

بررسی و تحلیل فرش دستبافت و ماشینی از دیدگاه جامعه مصرفی بودریار

اعظم دوکوهکی^۱، مهدی ارجمند اینالو^۲، مجید اسلمی^۳

^۱کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشگاه غیر انتفاعی ارم شیراز

^۲استادیار پژوهش هنر، موسسه آموزش عالی ارم، شیراز، ایران

^۳مربی گروه هنر، موسسه آموزش عالی ارم، شیراز، ایران

چکیده

ژان بودریار جامعه‌شناس و فیلسوف پست مدرن فرانسوی است که به بحث ساختارهای مربوط به مصرف گرایی در جامعه در اواخر قرن بیستم فرانسه پرداخته است، به اعتقاد بودریار جهان پسامدرن، جهانِ وانموده است و ما وارد جهان واقعی شده‌ایم به عبارت دیگر واقعیت تولید می‌شود ولی از قدرت ما خارج است، آنچه که ما از واقعیت و جهان واقعی می‌بینیم در واقع تصویری است که به ما نشان داده می‌شود. امروزه در اطراف ما شواهد بسیاری از مصرف و فراوانی به چشم می‌خورد از انواع و اقسام اشیاء، خدمات و کالاهای مادی که پدیدآورنده نوعی جهش بنیادی در اکولوژی نوع بشر است. سخن دقیق اینکه امروزه نسبت به گذشته با اشیاء سر و کار بیشتری داریم، از نگاه جامعه مصرفی بودریار اگر بخواهیم این تحلیل را وارد شئ ای کنیم که بیشترین کاربرد را از گذشته تا به امروز در زندگی ما داشته و جز کالاهای اساسی زندگی ایرانی محسوب می‌شود، فرش بهترین شی است. فرش‌های دستبافت با بافت سنتی از لحاظ طرح، رنگ و مواد مصرفی در قیاس با فرش‌های ماشینی‌ای که وانموده‌هایی از فرش سنتی و دستبافت هستند که تقلیدی از فرش سنتی و دستبافت هستند که ادای اصل را در می‌آورند و وانموده‌ای از آن فرش دستبافی است که عمر طولانی‌تر دارد و از کیفیت بیشتری بهره‌مند است، این در حالی است که فرش ماشینی کیفیت فرش دستبافت را ندارد و در واقع ادای واقعیت را در می‌آورد، این کیفیت در طرح، رنگ، قدمت و ... قابل بررسی است که در ادامه این پژوهش به آن خواهیم پرداخت.

واژه‌های کلیدی: فرش دستبافت، فرش ماشینی، جامعه مصرفی بودریار.

مقدمه

بشر همواره به دنبال پیشرفت و رفاه بیشتر در زندگی روزمره بوده است و در راستای وصال به این آسودگی به واسطه ی ساخت با استفاده از ابزارهایی، این مهم را فراهم می ساخت. یکی از ابزارهایی که بشر از دیرباز از آن بهره می جست فرش است که نوعی پوشش درخور زمین است. بشر اولیه با استفاده از برگ درختان و الیاف گیاهی به جهت سلامت خود در مقابل رطوبت و سرما، گزند حشرات و جانوران، چیزهایی می بافت. می توان ادعا کرد که تاریخچه حضور فرش در جهان به دوران پس از زندگی در غار باز می گردد. بشر اولیه به تقلید از پرندگان برای خود زیر اندازی تهیه می کرد و برای انجام این کار از شاخ و برگ درختان بهره می جست. به مرور با پیشرفت جامعه ی بشری، ابزارهای ساخت این وسیله ارتقا یافت و کم کم زیراندازهای نرم و زیبا جایگزین زیراندازهای سخت و زبر شد.

در رابطه با تاریخچه پیدایش صنعت فرش اطلاعات دقیقی وجود ندارد. ولی با توجه به آثار باستانی و کشفیات بشر، ثابت شده که هنرهایی نظیر سبد بافی و نمد بافی و ... همه مقدمه ای بر پیدایش هنر قالی بافی بوده است. اکنون می توان گفت یکی از بارزترین جنبه های ذوق و هنر ایرانی، هنر قالی بافی است. تا جایی که اسم قالی دستبافت ایرانی دل را می برد، اما به دلیل قیمت بالایی که دارد هر خانواده ای قدرت خرید آن را ندارند. البته این قیمت نیز بهای تک تک ریشه خوردن احساس و عشق و جوانی در تار و پود قالی دستبافت است.

فرش دستبافت:

از گرانها ترین هنرهای دستی در ایران فرش دستبافت است که بواسطه ی ذوق و هنر ایرانیان از دیر باز اهمیت فراوانی داشته است. در حقیقت فرش دستبافت ایرانی را می توان نماد فرهنگ و هویت ملی دانست. فرش دستبافت نماد ملت ایران در بین اقوام است و جهان ایران را با فرش دستبافت آن و فرش دستبافت را با ایران می شناسد.

فهم زیبایی فرش دستبافت ایرانی بر کسی پوشیده نیست چرا که فرش ایرانی هنری است کاربردی و استفاده روزمره آن با زندگی مردم آمیخته شده است و از این حیث فرش ایرانی هنری مردمی است. روح و اندیشه زیبایی دوست مردم با تار و پود فرش ایرانی گره خورده است. (دریایی، ۱۳۸۵، ۲۸)

از قدیمی ترین فرش های دستبافت ایرانی پازیریک است که قدمت آن به قرن ها پیش از میلاد مسیح باز می گردد و در سال ۱۳۲۸ میلادی توسط شخصی به نام رودنکو در مکانی به نام پازیریک در مرز مغولستان، میان کوه های آلتای کشف شد. مطالعات صورت گرفته در این فرش، شباهت طرح آن با تخت جمشید و اصالت ایرانی آن را اثبات کرد. مطالعه آیین ها و باور های مذهبی حاکم بر سرزمین پهناور ایران در زمان هخامنش که قوم بزرگ ساکاها را نیز به عنوان قومی از اقوام بزرگ ایرانی شامل می شد، نشان می دهد که تفسیر و تأویل نمادین این نقش مایه ها و ارتباط منطقی آن ها با یکدیگر تنها در بستر فرهنگ و آیین غنی ایران دوره هخامنشی است. (میرزایی، ۱۳۹۶، ۳۶).



کارایی استفاده از نماد در فرش:

نماد:

نشانه ای است که بیان گر یک باور، شیء یا مفهومی خاص می باشد و حتی گاهی مشاهداتی است که انسان از اطراف خود داشته و از آن در جهت ایجاد و استفاده از یک نماد الگو برداری کرده است، در حقیقت یکی از ابزارهای آگاهی ست و مفهومی را نمایان می کند که بدون استفاده از آن برای ما قابل درک نیست، پس نماد را می توان ابزاری برای درک بهتر انسان دانست. در حقیقت نماد نمادگرایی تمثیلی است از یک واقعیت که با استفاده از نماد به صورت معنا در آمده است (افروغ، ۱۳۹۰، ۱۳۱).

نماد در فرش بیانگرِ علائق، سلايق، باور ها و اعتقادات دینی، اجتماعی محیط پیرامون بافنده است. در حقیقت در هر هنر دو جنبه قابل درک است یکی جنبه ی فیزیکی که قابل مشاهده است و دیگری جنبه ی نمادین هنر، که پیامی مستور را در بر دارد. گذشتگان بر این باور بودند که نمادها حامی مالک فرش در برابر حوادث است. نمادهای فرش ایرانی شاید در بردارنده ی حوادث تاریخی، صحنه های زندگی روزمره، بناهای اسلامی، بید مجنون و یا درخت های دیگر و تصاویر مذهبی باشد، مثلاً در فرش های دستبافی که توسط بافندگان روستایی ایجاد شده است و به فرش دستباف روستایی معروف است که نماد پیدایش قالی های دست بافت بوده و شامل فرش هایی است که بدون طراحی و نقشه از پیش تعیین شده در اندازه های کوچک بافته می شود و به صورت ذرع و نیم، پشتی، کناره و خرک می باشد، در حقیقت بافنده با توجه به شرایط اقلیم و اجتماع خود و بر اساس باور و تفکر خود نقش را ایجاد می کند. شاید در مواجهه با فرش دستباف روستایی و فرش دستباف عشایری در نگاه اول متوجه تفاوت این دو سبک نشویم اما در سبک عشایری ما با طرح هایی بر گرفته از دل طبیعت و محیط پیرامون ایل مواجه هستیم. برای فهم بهتر از فرش دستباف باید دانست که جهان هستی از سرایت وجودی ساخته شده است که و وابسته به واقعیت الهی ای است که منشأ آن است (بویلستون، ۱۳۸۷، ۸۷).

طرح و نقش فرش دستباف:

فرش دستباف ایرانی به طور در سه طرح (ترنج، خشتی و افشان) بافته شده که محبوب ترین طرح آن ترنج است (این نوع فرش حاشیه های پهن در اطراف دارد و طرح های بیضی و دایره در میان) تناسب در رنگ از دیگر شاخصه های برجسته

این محصول است، که به زیبایی آن می افزاید. از طرفی دقت داشته باشید پرز این فرشها باید درخشان و انعطاف پذیر باشد به طوری که این نوع فرش تنها فرشی است که با پا خوردن و شستشو زیبایی چند برابری می گیرد. شیوه ی ایجاد طرح و نقش در فرش دستباف ایرانی، سابقه ای دیرینه دارد که نسل به نسل منتقل شده است. هیچ کدام از فرش های دستباف گره دار مشابه یکدیگر نیستند. بافندگان فرش با توجه آداب و رسوم اقلیم منطقه ی خود و بر اساس باور ها و علایق خود هر کدام از طراحی ویژه ی ناحیه ی خود بهره می جویند. بر این اساس هویت ملی و قومی نیز از انواع هویت جمعی بوده و به معنای احساس همبستگی با اجتماع بزرگ ملی و قومی، آگاهی از آن، احساس وفاداری با آن و فداکاری در راه آن است. احمد اشرف در مورد هویت بومی و ملی چنین میگوید: «هویت بومی و ملی همانند هویت فردی در کشاکش تصور ما از دیگران شکل میگیرد؛ ایران در برابر انیران، یونان در برابر بربرها، ایران در برابر توران و رم، عجم در برابر عرب و ترک در برابر تاجیک. بنابراین خودآگاهی از هستی ما با آگاهی از هستی دیگران همراه است. ما و بیگانگان دو روی یک سکهاند و یکی بدون دیگری بی معناست» (اشرف، ۱۳۷۲، ۸).

خصوصیات مهم فرش دستباف ایرانی:

به کارگیری الیاف طبیعی در بافت فرش دستباف ایرانی، حساسیت زا نیست و از تولید الکتریسته جلوگیری می کند. هر چه از عمر فرش دستباف می گذرد از زیبایی آن کاسته نشده و بر ارزش آن افزوده خواهد شد، این دقیقاً همان مسئله ای است که ما را با نگرش بودریار دچار زاویه و ابهام می کند چرا که در نگاه او با گذشت زمان، عمر اشیا به پایان رسیده و دچار ۲ پایت خواهند شد، یکی پایت تاریخ مصرف شی و دیگری بی استفاده بودن شی. بر خلاف فرش های ماشینی، فرش دستباف در تابستان خنک و در زمستان گرم است. تناسب رنگ موجود در فرش دستباف آرامبخش است و مهم ترین مسئله این است که در اثر شستشو تغییر رنگ نمی دهد. (مرجع تخصصی فرش)

برای انواع فرش دستباف از نظر ابعاد نام های مختلفی انتخاب شده است که هر نام بیانگر ابعاد مشخصی از فرش می باشد:

قالی:

به فرش هایی که در اندازه های ۳*۲ متر ، ۵/۳*۲/۵ متر ، ۴*۳ متر و ۴*۶ متر باشند، قالی گفته می شود که بر اساس اندازه شان به سه دسته می شوند:

۱- قالی های کوچک

۲- متوسط

۳- بزرگ

قالی محبوب ترین و پر کاربردترین انواع فرش است تا جایی که از نام قالی به عنوان جایگزین نام فرش استفاده می کنیم.

قالیچه:

از زیر مجموعه های فرش است که ابعاد کوچکتری دارد. به فرش های دست بافتی گفته می شود که ابعاد آن از ۴ متر مربع کمتر است و به دو دسته اصلی قالیچه سجاده ای و قالیچه پرده ای نیز تقسیم بندی می شود. برای قالیچه ها مترای مشخص و متعارفی وجود دارد؛ ابعاد قالیچه های سجده ای ۲/۲۰ * ۱/۴۰ می باشد و ابعاد قالیچه پرده ای نیز ۲/۵ * ۱/۵ می باشد که ریزبافت است.

کَلگی:

به فرش هایی اطلاق می شود که از نظر عرض از قالی کم عرض تر و از نظر درازا از ۴ متر کمتر باشد. ابعاد رایج برای کَلگی ۳*۱/۵ متر ، ۳*۱/۷ متر و ۳*۲/۷ متر می باشد.

کناره:

فرشی است که معمولاً برای راهروها و راه پله ها مورد استفاده قرار می گیرد و عرض آن از ۱،۰۷ تا ۰/۵ متر و طول آن نیز از ۳ تا ۱۰ متر متغیر می باشد.

ذرع و نیم و ذرع و چارک:

به فرش هایی که ابعاد آن $۱/۵ * ۱/۰۴$ و $۱/۶۰ * ۱/۱۰$ متر می باشد ذرع و نیم گفته می شود. همچنین به فرش هایی که $۱/۳۰ * ۰/۸۰$ متر باشد ذرع و چارک اطلاق می شود.

پشتی:

پشتی در اصطلاح قدیم به همان متکاهای بزرگ گفته می شد که به دیوار تکیه داده می شود، در زمان های قدیم فرش هایی بافته می شد که برای قرار گرفتن بر روی سطح این پشتی ها استفاده میشد و معمولاً افرادی که وضع مالی خوبی داشتن از این پشتی ها استفاده می کردند.

به طور کلی به قالیچه هایی که مساحت آن ها کمتر از متر مربع باشد. متداول ترین اندازه پشتی $۹۰ * ۶۰$ سانتی متر می باشد. البته در منطقه گرگان و بجنورد به طور جداگانه برای پشت پشتی ها نوعی گلیم مبادند و داخل آن ها را با پر مرغ و ابر پر میکنند، که به این گونه پشتی ، قارچین می گویند.

پادری:

آخرین گزینه میان انواع فرش دستباف از لحاظ اندازه و ابعاد، پادری است. به طور کلی به قالیچه های کوچکی که به اندازه ی پاگرد جلوی در بافته می شود در اصطلاح رایج پادری گفته می شود.

در بین ویژگی های انواع فرش دستباف یکی از شاخصه های اصلی ، جنس الیاف و نخ های استفاده شده در آن می باشد. فرش های دستباف به طور کلی دارای سه بعد می باشند:

۱- طول یا تار

۲- پود یا عرض

۳- پرز یا ارتفاع

همین سه وجه باعث می شود که حالت و انواع مختلفی در فرش دستباف ایجاد شود.

طرح جانمازی یا محرابی:

بعد از ظهور دین اسلام در ایران و اعتقاد به این که مسلمانان باید در جای پاک نماز بخوانند این طرح از قالی رایج گشت. شکل این قالی ها با معماری مذهبی اسلامی ارتباط مستقیم دارد. چرا که نماز جایگاه ویژه و مقدسی دارد بنابراین طرح محرابی باید دارای طرح هایی باشد که اشاره به مفاهیم و باورهای مذهبی می کند.

این فرم از قالی ها یک طرح محراب در بالا که اراسته به یک طاق کوچک است و به دو لچک در گوشه ها ختم می شود که نشان دهنده این است که مؤمن باید رو به قبله بایستد و در هنگام نماز سر بر طاق گذاشته و دست ها بر روی لچک هاست . همچنین در قسمت شمالی اشعار و آیاتی از قران و کلمات دینی قرار دارد که بیانگر زندگی معنوی است و در قسمت جنوبی طرح هایی از گلدان های گل و کوزه اب ، حیوانات و مخلوقات زمینی دیده می شود که نشان دهنده زندگی زمینی است.

این قالی ها جزو طرح های جهت دار با نقشه یک دوم هستند و معمولاً در ابعاد کوچک بافته می شوند . در ایران در دوره صفویه با طرح های گلدانی پر و پیچ و خم و کتیبه های نوشته شده رواج پیدا کرد. در عشایر و روستا ها معمولاً در این نوع قالی ها از نماد ها برای دفع شر و چشم زخم استفاده می کنند.

انواع طرح های محرابی شامل : محراب قندیلی، ستون دار، کتیبه دار، گلدسته ای، هزار گل، گلدانی و درختی میشود که همگی طرح هایی تلفیقی به حساب می آیند.(افروغ، ۱۳۹۰، ۱۳۸)



طرح محرابی هزار گل

طرح های لچک و ترنج:

رایج ترین طرحی که بر اساس نقشه یک چهارم بافته میشود طرح لچک ترنج است. ترنج طرحی مدور در مرکز قالی است که ابعاد و جلوه آن بقیه طرح را تحت تاثیر قرار می دهد. در ترکیبات سنتی طرح ربی ترنج در گوشه ها تکرار میشود که لچک نامیده میشوند. به کار بردن ترنج مرکزی از ویژگی های بارز تولیدات درباری دوره صفویه است. این طرح پیشینه ای کهن دارد که در ابتدا ترنج هایی هندسی در قالی های مملوکی مصر و اناطولی دیده شد سپس ترنج های منحنی در قالی های عثمانی و درباری ایران دیده شد.

این طرح در قرن ۱۵ و تحت تاثیر حمایت سلاطین تیموری در ایران رواج یافت. در واقع طرح ترنجی طرحی از خورشید را نمایش می دهد که مفهوم دروازه آسمان را داراست و راهی است میان دنیای خاکی و آسمانی. در بیشتر موارد ترنج به شکل بیضی و به صورت طولی است و دارای دو بخش هم جوار به نام سر ترنج است. معمولاً ترنج ها رنگی متضاد با رنگ زمینه دارند. ترنج و لچک ها در طرح و رنگ با هم هماهنگی دارند. ترنج ها همیشه به صورت دایره و بیضی نیستند ترنج های لوزی شکل، هندسی، شش ضلعی نیز به فراخور طرح به کار میرود.



طرح لچک و ترنج افشان

طرح تصویری:

قالی هایی شامل تصاویر و اشیایی که با حقیقت گرایی خلق شده و براساس طرح های مینیاتوری است. نمونه های باارزشی برای مجموعه های خاصی هستند که به صورت سفارشی تولید می شده اند. در دوره قاجار طبقه ثروتمند علاقه خاصی به قالی هایی با موضوعات بومی (مثل حکایات شکار شاه خسرو و بهرام گور در دوره ساسانی)، ادبیات حماسی (مثل لیلی و مجنون) و اروپایی داشته اند بنابراین قالی هایی با موضوعات متفاوت از لیلی و مجنون تا ناپلئون بافته شد. چهره نگاری موضوع دیگری است که در اواخر قرن ۱۹ در دربار قاجار تحت تاثیر نقاشی اروپایی به شدت رواج پیدا کرد و چهره شاهزادگان و اشراف زادگان بافته شد. توجه فراوان به زیورالات، لباس ها و دکوراسیون گران قیمت الهام بخش هنرمندان در آن دوره بوده است. یکی از شاه های معروف و محبوب در بافت قالی ها چهره شاه عباس صفوی با سیل های بلند بوده است. این طرح جزو طرح های سراسری محسوب می شود و معمولاً در حاشیه این طرح ها کتیبه هایی آراسته به اشعار فارسی وجود داشته و نام بافنده و طراح نیز ذکر می شده است.

طرح شکارگاه:

این طرح از دوره صفویه رواج یافت و صحنه های شکار، اسب سواران در تعقیب شکار، حیوانات درنده واقعی و خیالی در حال مبارزه و انسان های در حال نبرد با حیوانات وحشی از موضوعات این قالی هاست. این طرح ها اغلب جزو نقشه های سراسری است. شکار در شرق هنر اشرافی محسوب می شده است و نشان دهنده برتری هوش و قدرت انسان به جهان طبیعت است که بافندگان این موضوع را در آثارشان بازآفرینی کرده اند. بافت این طرح بیشتر در قم کرمان و اصفهان رایج است.



طرح شکارگاه

طرح بته جقه:

بته طرحی ظریف است که در اغلب مناطق کاربرد دارد. شبیه یک قطره است که بخش انتهایی آن به سمت دیگر خم شده و معانی متفاوتی دارد و خاستگاه آن نامعلوم است. بته واژه فارسی به معنای بوته گل است. استفاده از این طرح در قالی از قرن ۱۸ رواج داشته است. بته معانی متفاوتی دارد از جمله مشک، قطره آب، بادام، میوه کاج، برگ نخل، منقار طوطی. طرح بته به نمادهای زرتشتی نزدیک است. برخی معتقدند طرح بته ریشه در شرق دور و طرح معروف یین یانگ دارد که نماد تعادل در جهان است.

کارشناسان بر این باور هستند که اولین تاثیر تاریخی در طراحی بته جقه که دارای شکل درخت سرو بوده در آیین زرتشت مشاهده شده و این طرح به عنوان یک نماد مذهبی زرتشتی به شمار می آید. اما، نخستین طرح های روشن و آشکار از آنچه که اکنون آن را بته جقه می نامیم می توان در دوره ساسانی مشاهده کرد. (مجله آنلاین آسرین)

بته یک نقش محبوب در بین بافندگان است که هم در زمینه و هم در حاشه به کار میرود. بته در طرح محرمات بسیار کاربرد دارد. محرمات طرحی است از ستون های عمودی که در هر کدام از آنها طرح بته در یک خط زیگزاگی تکرار شده است. در کرمان و درخش بته دو تایی یا مادر و دختر رایج است که در یک بته اصلی یک بته کوچک در جهت مخالف قرار دارد. در کردستان بته ها بزرگ و در داخل آنها گل های ریز به کار رفته است. در ترکیب دسته گلی بته ها به صورت گلبرگ هایی در اطراف رز مرکزی قرار دارند. همچنین به صورت اشکالی ریز و ساده در فرش های افشاری رواج دارد. در یزد، کرمان و قائنات به شدت محبوب است شاید به دلیل آیین زرتشتی که در این نواحی رایج است.



طرح بته دسته گلی ساروق

طرح گول:

گول یه واژه ترکی به معنی دسته است. یک ترنج چند وجهی در ابعاد مختلفی که درون آنها با نقش مایه های کوچک تزئین شده است. این طرح ویژگی قالی های ترکمن و بخارا است. در واقع گول نماد قبایل خاصی از حیوانات مختلف بوده است. هر قبیله گول خاص خود را دارا بوده که در روی قالی خود استفاده میکردند.

در دوره سلجوقی استفاده از گول های بزرگ که در داخل آن طرح پرندگان و اژدهای ساده شده به کار میرفته و در واقع نماد های مقدسی بوده اند. گول ها طرح هایی با تزئینات متفاوت هستند و نام های متفاوتی دارند از قبیل گول تکه که دارای ۴ بخش است و نقوش صلیب مانند دارد. گول ساتر مقطعی دنداندار دارد. گولی گول یا گول گلدار که اراسته به گل های کوچک ۳ برگی است. در قالی های ترکمن گول ها به صورت ترکیبات هندسی در زمینه شلوغ به صورت ردیف های منظم ستونی به کار رفته است که در کنارشان طرح های ثانویه صلیب شکل یا چند ضلعی استفاده شده است. (افروغ، ۱۳۹۳)



گول تکه در قالی ترکمن

طرح خرچنگی:

به ترنج های قلاب مانند که مخصوص قالی های بافته شده در جنوب ایران و همچنین منطقه قفقاز است که از نقش مایه هایی در اطراف آنها استفاده میشود گفته میشود و ارتباط تنگاتنگی با طرح های گلدار صفویه دارد. احتمال زیاد خاستگاه آن هندسی شدن برخی طرح های گلدار دوره صفویه است که بافندگان قفقازی از آن ها الهام گرفته و آن را به صورت ساده و در داخل طرح با پیچیدگی کمتر اجرا کردند.

طرح های گل دار:

از رایج ترین عناصر تزئینی در قالی است که با اندازه و شکل های بسیار متفاوت و بسیار طبیعت گرایانه طراحی میشوند. براساس توافق گل ها نامتقارن یا جهت دار به نام گل های نخلی میشناسند و گل های متقارن به گل های سرخ یا رز معروف اند که همگی در دسته گل های ختایی جای میگیرند. این گل ها ریشه در گلهای لوتوس و خطمی از طرح های سنتی چین و خاور است.

در قرن ۱۷ یک طرح گل نخلی الهام گرفته از گل لوتوس به نام شاه عباسی در قالی ها رواج پیدا کرد که انواع و ابعاد مختلفی دارد و هنوز هم در قالی ها بسیار استفاده میشود. نقش مایه گل در طرح های مختلف کاربرد دارد و با توجه به طرح قالی انواع گوناگونی را شامل میشود. از جمله طرح گل و بلبل، دسته های گل در کنار تصویر پرندگان، طرح گل حنایی در مشک اباد و سلطان اباد که شامل گل های مدوری است در داخل شبکه هایی از برگ های دنداندار و ساقه های ظریف، طرح گل فرنگ که همان گل های رز فرانسوی است که هم در حاشیه و هم در متن استفاده میشود و در قرن ۱۹ رواج پیدا کرد. در چین گل های به کار رفته در قالی ها معانی متفاوتی دارند مانند گل خار یا یخ که نماد شجاعت در مقابل سختی هاست و نماد زمستان است. گل بامبو نماد ثبات و زندگی طولانی است گل داوودی نماد پاییز است. گل خطمی نماد ثروت، زیبایی و عشق. گل ارکیده نماد فروتنی و تواضع. گل لوتوس یک نماد قدیمی از پاکی و قدرت و باروری و حاصل خیزی و نماد تابستان است و شکوفه هلو نماد بهار است.



طرح گلدار دسته گلی مهاجران ساروق

طرح های هندسی:

در این طرح ها از انواع اشکال هندسی استفاده میشود. معمولا خطوط زاویه دارند و نقوش به صورت شکسته ترسیم می شوند. این طرح ها اغلب مختص روستاییان و عشایر است.



طرح هندسی لچک و ترنج کف ساده

بافی، قطب صنعت فرش در استان کرمان به حساب می آید.

انواع فرش دستباف از نظر ساختار

فرش مدرن و کلاسیک نیز یکی دیگر از دسته بندی هایی می باشد که برای فرش های دستباف استفاده می شود، که البته لازم است به این موضوع اشاره کنیم که این تقسیم بندی برای فرش های ماشینی نیز صادق می باشد. فرش دستباف کلاسیک: فرش کلاسیک به فرشی گفته می شود که مطابق با اصول و قواعد معمول قدیم بافته شده باشد و طرح ها و نگاره های آن سنتی و قدیم می باشد. رنگ ها استفاده شده در این فرش ها اصولاً ملایم و آرامش بخش می باشند. از لحاظ تنوع در رنگ بندی طرح بسیار گسترده می باشد.

فرش دستباف مدرن:

با توجه به این که هنوز هم بیشترین تولیدات فرش از نوع سنتی می باشد اما تقاضای مردم در حوزه ی خرید فرش های به روز باعث افزایش تولید فرش های متفاوتی با گذشته شده است. در فرش دستباف مدرن جنس کار عوض نشده است و چیزی که تغییر کرده است نوع طراحی، بافت، شکل ظاهری، رنگها و کمی هم مواد اولیه استفاده شده می باشد که مهمترین آن استفاده از نقوش ریز و مینیمال می باشد که دارای اشکال هندسی ساده و حجیم می باشد که این اشکال با فاصله زیاد از هم دیگر قرار گرفته است

انواع قالی دست بافت از نظر سبک محلی

۱- فرش های دستباف روستایی:

فرش هایی که می توان آنها را به عنوان نماد پیدایش قالی های دست بافت معرفی کرد. فرش هایی بدون طراحی و نقشه از پیش تعیین شده که اصولاً در اندازه های کوچک بافته می شود و به صورت ذرع و نیم، پشته، کناره و خرک است.

۲- فرش های عشایری:

قالی های عشایری شاید در نگاه اول خیلی فرقی با فرش های دستی تفاوت خاصی نداشته باشد، اما شما در این نوع فرش دستباف با طراحی هایی رو به رو می شوید که بر گرفته از دل طبیعت محیط زندگی ایل نشینان می باشد و نوع بافت نیز زمخت و درشت بافت می باشد.

۳- فرش های ماشینی:

با گسترش صنعت و افزایش جمعیت، نیاز به تولید فرش در حجم بیشتر باعث شد که کارگاه های قالی بافی در شهرها دایر شود و قالی های با ساختار بهتر بافته شود. فرش های ماشینی به طور کلی ظریف است و رج شمار آن بالاست و دارای نقشه و طرح ویژه ای می باشد.

امروزه حجم وسیعی از بافته ها فرش های ماشینی می باشد و تقریباً فرش های روستایی و عشایری نیز در حال نزدیک شدن به فرش های ماشینی می باشد.



تاریخچه فرش ماشینی

همان طور که می دانیم شروع صنعتی شدن فرش همراه با اختراع ماشین بخار می باشد و آمریکا نخستین کشوری است که در آن دستگاه هایی با نیروی بخار جهت تولید فرش استفاده می شد.

اولین قصد صنعتی شدن، تولید فرش هایی شبیه به فرش دستباف اما با قیمت پایین تر یا به عبارت دیگر گسترش استفاده از فرش به داخل خانه های طبقه متوسط و حتی فقیر جامعه می باشد. صنعت فرش ماشینی در ایران بر خلاف فرش دستباف از سابقه چندان طولانی برخوردار نیست.

قدمت فرش ماشینی در کشور ما (ایران) به دهه ۵۰ قبل از انقلاب باز می گردد. اولین تار و پود های فرش ماشینی در شهرستان کاشان و در کارخانه مخمل و ابریشم کاشان با ساده ترین دستگاه ها به هم گره خورد. استقبال مصرف کنندگان از

این نوع فرش به گونه ای بود که امید به پیشرفت این صنعت در کشور زنده شد. بنابراین از آنجا که سرعت تولید فرش ماشینی نسبت به فرش دستباف بسیار سریع تر بود و کار را برای تولید کنندگان بسیار راحت تر می کرد و تولید کنندگان با توجه به زمان تولید کمتر نسبت به فرش دستباف می توانستند سود بیشتری را از تولید فرش ماشینی کسب کنند. نخستین فرشی که به صورت ماشینی و با دستگاه در ایران تولید شد بسیار سبک و با پرز کوتاه بود و با ساده ترین دستگاه های آن زمان یعنی دستگاه فرانسوی ژاکارد تولید شد. اما این پایان کار نبود با افزایش نیاز بازار به تدریج روش های بافت این نوع فرش و دستگاه های مخصوص آن نیز پیشرفت چشمگیری کردند. در همان سال ها بود که یکی از کارخانه های بزرگ تولید فرش در شهر کاشان تاسیس شد و قدم بزرگی در جهت توسعه تاریخچه فرش ماشینی ایران توسط موسسان این شرکت برداشته شد.

پیش از انقلاب

تقریباً از سال ۱۳۵۱؛ شرکت مخمل و ابریشم کاشان با وارد کردن ۶ دستگاه ماشین بافندگی به تولید نوعی فرش ماشینی اقدام کرد. در همین سال گروه صنعتی بهشهر نیز برای تولید ۱۰ میلیون متر مربع فرش ماشینی با کشور بلژیک قرارداد امضا و موفق به اخذ مجوز تولید این محصول در ایران شد.

در سال ۱۳۵۲، شرکت صنایع کاشان تولید انبوه فرش ماشینی با نام تجاری « فرش راوند» را آغاز کرد فرش های ماشینی این کارخانه، از نوع ۳۵۰ شانه با تراکم طولی ۹۰۰ بود. این فرش، از نظر تعداد گره، مشابه فرش دستباف ۲۸ رج کاشان بود که به طور عمده در آن زمان در کاشان بافته می شد و فرشی با تراکم متوسط به حساب می آمد.

در سال ۱۳۵۴، همزمان دو واحد تولیدی فرش ماشینی به نام های « فرش پارس » و « فرش گیلان » با واردات ماشین آلات از آلمان شرقی در شهر صنعتی قزوین و رشت آغاز به کار کردند. تا قبل از انقلاب اسلامی ایران، در مجموع ۱۴ واحد تولید فرش ماشینی به نام های مختلف در استان های گیلان، مازندران، البرز، اصفهان، فارس، یزد، خراسان رضوی در ایران تاسیس شدند. پس از انقلاب، ۸ واحد از این مجموعه جزو صنایع ملی شد و ۶ واحد، خصوصی باقی ماند.

تاریخچه فرش ماشینی پس از انقلاب

تاریخچه ی فرش ماشینی در کشور ما به دو زمان تقسیم می گردد. یکی زمان پیش از انقلاب و دیگری زمان بعد از انقلاب، تا پیش از انقلاب روند توسعه کارخانه های تولید فرش رشد بسیاری داشت و کار به صورت مستقل توسط هر شرکت انجام می شد اما این کار مجزا مشکلاتی را نیز در پی داشت. پس از انقلاب اسلامی روند کار تولید فرش ماشینی ایرانی و پیشرفت و توسعه آن متحول گشت. در حقیقت پیش از انقلاب و تا سال ۵۷ تمامی کارخانه ها به صورت مستقل اداره می شدند و هیچ گونه قوانین جامع و یکپارچه ای برای نحوه کار این واحد های صنفی وجود نداشت.

پس از انقلاب برخی از شرکت های تولید فرش مصادره شدند و برخی از شرکت ها تیز تحت نظر بعضی از ارگان ها نظیر سازمان صنایع ملی ایران در آمدند و همین امر سبب شد تا صنعت تولید فرش ماشینی ایرانی جان دیگری بگیرد و تقریباً می توانیم بگوییم از اواسط دهه ۶۰ بود که رشد خیره کننده واحد های تولیدی فرش به خوبی اشکار گشت و واحد های تولیدی بسیار زیادی در زمینه فرش وازد بازار رقابت شدند که بسیاری از آن ها امروز از جمله کارخانه های تولید فرش ماشینی بزرگ ایران می باشند. (مرکز پژوهشهای صدا و سیما).

تاریخچه فرش ماشینی و استفاده از ماشین های بافندگی

دستگاه های مختلفی هستند که کار تولید فرش های ماشینی را انجام می دهند. اولین فرش ماشینی توسط دستگاه بافندگی ژاکارد تولید شد. اما با پیشرفت علم و توسعه این صنعت به تدریج دستگاه های دیگری نظیر ماشین های بافندگی واندویل، تکسیما، VTR، ASR، شونهر، Alpha، CRX و ... وارد بازار فرش شدند و هم اکنون هم از این نوع ماشین های بافندگی که هر ساله نسخه جدیدتری از آن ها تولید می شود، در صنعت فرش استفاده می گردد. هر کدام از ماشین های بافندگی روش کار خاص خود را دارد ولی چیزی که واضح است این موضوع بوده که نحوه کار همه ی آن ها به طور کلی یکسان می باشد و فرش با یک شیوه خاص تولید می گردد.

قدیمی ترین شرکت فرش ماشینی ایران

اگر بخواهیم درباره تاریخچه فرش ماشینی صحبت کنیم، شاید بهتر باشد شما را با تاسیس گروه صنعتی فرش کاشان آشنا کنیم. شرکت تولید فرش ماشینی کاشان اولین بار توسط خانواده لاجوردی که پیش از این صاحب گروه صنعتی بهشهر بودند تاسیس شد. این اتفاق در دهه ۵۰ و پیش از انقلاب اسلامی روی داد. با این حساب تاریخچه اولین فرش های ماشینی به پیش از انقلاب باز می گردد که در شرکت تولید فرش کاشان و با اولین دستگاه های بافندگی ژاکارد تولید گردید. (فرش ماشینی ایران؛ صنعتی ارزآور و اشتغالزا، ۱۴۰۰)

ژان فرانسوا بودریار

ژان فرانسوا بودریار نظریه پرداز بزرگ فرانسوی است که از سردمداران پسامدرنیسم به شمار می رود. او در سال ۱۹۲۹ در شهر رنس فرانسه متولد شد، در سال ۱۹۵۶ تدریس جامعه شناسی را در سطح آموزش متوسطه آغاز کرد و تا سال ۱۹۶۶ که از رساله خود تحت عنوان نظام ابژه ها در دانشگاه نانتر پاریس دفاع کرد، به این کار ادامه داد. او از اولین سال های تلاشش برای تجدید نظر در مارکسیسم تا خلاقانه ترین سال های عمرش به عنوان نظریه پرداز فرهنگ عامیانه فراواقع، که کتابی درباره لاس وگاس را نیز در این دوران نگاشت، نظریه پردازی جدی و خاطره انگیز بوده است (سیدمن، ۱۳۸۸: ۲۲۹-۲۳۰)

بودریار به عنوان یکی از چهره های شاخص رویدگر پسا ساختارگرایی، موضع نظری قابل توجهی نسبت به پست مدرنیسم دارد، چرا که ضمن به چالش کشیدن نظریه های فوکو، نظام قالب و غول اسای او را به نابودی می کشد. انتقادهای تند بودریار، از ساختار فرهنگی جوامع پسا صنعتی، او را به یکی از رک گوترین منتقدان پسامدرنیته تبدیل کرده است (فرقانی، ۱۳۸۹، ۳۷).

به نظر می رسد باید، بودریار را علاوه بر جامعه شناس و منتقد ادبی برجسته، یک فیلسوف قلمداد کرد؛ چرا که شاهوازه ای افکار بودریار همانی است که از زمان یونان باستان نقطه ی محوری مباحث فلسفی است، و آن «واقعیت» و چیستی واقعیت است. اما او برخلاف فیلسوفان که مباحث خود را بر مفاهیم انتزاعی بنا می کنند، به زندگی روزمره [و مسائل انضمامی] توجه کرده است و همین امر جذابیت ویژه ای به مباحث او داده است.

مانند بسیاری از نظریه پردازان مطالعات فرهنگی و فلسفه ی پسامدرن، پس زمینه ی افکار بودریار نیز مارکسیستی است. البته این امر عجیبی نیست، چون افکار او زمانی شکل گرفت که مارکسیسم در اوج بود. (طغیان کپی بر اصل، پاینده)

شهرت بودریار به دلیل نظریاتی چون وانموده ها، ابرواقعیت ها یا واقعیت حاد می باشد. به عقیده وی جهان پسامدرن جهان وانموده است و ما وارد جهانی فرا واقعی شده ایم چرا که واقعیت محصولی است خارج از اختیار و قدرت ما. در حقیقت وانموده، کپی است از اصلی که، بر آن اساس می توان آن چیز را توصیف کرد (همانطور که فرش ماشینی وانموده ای است از فرش دستباف). از دیگر تفکرات بودریار که در این پژوهش رکن اصلی است که ما به آن خواهیم پرداخت، نظام اشیاست که در حقیقت کتابی است که بر اساس تز پایان نامه دکتری بودریار، توسط وی نوشته شده است.

حاد واقعیت در پسامدرنیته:

ژان بودریا، دنیای معاصر را به مثابه جهانی آکنده از مجاز می پندارد. او دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی مدعی شد که ما در عصر وانموده ها به سر می بریم و فراگیر شدن آن از گسترش تکنولوژی های متعدد چون کامپیوتر، رسانه رویاهای جدید در هنر شروع و به سازمان جامعه بر حسب رمزگان وانمود، تداوم پیدا می کند و جامعه مدرن از مرحله متالوژیک به مرحله نمادین و وانمودگی سیر کرده است. به عقیده او در دوره معاصر معناها و پیام ها در هم می آمیزند (شریف زاده، ۱۳۹۵)

اندیشه های او مانند بسیاری از نظریه پردازان مطالعات فرهنگی و فلسفه پست مدرن بر اساس نظریات مارکسیسم شکل گرفت. در نظر بودریار "وانمود" سه سطح دارد: سطح اول نسخه بدلی از واقعیت است که به وضوح قابل تشخیص می باشد

و بدون شک در نظر او این امر بدیهی است. سطح دوم، نسخه بدلی است که آنچنان طبیعی می نماید که مرز میان واقعیت و وانمود را محو کرده و سطح سوم، نسخه بدلی است که واقعیتی از آن خود را تولید می کند. می توان چنین سطوحی را که بودریا در باب فضای مجازی و در ارتباط با تکنولوژی به حوزه هنرهای مفهومی و اینستالیشن نیز تعمیم داد. (شریف زاده، ۱۳۹۵)

بودریار سطح سوم وانمودها را که از جهان واقعیت سبقت می گیرد، "حاد واقعیت" بیان می کند، مانند رسانه و تلویزیون که اموری شبیه به واقعیت را نمایش می دهند و بلکه از واقعیت جهان امروز فراتر می روند. بودریار در دهه ۱۹۸۰ در کتاب "مبادله نمادین و مرگ" اظهار می دارد که مسئله رمز نادیده گرفتن واقعیت را ممکن می سازد و راه را برای امری باز می کند که حاد واقعیت نام دارد به بیان دیگر وضعیتی که در آن رمز جایگزین واقعیت می شود را نام گذاری می نامد. دوران رمز در واقع دوران نشانه را پشت سر گذاشته است. رمز نادیده گرفتن واقعیت را به معنای عصر تولید ممکن می سازد. (شریف زاده، ۱۳۹۵)

بودریار، در میان آراء خود، مفهوم شبیه سازی را مطرح می کند. بدین معنی که، نمایندگان یک چیزهای اصل را می گیرند، و این نمایندگان (وانمودها) مهمتر از اصل می شوند (فرقانی، ۱۳۸۹؛ ۳۸).

او در کتاب مشهور خود به نام وانمودها و وانمودگی ها که در سال ۱۹۹۴ منتشر شده است می گوید: «موضوع دیگر تقلید از واقعیت یا حتی تقلید تمسخرآمیز از واقعیت نیست، بلکه موضوع عبارت است از جایگزین کردن نشانه های امر واقع به جای خود امر واقع». (بودریار، ۱۳۹۴)

بودریار ۴ نوع رابطه میان دال و مدلول را در نشانه شناسی طبقه می کند، که از آن می توان به سلسله مراتب وانمایی نام برد. ۱- بازتاب واقعیت عینیک در این مرحله، نشانه دقیقاً یک واقعیت بیرونی را بازتاب می کند (ریزش برگ درختان که نشانه فرا رسیدن پاییز است).

۲- پوشش واقعیت: در این مرحله نشانه هایی بر چهره واقعی می شود.

۳- نشانه به جای واقعیت (واقعیت مجازی)، در این مرحله نشانه، فقدان با غیبت واقعیتی اساسی را می پوشاند، مثل دنیای دیزنی، غذاهای ارگانیک.

۴- نشانه های خیالی که در این مرحله نشانه هیچ ارتباطی با واقعیت ندارد، و نشانه چیزی نیست جز وانمودها و خود صورت خیالی، توهمی و شباهت تصنعی و ساختگی

دنیای وانموده از نظر بودریار، شبیه یک کازینو است که فرد می داند پولش را از دست می دهد، اما باز شرط بندی می کند. زیرا گمان می برد که چاره ای جز آن ندارد. او بر این باور بود که جوامع پست مدرن در عصر شبیه سازی زندگی می کنند، عنصری که رسانه ها و فناوری اطلاعات، باعث اشباع شدگی اطلاعاتی جوامع شده اند، بنابراین ما در دنیای احاطه شده توسط نشانه ها و در فقدان واقعیت زندگی می کنیم. و به این فرایند عظیم شبیه سازی عناصر و نشانه گذاری شده و رمزگذاری شده، با هم ترکیب می شوند و واقعیت نو را می سازند (فرقانی، ۱۳۸۹).

شاید مناقشه برانگیزترین مفهومی که بودریار مطرح می کند، فوق واقعیت است. او می گوید وقتی که امر واقعی هیچ خاستگاهی در واقعیت ندارد، تمایز بین اشیاء و باز نمایی محو می شود. و ما در این وضعیت مافوق واقعیت رو به رو هستیم. به عبارت دیگر فوق واقعیت مدعی است که واقعیت بر اساس وانموده ها ساخته شده است. بودریار توضیح می دهد که رسانه با ایجاد فضای حاد-واقعیت و عدم دسترسی به واقعیت، توده را درگیر جهانی از نشانه ها، کالاها، تصاویر رسانه ای و وانمایی ها می کند و امکان دسترسی افراد به واقعیت هر حوزه را منحل می کند. (منصوریان، ۱۳۹۲)

اما چیزی که ما در این پژوهش به آن می پردازیم این است که علت گرایش به یک وانموده چیست مخصوصاً در جهان امروز ؟

جامعه ی مصرفی در نگاه بودریار شامل تمامی اقلامی است که وارد فضای تجاری می شوند.

قناعت کردن به کمتر از چیزی که امکان به دست آوردن آن را داریم نوعی بلند نظری است. در حقیقت ذهن بالغ و پرورش یافته به کمتر از آنچه که موجود است رضایت می دهد، شاید اولین شروع و جرقه ی فرش ماشینی به عنوان وانمود ای از فرش دستباف نیز همین بوده است .

به اعتقاد بودریار جهان پسامدرن جهان وانموده است و ما وارد جهان فراواقعی شده ایم به عبارتی دیگر واقعیت تولید می شود اما از قدرت ما خارج است و آنچه که ما از واقعیت و جهان واقعی مشاهده می کنیم در حقیقت تصویری است که به نشان داده می شود. از نگاه بودریار شیوه ی زندگی بر اساس فعالیت های نظام مندی است که برگرفته علایق و سلیقه هر فرد است که بر همین اساس به هر شخص هویتی مستقل می بخشد. فرش دستباف نسبت به فرش ماشینی قیمت بالاتری دارد و مدت زمان طولانی تری تولید می شود یکی از علت هایی که انسان ها به وانموده ای چون فرش ماشینی روی می آورند این است که سطح توقع انسان تکامل یافته نسبت به آن چیزی که در دسترس وی قرار ندارد ، رضایت در مقابل چیزی است که بیشترین تشابه را با آنچه که مطلوب وی بوده است را دارد.

در باور بودریار در جامعه مصرفی، مصرف کالا برطرف کننده شکافهای اجتماعی و سلسله مراتب و تبعیضهای عمده در حوزه قدرت است. از نظر بودریار چنین چیزی صحت ندارد، بلکه: «مصرف نیز مانند آموزش، فرصتهای فرهنگی یکسانی برای بدنه اجتماع فراهم نمی کند. مصرف، شکافها را حتی آشکارتر می سازد» در حقیقت بودریار مصرف را همانند آموزش، یک نهاد طبقاتی میداند، اما نه صرفا در مفهوم اقتصادی آن در ارتباط با اشیا، بلکه از لحاظ تبعیض شدیدی که در این مفهوم وجود دارد: «یعنی که تنها بعضی ها به منطق مستقل و خردگرای عناصر محیط دست میابند: بعضی با اشیا سروکار ندارند و به مفهوم حقیقی «مصرف» نمی کنند و بعضی دیگر خود را وقف یک اقتصاد جادویی، بالا بردن ارزش اشیا به آن صورتی که وجود دارند و بقیه چیزهایی کرد هاند که شیء محسوب می شوند: این منطق ب تپرستانه، دقیقا همان ایدئولوژی مصرف است» بنابراین ایدئولوژی مصرف، به واسطه کیفیت نجاتبخش اشیا در جامعه مصرفی؛ زیرا در اختیار داشتن اشیا اعم از تجملی و کاربردی، م ی تواند در راستای دستیابی به پایگاه اجتماعی فرد، کارکرد یابد؛ فرد را قانع میکند که مصرف اشیا علاوه بر اینکه او را به «خود واقع یاش» نزدیک می کند. (بودریار، ۱۳۸۰)

رابطه بین نظام اشیا و سبک زندگی

از دیدگاه بودریار اشیا هر کدام کارکرد خاص خود را دارند، اما کلیت یکپارچه ای را شکل میدهند و همانگونه که روابط با خانواده و جامعه تغییر پیدا میکند، سبک اشیا نیز دستخوش تغییر میشود و واقعیت روان شناختی و جامعه شناختی اشیا بایستی مورد توجه قرار گیرند. آنگونه که زبان و گفتار در زبان شناسی از یکدیگر قابل تفکیک میباشند در نظام اشیا، اشیا دلالت های عینی و ضمنی شان (که بر اساس آنها روی شی سرمایه گذاری میشود و به بازار عرضه میشود و شخصی میشود و همچنین حالت کاربردی پیدا میکند و وارد نظام فرهنگی میشود) از هم قابل تفکیک نیستند. میان ساختار و نظام فضا و نقش آن در ترجیحات فضایی کاربر فضا در بیشتر متون جامعه شناسی نادیده گرفته می شود. در این میان نظام فضا نیز جوابگوی دو سطح نیازهای کارکردی و معنوی است.

نظام اشیا در منزل

اشیاء کارکردی

رنگها، فرمها، مواد، چیدمان فضا همه شان کارکردی هستند. کلیه اشیا می خواهند که کارکردی باشند همان گونه که کلیه رژیم ها می خواهند دموکراتیک باشند. اشیای کارکردی را از دیدگاه بوردیو می توان در دو گروه کلی زیر دسته بندی کرد:

ساختارهای چیدمان

ترکیب بندی اثاثیه تصویری وفادارانه از ساختارهای خانوادگی و اجتماعی یک دوره را ارائه می دهند. اثاثیه هر کدام کاربرد خاص خود را دارند اما کلیت یکپارچه ای را تشکیل می دهند؛ به گونه ای که همگی بر اساس چیدمان خاصی در خانه قرار

می‌گیرند. هر قطعه هدف مشخصی دارد که با کارکردهای مختلف خانواده مرتبط است. اثاثیه حول محوری سامان می‌یابند که ضامن ترتیب زمانی منظم رفتارهاست؛ یعنی حضور نمادین خانواده. چیدمان این وسایل فضای خاصی را شکل می‌دهد که چندان به نظم و ترتیب عینی توجه نشان نمی‌دهد زیرا نخستین کارکرد اشیا، شخصیت بخشیدن به روایت انسانی، اشغال فضای مشترک و برخورداری از روح است.

ساختارهای محیطی

ساختار محیطی، رنگ‌ها، مصالح، فرم‌ها و غیره را در برمی‌گیرد. به‌طور سنتی رنگ دارای اشارات روانی و اخلاقی است. هرکس رنگ مخصوص به خودش را دارد یا اینکه رنگ خود را به محیط تحمیل می‌کند، همچنین رنگ ممکن است خاص نوعی ماده چوب، چرم، پارچه و غیره باشد. همین تحلیل در مورد مصالح نیز مصداق دارد؛ به‌طور مثال چوب را در نظر بگیرید که امروزه به خاطر نوستالژی عاطفی بسیار گران می‌باشد؛ زیرا ماده‌اش را از زمین می‌گیرد، زندگی می‌کند، تنفس می‌کند و کار می‌کند. «تحلیل رنگ‌های مسئله ما را به چند نتیجه رهنمون می‌سازد؛ تناوب نظام‌مند گرم و سرد در آن‌ها در نهایت مفهوم محیط را تعریف می‌کند که همواره نزدیکی و فاصله را یکجا در خود دارد. معماری داخلی در محیط به‌گونه‌ای طراحی شده است که در میان موجودات همان تناوب گرما و سرما و نزدیکی و فاصله موجود میان اشیای سازنده آن را برقرار می‌کند». بنابراین از دیدگاه بورديو، رنگ‌ها، مصالح، فرم‌ها، وسایل کارکردی مانند مبلمان، اثاثیه و غیره همگی در جرگه اشیاء کارکردی قرار می‌گیرند.

اشیای ذهنی (قدیمی یا اسطوره‌ای)

شیء قدیمی با ارجاع به گذشته کاملاً اسطوره‌ای است. این شیء آثار علمی ندارد و کار آن فقط دلالت است. این شیء غیر ساختاری است؛ ساختار را نفی می‌کند و حد نهایی نفع کارکردهای اولیه است. در اینجا با زمان واقعی سروکار نداریم بلکه با نشانه‌ها یا شاخص‌های فرهنگی زمان مواجهیم که شیء قدیمی وظیفه حمل آن‌ها را به دوش می‌کشد؛ بنابراین شیء قدیمی در مسکن معاصر جایگاهی ویژه دارد تا جایی که شیء قدیمی به دفع زمان در محیط می‌پردازد و موجودیتی مانند نشان دارد، فرقی با دیگر عناصر ندارد و در رابطه‌ای نسبی با آن‌ها قرار می‌گیرد. برعکس از آنجاکه شیء مزبور دارای کمترین رابطه نسبت با سایر اشخاص بوده و خود را به‌صورت یک کیفیت و در قالب حضوری اصیل در نظر می‌گیرد، جایگاه روانی ویژه‌ای پیدا می‌کند و به واقعیت دیگری تبدیل می‌گردد. اشیاء قدیمی و اثاثیه قدیمی مسی، اشیای استیل یا صاحب سبک، اشیای روستایی، صنایع‌دستی، سفالگری بومی، فولکلور، تابلوهای خط و همچنین تابلو ها و مجسمه ها با مفاهیم مذهبی و غیره از همین مهم سرچشمه می‌گیرد.

بنابراین با توجه به توضیحات ارائه شده نمی‌توانیم نظریه ی بودریار را در رابطه با پایت اشیا در فرش دستباف بپذیریم چرا که هر چه از قدمت فرش دستباف می‌گذرد، از ارزش و اهمیت بالاتری بهره مند می‌شود.

ویژگی های کیفیتی فرش:

به صورت عمده ویژگی های فرش به سه گروه: ویژگی های فیزیکی شامل رجشمار، وزن هر مترمربع و ضخامت و ارتفاع پرز، ویژگیهای ظاهری اعم از نگاره و نقش، رنگ و همخوانی رنگها و دوام آن و ویژگی های مکانیکی از جمله ارتجاع، سختی و طول خمشی، افت ضخامت پرز، خواص مکانیکی و درصد فشردگی تقسیم میگردد. به طور کلی ویژگیهای ضروری و ذاتی هر فرش را میتوان براساس ویژگیهای ظاهر هنری آن مورد تحلیل و بررسی قرار داد. ویژگیهای ظاهر هنری فرشهای دستباف به شکل حالت ارائه یک نقش ظاهری زیبا و هنری تعریف میشود. در حالت کلی پارامترهای زیبایی شناختی فرش به دو گروه باطنی و ظاهری دسته‌بندی میشوند. پارامترهای باطنی مانند نیت و صدق هنری، باورها و اعتقادات مربوط به حالت های روحی، معنوی و حسهای درونی هنرمند میباشند و در بطن هنر پنهان شده‌اند. همچنین پارامترهای ظاهری به دو گروه عوامل درونی و بیرونی دسته بندی میشوند. آن دسته از جلوه‌های و زیباییهای فرش که توسط متخصصان و کارشناسان فرش دیده شده و بررسی میشود شامل عوامل ظاهری درونی میباشند. از طرف دیگر پارامترهای زیبایی ظاهری بیرونی فرش

شامل نقش، رنگ و طرح آن میباشد. از دیگر عوامل و پارامترهای ظاهری فرش می توان به ارتفاع پرز و جهت و زاویه پرزها و البته در معماری معاصر مطابقت فرش با طرح و دکوراسیون منازل بعضاً کارآمدی تزئیناتی با نورپردازی محیط داخل منازل امروزی در این بررسی موثر می باشند.

تولید فرش دستباف

پروسه ی تولید فرش دستباف بسته به نوع طرح و اندازه ی فرش متغیر است، مثلاً در تولید یک فرش با کیفیت بالا و ابعاد ۳ در ۴ (۱۲ متری) زمان تقریبی یک ساله لازم است. بنابراین قالی بافته شده با دست به سبب زمان زیادی که در راستای تولید آن صرف شده، گران است. قالی دستباف معمولاً با الیافی نظیر پشم، ابریشم، پنبه، کنف و دیگر الیاف طبیعی تولید می شود. ابریشم گاهی اوقات در قالیهای پشمی برای برجسته سازی طرح و همچنین بهبود و زیبایی قالی به کار میرود. فرش دستباف با کیفیت بالا، اگر به خوبی نگهداری شود، می تواند چندین نسل دست به دست شود.

انسان برای اشیا یا اشیا برای انسان:

همه ی ما از زمانی که به ماهیت وجودی خود پی بردیم، به درکی از وجود اشیا در اطراف خود نیز دست یافتیم. ما برای برطرف کردن برخی از نیازهای روزمره مان به برخی از اشیا احتیاج داریم. البته به معنای این نیست که زندگی ما در گرو وجود اشیاست، هرچند از آن ها جهت رفاه و آسایش نسبی در زندگی بهره می بریم. برخی از اشیا نقش اساسی ای در زندگی ما ایفا می کنند و برخی دیگر نقش دوم این ماجرا هستند و دسته ی آخر اشیایی هستند که نقش کاذبی در زندگی ما دارند.

اشیا نشان دهنده ی طبقه ی اجتماعی افراد نیز هستند. اشیا کاذب، دسته ای از اشیا هستند که وجود آنها نقشی در بهبود زندگی ما ایفا نخواهد کرد اما به جهت آرامش روانی یا به رخ کشیدن طبقه ی اجتماعی توسط افراد تهیه می شوند. از طرفی نظام تولید در هر جامعه برای بقای خود نیاز به نظام مصرف دارد به همین سبب با فریب رسانه ای و سودجویی در تبلیغات، اشیا کاذب تولید شده را به گونه ای به عنوان یک شیء اولیه و لازم در زندگی بشری معرفی می کنند تا در عرصه ی تولید باقی بمانند. در همین راستا بودریار در کتاب نظام اشیا به تفسیر دقیق ماهیت اشیا پرداخته و نقش نظام تولید و تبلیغات را در مصرف به خوبی عیان می کند، در این پژوهش سعی در زیر سوال بردن نگاه بودریار در این مهم نداریم، در ادامه خواهیم دریافت که چگونه وانمودها تأثیر در ماهیت یک شیء با دو ویژگی خواهند داشت. به عقیده بودریار اشیا در حکم نشانه هایی هستند که هر کدام متجلی یک معنای متفاوتند که کاربرد آنها به معنی نقش و مفهومشان نیست. فرش از جمله اشیایی است که نقش اول را در داستان زندگی هر انسانی دارد، مثلاً فرش دستباف در تابستان از از گرما جلوگیری می کند و در زمستان از سرما.

انسان همواره با پیشرفت جهان ماشینی، نیازهای بیشتری در وجود خود احساس می کند که وابسته به تغییرات زیست محیطی و اجتماعی وی است.

مثلاً در تولید فرش های اولیه بسته به جهان پیرامون و نبود تکنولوژی و امکانات، وجود فرش یا شبه فرش های نخستین برای جلوگیری از گزند برخی از حشرات و خزندگان، محافظت درمقابل سرما یا گرما، ایمنی و آسایش هنگام استراحت و خواب بوده اما با پیشرفت بشری و تکامل نیازهای انسانی امروزه فرش علاوه بر نیازهای پیشین نقش مهمی هم در دکوراسیون منازل و هم سلامت افراد خانواده دارند چرا که بر اساس تحقیقات صورت گرفته وجود فرشدر خانه برای مبتلایان به آلرژی و آسم بسیار مفید است، فرش مانند یک فیلتر هوا در خانه عمل می کند و با به دام انداختن گرد و غبار و ذرات موجود در هوا باعث بهبود کیفیت هوای داخل منزل می شود.

نتیجه گیری:

مصرف‌گرایی در جامعه یا با عناوینی از جمله مصرف زدگی، مصرف بیش از حد، مصرف ظاهرگرایانه، مصرف انفعالی، مصرف به شکل موردی اصالتی، مصرف به منظور مصرف، جامعه مصرف گرا، فرهنگ مصرف گرایانه و... مفاهیم موجود و معرف در جهت موضوع مصرف و در جایگاه جدید آن می باشند. مصرف‌گرایی در جامعه نوین امروزی، یکی از شاخص ترین پارمترهای نظام سرمایه‌داری (تغییر دادن پارامتری اجتماعی، تاریخی و فرهنگی به نیازی طبیعی غیر قابل اجتناب) می باشد. این مورد را میتوان در واقع به نوعی یک ایدئولوژی، متغیرهایی اصلی از مدل زندگی در عصر جدید، حیاتیترین استاندارد در میزان کیفیت زندگی، شکلی از تجربه فرهنگی جامعه، روشی لذتبخش و لذتطلبی غیرقابل اشباع، حس شهرگرایی و یوتوپایی به صورت آرمان-گرایانه، علتی که میتواند تمیز دهنده و البته هویت آفرین باشد، مکانی برای ظاهرسازی و فخرفروشی، ارضا کنن ده، طرازی جهت خوشبختی در جهان امروزی و به بیان کرانک، مسئلهای که با وجود نقص های زیاد و استفاده از یک مهندسی نامطلوب، ارزشهای درونی آن، جایگزین یک میراث فرهنگی پوشیده شده است (کرانک، ۱۳۸۸).

میلر از جمله روشنفکران فاخری بوده است که در حوزه نتایج و عواقب مصرف گرایی از سالهای دور، پیشگویی کرده است. آرتور میلر عنوان میکند: سالیان قبل اگر کسی از نظر حالت جسمی در وضعیت مناسبی قرار نداشت و توانایی بهبود خود را نداشت به کلیسا پناه می‌آورد یا اینکه انقلاب میکرد. اما در روزگار امروزی به شخصی که حال بدی پیدا کرده توانایی و تشخیص منبع رستگاری را ندارد، پیشنهاد خرید را می کند.

و بر این باور میباشد که خرید گزینه ی مناسبی در برابر سیاست و دین می باشد (باکاک و تامپسون، ۱۳۹۳ برخی از پژوهشگران مصرف).

را به مانند پروسه ای مهم و حیاتی در پدیدآوردن هویت خود در نظ رگرفته و آن را به رسمیت میشناسند. (باومن ۱۹۸۸) به تحلیل و بررسی اثر مصرف را در تجربه انسان از آزادی پرداخته است. این نظریه پرداز بیان می کند که برداشت تاریخی از مقوله ی آزادی همراه با دو مشکل می باشد:

نخست برای دست یابی به آزادی واقعی باید به منابع کمیاب دسترسی داشت، سپس اینکه نیاز و میل به آزادی تحت تأثیر میل دیگری به کنش متقابل اجتماعی قرار خواهدگرفت.

جای تردیدی باقی نخواهد ماند که مصرف شاخصه اصلی جامعه سرمایه داری معاصر آمریکا میباشد اما نظریه پردازان اروپایی در تحقیق و بررسی نظریه های مصرف بسیار بیشتر از نظریه پردازان آمریکایی فعالیت داشته اند.

درجامعه شناسی کشور آمریکا کماکان جهت گیری های تولیدگرایانه غالب هستند. این ادعا زمانی ثابت خواهد شد که می توان دید در جامعه ی آمریکایی وجود متخصصین در زمینه ی جامعه شناسی های صنعتی و کار و همچنین جامعه شناسی سازمان ها به مراتب بیشتر از متخصصین در حوزه جامعه شناسی مصرف می باشد. جای شک نیست که با مفروض نگه داشتن گرایشها در زمینه اجتماعی و سیاسی حاکم، نظریه پردازی مصرفی نهایتا از نظریه پردازی تولیدی رشد بیشتری خواهدکرد.

منابع:

۱. افروغ، محمد. (۱۳۹۳). نماد و نشانه شناسی در فرش ایران، انتشارات فرهنگسرای میر دشتی، تهران.
۲. افروغ، محمد (۱۳۹۱) نماد و نشانه شناسی در فرش ایرانی الگویی با قابلیت بهره گیری در قالب گفتار متن، فصلنامه فرهنگ مردم ایران، ش ۲۵، صص ۱۴۱-۱۳۱.
۳. اشرف، احمد (۱۳۷۲)؛ هویت ایرانی، گفتگو (ویژه ایرانی بودن)، مجله فرهنگی و اجتماعی دانشگاه تهران، ش ۳، صص ۲۷-۳۵.
۴. آذری، زهرا و ویدا نوروز برازجانی (۱۳۹۱) خوانا کردن متن قالی پازیریک بر اساس متن آفرینش کتاب بنادهش. فصلنامه علمی پژوهشی نقش مایه، سال پنجم، شماره ۱۱، ۱۲-۱۱.
۵. اصحابی، رؤیا و شادی براتی (۱۳۸۸)؛ «حکمت باغ ایرانی»، فصلنامه علمی پژوهشی سوره، ش ۱۰، صص ۱-۱۳.
۶. بورکهارت، تیتوس (۱۳۷۶) مدخلی بر اصول و روش هنر دینی، مبانی هنر معنوی
۷. (مجموعه مقالات)، ترجمه جلال ستّاری، تهران دفتر مطالعات دینی هنری حوزه هنری.
۸. بودریار، ژان. (۱۳۸۰). فرهنگ رسانه‌های گروهی ترجمه احمدزاده، شیده، ارغنون.
۹. بودریار، ژان. (۱۳۸۰). در باب تحقق ارزش مبادله ترجمه فرهادپور، مراد، ارغنون.
۱۰. بودریار، ژان. (۱۳۸۴). آمریکا، انتشارات ققنوس.
۱۱. بودریار، ژان. (۱۳۹۴). چرا همه چیز تاکنون ناپدید نشده؟، حرفه نویسند.
۱۲. بودریار، ژان. (۱۳۹۹). شفافیت شیطانی - رساله ای درباره پدیده های افراطی، ثالث.
۱۳. بودریار، ژان. (۱۳۸۰). در باب تحقق میل ارزش مبادله، ترجمه مراد فرهادپور، ارغنون.
۱۴. تاجیک، محمدرضا. (۱۳۸۱). مدرنیسم، پسامدرنیسم و معمای هویت، گفتمان.
۱۵. چیتسازیان، امیرحسین (۱۳۸۵) «نمادگرایی و تأثیر آن در فرش فصلنامه گل جام،» ش ۱۶.
۱۶. دریایی، نازیلا (۱۳۸۵) زیبایی در فرش دستباف ایران، فصلنامه علمی پژوهشی انجمن فرش ایران، ش چهار و پنج، صص ۳۶-۲۵.
۱۷. ژوله، تورج. (۱۳۸۱). پژوهشی در فرش ایران، یساولی، تهران.
۱۸. ساراپ، مادن. (۱۳۸۱). بودریار و برخی رویه‌های فرهنگی، ترجمه صادقی، احمد، گفتمان
۱۹. شجریان، اسماعیل. (۱۳۸۰). بافت فرش ماشینی، مرسل، تهران.
۲۰. شریف زاده، محمدرضا، فرازمند، فرناز. (۱۳۹۵) بررسی نشانه شناسی فرهنگی آثار چیدمان سوپوگوپتا از منظر ژان بودریار، پژوهش در علوم و تکنولوژی.
۲۱. صدوقی، علی. (۱۳۸۱). فراسوی جدال پوزیتیویستی، رهیافت پسامدرن در روابط بین الملل، گفتمان.
۲۲. فرقانی، محمد مهدی. (۱۳۸۹). واقعیت رسانه؛ خلق فراواقعیت، مرور نقدی بر اندیشه های ارتباطی ژان بودریار نشریه مطالعات رسانه‌ای.
۲۳. فرش ماشینی ایران؛ صنعتی ارزآور و اشتغالزا (۱۴۰۰) بر گرفته از سایت <https://kohanjournal.com/%d9%81%d8%b1%d8%b4-%d9%85%d8%a7%d8%b4%db%8c%d9%86%db%8c-%d8%a7%db%8c%d8%b1%d8%a7%d9%86-%d8%b5%d9%86%d8%b9%d8%aa%db%8c-%d8%a7%d8%b1%d8%b2%d8%a2%d9%88%d8%b1-%d9%88-%d8%a7%d8%b4%d8%aa%d8%ba%d8%a7%d9%84>

24. منصوره، سهیلا. (۱۳۹۲). هنر و حقیقت رسانه در روزگار پست مدرن، بررسی رسانه به مثابه تولید کننده انمایی از منظر بودریار.
25. میرزایی، عبدالله (۱۳۹۶). مفاهیم نمادین نقشمایه‌های قالی پازیریک، ماهنامه شباک، ش ۶، ص ۳۷-۲۷.
26. مجله اختصاصی صنعت فرش نساجی و ماشینی کهن (<https://kohanjournal.com>).
27. مجله تخصصی فرش دکتر پازیریک (<https://pazirikco.com/mag>).
28. مجله تخصصی فرش (<https://ziloom.com>).
29. نوذری، حسینعلی؛ شیخ‌لر، کاظم. (۱۳۸۹). روش شناسی و معرفت شناسی در رهیافت پست مدرن، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، ۱۲.
30. هوروکس، کریس. (۱۳۷۹). بودریار، ترجمه پیام یزدانجو، قدم اول، تهران.