصيني الذي يُغني ويتحرك ويتراقص.

جرى ابتكار أشكال جديدة من الشخصيات التاريخية التي ارتبطت في ذاكرة المصريين بشهر رمضان، مثل "بوجي وططم" و"عمو فؤاد" (الفنان فؤاد المهندس) و"طوطو" (الفنان سمير غانم) و"عم شكشك" و"عالم سمس"، ويضاف إليها أصوات غنائية.

هذه النوعية من الجسومات الكرتونية كان يتم استيرادها حتى أصبحت تصنع محلياً، وتستهلك جذب الأطفال لتنشيط حركة البيع، إلا أن بعض محترفي المهنة لا يرفضون تصنيع أشكال جديدة من الفوانيس بمزايا خاصة، إذا طلب المشتري التصميم بطراز معين.

صحيح أن الفانوس المحلي شكله معروف ومحفوظ، لكن أصحاب الورش أضافوا إليه أشكالاً جديدة تناسب الأنواع المختلفة للجمهور، فهناك تصميمات يكتب عليها عبارات محددة إذا رغب المشتري في ذلك، وأخرى يتم نقشها برسومات جميلة تناسب طبيعة الشخص، فمثلاً، إذا أراد تقديم الفانوس كهدية إلى زوجته أو حبيبته، يمكن كتابة

رغم اهتمام المصريين بشراء المستلزمات الأساسية لشهر رمضان يسابق صانعو الفوانيس في القاهرة القديمة الزمن لصناعة إحدى أهم أدوات بهجة رمضان. هم يعملون على أمل عودة هذا المنتج التقليدي المصري إلى المصريين بعد أن استولى عليه الصينيون. فنراهم الآن يتفنون في تجديده ليلبّي كل الأذواق والجيوب، لكن الحجر الصحي يبدد أحلامهم ويزيد من مخاوفهم.

موسم استثنائي بالنسبة لنا، ونعول على المتاجر التي تنتشر في الشوارع والميادين.

أكثر ما يثير استياء محترفي المهنة، أن الاختفاء الواضح للبضائع الصينية من الأسواق تزامن مع إجراءات احترازية جعلت وصول الناس بكثافة عديدة إلى المنطقة أمر صعب، كما أن غلق المتاجر والورش يكون بداية من الساعة الخامسة مساءً.

يؤكد طلحة، أن كل صاحب ورشة يتعامل مع الأمر على أنه معركة بقاء، وتغيره حركة الأفراد في هذه الحارات الضيقة، حتى لو كانت بغرض التسكع ومشاهدة المعروضات والاستفسار عن الأسعار، لكنه يعتبرها خطوة من ألف ميل لاستعادة القاهرة القديمة الهيمنة من الصين.

في أزقة ضيقة، تشعر باستمرار حماية العمل في الورش التي قاومت الاندثار، ويبدو المشهد وكأن ما يحدث أقرب ليوم عيد، يقوم فيه صاحب كل ورشة أو متجر بتزيين الفانوس في أبهى صورة ليخرج إلى الجمهور بصورة مبهجة، على أمل أن تزيد نسبة البيع.

يتحسر ناصر محمد، صاحب 65 عاماً، على هذا المشهد، ويقول، "تحيلوا لو أن كورونا جاءت دون حظر تجوال أو خفض تجمعات مع اختفاء الفانوس الصيني، لكن ما زال الأمل معقوداً على الحكومة أن تسهل مهمة الناس في الشراء وزيادة حركة البيع".

يعود الرجل بذاكرته إلى سنوات خلت، عندما كان الفانوس المصري دون منافس، قبل أن يتجه التجار لاستيراد الصيني بكميات ضخمة، حتى تهاوت المهنة، وجرى غلق العشرات من الورش، ولجا أصحابها إلى حرف أخرى، إلى أن جاء كورونا ليعيد الأمور إلى نصابها.

هذا ينادي بأعلى صوته لاستقطاب الجمهور، وذلك يهول لنقل المنتج من الورشة إلى المتجر بعد الانتهاء من تصميم الفوانيس، وثالث يقوم بعملية العرض بطريقة مبتكرة تجذب انتباه المارة.

لا يختلف الأمر كثيراً في الورش الصغيرة التي تنتشر في المكان، وإن كان يبدو عليها ترهل الجدران التي تعود نشأتها إلى العشرات من السنين، لكنها تحتضن محترفين ورثوا المهنة عن الآباء والأجداد، وما زالوا يتسكعون بالحفاظ على التراث التاريخي للفانوس المصري، رغم أنهم يعملون بأقل الإمكانيات والأدوات، لكن المهارة والحرفية هما المعيار الأهم.

يقوم الشخص الواحد بتصنيع فانوس كل 20 دقيقة تقريباً، بغض النظر عن كونه نحاسياً أو خشبياً أو بلاستيكياً أو حتى زجاجياً، وإن استضافك أحدهم في ورشته الصغيرة، وانهم في الحديث حول أسرار المهنة وتاريخها لا تتوقف ديه عن العمل، فهو لا يمل، بل يتعزّل بالفانوس الذي يمثل له "حكايات وذكريات ومواقف تاريخية".

لا يبعأ أبناء المهنة بالترجع المحفوظ في حركة البيع، بل هم يستمرون في الإنتاج والعرض على أصل خفض الإجراءات الحكومية لمواجهة كورونا قبيل شهر رمضان، والسماح للناس بمزيد من حرية التنقل والتجمع، تراهم يتابعون أخبار وتصريحات المسؤولين عن الأزمة.

يرغب أصحاب الحرفة في أن يعيد الناس اكتشاف تراثهم الثقافي والتاريخي المرتبط بشهر رمضان بأقل ثمن، لدرجة أنهم يبيعون الفوانيس بأسعار زهيدة تبدأ من عشرة جنيهات (63 سنتاً)، ويصل السعر إلى 200 جنيه (12 دولاراً)، لإقناع الفئات التي استغنت عن الرفاهية لأدوار المال للسلع الضرورية والأساسية في الأزمة.

الراهنة، باقتطاع جزء بسيط لشراء مستلزمات البهجة الرمضانية.

**رواج محفوف بالحظر**  
يقول طلحة مجدي، أحد أقدم أصحاب الورش الخاصة بصناعة زينة رمضان بمختلف أشكالها، "نحن نبيع بسعر التكلفة، أو يزيد قليلاً، حتى نتخلص من كل البضائع الموجودة في المخازن، هذا

أحمد حافظ  
كاتب مصري

القاهرة - يكفي التجوال لساعات معدودة بين الأزقة الضيقة في مناطق الجمالية والدرج الأحمر والسيدة زينب التي تقع في وسط القاهرة، أو القاهرة الفاطمية، لاستعادة ذكريات وطقوس شهر رمضان التي اندثر معظمها بمرور الزمن.

هناك تصطف الفوانيس من أشكال والسوان مختلفة لاستقبال الجمهور، وتنتشر الورش الصغيرة لصناعتها، استعداداً لاستقبال رمضان.

يصعب أن تجد صاحب متجر لبيع الفوانيس أو مالك ورشة لتصنيعها يجلس دون عمل، رغم تراجع حركة البيع بشكل ملحوظ عن السنوات الماضية. الجميع يستثمر فرصة وباء كورونا للترويج للمنتج المحلي بعد وقف استيراد الفوانيس الصينية، ولأن العاملين في المهنة طالما حلموا بهذه اللحظة، فإنهم يستثمرون الوقت لاستعادة النشاط المفقود.

"العرب" تجوّلت في منطقة تحت الربع، الواقعة بحي الجمالية، ولا أحد يعير اهتماماً بالإجراءات الاحترازية التي اتخذتها الحكومة لخفض التجمعات أو تقليل الحركة.

هذا ينادي بأعلى صوته لاستقطاب الجمهور، وذلك يهول لنقل المنتج من الورشة إلى المتجر بعد الانتهاء من تصميم الفوانيس، وثالث يقوم بعملية العرض بطريقة مبتكرة تجذب انتباه المارة.

لا يختلف الأمر كثيراً في الورش الصغيرة التي تنتشر في المكان، وإن كان يبدو عليها ترهل الجدران التي تعود نشأتها إلى العشرات من السنين، لكنها تحتضن محترفين ورثوا المهنة عن الآباء والأجداد، وما زالوا يتسكعون بالحفاظ على التراث التاريخي للفانوس المصري، رغم أنهم يعملون بأقل الإمكانيات والأدوات، لكن المهارة والحرفية هما المعيار الأهم.

يقوم الشخص الواحد بتصنيع فانوس كل 20 دقيقة تقريباً، بغض النظر عن كونه نحاسياً أو خشبياً أو بلاستيكياً أو حتى زجاجياً، وإن استضافك أحدهم في ورشته الصغيرة، وانهم في الحديث حول أسرار المهنة وتاريخها لا تتوقف ديه عن العمل، فهو لا يمل، بل يتعزّل بالفانوس الذي يمثل له "حكايات وذكريات ومواقف تاريخية".

لا يبعأ أبناء المهنة بالترجع المحفوظ في حركة البيع، بل هم يستمرون في الإنتاج والعرض على أصل خفض الإجراءات الحكومية لمواجهة كورونا قبيل شهر رمضان، والسماح للناس بمزيد من حرية التنقل والتجمع، تراهم يتابعون أخبار وتصريحات المسؤولين عن الأزمة.

يرغب أصحاب الحرفة في أن يعيد الناس اكتشاف تراثهم الثقافي والتاريخي المرتبط بشهر رمضان بأقل ثمن، لدرجة أنهم يبيعون الفوانيس بأسعار زهيدة تبدأ من عشرة جنيهات (63 سنتاً)، ويصل السعر إلى 200 جنيه (12 دولاراً)، لإقناع الفئات التي استغنت عن الرفاهية لأدوار المال للسلع الضرورية والأساسية في الأزمة.

الراهنة، باقتطاع جزء بسيط لشراء مستلزمات البهجة الرمضانية.

**رواج محفوف بالحظر**  
يقول طلحة مجدي، أحد أقدم أصحاب الورش الخاصة بصناعة زينة رمضان بمختلف أشكالها، "نحن نبيع بسعر التكلفة، أو يزيد قليلاً، حتى نتخلص من كل البضائع الموجودة في المخازن، هذا