

تاریخ دریافت مقاله: ۹۴/۱/۱۸

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۴/۴/۳۰

جایگاه و میزان تأثیر رشته دانشگاهی فرش در بهبود اقتصادی فرش ایرانی در دوران معاصر*

فاطمه رحیم‌پناه

کارشناس ارشد صنایع دستی، دانشگاه سوره

مهران هوشیار (نویسنده مسئول)

استادیار دانشکده هنر، دانشگاه سوره

E-mail: houshiar@soore.ac.ir

چکیده

امروزه هنر - صنعت فرش دست‌باف با توجه به مسائل اقتصادی و سیاست‌های بین‌المللی در قبال ایران جایگاه خود را تقریباً در بازارهای جهانی از دست داده و به تدریج دچار رکود شده است. از طرف دیگر، بازار داخلی فرش دست‌باف نیز از رونق افتاده و دیگر همان تعداد اندک هم نمی‌تواند خریدار فرش دست‌باف باشند. در چنین شرایطی تفکر بازاری فرش دست‌باف، نیازمند تغییر و تحول، هم از لحاظ فرهنگی و هم اقتصادی است. دیگر زمان آن رسیده تا با حفظ اصالت‌ها و هویت فرهنگ سنتی در طرح و رنگ، برای رونق بیشتر این هنر - صنعت در بازارهای جهانی از روشها و شیوه‌های جدید استفاده شود. رشته دانشگاهی فرش این قابلیت را دارد و می‌تواند قشر تحصیل‌کرده‌ای را با توانایی اجرای طرح‌هایی مطابق سلیقه رایج و موردپسند جامعه و همگام با دنیای روز تربیت کند؛ بنابراین، مطالعه بر روی این رشته و شناسایی آن به قشر سنتی بازار فرش دست‌باف ضروری می‌نماید. با تحقیقی که به شیوه توصیفی - تحلیلی و با روش ترکیبی، کتابخانه‌ای و میدانی

صورت گرفته، این نتیجه به دست آمده است که با شرایط اقتصادی فعلی و سرفصل دروس این رشته با گرایش طراحی، دانش - آموختگان در زمینه‌های مختلف طراحی و رنگ‌آمیزی انواع نقوش قالی، به صورت علمی و با تکنولوژی جدید، مهارت لازم اعم از طراحی، رنگ‌آمیزی با رایانه، شناخت نقوش، شناخت بازارها و ... می‌توانند یک طراح، تولیدکننده، مشاور در کلیه زمینه‌های صادراتی و ... باشند. نتیجه نهایی آن است که رکود فعلی بازار فرش دست‌باف، نیازمند فکر جدید و جوان است. طرح و رنگهای گذشته، دیگر جواب‌گوی بازار آشفته امروزی نیست و دانش‌آموختگان این رشته مهارت لازم را برای همفکری با تولیدکنندگان باتجربه دارا می‌باشند تا سبب بازدهی اقتصادی این محصول در ایران شوند.

واژه‌های کلیدی: رشته کارشناسی فرش، توانمندی دانش‌آموختگان، طراحی، نوآوری، بازار فرش دست‌باف.

*. این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد سرکار خانم فاطمه رحیم‌پناه است که مورد تأیید مرکز ملی فرش ایران واقع شده است.



دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۲۷
بهار و تابستان ۱۳۹۴

۲۳

■ مقدمه

فرش دست‌باف ایرانی در تمام دوره‌های حیات خود مهم‌ترین کالای مبادلاتی و تجاری در داخل و خارج از کشور بوده است و اگر به تاریخ تجاری آن و همچنین اطلاعات و آمار موجود صادرات فرش دست‌باف نگاهی بیندازیم، در دوره‌های مختلف همیشه با مشکلاتی روبه‌رو بوده است. برخی از سال‌ها با افزایش صادرات و برخی سال‌ها با رکودی که تحت تأثیر عوامل مختلف بوده، مواجه می‌شده است؛ «به‌نحوی که در دهه پنجاه شمسی، نمودار صادراتی با تغییرات چشم‌گیری روبه‌رو بوده و بیشترین حجم صادرات در سال ۱۳۵۹ به میزان ۶۶ درصد بوده است» (پروان، ۱۳۸۹، ۱۶۳). همچنین «سهم فرش در سال ۱۳۷۳ از صادرات، ۴۴ درصد و در سال ۱۳۸۰ به ۱۳/۰۹ کاهش یافته است» (چیت‌سازیان، ۱۳۸۹، ۵۴). در شرایط فعلی که اقتصاد ایران با تحریم‌های بین‌المللی روبه‌روست و از طرف دیگر رقباتی تولیدکننده، فرش‌هایی با قیمت‌های پایین‌تر را وارد بازار جهانی می‌کنند و طبق نظرسنجی‌های مرکز تحقیقات فرش دست‌باف، مردم اکثر کشورهای جهان فرش ایرانی را می‌پسندند، اما قیمت بالای آن مانع از خرید آن‌ها می‌شود و همچنین در زمینه طرح و نقش سال‌هاست که نوآوری صورت نگرفته است و بازار این محصول دچار رکود شده، وضعیت این هنر - صنعت نیازمند تغییر است. تولیدکنندگان و تجار باید این مسئله را بپذیرند که شیوه‌های قدیمی تجارت و تولید در جوامع امروزی، جواب‌گوی بازار این محصول نیست. از جمله راهکارهایی که شاید بتواند به ارتقای این هنر - صنعت تا حدودی کمک کند، توجه به قشر جوان و دانش‌آموخته رشته کارشناسی فرش است. یکی از اهداف تأسیس این رشته، تربیت کارشناسان و مشاوران ماهر بوده است که بتوانند در کارگاه‌های تولیدی در کنار تجربه تولیدکنندگان، درصد زیادی از

ضعف‌های تجاری این هنر - صنعت را کاهش دهند. در این زمینه، پژوهش‌های زیادی صورت گرفته، از جمله مقاله‌هایی با عنوان‌های تأثیر دانش مهارت دانش‌آموختگان شاخه کاردانش رشته صنعت فرش دست‌باف بر وضعیت اشتغال آن‌ها (کریمی ماچینی و سلطانیان، ۱۳۸۶)^۱، آثار آموزش‌های شاخه کار و دانش بر کارایی فنی صنعت فرش دست‌باف (بریم‌نژاد و شم‌آبادی، ۱۳۸۴)^۲، نقش طرح‌های جدید در توسعه و گسترش فرش دست‌باف (ایمانی، ۱۳۸۹)^۳، ابداع و نوآوری در طرح و نقشه فرش دست‌باف (نیکویی، ۱۳۸۶)^۴، شناسایی مهم‌ترین نیازهای عامل تولید هنر - صنعت فرش دست‌باف برای بالابردن کمیت و کیفیت تولید (کریمی ماچینی و سلطانیان، ۱۳۸۶)^۵.

ازاین‌رو هدف این پژوهش، معرفی کردن توانایی‌های دانش‌آموختگان این هنر - صنعت به جامعه بازار فرش دست‌باف و همچنین بیان راهکارهایی نوین در جهت بهبود بازدهی اقتصادی این محصول است. در همین راستا، تحقیق حاضر در پی پاسخ به دو پرسش اساسی است:

۱. آیا دانش‌آموختگان کارشناسی فرش با توجه به آموزش‌هایی که در دانشگاه به آن‌ها داده می‌شود، توانایی ایجاد تغییر و تحول ساختاری در این هنر - صنعت را دارند؟

۲. دانش‌آموختگان کارشناسی فرش چگونه می‌توانند به بازدهی اقتصادی این محصول در بازار حرفه‌ای آن کمک کنند؟

برای پاسخ به سؤالات فوق، ابتدا به بررسی مفاهیمی چون نگاهی گذرا به تاریخ تجارت فرش دست‌باف، معرفی رشته کارشناسی فرش، دلایل تضعیف این هنر - صنعت، اهمیت نوآوری در طرح و نقش، بازار داخلی و خارجی فرش دست‌باف، بررسی توانایی‌های دانش‌آموختگان از طریق بررسی سرفصل دروس این رشته و چگونگی به‌کارگیری

مهارت‌های آن‌ها در هرکدام از تعاریفی که اشاره شد، و در پی آن، به تحلیل تحقیقات میدانی که شامل مصاحبه به‌صورت باز و بسته است، پرداخته می‌شود و درنهایت، نتیجه‌گیری‌ها از طریق تحلیل داده‌های آماری با نرم‌افزار spss و تصاویر بیان می‌گردد.

در این پژوهش، به‌دلیل تمرکز و پرهیز از پراکندگی مطالب و به‌دلیل آنکه بازار فرش دست‌باف شهر تهران نمونه‌های بی‌نظیری از دنیای بزرگ هنر - صنعت فرش دست‌باف را در خود جای داده است و در دانشگاه هنر این شهر نیز رشته کارشناسی فرش تدریس می‌شود و همچنین به‌دلیل اهمیت طرح و رنگ در تجارت این محصول، فقط به بررسی گرایش طراحی از رشته کارشناسی فرش پرداخته خواهد شد. بر همین اساس، اطلاعات از منابع کتابخانه‌ای و نمونه‌های واقعی و مصاحبه به شیوه باز و بسته از تولیدکنندگان فرش دست‌باف و دانش‌آموختگان کارشناسی فرش به‌صورت پرسش‌نامه و همچنین تحلیل داده‌های آماری با نرم‌افزار spss^{۱۶} جمع‌آوری شده است.

نگاهی گذرا به تجارت فرش

فرش دست‌باف ایرانی همیشه یکی از نمودهای اساسی فرهنگی ایران بوده که کم‌کم جایگاه خود را در داخل و خارج از کشور پیدا کرده است. خرید و فروش این محصول از دوران صفویه به رونق و شکوه خود رسید؛ به همین دلیل، همیشه تاریخ تجارت فرش را از دوران صفویه به‌صورت کلی مورد بررسی قرار می‌دهند. جهانگردان زیادی از جمله دلاواله ایتالیایی، شاردن فرانسوی، کروسینسکی لهستانی، تاورنیه فرانسوی، هرکدام به‌نوعی به صنعت فرش ایرانی اشاراتی داشته‌اند. یکی از پژوهشگران بر این اعتقاد است که تمدن صفوی، شاید برای نخستین‌بار در تاریخ، قالی‌بافی را از ایل‌ها و طایفه -

های متحرک و کوچنده و روستاها به شهرهای بزرگ آورد. کارگاه‌های بافندگی بزرگ و متمرکز در شهرها به وجود آمدند و به‌همراه آن، دگرگونی‌های کمی و کیفی در هنر و صنعت قالی‌بافی، که متناسب با نیازها و خواست‌های اشرافیت شهری بود، ایجاد شد. طرح و نقشه نیز نخستین‌بار با دست هنرمندان و نقاشان و مینیاتوریست‌های زبردست شهری، با الهام از نقوش سایر هنرها رواج یافت. در آن دوره، به‌تدریج نظام اقتصادی بر صنعت قالی‌بافی کارگاه‌های شهری مسلط گردید. تک‌بافی خانگی و مستقل و خودبسنده عشایری روستایی، جای خود را به گروه‌های بزرگ کارگران بافنده داد که در خدمت کارفرمایانی بودند که نقاشان و طراحان ماهر و رنگرزان و پشم‌ریسان کارآزموده را نیز استخدام و زیر فرمان داشتند. تقسیم کار، هنر - صنعت فرش را از صورت سنتی خود خارج کرد. تقسیم کار بر محور تولید متمرکز کارخانه‌ای قرار داشت و تابع دستمزد و قانون عرضه و تقاضا بود. بر همین اساس، کارگاه‌های سلطنتی نیز به وجود آمدند که به سفارش شاهان، شاهزادگان، درباریان و سایر سران و ثروتمندان و همچنین برای اماکن متبرکه، فرش‌های نفیسی بافته می‌شد. شاهان صفوی به قالی‌بافی اهمیت زیادی می‌دادند؛ برای نمونه، شاه‌اسماعیل تبریز را مرکز هنری و فرهنگی ایران قرار داده و چند کارگاه قالی‌بافی را در آن شهر برپا ساخته بود، یا حتی شاه‌تهماسب خود به‌دلیل علاقه‌ای که به فرش داشت، چند طرح فرش نیز خود کشیده بود و گفته می‌شود طرح و نقش قالی در آن دوران، به اوج زیبایی خود رسیده بود. «در سال ۱۰۰۶ق، شاه‌عباس اصفهان را پایتخت خود تعیین کرد و این شهر مهد هنرهای ایرانی، از جمله قالی‌بافی شد؛ به‌طوری‌که اکثر فرش‌هایی که در موزه‌های برجسته دنیا نگهداری می‌شوند، مربوط به این دوره هستند» (حشمتی رضوی، ۱۳۸۹، ۱۸۳). اما



هم‌زمان با رکود تولید ابریشم در ایران، جنگ داخلی در آمریکا شروع شد و صادرات پنبه آن به بازار اروپا کاهش یافت و موجبات رونق پنبه‌کاری در ایران را فراهم آورد و کم‌کم راه ارتباط ایران را با بازار بین‌المللی باز کرد. موفقیت در صادرات پنبه باعث رونق تولید و صادرات فرش دست‌باف به کشورهای اروپایی شد. ارزانی نیروی انسانی تولید فرش، یکی از مهم‌ترین مزیت‌های فرش دست‌باف در دوره قاجار بود. تنوع طرح و نقش فرش دست‌باف ایران نیز در موفقیت ایران در بازار بین‌المللی فرش بسیار بااهمیت بود. رقبای ایران برای تسخیر بازار این محصول، از طرح و نقش فرش دست‌باف ایران تقلید می‌کردند. در کنار زیبایی طرح و نقش فرش ایران، دوام فرش‌های مناطق مختلف نیز شهرت بسزایی داشت. در مجموع، در دوره قاجار هنر - صنعت فرش شرایط مطلوبی داشته است. تقاضای روزافزون برای فرش ایران در اروپا و آمریکا و نیاز اقتصاد ایران به تولید کالاهای صادراتی پرارزش، موجب شد تولید و صادرات در ایران گسترش یابد. شرکت‌های خارجی علاوه بر سرمایه‌گذاری برای تولید، مدیریت تولید را نیز در کنترل خود درآوردند. می‌توان گفت که دوره قاجار دوره معرفی فرش ایران به جهانیان و رونق تجارت بین‌المللی آن بود؛ به‌طوری‌که در اوایل دوره قاجار سهم فرش از صادرات به آمریکا، ۷/۱۵ درصد و در اواخر دوره قاجار سهم فرش از صادرات، ۴۱/۶۸ درصد بوده است. همین بازار خوب کم‌کم برای فرش دست‌باف ایران مشکلاتی به وجود آورد؛ از جمله در دوره پهلوی بخشی از فرش‌های فارس به مصر صادر می‌شد و کم‌کم مصر به یکی از تولیدکنندگان فرش دست‌باف بدل شد. در این دوره، ترکیه تعرفه واردات فرش ایران را بیش از اندازه بالا برد و ایران هم تلاش کرد تا فرش‌هایی را که با رنگ‌های جوهری بافته شده بود، به مصر وارد

کند. با توجه به تقاضای فرش در کشورهای خریدار فرش ایران، بیشترین سود از صادرات فرش نصیب تاجران خارجی می‌شد و تاجران ایرانی به دلیل شرایط سخت عبور از مرزهای جغرافیایی، سود قابل توجهی را به خود اختصاص نمی‌دادند (پروان، ۱۳۸۹، ۸۵). تقریباً از همین دوران، مشکلات هنر - صنعت فرش بروز کرد. «به دلیل افزایش صادرات در دوره پهلوی، تولیدکنندگان و بافندگان فرش برای دست‌یافتن به سود بیشتر، به تولید فرش‌های ارزان‌قیمت پرداختند؛ به‌طوری‌که سفیر ایتالیا در سال ۱۳۰۸ ش، در گزارشی به وزارت خارجه ایران نوشته است: جنس قالی‌های ایرانی (در بازار ایتالیا) خیلی پست‌تر از قالی‌های قبل از جنگ جهانی است و نسبت به قالی‌های سی سال قبل، اصلاً قابل مقایسه نیست. به‌مناسبت سفارشات زیادی که داده می‌شود و خریداران روزافزون، کارخانجات قالی هم به همین دلیل قالی زیادی بافته تا به قیمت ارزان به فروش برسانند و مشتریان آمریکا بیشتر در این باب مؤثر بودند و این موضوع نباید به ضرر قالی‌های خوش‌بافت ایران تمام شود. در واقع می‌توان گفت که آمریکایی‌ها سلیقه خود را در باب طرح و رنگ و بافت به قالی ایران تحمیل کرده‌اند و چون محصولات قالی روزبه‌روز زیاد می‌شود، رنگ‌های طبیعی کفایت نکرده و مجبور می‌شوند رنگ‌های مصنوعی استعمال کنند. گرچه می‌توان در اثر تجربیات و عملیات زیاد، از رنگ‌های مصنوعی نیز الوان ثابتی به دست آورد، ولی باز آن لطافت و خوبی رنگ‌های طبیعی را نمی‌توان به دست آورد» (پروان، ۱۳۸۹، ۱۴۰). بر همین اساس، به دلیل آنکه فروش فرش دست‌باف در بازارهای جهانی رونق زیادی گرفته بود، سوءاستفاده‌هایی از سوی برخی از سودجویان صورت گرفت که به تدریج پایه‌های اصلی فرش دست‌باف را دچار تزلزل می‌کرد. برای برطرف کردن این معضل، در سال ۱۳۰۸ ش وزیر

فلاحیت و تجارت و فواید عامه وقت، از وضعیت تولید فرش در کشور اظهار نگرانی کرد. «در اثر عدم اطلاع و احاطه بافندگان و تهیه کنندگان قالی به نکات و دقایق مهم، از قبیل رنگرزی، نقشه و تهیه پشم (صادرات قالی) مقام خود را از دست داده و برای تجدید رونق آن در بازارهای دنیا حتماً باید تعلیمات کافی و بلکه نظارت جدی از طرف دولت داده شده و اعمال گردد. کریم آقا بودرجمهری، وزیر فلاحیت، برای تربیت نیروی انسانی لازم برای طراحی و رنگ آمیزی و رنگرزی قالی پیشنهاد کرد که از مدرسه نقاشی وزارت جلیله معارف استفاده کنند و برای عملی شدن این منظور، از هیئت وزرای عظام خواست تا امکان انتقال مدرسه مزبور را با بودجه پرسنلی و اعتباراتی که داد، به وزارت فلاحیت فراهم نمایند» (پروان، ۱۳۸۹، ۱۴۱). بعد از این تاریخ، سازمان های مختلف در رابطه با این هنر - صنعت نیز ایجاد شدند؛ از جمله کمیسیون های قالی در وزارت تجارت، وزارت داخله و اطاق تجارت در سال ۱۳۰۸ ش، تأسیس مؤسسه قالی ایران در وزارت اقتصاد در سال ۱۳۰۹ ش، تأسیس شرکت سهامی فرش ایران در سال ۱۳۱۰ ش. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، بسیاری از آنانی که امنیت سرمایه خود را در خطر می دیدند، فعال شدند و در نتیجه بازار ارز دچار نوسان شدید گردید. در این میان، فرش دستباف وضع خاصی یافت؛ زیرا قیمت آن در بازارهای غربی، هر روز به رقم فزاینده ای نزدیک می شد، تا آنکه بعد از چندی سطح قیمت فرش های صادراتی به حدی رسید که رابطه مبادله ریال به دلار به نرخ رسمی را کنار بگذارد و سیاستی جدید انتخاب کند. در اینجا بود که پیمان ارزی به وجود آمد. کم کم تعاونی های زیادی برای حمایت از این محصول ایجاد شد. در سال ۱۳۶۴، جهاد سازندگی روستاها به وزارت جهاد سازندگی تبدیل شد و فعالیت در زمینه فرش بافی، یکی از

اولویت های مهم آن گردید. در سال ۱۳۷۹، وزارت جهاد سازندگی و کشاورزی ادغام شدند که در آن، واحدهایی از جمله «اداره کل فرش و صنایع دستی روستایی» و «مرکز تحقیقات فرش» تشکیل شدند. در سال ۱۳۶۶، «اتحادیه مرکزی فرش دستباف روستایی ایران» و در سال ۱۳۷۷ فعالیت های فرش بافی در دو وزارت جهاد سازندگی و تعاون آغاز شد، و تولید فرش در سازمان های از جمله آستان قدس رضوی، کمیته امداد امام خمینی و سازمان بهزیستی در جهت حمایت هنر - صنعت فرش و هم اشتغالزایی و اشاعه این هنر - صنعت انجام گرفت. در سال ۱۳۷۹، دومین مسابقه طراحی نقشه فرش در جهت سنجش استعداد های نو و تشویق طراحان برای ابداع و نوآوری برگزار شد. ایجاد سازمان های موازی در زمینه فرش و تعدد مراکز تصمیم گیری که همگی وظایف واحدی را دنبال می کنند، از جمله وزارت بازرگانی، شرکت سهامی فرش، مرکز توسعه صادرات ایران، مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، سازمان نمایشگاه های بین المللی، کمیسیون نرخ گذاری و میز فرش، وزارت جهاد کشاورزی، شرکت های تعاونی قالی بافی، اداره کل فرش و صنایع روستایی و مرکز تحقیقات فرش، وزارت تعاون، سازمان صنایع دستی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان های وابسته به آن، مثل میراث فرهنگی و موزه فرش، وزارت علوم و تأسیس رشته کارشناسی فرش در کشور، اتحادیه های صنف تولید کنندگان و فروشندگان، کمیته امداد، آستان قدس رضوی و... همگی به نحوی دست اندرکار امور فرش شدند (حشمتی رضوی، ۱۳۸۹، ۹۸).

ضرورت ایجاد رشته دانشگاهی فرش از دیدگاه آقای عابد (رئیس شرکت سهامی فرش ایران)
آقای محمدرضا عابد از سال ۱۳۶۲ تا ۱۳۷۷ حدود پانزده سال مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره شرکت



سهامی فرش ایران بود و یکی از متولیان اصلی ایجاد این رشته دانشگاهی است. ایشان طی مصاحبه‌ای که در سال ۱۳۷۷ داشته‌اند، ضرورت ایجاد این رشته را این‌گونه عنوان کرده‌اند: «فکر تشکیل رشته فرش به نیازهای سازمان در زمینه کارشناس و نیروی متخصص برمی‌گردد. ما مدت‌ها با سازمان امور اداری و استخدامی بحث و جلساتی داشتیم مبنی بر اینکه چگونه بتوانیم نیرو جذب کنیم. یکی از راه‌های پیشنهادی سازمان این بود که تعدادی از دیپلمه‌های علاقمند را از طریق آزمون انتخاب کرده و با همکاری یکی از مراکز آموزشی، تحت آموزش قرار دهیم و سپس استخدام کنیم. بر این اساس، برای اولین بار در سال ۱۳۶۹ش دوره کاردانی فرش را برگزار کردیم و دانش‌آموختگان آن جذب شرکت سهامی فرش ایران شدند؛ ضمن اینکه تعدادی از این‌ها کارمند قبلی سازمان بودند و ارتقا پیدا کردند. با توجه به این تجربه و نیز مطالعاتی که روی کشورهای دیگر، از جمله چین داشتیم که این رشته را به صورت دانشگاهی دارد و ضرورت اینکه مدیریت فرش از حالت تجربی بیرون بیاید و کارشناسانی تحویل جامعه شوند که در همه زمینه‌های فرش، چه مواد اولیه، چه طرح و رنگ و چه اقتصادش اطلاعات جامع و کاملی داشته باشند و نیز برای رفع مشکلاتی که در زمینه تولید در فرش داشتیم، در یکی از جلساتی که در کاشان در حاشیه برپایی یک موزه فرش با دکتر حبیبی، معاون اول رئیس‌جمهوری برپا بود، دکتر شامخی، رئیس وقت دانشگاه کاشان، با توجه به سابقه فرش در کاشان پیشنهاد این رشته را دادند و من نیز اعلام آمادگی نمودم. به غیر از نیازهای شرکت که یکی از چندمین اهداف بود، یکی از اهداف تأسیس، کمبود مدیریت برای فرش ایران بود؛ به دلیل نبود تجربه علمی در این زمینه، اکثر فعالیت‌ها به صورت تجربی بوده است مثلاً عمواغلی را داشتیم که رفت، دیگر چه کسی

جایگزین او شد؟ تجارب کاری متخصصین داشت از بین می‌رفت؛ یا مثلاً چه کسی کار دبیر صنایع کاشان را ادامه می‌داد؟ در واقع بخش خصوصی ما به تجارت فرش و سودهای آنی گرایش پیدا کرده بود و ما تعداد صادرکننده داشتیم تا تولیدکننده. این‌ها عواملی بود که ایجاد این رشته را ضروری می‌نمود و باید نیروهایی تربیت می‌شدند که با توجه به تجربه علمی خود در دانشگاه، تولید فرش را مدیریت کرده و سروسامان دهند» (چیت‌سازیان، ۱۳۸۲، ۲۲۰-۲۲۱).

ضرورت ایجاد رشته کارشناسی فرش از دیدگاه وزارت علوم و تحقیقات

طبق آخرین اصلاحیه وزارت علوم در جلسه مورخه ۷ بهمن ۱۳۸۵، ضرورت ایجاد رشته کارشناسی فرش این‌گونه تعریف شده است: با توجه به اهداف عالی آموزش و نظر به جایگاه فرش در جامعه، جهت حفظ، اشاعه و صیانت از این رشته هنری، ضروری می‌نماید که در همین راستا موارد زیر مورد توجه واقع شود: ۱. حفظ و تقویت فرهنگ بومی و ملی با توجه به اصالت‌های نقش و رنگ و بافت فرش در هر منطقه؛ ۲. بالابردن کیفیت تولید و بافت؛ ۳. احیا و ترویج هنر فرش‌بافی به منظور اشاعه فرهنگ و هنر اصیل ایران اسلامی در متن مردم؛ ۴. آموزش علوم نظری و عملی، به منظور تربیت نیروی متخصص؛ ۵. ایجاد زمینه‌های مطالعاتی و تحقیقاتی و دستیابی به استانداردهای مطلوب؛ ۶. ایجاد زمینه اشتغال و توجه به نقش آن در اقتصاد جامعه.

به همین منظور، دانش‌آموختگان این رشته با کسب مهارت‌ها و دانش نظری و تقویت توان علمی خود در شناخت رشته فرش خواهند توانست: ۱. در زمینه‌های مختلف تخصصی فرش، از جمله تولید و بافت، طراحی، رنگرزی، مرمت و جنبه‌های دیگر اشتغال داشته باشند؛ ۲. در برنامه‌ریزی‌های هنری، اقتصادی

و اجتماعی مرتبط با فرش یا سازمان‌های مربوطه همکاری نمایند؛ ۳. در سازمان‌های دولتی و خصوصی مرتبط با فرش، به‌عنوان مشاور و کارشناس همکاری نمایند. به همین منظور، رشته کارشناسی فرش با سه گرایش، مورد تصویب قرار گرفت: ۱. طراحی فرش؛ ۲. بافت و مرمت فرش؛ ۳. رنگرزی (سرفصل دروس رشته کارشناسی فرش، ۱۳۹۲).

معرفی رشته کارشناسی فرش با گرایش طراحی

همان‌طور که در بالا به آن اشاره شد، در دوره پهلوی و دوره بعد از آن برای برطرف کردن ضعف‌هایی که در هنر - صنعت فرش دست‌باف ایجاد شده بود، مدرسه و سازمان‌هایی حمایتی تأسیس شدند تا به بهبود وضعیت این محصول، هم در نوع تولید و هم فروش داخلی و از همه مهم‌تر صادرات کمک کنند. اما با گذشت چند دهه از به‌وجود آمدن این تمهیدات، همچنان هنر - صنعت فرش با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو بوده است. در همین راستا، به‌منظور علمی‌نمودن تجارب و آگاهی موجود در زمینه فرش، مشخصات کلی و برنامه دروس دوره کارشناسی فرش در اسفند ۱۳۷۴ به تصویب شورای عالی برنامه‌ریزی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری اطلاعات رسید و دانشگاه کاشان برای نخستین‌بار در مهر ۱۳۷۵ اقدام به دایر نمودن آن نمود. مرحوم درودچی از پایه‌گذاران کارشناسی فرش، پژوهش و مطالعات دانشگاهی و علمی در زمینه هنرهای سنتی و صنایع دستی در ایران بود. درحقیقت، رشته فرش برای برطرف کردن نیازهای مدیریتی و فنی شرکت سهامی فرش ایران تدوین شد و بعد با اهداف دیگر به کار خود ادامه داد تا به امروز که هفده سال از تأسیس آن می‌گذرد. اما آخرین اصلاحیه‌ای که وزارت علوم در تاریخ ۷ بهمن ۱۳۸۵ برای سرفصل دروس این رشته تعریف کرده است، به این شرح است: دوره کارشناسی

فرش از دوره‌های آموزش عالی است که هدف از برگزاری آن تربیت نیروی متخصص آشنا به مبانی نظری و عملی فرش است. علاوه بر دروس عمومی و پایه هنر، دروس نظری و عملی در مباحث مختلف فرش، از جمله تاریخ فرش، شناخت طرح و نقش، ارزیابی و ارزشیابی، اقتصاد، مدیریت تولید، پژوهش و موزه‌داری فرش و دروس عملی و کارگاهی، نظیر طراحی، بافت، مرمت، رنگرزی، نگارگری، طراحی و بافت گلیم و همچنین کارورزی و پروژه نهایی، مورد توجه قرار گرفته است.

انتظار می‌رود دانش‌آموختگان این رشته، در پایان دوره بتوانند ۱. در زمینه‌های مختلف، از جمله تولید و بافت، طراحی، رنگرزی، مرمت و جنبه‌های دیگر، اشتغال داشته باشند؛ ۲. در برنامه‌ریزی‌های هنری، اقتصادی و اجتماعی مرتبط با فرش یا سازمان‌های مربوطه همکاری کنند؛ ۳. در سازمان‌های دولتی و خصوصی مرتبط، به‌عنوان مشاور و کارشناس، همکاری نمایند. اما برنامه درسی این رشته به این شرح است: واحدهای عمومی گذرانده شده ۱۲ واحد، دروس پایه مشترک ۲۶ واحد، دروس اصلی مشترک ۶۰ واحد، دروس تخصصی با توجه به گرایش ۲۵ واحد؛

دروس پایه، شامل آشنایی با هنرهای سنتی ایران، آشنایی با بافته‌های سنتی ایران، هندسه نقوش در هنرهای سنتی ایران، آشنایی با هنر در تاریخ (۱)، آشنایی با هنر در تاریخ (۲)، هنر و تمدن اسلامی (۱)، هنر و تمدن اسلامی (۲)، مبانی هنرهای تجسمی (۱)، مبانی هنرهای تجسمی (۲)، طراحی پایه، عکاسی (۱)، آشنایی با کامپیوتر؛

دروس اصلی مشترک، شامل سیر تحول نقش در هنر ایران، طراحی سنتی (۱)، طراحی سنتی (۲)، طراحی فرش (۱)، شناخت طرح و نقش فرش ایران (۱)، شناخت طرح و نقش ایران (۲)، شناخت طرح و



نقش گلیم، طراحی گلیم، بافت گلیم، بافت فرش (۱)، بافت فرش (۲)، شیمی کاربردی فرش، علوم الیاف، رنگرزی شیمیایی (۱)، رنگرزی سنتی (۱)، حفاظت و مرمت فرش (۱)، حفاظت و مرمت فرش (۲)، رنگ و نقطه نقشه فرش (۱)، تاریخ فرش ایران، تاریخ فرش جهان، پژوهش در فرش، موزه‌داری فرش، کنترل کیفیت در فرش، مدیریت تولید فرش، اقتصاد فرش، شناخت بازارهای جهانی فرش، ارزیابی و ارزشیابی فرش.

اما گرایش موردبررسی در این پژوهش، طراحی است. در اینجا فقط به نام‌بردن دروس تخصصی گرایش طراحی فرش می‌پردازیم. دروس تخصصی برای گرایش طراحی: طراحی فرش (۲)، طراحی فرش (۳)، طراحی فرش (۴)، نگارگری (۱)، نگارگری (۲)، رنگ و نقطه نقشه فرش (۲)، مبانی رنگ در فرش ایران، زبان تخصصی، کارآموزی، پروژه نهایی (سرفصل دروس رشته کارشناسی فرش، ۱۳۹۲).

دلایل تضعیف روزافزون هنر - صنعت فرش

برطبق تحقیقات و پژوهش‌هایی که در زمینه مشکلات هنر - صنعت فرش دست‌باف ایران صورت گرفته است، محققان مشکلات پیش روی این هنر - صنعت را در بخش اجرایی، از ایجاد طرح تا بافت و فروش، به چند مورد تقسیم کرده‌اند. به کارنبردن راه‌های اصولی و استاندارد در مراحل مختلفی که یک فرش بافته و به فروش می‌رسد، مانند نبود نوآوری در طرح و رنگ، نداشتن بازاریابی و تبلیغات مناسب، استفاده از مواد و مصالح نامرغوب را از ارکان اصلی ضعف این هنر - صنعت معرفی کرده‌اند. طی مصاحبه‌هایی که به صورت باز با تولیدکنندگان فرش دست‌باف در راستای این پژوهش صورت گرفته است، عواملی چون شرایط اقتصادی کشور در حال حاضر را موجب آن می‌دانند که خطر نکرده و از طرح‌های نو و

جدید استفاده نکنند. ترجیح می‌دهند همان طرح‌هایی که فروش خود را دارند، کار کنند و از طرح‌های قدیمی استفاده کنند که به اصطلاح کپی برداری است. این ضعف‌ها همیشه در همه دوره‌ها احساس شده است؛ به طوری که در تاریخ تجارت فرش اشاره شد که برای برطرف کردن این ضعف‌ها سازمان‌های متفاوتی ایجاد شدند که ایجاد این سازمان‌ها نه تنها وضعیت فرش دست‌باف را بهتر نکرد، بلکه به گفته تولیدکنندگان فرش در بازار فرش تهران، ایجاد این سازمان‌ها باعث شد تا افرادی که صلاحیت ندارند و از این هنر - صنعت هیچ نمی‌دانند؛ در واقع نبود افراد غیرمتخصص که متولی این سازمان‌ها شده‌اند، خود ضرری بزرگ بر هنر - صنعت فرش دست‌باف زده است. درحقیقت، یکی از دلایل تأسیس رشته فرش در دانشگاه‌های مختلف ایران این مسئله بود: تربیت نیروی متخصص برای سازمان‌ها و کارگاه‌های تولیدی و... به این امید که قشری تربیت شوند تا هنر - صنعت فرش دست‌باف را از مسیر انحرافی خود خارج کرده و دوباره به جایگاه مطلوب و شایسته آن برسانند (نیشابوری، ۱۳۹۲).

اما فرهنگ بازار فرش دست‌باف، طبق مصاحبه‌هایی که به صورت باز با دانش‌آموختگان صورت گرفته است، به دانش‌آموختگان این رشته آزادی عمل زیادی نمی‌دهند و از طرفی، اگر دانش‌آموختگان بخواهند مستقل به تولید فرش بپردازند، نیاز به سرمایه‌گذاری دارد که از عهده این قشر خارج است. در صورتی که اگر تولیدکنندگان فرش دست‌باف به دانش‌آموختگان این رشته اعتماد کنند و فرصت کار را به آن‌ها بدهند، علم و تجربه می‌تواند در کنار هم باعث تحول در این هنر - صنعت شود؛ البته این کار، سخت خواهد بود، به دلیل آنکه فرهنگ بازار سالیان درازی به این شیوه بوده است. اما دانش‌آموختگان فرش با گرایش طراحی می‌توانند در عرصه مهم طرح و رنگ به تولیدکنندگان

برای پیشرفت اهداف اقتصادی یاری رسانند (ابوذری، ۱۳۹۲). سالیان متمادی است که فرش دست‌باف با همان رنگ و نقش در بازارهای داخلی و خارجی عرضه می‌شود. وقت آن شده تا فرش‌هایی با همان اصالت ایرانی، اما کمی متفاوت‌تر و متناسب با سلیقه نسل امروز طراحی شوند که به طور قطع قشر جوان تحصیل‌کرده سلیقه‌های دنیای مدرن را آن‌طور که از سرفصل دروس این رشته استنباط می‌شود، بهتر می‌تواند برآورده کند؛ چراکه در دانشگاه، بیشتر روی طراحی به شیوه‌های نو و جدید تکیه می‌شود.

اهمیت نوآوری در طرح و رنگ فرش دست‌باف

تغییر و توسعه در جوامع کنونی موجب تغییر دیدگاه زیبایی‌شناسی انسان امروز شده است. این مسئله باعث شده طرح‌های جدید، جایگزین سنت و هنرهای سنتی شوند. مسئله دیگر جهانی شدن است. این تحولات باعث لزوم تغییراتی در تولید فرش دست‌باف، به‌خصوص در زمینه طرح و رنگ شده است. جهانی شدن موجب شده تا سلیقه‌های انسان‌ها در سطح جهانی مورد بحث قرار گیرد. اینجاست که نوآوری در طرح و رنگ‌ها الزامی به نظر می‌رسد؛ باید تأکید بیشتری بر انجام آن صورت بگیرد تا بتوان پاسخ‌گوی نیازهای گروه هدف بود. «منظور از نوآوری و ابداع در طرح و رنگ فرش‌ها آن است که طرح و نقش‌مایه و تناسبی تهیه شود که نمونه مشابهی قبل از آن وجود نداشته باشد. لازم به تأکید است که نوآوری قابل ذکر و مؤثر آن است که در قلمرو طرح و نقش فرش ایران، مسیری تازه ایجاد کند و باینکه ریشه در طرح و رنگ فرش ایران دارد، جایگاهی مشخص به خود اختصاص دهد و شاخه‌هایی بر دامن این قلمرو بگستراند؛ به‌نحوی که خود زمینه‌بازنگری و الهام طرح‌های دیگر شود» (نیکویی، ۱۳۸۶، ۴۴۵). «سنت به‌معنای راه و روش است و در جامعه همان

مجموعه معتقدات و باورها و روش‌ها و انگیزش‌هایی است که اگر در افراد یک گروه یا قوم یا ملت نباشد، آن گروه و ملت از مداومت بخشیدن به شیوه خاص خود سر باز می‌زند و تداوم یکتایی خویش را از دست می‌دهد و دچار تشتت می‌گردد. فرش، خود بخشی از سنت جامعه ما می‌باشد. سنت فرش مجموعه خلیات و اعتقادات و روش‌ها و بینش‌های گروهی از افراد جامعه ما، یعنی دست‌اندرکاران این اثر هنری و صنعتی، به‌ویژه طراحان و بافندگان است که طی صدها سال تداوم بر این دست‌باف، درحقیقت حک شده و ثابت و پایدار گردیده است. سنت هرگونه ره‌آورد و دست‌آورد تاریخی و کهن است که به‌مرور توسط نسل‌های متعدد دست به دست و سینه به سینه تابع باور و اندیشه و نیاز، ایجاد و به‌مرور تکمیل شده و همواره با وضعیت‌های مختلف و نیازهای مادی و معنوی انسان سازگار شده است؛ پس سنت را باید به طور خلاصه، فعالیت‌ها یا موضوعات ایجادشده و به محک تجربه درآمده دانست که در کوران تجربه، مسیر تکامل را پیموده است» (اسپنانی و احمدی، ۱۳۸۶، ۵۴۰). «فرش همانند دیگر کالاهای جامعه نمی‌تواند مستقل از بازار، رقابت، تبلیغات تجاری و مدهای مصنوعی ایجاد شده و به‌سرعت تغییر یابنده باشد؛ بنابراین، نوآوری در طرح‌ها ضروری می‌نماید؛ چراکه فرار از سنت در جامعه‌های امروز و جهانی شدن از سوی دیگر، موجب تمایل افراد به فرار از جوامع سنتی و ازبین‌رفتن بسیاری از صنایع دستی، از جمله فرش شده است؛ بنابراین، در مقابل تغییرات فرهنگی صورت‌گرفته، باید این مسئله را جدی گرفت و تدبیری تازه اندیشید» (پورمند و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۳). امروزه بحث بر سر سنت‌گرایی و طرح‌های مدرن و جدید بسیار است. گروهی تأکید صرف بر سنت‌گرایی در طرح فرش‌ها می‌کنند و معتقدند اگر پا را فراتر از نقوش سنتی بگذاریم، به خطا رفته و



صدمات جبران‌ناپذیری به فرش وارد خواهد شد. گروهی دیگر به طرفداری از طرح‌های جدید و نوآوری‌های بکر می‌پردازند. دکتر آیت‌اللهی در این زمینه می‌نویسد: «سنت و هنر، هر دو، امر اجتماعی و فرهنگی هستند که یکی ثابت و تغییر و تحول‌ناپذیر است و دیگری خلاف، همیشه در حال تغییر، تحول و ایجاد آثاری متنوع می‌باشد و اگر هنر نیز بدون تغییر و تحول باقی بماند، در دام تقلید و تکرار فرومی‌رود و دیگر آن را نمی‌توان هنر نامید. آیا اگر دگرگون شوند، فرش دیگر فرش نیست و فرش ایران مال ایران نیست؟ آیا اگر اندازه‌ها، چه در تناسبات فرش‌ها و چه در نسبت‌های آذینه‌ها و آرایه‌های آن‌ها تغییر کنند، فاجعه‌ای به وجود می‌آید؟ اگر آری، پس چرا در گذشته این چنین نشده و آن‌همه تنوع و خلاقیت در آن‌ها پدید آمده است» (آیت‌اللهی، ۱۳۸۵، ۸۶).

بازار داخلی و خارجی فرش دست‌باف^۷

از گذشته‌های دور فرش دست‌باف کالایی تجاری و ارزآور برای کشور محسوب می‌شده است؛ پس فرای جنبه‌های هنری آن باید به چگونگی تجارت در داخل و خارج از کشور نیز توجه کرد. درحقیقت، باید طوری فرش‌ها طراحی شوند که هم جنبه هنری و اصالت فرهنگ ایرانی را دارا باشند و هم بتوانند مشتری جلب کنند. آنچه در بازار فرش دست‌باف حرف اول را می‌زند، رنگ است. درحقیقت، خریدار در نگاه اول شیفته رنگ می‌شود و بعد از آن به مؤلفه‌های دیگر، از جمله نقش و قیمت توجه می‌کند (جناتی کاشانی، ۱۳۹۲). با توجه به آمارهایی که مرکز تحقیقات فرش ایران از کشورهای هدف خریدار فرش ایرانی گرفته است، می‌توان تا حدودی از سلیقه خریداران فرش دست‌باف ایرانی در سایر کشورها مطلع شد. همچنین با ارتباط برقرارکردن از طریق دنیای مجازی می‌توان به مدهای روز کشورهای هدف

پی برد و برای آن برنامه‌ریزی کرد؛ به همان شکل که طراحان لباس همیشه یک سال جلوتر طرح‌های خود را رونمایی می‌کنند تا برای مد سال آینده در بازار مورد استفاده قرار گیرد. درحقیقت، برای آنکه ما نیز در فرش دست‌باف بتوانیم همگام با دنیا حرکت کنیم، باید با دنیای مجازی خود را همگام کنیم و سعی بر این باشد تا خود را در تولید فرش و ابداع طرح و رنگ برای بازارهای جهانی، یک سال جلو بیندازیم. مسئله‌ای که امروزه گریبان فرش دست‌باف را گرفته، نوع تولید سنتی و فکر سنتی تولیدکنندگان است. با وجود اینکه نسلی از تولیدکنندگان جوان‌تر وارد عرصه بازار فرش دست‌باف شده‌اند، به دلیل فرهنگ سنتی که در بازار جا افتاده است، نتوانستند خود را به‌روز کنند (مرتضوی، ۱۳۹۲). عده زیادی از تولیدکنندگان در مصاحبه‌ها به این مطلب اشاره کرده‌اند که تا فرش ما بافته و وارد بازار شود، آن طرح و رنگ از مد افتاده است. اینجاست که ایجاب می‌کند تا کمی جلوتر از زمان پیش رویم: اول نیاز بازار را برای یک سال آینده بسنجیم و بعد طرح و رنگی متناسب تولید کنیم. اکثر تولیدکنندگان فرش دست‌باف، بازار اصلی محصول خود را در خارج از کشور جست‌وجو می‌کنند؛ چراکه معتقدند قیمت تمام‌شده فرش دست‌باف در حدی است که بازار داخلی کشتش خرید این تعداد تولید را ندارد؛ لذا سعی می‌کنند طرح‌هایی را که متناسب با فرهنگ ایرانی است، در بازارهای خارجی به فروش برسانند و اینجاست که با مشکل روبه‌رو می‌شوند. ازطرف دیگر، مسائل روز اقتصادی و تحریم‌هایی که برای کشور در نظر گرفته شده، این هنر - صنعت را به نابودی نزدیک کرده است؛ چراکه تولیدکنندگان سرمایه خود را روی بازارهای خارجی متمرکز کرده‌اند؛ درحالی‌که در یک سال گذشته، بازار خارجی با افت روبه‌رو بوده است. درحقیقت، سیاست‌های خارجی کشور بر روی اصلی‌ترین کالای

صادراتی غیرنفتی تأثیرات جبران ناپذیری گذاشته است: بسیاری از تولیدکنندگان از تولید بازمانده‌اند و آن‌هایی که توانسته‌اند حیات خود را حفظ کنند، ترجیح می‌دهند خطر نکرده و همان طرح‌هایی که چندین سال است فروش خود را دارد، دوباره تولید کنند، یا طرح‌های قدیمی را که کمی از تولید دور مانده‌اند، به‌روز کرده و به فروش برسانند. البته در این بین، استثناهایی نیز وجود دارد که خیلی قابل لمس نیست. اینجاست که باید به فکر راهی جدید باشند تا بتوانند در این عرصه رقابتی تنگ، به حیات خودشان ادامه دهند (نیشابوری، ۱۳۹۲).

این در حالی است که با توجه به مصاحبه‌هایی که

به‌صورت بسته از طریق پرسش‌نامه، از تولیدکنندگان بازار فرش دست‌باف شهر تهران و دانش‌آموختگان کارشناسی فرش با گرایش طراحی صورت گرفته است و از طریق نرم‌افزار SPSS^{۱۶} به روش آزمون T دو نمونه وابسته داده‌ها آمارگیری شده است و با توجه به جداول رابطه بین بازار و دانشگاه، اختلاف معنی‌داری را نشان می‌دهد که از عدم ارتباط صحیح و اعتماد بین تولیدکنندگان و دانش‌آموختگان نشان دارد که با توجه به بخش توصیف تحلیلی جداول در صورت اعتمادسازی، قابلیت بهبود را خواهد داشت (جدول شماره ۱).

جدول شماره ۱. آمار دو نمونه وابسته دانش‌آموختگان کارشناسی فرش با گرایش طراحی دانشگاه هنر تهران و تولیدکنندگان فرش دست‌باف بازار تهران

نام متغیر	تعداد افراد	میانگین	انحراف معیار	خطای میانگین
گروه دانش‌آموختگان	۱۶	۷۷,۲۵۰۰	۷,۷۹۳۱۶	۱,۹۴۸۲۹
گروه تولیدکنندگان	۱۶	۵۹,۱۸۷۵	۷,۶۲۶۴۳	۱,۹۰۶۶۱

جدول شماره ۲. آمار همبستگی دو نمونه وابسته دانش‌آموختگان و تولیدکنندگان فرش

دو نمونه وابسته	تعداد افراد	میزان همبستگی	درصد معنی‌داری
دانش‌آموختگان و تولیدکنندگان	۱۶	-۰.۳۸۹	۰.۱۳۷

جدول شماره ۳. آمار آزمون T دو نمونه وابسته دانش‌آموختگان و تولیدکنندگان

درصد معنی‌داری	درجه آزادی	میزان T	تفاوت‌های وابسته‌ها				میانگین	انحراف معیار	خطای میانگین	درصد اطمینان ۹۵٪ اختلاف بین وابسته‌های متفاوت	پایین‌ترین	بالاترین	دو نمونه‌های وابسته
۰,۰۰	۱۵۸	۵,۶۲۲	۲۴,۹۰۹۹۲	۱۱,۲۱۵۰۸	۳,۲۱۲۵۶	۱۲,۸۵۰۲۶	۱,۸۰۶۲۵						



همان‌طور که گفته شد، آمارها حاکی از آن است که دانش‌آموختگان کارشناسی فرش نتوانسته‌اند ارتباط مناسبی از لحاظ کاری با تولیدکنندگان فرش دست‌باف برقرار کنند. به همین منظور، لازم است که توانمندی‌های دانش‌آموختگان برای تولیدکنندگان معرفی شود تا شاید دانش‌آموختگان این رشته بتوانند وارد بازار حرفه‌ای فرش دست‌باف که جایگاه اصلی آن‌هاست، شوند (جدول شماره ۲).

توانمندی‌های دانش‌آموختگان رشته کارشناسی فرش

در همه عرصه‌ها همیشه وقتی به ایده‌ها و تفکرات جوانان بها داده شده، اتفاقات خوشایندی رخ داده است. تولیدکنندگان فرش دست‌باف در بازار فرش تهران در مصاحبه‌هایی که صورت گرفته، به این موضوع اشاره کرده‌اند که در صورتی که از دانش‌آموختگان این رشته حمایت شود، می‌توانند همکاران خوبی باشند؛ به شرط اینکه دانش‌آموختگان این رشته نیز خود واقعاً علاقمند به کار باشند. این در حالی است که ما در کشور سالانه فقط در مقطع کارشناسی با گرایش طراحی در رشته فرش به طور تقریبی هشتصد نفر دانش‌آموخته^۸ داریم که هرکدام قابلیت‌های خوبی برای کار در زمینه فرش دست‌باف دارند. از طرف دیگر، عده زیادی از دانش‌آموختگان زنان هستند که سلیقه و ذوق زنانه و همچنین ارتباط زیاد زنان به مد و دکوراسیون و همچنین ارتباط خوبی که قشر جوان امروزه با دنیای مجازی برقرار کرده است، در کنار یادگیری اصول طراحی در دانشگاه، می‌تواند به طراحی فرش‌هایی مطابق مد روز ایران و جهان کمک کند. این در حالی است که اکثر تولیدکنندگان فرش دست‌باف مردان هستند که شم بازاربایی و اقتصادی خوبی دارند و این دو قشر در کنار هم می‌توانند سبب بهبود وضعیت اقتصادی این

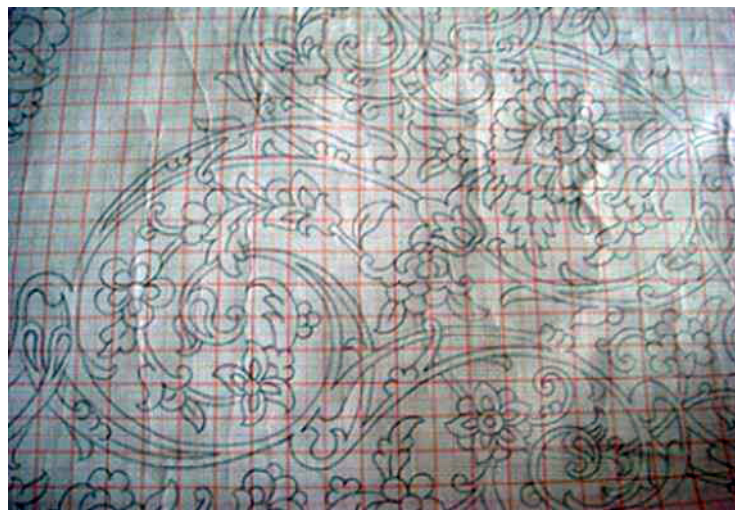
هنر - صنعت شوند. در سرفصل دروس دانشگاهی این رشته، دروس بسیار خوبی تدوین شده است در صورتی که خوب تدریس شود و شرایط آموزشی مناسب باشد بازدهی لازم را خواهد داشت. درحقیقت دانش‌آموخته فرش برای ورود به بازار حرفه‌ای، کمی اعتمادبه‌نفس و تجربه تولیدکنندگان را نیازمند است تا بتواند خود را پیدا کرده و به عرصه تولید راه یابد. خلاقیت در رنگ و نقش، آشنایی با نقوش مختلف فرش‌های مناطق ایران، آشنایی با اصول و مبانی رنگ در فرش، آشنایی اصولی با شیوه‌های طراحی، شناخت بازارهای فرش دست‌باف، اقتصاد فرش و غیره، همه و همه دانش‌آموختگان را از حیث طراحی و نوآوری در طرح، رنگ و همچنین شناسایی بهتر سلیقه‌های مشتریان یاری می‌رساند. مسئله‌ای که تولیدکنندگان به آن اشاره کرده‌اند، این است که امروزه نیاز نیست نقش‌های خیلی پیچیده طراحی شود؛ امروزه سلیقه مشتری در درجه اول بر روی رنگ تمرکز دارد. درحقیقت، می‌توان طرح‌های خیلی ساده یا حتی نقوش هندسی را که از ساده‌ترین نقوش فرش است، با یک ترکیب رنگی ایده‌آل به صورت فرش‌هایی در ابعاد کوچک متناسب با زندگی امروز شهری در دنیا و همین‌طور در ایران طراحی کرد (جناتی کاشانی، ۱۳۹۲). آنچه امروزه در بازار فرش دست‌باف مورد توجه است، در درجه اول کشش و تقاضا در بازار است. «یکی از این عوامل که امروزه نقش بسزایی در ایجاد مصرف و تقاضا بازی می‌کند، عامل سلیقه و ترجیحات مصرف‌کننده است؛ بنابراین، برای اینکه یک فروشنده بتواند بیش از رقبا مصرف جدید یک مصرف‌کننده را تصاحب نماید، الزاماً باید توانایی معرفی و شناساندن کالای خود را به مصرف‌کننده داشته باشد؛ درحقیقت، باید بتواند محصولی را تولید کند که در میان انبوه طرح‌ها و رنگ‌ها در بازار فرش دست‌باف حرف جدیدی برای گفتن داشته باشد که

تنوع در طرح و رنگ و... می تواند کالایی متمایز را برای خریدار ایجاد کند؛ بنابراین، در بازارهای کنونی، تمایز و تشخیص یک کالا عنصری بسیار مهم در معرفی و شناساندن کالا به مصرف کننده است. درحقیقت، آن محصول باید دارای دو ویژگی مهم باشد: ۱. برای مشتری ایجاد ارزش نماید؛ ۲. به سادگی قابل تقلید نباشد» (اکبری، ۱۳۸۰، ۷۵). دانش آموختگان این رشته به خوبی با مبانی رنگ در دوره تحصیل خود و نقوش فرش و همنشینی بجای رنگ ها آشنا می شوند و به طور کلی یکی از دروس تخصصی گرایش طراحی، مبانی رنگ در فرش است و می توانند طرح هایی را با حفظ اصالت ایرانی و مطابق سلیقه روز طراحی کنند. (تصاویر شماره ۱ تا ۵).

عده زیادی از تولیدکنندگان، به دلیل آنکه خود نظارت مستقیم بر تولید ندارند و درحقیقت کارگاه تولیدی خود را به دست کارفرمایان می گذارند، با قشر تحصیل کرده در این رشته آشنایی ندارند و برایشان جالب است که طرح های این دانش آموختگان را ببینند.

این، نشان دهنده این مطلب است که فرهنگ تولید فرش در ایران سنتی و تجربی است و نتوانسته با دنیای مدرن ارتباط برقرار کند. این در حالی است که فرش ماشینی بهتر توانسته از ذوق و سلیقه دانش آموختگان فرش برای بهبود اهداف اقتصادی خود استفاده کند و همین مطلب سبب شده تا بازار داخلی در دست صنعت فرش ماشینی قرار گیرد و به تدریج به هنر - صنعت فرش دستباف لطمه بزند؛ پس بجاست که تولیدکنندگان فرش دستباف نیز کمی از حصار سنتی خود خارج شده و به قشر تحصیل کرده اعتماد کنند و در مقابل قشر تحصیل کرده نیز کمی انعطاف به خرج داده و صبور باشند تا موفق شوند. در پایان این بخش به طرح هایی که کار یکی از دانش آموختگان این رشته است، اشاره ای شده تا بخشی از توانایی این دانش آموختگان برای همگان مشخص گردد.

رح هایی که توسط دانش آموخته کارشناسی فرش کار شده که توانمندی دانش آموختگان را در طراحی و همچنین ترکیب رنگی در این تصاویر می توان دید.



تصویر شماره ۱. طرحی مدادی از گردش های اسلیمی و ختایی، کار سرکار خانم نیلوفر عباسی، گرفته شده از آرشیو خصوصی ایشان، ۱۳۹۲



تصویر شماره ۳. طرح لچک ترنج، گرفته شده از آرشیو ایشان در سال ۱۳۹۲



تصویر شماره ۲. طرح سرکار خانم نیلوفر عباسی، گرفته شده از آرشیو ایشان در سال ۱۳۹۲



تصویر ۵. بخشی از یک طرح، گرفته شده از آرشیو ایشان در سال ۱۳۹۲



تصویر ۴. طرحی از افشان شاه عباسی، گرفته شده از آرشیو ایشان در سال ۱۳۹۲

■ نتیجه گیری

طبق مطالعات صورت گرفته، شواهد نشان می دهد از زمانی که فرش دست باف ایرانی در جهان شناخته شد و صادرات آن به اوج خود رسید، سودجویی هایی نیز صورت می گرفت؛ به طوری که برای برطرف کردن این سودجویی ها دولتمردان در هر دوره ای تصمیم به ایجاد سازمان هایی برای نظارت بر تجارت این هنر - صنعت گرفتند؛ اما متأسفانه به دلیل متخصص نبودن نیروهای این سازمان ها، نه تنها باعث بهبودی وضعیت این هنر - صنعت نشد، بلکه مسیر را متزلزل تر کرد. رشته دانشگاهی کارشناسی فرش قابلیت این را دارد تا با توجه به سرفصل دروسی که نام برده شد، بتواند نیروهای متخصص را در جهت ارتقای این هنر - صنعت تربیت کند. یک دانش آموخته رشته فرش با توجه به دروس تعریف شده برای این رشته باید توانسته باشد تا اصول کلی را به خوبی آموزش ببیند. او با سعی و پشتکار و شناخت سلیقه بازار، به راحتی می تواند با کشیدن طرح های جدید و به روز که رنگ هایی مشتری پسند داشته باشند، اعتماد تولیدکننده را به خود جلب کند و به طور حتم زمانی که این طرح ها بازدهی اقتصادی برای تولیدکننده داشته باشد، او به دانش آموخته این رشته برای همکاری های بیشتر اعتماد خواهد کرد. اما به نظر می رسد با وضعیت اقتصادی امروز اگر تولیدکنندگان بخواهند بازدهی بهتری از لحاظ اقتصادی داشته باشند، بهتر است به نسل جوان تحصیل کرده اعتماد کنند؛ چراکه یک دانش آموخته کارشناسی فرش با گرایش طراحی آمادگی لازم را پیدا کرده تا با کمی تجربه بتواند باعث بهبود وضعیت فرش دست باف شود. بر همین اساس و بر پایه یافته های تحقیق که از طریق مصاحبه به شیوه باز با تولیدکنندگان فرش دست باف صورت گرفته، رنگ در طراحی فرش از اهمیت زیادی برخوردار است و با توجه به دروس

مبانی رنگ در فرش و همچنین کارگاه های رنگ و نقطه و طراحی، دانش آموختگان ۱. توانایی آن را دارند تا فرش هایی را با ترکیب رنگی مطابق سلیقه مشتری و طرح های خلوت طراحی کنند؛ ۲. به دلیل رکود تجاری هنر - صنعت، قابلیت آن را دارند تا طرح هایی را ارائه دهند که بعد از تولید، آن ها کاملاً متفاوت باشند تا در میان این بازار آشفته، حرفی برای گفتن داشته باشند؛ ۳. می توانند با توجه به درس شناخت نقوش فرش دست باف، طرح های اصیل ایرانی را که مدت ها فراموش شده، پیدا کرده و از آن طرح ها الهام گرفته و در کنار حفظ اصالت آن طرح، آن را به روز کنند، چراکه در بازارهای خارجی، طرح های ناب و اصیل فرش بسیار خریدار دارد؛ ۴. در دنیای امروز که رایانه حرف اول را می زند و می تواند سبب افزایش سرعت در کار شود، دانش آموختگان به دلیل آشنایی با نرم افزارهای رایانه ای تخصصی این رشته، توانمندی آن را نیز دارند تا به تولیدکنندگان جهت تسریع کارشان کمک کنند؛ ۵. دانش آموختگان، این توانمندی را دارند تا فرش هایی را طراحی کنند که بعد از بافت از لحاظ قیمت، مناسب با سطح متوسط جامعه باشد؛ ۶. با توجه به درس شناخت بازارهای جهانی فرش دست باف، دانش آموختگان این قابلیت را دارند تا فرش هایی را طراحی کنند که مطابق فرهنگ و سلیقه بازارهای جهانی فرش دست باف باشند. اما با توجه به همه این توانمندی ها، اگر توجهی به آمار گرفته شده، دانش آموختگان و تولیدکنندگان فرش دست باف شود، بازار و دانشگاه نتوانسته اند ارتباط منطقی برقرار کنند و لذا شناسایی بیشتر این رشته و دانش آموختگان آن به تولیدکنندگان فرش دست باف ضروری می نماید. در پایان باید گفت با توجه به جدول آماری، دو نمونه وابسته دانشگاه و بازار نتوانسته اند ارتباط مناسبی باهم داشته باشند. اما اگر به جوانان فرصت داده شود، به طور قطع با توجه به



مواردی که در بالا به آن اشاره شد، می‌توانند در کنار تجربه تولیدکنندگان، راهکارهایی را در جهت بهبود وضعیت اقتصادی این هنر - صنعت در طرح، رنگ، به‌کارگیری رایانه برای تسریع در طراحی، مشاوره در تولید و بازاریابی (چراکه رمز ماندگاری در بازار فرش دست‌باف نوآوری و شناخت بازارهای هدف جدید با توجه به تحریم‌های پیش روی ایران است) ارائه دهند. بدون شک علم و هنر در کنار تجربه تولیدکنندگان می‌تواند سبب ارتقای کیفی این هنر - صنعت شود.

■ پی‌نوشت‌ها

۱. این مقاله در راستای پایان‌نامه کارشناسی ارشد خانم فاطمه رحیم‌پناه با عنوان تأثیر آموزش دانشگاهی کارشناسی فرش با گرایش طراحی بر جنبه‌های فرهنگی و اقتصادی بازار فرش دست‌باف شهر تهران نوشته شده است و به راهنمایی آقای دکتر مهران هوشیار در دانشگاه سوره به انجام رسیده است.
۲. این مقاله در جلد دوم کتاب مجموعه مقالات

■ فهرست منابع

- احمدی، پروین و اسپنانی، محمدعلی (۱۳۸۶)، بررسی تأثیر پایداری به اصول طراحی سنتی ایرانی بر نوآوری در نقوش قالی معاصر، مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف، ج ۲، نشر مرکز ملی فرش ایران.
- اکبری، نعمت‌الله (۱۳۸۰)، چگونگی تأثیر هنر و خلاقیت بر ایجاد تقاضا در بازار، مجموعه مقالات گردهمایی پژوهشی اقتصاد توسعه هنر، مرکز مطالعات و تحقیقات هنری، تهران.
- آیت‌اللهی، حبیب‌الله (۱۳۸۵)، سنت‌گرایی و سنت‌گرایی در طراحی فرش، فصلنامه علمی - پژوهشی گلجام، پاییز و زمستان. شماره ۵ و ۴.
- بریم‌نژاد، ولی و شم‌آبادی، محمدعلی (۱۳۸۴)، آثار آموزش‌های شاخه کار و دانش بر کارایی فنی صنعت فرش دست‌باف، مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف، ج ۲، نشر مرکز ملی فرش ایران.
- پروان، رسول (۱۳۸۹)، تاریخ تجارت فرش ایران (قاجاریه و پهلوی اول)، پایان‌نامه، استاد راهنما: منصوره اتحادیه، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- پورمند، حسنعلی و مهدوی‌نژاد، محمدجواد و ایمانی، الهه (۱۳۸۹)، نقش طرح‌های جدید در توسعه و گسترش فرش دست‌باف، فصلنامه علمی - پژوهشی گلجام، پاییز، شماره ۱۷.
- چیت‌سازیان، امیرحسین و اسدی، محمدصادق و کارگر، حمید (۱۳۸۲)، آموزش دانشگاهی فرش دست‌باف (چالش‌ها و چشم‌اندازها)، مجموعه مقاله‌ها، سخنرانی‌ها و برنامه‌های همایش سراسری فرش در آموزش عالی مهر ۷۹، انتشارات سخن گستر، مشهد.
- چیت‌سازیان، امیرحسین و چیت‌سازیان، علیرضا (۱۳۸۹)، طراحی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های آمیخته بازاریابی داخلی فرش دست‌باف

- دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف متعلق به انتشارات مرکز ملی فرش ایران چاپ شده است.
۳. این مقاله در جلد دوم کتاب مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف متعلق به انتشارات مرکز ملی فرش ایران چاپ شده است.
۴. این مقاله در فصلنامه علمی - پژوهشی گلجام، شماره ۱۷، پاییز ۱۳۸۹ به چاپ رسیده است.
۵. این مقاله در جلد دوم کتاب مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف متعلق به انتشارات مرکز ملی فرش ایران چاپ شده است.
۶. این مقاله در جلد دوم کتاب مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف متعلق به انتشارات مرکز ملی فرش ایران به چاپ رسیده است.
۷. مطالب از این قسمت به بعد، از طریق مصاحبه با نمونه‌های عینی در بازار فرش دست‌باف شهر تهران جمع‌آوری شده است.
۸. آمار تقریبی از طریق سایت سازمان سنجش آموزش کشور و دفترچه انتخاب رشته گروه آموزشی هنر استخراج شده است.

ایران، فصلنامه علمی - پژوهشی گلجام، پاییز، شماره ۱۷.

- حشمتی رضوی، فضل‌الله (۱۳۸۹)، *تاریخ فرش (سیر تحول و تطور فرش بافی ایران)*، انتشارات سمت، تهران.
- کریمی ماچیبانی، سلیمان و سلطانیان، ناصر (۱۳۸۶)، *تأثیر دانش مهارت دانش‌آموختگان شاخه کاردانش رشته صنعت فرش دست‌باف بر وضعیت اشتغال آن‌ها*، مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف، ج ۲، نشر مرکز ملی فرش ایران.
- نیکویی، مجید (۱۳۸۶)، *ابداع و نوآوری در طرح و نقشه فرش دست‌باف*، مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف، ج ۲، نشر مرکز ملی فرش ایران.
- اطلاعات میدانی درباره بازار فرش دست‌باف و سلیقه‌های خریداران، از طریق مصاحبه به شیوه باز با آقایان غلامحسین نیشابوری، طراح و تولیدکننده فرش دست‌باف (۲۵ تیر ۱۳۹۲، تهران) ایرج مرتضوی، تولیدکننده فرش دست‌باف (۲۶ تیر ۱۳۹۲، تهران) و آقای جناتی کاشانی، تولیدکننده (۲۶ تیر ۱۳۹۲، تهران) به دست آمده است.
- اطلاعات میدانی درمورد دانش‌آموختگان فرش، از طریق مصاحبه به صورت باز با هادی ابوذری، دانش‌آموخته کارشناسی فرش با گرایش طراحی از دانشگاه هنر و طراح فرش‌های دست‌باف و ماشینی (۲۲ تیر ۱۳۹۲، تهران) به دست آمده است.
- سرفصل دروس رشته کارشناسی فرش، برگرفته از سایت دانشگاه هنر اصفهان، پیاده‌شده در تاریخ ۲۵ اردیبهشت ۱۳۹۲ به آدرس

www.aui.ac.ir



دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۲۷
بهار و تابستان ۱۳۹۴