

طراحی بسته‌بندی صنایع فرهنگی مکتوب با استفاده از نقوش پارچه‌های ایرانی موزه کلیولند

چکیده

امروزه صنایع فرهنگی مکتوب یکی از ابزارهای مهم انتقال آگاهی، اطلاعات و دانش محسوب می‌شوند. به همین دلیل قشری زیادی از جامعه با آن‌ها سروکار دارند. باتوجه‌به جایگاه این آثار در محیط زندگی افراد جامعه، چگونگی ارائه این آثار می‌تواند نقش مهمی در حفظ بازار این صنعت و تداوم انتقال حافظه فرهنگی داشته باشد. لذا بحث اهمیت بسته‌بندی برای آن‌ها مطرح می‌گردد. در طراحی صنعتی یکی از مقوله‌های مهم، امکان کاربردی الگوهای کهن و مفهومی هنری است. بسته‌بندی به دلیل وفور تولید و کاربرد در جامعه امروزی یکی از وسایل مهم و کاربردی در زندگی روزمره هستند که ماهیت طراحی در آن‌ها می‌تواند نقش مهمی در انتقال انگاره‌های فرهنگی داشته باشد. برخی از آثار فرهنگی و تاریخی موجود در موزه‌ها به لحاظ بهرمندی از غنای هنری و پیشینه تاریخی می‌تواند به‌عنوان الگو مورد توجه قرار گیرد. موزه هنری کلیولند اوهایو آمریکا یکی از موزه‌های بزرگی است که آثار هنری تاریخی ایران نیز در آن نگهداری می‌شود. وجود نمونه‌های متعددی از پارچه‌ها و منسوجات تاریخی ایرانی در این موزه می‌تواند این مکان را به محلی برای آشنایی با طرح‌های کهن تبدیل کند. لذا بررسی نمونه‌های موجود در آن به‌عنوان الگو در طراحی پک‌های هدیه برای صنایع فرهنگی مکتوب می‌تواند طراحی صنعتی در این زمینه را با مجموعه‌ای از نقوش زیبا و نمادین غنی سازد و زمینه آفرینش طرح‌های نو را فراهم سازد.

اهداف پژوهش:

۱. بازشناسی نقوش پارچه‌های ایرانی موزه کلیولند.
۲. بررسی امکان کاربرد نقوش پارچه‌های ایرانی موزه کلیولند در طراحی بسته‌بندی صنایع فرهنگی مکتوب.

سوالات پژوهش:

۱. پارچه‌های ایرانی موزه کلیولند دارای چه نقوشی است؟
۲. چگونه می‌توان از نقوش پارچه‌های ایرانی موزه کلیولند برای طراحی بسته‌بندی صنایع فرهنگی مکتوب استفاده کرد؟

کلیدواژه‌ها: طراحی بسته‌بندی، صنایع فرهنگی، نقوش پارچه‌های ایرانی، موزه کلیولند.

مقدمه

صنایع فرهنگی مکتوب شامل کتاب‌ها، نشریات و روزنامه‌ها است. این محصولات، امروزه یکی از وسایل و ابزارهای مورد علاقه افراد جامعه در سطوح مختلف است. ارتباط این محصولات با تمدن کهن و اهمیت آن در افزایش آگاهی سبب شده است تا امروزه یکی از انتخاب‌های افراد جامعه برای هدیه‌دادن باشند. در این میان، نوع تقدیم کردن نیز عامل مهمی در میزان فروش این محصولات و جذب مشتری توسط آن‌ها است، بنابراین جست‌وجو و مطالعه در طراحی بسته‌های هدیه و ارائه نوع مناسب و همخوان با ماهیت فرهنگی محصولات می‌تواند نقش مهمی در فروش بهتر داشته باشد. فرهنگ به‌عنوان بخشی از تاریخچه جوامع و یکی از محورهای تداوم حیات اجتماعی در عصر حاضر، نقش مهمی در ابعاد مختلف نظام‌های اجتماعی دارد. فرهنگ به‌واسطه انتقال انگاره‌های تمدنی از گذشته‌های دور به عصر حاضر و تسهیل دادوستد فرهنگی میان جوامع، نقش مهمی در پیشرفت و توسعه جوامع دارد. امروزه در میان جوامع مختلف تلاش زیادی در راستای بزرگ‌داشت فرهنگ‌های کهن و بازآفرینی فرهنگی صورت گرفته است. این مسئله سبب شده است تا رویکرد فرهنگ‌محور تبدیل به یکی از راه‌های مهم برای پرکردن خلاءهای موجود در فضای فرهنگی جوامع مختلف گردد. جامعه ایران با گذار از مراحل تاریخی و تجربیات مختلف، دارای یک پیشینه و حافظه بزرگ تاریخی و فرهنگی است. این داشته‌های فرهنگی در عرصه‌های مختلف هنری و غیرهنری نمود یافته است لذا مطالعه دستاوردهای فرهنگی و تلاش در طراحی فرهنگ‌محور می‌تواند نقش مهمی در بسط داشته‌های فرهنگی کهن در عصر حاضر داشته باشد.

فرهنگ و داده‌های فرهنگی هر جامعه نقش محوری در بقای آن دارد لذا امروزه توجه ویژه‌ای به مقوله فرهنگ و شیوه‌های مختلف تقویت آن می‌شود. از صنایع فرهنگی معمولاً فرهنگ توده‌ای را تولید می‌کنند. در این فرآیند، مجموعه‌ای از افکاری از پیش بسته‌بندی شده توده‌ای است توسط رسانه‌های همگانی انتشار می‌یابد. صنایع فرهنگی یکی از بخش‌هایی است که به سرعت در اقتصاد جهانی در حال رشد است (حنجری و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۵۳-۲۵۲). با این تفاسیر توجه و کاربرست صنایع فرهنگی از یک‌سو نقش مهمی در جامعه‌پذیری افراد جامعه دارد و از سوی دیگر یکی از ابزارهای مهم همگام‌شدن با تحولات نظام جهانی است. امروزه اقتصاد به‌عنوان یکی از محورهای اساسی بقای جوامع در نظام جهانی از نظر فناوری به یکدیگر وابستگی عمیقی دارند لذا اقتصاد جوامع مختلف نمی‌تواند بدون توجه به اقتصاد جهانی پیش برود. این مسئله ضرورت توجه به صنایع فرهنگی و رونق آن را مطرح می‌سازد. در این میان، صنایع فرهنگی نقش مهمی در فراز و فرود فرهنگی جوامع دارند و هنوز بخش مهمی از جامعه از این آثار به‌عنوان هدایای نفیس استفاده می‌کنند. توجه به طراحی مربوط به بسته‌بندی‌های مربوط به این آثار و کاربرست رویکرد فرهنگ‌محور در این طراحی گامی مهم در تقویت فضای فرهنگی جامعه است. در این میان، پارچه‌های ایرانی موزه هنری کلیولند که در نوع خود، گونه‌ای تاریخی و فرهنگ را منتقل می‌کنند می‌توانند الگوی زیبایی‌شناسانه مفیدی برای طراحی بسته‌های هدیه صنایع فرهنگی ارائه دهند.

پارچه‌های ایرانی موجود در موزه هنری کلیولند به دوره‌های تاریخی طولانی اختصاص دارد و باتوجه‌به اینکه منسوجات در ادوار گذشته از نظر نقش ارتباط نزدیکی با باورهای مذهبی و اجتماعی، سیاسی و اقتصادی داشته است، هر کدام حامل پیام و نمادی فرهنگی است، لذا تدوین الگویی زیباشناسانه از این نقوش در طرح‌ها و رواج آن نوعی انتقال فرهنگی بین نسلی محسوب می‌شود. ترویج این الگوها از طریق کاربست آن‌ها در هدایای فرهنگی چون کتاب در حقیقت انتقال فرهنگ با ابزارهای فرهنگی است. با اتخاذ این رویکرد می‌توان این ارزش‌های و پیام‌های موجود در آثار فرهنگی را با طراحی و هدیه‌دادن به دیگر فرهنگ‌ها نیز منتقل کرد. نوآوری در این طرح‌ها خود زمینه‌ساز معرفی این الگوهای هنری تاریخی به دیگر طراحان نیز می‌شود.

بررسی پیشینه پژوهش حاکی از این است که تاکنون اثر مستقلی با این عنوان به رشته تحریر درنیامده است. با این حال آثاری به بررسی نقوش پارچه‌های ایرانی و نقش آن‌ها در طراحی پرداخته‌اند. مقاله‌ای با عنوان «بررسی نقوش پارچه‌های ایران از قرن اول هجری تا حمله مغول در طراحی پارچه ژاکارد» توسط محمد ابراهیمی و مد (۱۳۹۰) در سومین همایش ملی نساجی و پوشاک به رشته تحریر درآمده است. آن‌ها معتقدند با توجه به اینکه این نقوش جنب نمادین داشته و ریشه در تمدن کهن ایران دارند لذا بررسی و کاربست آن‌ها در عصر جدید حائز اهمیت است. به کار بردن نقوش نمادین این گنجینه در طراحی پارچه‌های ژاکارد به صورت عینی و هم‌انتزاعی مفید است (ابراهیمی، ۱۳۹۰). پژوهشی با عنوان «رویکرد پایداری در طراحی اشیای کهن ایران (نمونه پژوهش: ظروف خانگی قرون اولیه اسلامی تا پنجم هجری» به واکاوی طراحی در آثار تاریخی برجای مانده از قرون نخستین و چگونگی میزان پایداری آن‌ها پرداخته است. وی این آثار را به دو گروه عناصر مفهوم‌دار و ساختار زیبایی‌شناختی تقسیم کرده است. به نظر مؤلف بسیاری از هنرهای سنتی گذشته نوعی ارتباط با طبیعت و جهان هستی دارند. گویی انسان طراح یا صنعتگر ارتباط خود را به‌طور مستمر با نظام هستی حفظ کرد است (بهمنی، ۱۳۹۱).

مقاله‌ای با عنوان «بررسی و تحلیل طرح و برش لباس در هنر ایران باستان و کاربرد آن در طراحی لباس زنان» توسط غلامین آزاد و کاظم‌پور به رشته تحریر درآمده است (۱۳۹۷). در این اثر به بررسی پارچه‌های ایرانی و نقوش آن از دوره باستان پرداخته شده است. هدف این مطالعه آشنایی با دانش ایرانیان در زمینه طراحی و لباس است. لباس ایرانیان و پارچه‌های آن‌ها در هر دوره تاریخی دارای مختصاتی است که بررسی آن دربردارنده نکات مفیدی درخصوص منسوجات تاریخی ایران و امکان کاربست آن‌ها در طراحی در عصر حاضر است. (آزاد و کاظم‌پور، ۱۳۹۷) مقاله‌ای با عنوان «طراحی فرمی کیف دستی بانوان براساس سلیق مشترک در گروه‌های ادراکی کاربران» توسط مریم احمدی و همکاران (۱۳۹۷) انجام شده است. نگارندگان در این پژوهش به این جمع بندی رسیده‌اند که انسان‌ها به‌واسطه گروه ادراکی که به آن تعلق دارند دارای ویژگی‌ها و سلیق مشترکی در انتخاب محصولات مورد استفاده خود هستند و لذا این موضوع را باید در طراحی مد نظر قرار داد (احمدی و همکاران، ۱۳۹۷). در آثار یاد شده آثار پارچه‌ای ایرانی به‌عنوان الگوی طراحی صنعتی مورد استفاده قرار نگرفته است.

مقاله‌ای با عنوان «ساسانی‌گرایی در نقوش منسوجات آل‌بویه با تکیه بر سه قطعه پارچه مضبوط در موزه کلیولند» توسط تقدس‌نژاد و همکاران نگاشته شده است. نویسندگان در این اثر ضمن بررسی دقیق پارچه‌های ایرانی مربوط به دور آل‌بویه در موزه هنری کلیولند به واکاوی تأثیر نقوش دوره ساسانی در این طرح‌ها پرداخته‌اند و به این جمع‌بندی رسیده‌اند که نقوش این دوره تا حد زیادی امتدادی از نقوش دوره ساسانیان است (تقدس‌نژاد و دیگران، ۱۴۰۰).

این پژوهش از دیدگاه هدف‌کاربردی^۱ و از نقطه‌نظر ماهیت کیفی-توصیفی^۲ است. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش پیمایشی^۳ استفاده می‌کند که مهم‌ترین ابزار آن به‌صورت میدانی، به دو صورت کلامی-تصویری^۴ (پرسش‌نامه و مصاحبه محقق‌ساخته) و غیرکلامی^۵ (مشاهده توسط محقق) بوده و نیز از واکاوی در گروه متخصص مربوطه (گروه دلفی^۶) سود می‌برد. با کاربرد طراحی‌نامه^۷ (فرجی، ۱۳۸۹) که مبتنی بر روش طراحی تعاملات^۸ و لحاظ‌نمودن کاربران^۹ بوده و بکارگیری تحلیل سلسله‌مراتبی^{۱۰} به‌منظور ارزیابی در مراحل مختلف پروژه، روش پژوهش و تدوین الگوی زیبایی‌شناسانه برای طراحی بسته هدیه صنایع فرهنگی مکتوب با استفاده از نقوش پارچه‌های ایرانی موزه هنر کلیولند مبتنی بر طراحی فرهنگ‌محور انجام شده است.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش به کلیات مربوط به طراحی بسته‌بندی هدیه صنایع فرهنگی مکتوب مبتنی بر رویکرد کاربر محور پرداخته شده است و از طریق پژوهش کتابخانه‌ای ادبیات و پیشینه پژوهش بررسی شده است. همچنین روش انجام پژوهش و کلینیک کاربران و چگونگی تدوین پرسش‌نامه‌ها و نمودارها بیان شده است. در طرح‌آورد ایده‌پردازی‌ها، سناریو، طرح‌های منتخب و انتخاب طرح برتر بیان شده و به طرح برتر با تمام جزئیات فنی، فیزیکی، عملکردی، ارگونومی و زیبایی‌شناسی پرداخته شده است. مروای به عنوان دستاورد این پایان‌نامه از یک‌سو بسته‌بندی ای درخور میراث فرهنگی مکتوب تاریخ ایران بوده و از سویی دیگر، با توجه به سبک فرهنگی مطالعه مردمان ایران، پایه‌ای برای مطالعه راحت‌تر و ارگونومی‌تر در اختیار کاربران قرار داده است. انتخاب موزه هنری کلیولند به‌عنوان یکی از مراکز نگهداری بخش مهمی از میراث فرهنگی و هنری ایرانی زمینه را برای آشنایی با پارچه‌های ایرانی موجود در این موزه که مربوط به ادوار مختلف تاریخی است فراهم ساخت. نمادها، نقش‌مایه‌های

^۱ Applied

^۲ Qualitative-descriptive

^۳ Survey method

^۴ Verbal-visual

^۵ Non-verbal

^۶ Delphi group

^۷ Design up (Tarrahinah in Persian)

^۸ Interaction design

^۹ User-centered design

^{۱۰} AHP: Analytical Hierarchy Process

موجود در این آثار که هر یک نشانی از یک ویژگی های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی در جامعه ایران بوده است زمینه ساز معرفی نمادهای و سمبل های کهن فرهنگی و انتقال آنها و معانی موجود در آنها به نسل حاضر می شود. با توجه به گستردگی بسیار زیاد میراث فرهنگی مکتوب ایران، این پژوهش تنها یک نمونه کاربردی در این زمینه بوده و می توان برای هر یک از عنوان های کتاب های نفیس ایران، طراحی منحصر به فرد انجام داد و در هر طراحی از نقشی متفاوت از بین نقوش مختلف پارچه های ایرانی موجود در موزه هنر کلیولند و یا سایر نقوش موجود در تاریخ هنر ایرانی اسلامی این سرزمین الهام گرفت و استفاده نمود. این رویکرد فرهنگ محور در طراحی صنعتی، منجر به رایج شدن بازشناسی نقوش سنتی و تاریخی و کاربرد گسترده آنها در دوره معاصر می شود، جایی که حرکت پرشتابی به سوی مدرن سازی طرح ها به چشم می خورد. این آشنایی می تواند زمینه را برای خلاقیت در طرح های ترکیبی سنتی و مدرن فراهم سازد. امید است در آینده توسط نگارندگان این پژوهش و یا سایر پژوهشگران، قدم هایی بلند برداشته شود و خلاء موجود در این زمینه به تدریج پر شود.

منابع و مآخذ:

- ابراهیمی، ابوالقاسم؛ علوی، سید مسلم و مهدی نجفی سیاهرودی. (۱۳۹۴). «بررسی اثر جنبه زیبایی شناختی بسته بندی، قصد خرید کالا و ترجیح بسته بندی»، تحقیقات بازاریابی، شماره دوم (۱۱۷)، ۱۸۴-۱۶۴.
- اکرمی، جمشید. (۱۳۵۶). پیرامون ساخت و نقش رسانه ها. تهران: انتشارات پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران.
- ایمانی خوشخو، محمدحسین. (۱۳۸۸). «اقتصاد هنر و فعالیت های هنری و نقش آنها در توسعه فرهنگی» کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۲۴.
- بورديو، پی.یر. (۱۳۹۰). تمایز، نقد اجتماعی قضاوت های ذوقی، ترجمه: حسن چاوشیان، تهران: نشر ثالث.
- بلوریان تهرانی، محمد. (۱۳۷۸). بازاریابی و مدیریت بازار. چاپ دوم، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی.
- روستا، احمد؛ ونوس، داور و ابراهیمی، عبدالحمید. (۱۳۸۱). مدیریت بازاریابی، چاپ ششم، تهران: سمت.
- سرکا، ولتر. (۱۳۸۴). مبانی فن آوری بسته بندی، شناخت نگاهی به بسته بندی، کارکردهای بسته بندی، طراحی گرافیک، ترجمه: هاشم حبیبی، تهران: هیراد.
- زارعی، داریوش؛ وظیفه دوست، حسین و رضامیرایی، وحید. (۱۳۹۷). «مدل سازی ویژگی های بسته بندی محصولات غذایی و تأثیر آن بر روی تصمیم گیری خرید مشتریان با رویکرد اخلاقی»، پژوهش های اخلاقی، شماره ۲، ۲۴۶-۲۳۵.

حنجری، سارا؛ تقوی، مهدی؛ تاری، فتح‌الله و جعفری صمیمی، احمد. (۱۳۹۸). «تأثیر صنایع فرهنگی - مذهبی بر رشد اقتصادی ایران». دو فصلنامه مطالعات و سیاست‌های اقتصادی، شماره ۲(۱۲)، ۲۴۹-۲۷۶.

خدابخشی، محمد؛ صادقی، احمد. (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر اندازه و طراحی بسته‌بندی بر قصد خرید و رضایت مشتری». علوم و فنون بسته‌بندی، شماره ۳۱، ۳۰-۴۱.

سپهرنیا، رزیتا؛ دلاور، علی و صالحی امیری، سیدرضا. (۱۳۹۱). «بررسی جایگاه صنایع فرهنگی خلاق و رابطه آن با ارتقاء سرمایه فرهنگی در ایران». فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره دوم، شماره ۱، ۱۶۱-۱۳۹.

صاحف‌زاده، آتوسا و دیگران. (۱۳۹۵). «تأثیر ابعاد بسته‌بندی بر رضایت و درگیری ذهنی خرید مشتریان با تأکید بر نقش میانجی نگرش آنان نسبت به بسته‌بندی»، فصلنامه علوم و صنایع غذایی، شماره ۵۹، دوره ۱۳، ۱۲۲-۱۰۹.

صالحی امیری، سیدرضا؛ حسین‌زادگان، زهره. (۱۳۸۶). «نقش صنعت فرهنگی بر توسعه فرهنگی با تأکید بر کتاب و کتابخوانی». مجله مدیریت فرهنگی، شماره اول، صص ۵۹-۴۶.

ظهیری ناو، بیژن؛ رجبی، سوران. (۱۳۹۰). «بررسی رابطه کتابخوانی و رشد اجتماعی در دانش‌آموزان». مجله مطالعات ادبیات کودک، شماره ۱، صص ۱۶۵-۱۴۵.

علمی، محمد. (۱۳۷۳). «رهنمودهای اساسی در زمینه بسته‌بندی». تهران: مرکز توسعه صادرات ایران.

قائدرحمتی، صفر؛ خالدی، عبدالله. (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر رسانه‌های مکتوب (روزنامه‌ها و مطبوعات چاپی بر فرهنگ‌سازی و ارتقای فرهنگ شهروندی)». همایش ملی شهرسازی فرهنگ‌گرا.

کریمی‌پور، زهرا؛ شریف‌زاده، محمدرضا. (۱۳۹۶). «مؤلفه‌های فرهنگ محور در طراحی بسته‌بندی صنایع‌دستی ایران». دو فصلنامه هنرهای صناعی اسلامی، شماره ۱، صص ۶۷-۷۶.

ملکی‌پور و دیگران. (۱۳۹۷). «شناسایی و تحلیل رویکردهای موجود و مطلوب در صنایع فرهنگی کشور مبتنی بر دیدگاه ذی‌نفعان». ویژه‌نامه انقلاب، آموزش عالی و جامعه، دوره ۸، شماره ۲۶، ۳۹-۱۷.

نبی‌زاده، طاهره؛ پویا، حدادیان نکاح، (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر ویژگی‌های بسته‌بندی (طراحی، رنگ، نوع مواد و کیفیت اطلاعات) بر اطمینان خرید مشتری». دومین کنفرانس بین‌المللی ابزار و تکنیک‌های مدیریت.

Howkins, J. (۲۰۰۱). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin.