



۳۸

ISSN:2538-6298

پژوهش در هنر و علوم انسانی

دوماهنامه علمی پژوهش در هنر و علوم انسانی
سال ششم، شماره ۶ (پیاپی: ۳۸)، دی ۱۴۰۰، جلد ۱

بیش پیوستگی و نوآوری اجتماعی موزه‌های دیجیتالی؛
مطالعه موردی: موزه دفاع مقدس تهران
مریم فدایی تهرانی، احمد ندایی فرد

بازتاب مؤلفه‌های ارزش‌های فرهنگی و تجربه شخصی اجتماعی
در نوآوری طراحی مد و لباس ایرانی
زهره برزگری، سید محمود طباطبائی

بازنمایی اسطوره‌های سیمای امام علی در نگارگری ایران
شهناز امینی

مطالعه تطبیقی نقش اژدها در سفالینه‌های دوره تیموری و
صفوی ایران و مینگ چین
قدریه ملکی

تبیین الگوواره‌های حاکم بر طراحی معماری غرفه‌ها در
نمایشگاه‌های جهانی
محمدرضا اسکندری روزبهانی



نشریه

نشانی: کرج، آزادگان، ابتدای بلوار مطهری، کوچه شهید سبحانی، پلاک ۲۸، واحد ۴
کدپستی: ۳۱۴۳۹۵۳۵۹۵
www.RAHS.ir
Shij-journals@gmail.com

آگهی

نشانی: تهران، افسریه، ۱۵ متری اول، کوچه ۲۸، پلاک ۲۹۳
انتشارات هنر و علوم دانشگاهی، تلفن: ۰۲۱ ۳۳۸۴۰۷۹۲

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: میلاد فتحی

زیرنظر شورای سردبیری

مدیر اجرایی: منیژه ملائی

اعضای شورای علمی و داوری تحریریه: (به ترتیب حروف الفبا)

- دکتر پرپسا آروند، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر حسنعلی آقاجانی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر سجاد اکبری، عضو هیئت علمی دانشگاه ارومیه
- دکتر علیرضا اکرمی، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر بهرام ایمانی، عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی
- دکتر اعظم بابکی راد، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی مشهد
- دکتر محمد باقری، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر مرضیه تراجی، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر نغمه خرازیان، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر روحاله رحیمی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر احمد جعفری صمیمی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر داود رضائی، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر بهادر زمانی، عضو هیئت علمی دانشگاه هنر اسلامی تبریز
- دکتر مینو شفائی، عضو هیئت علمی دانشگاه هنر اصفهان
- دکتر جواد شکاری نیری، عضو هیئت علمی دانشگاه امام خمینی
- دکتر ناصر صنوبر، عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز
- دکتر محمدرضا طبیبی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر مظفر عباسزاده، عضو هیئت علمی دانشگاه ارومیه
- دکتر علی عمرانی پور، عضو هیئت علمی دانشگاه کاشان
- دکتر افشین عموزاده لیچایی، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر غزال کرامتی، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز
- دکتر امیررضا کریمی آذری، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر محسن کشاورز، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان
- دکتر محمدمهدی گودرزی، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی همدان
- دکتر مهرداد متین، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز
- دکتر بهزاد محبی، عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی
- دکتر علیرضا محمدی، عضو هیئت علمی دانشگاه محقق اردبیلی
- دکتر حسین مدی، عضو هیئت علمی دانشگاه امام خمینی
- دکتر مهدی مقیمی، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر علیرضا مهدی زاده، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان
- دکتر سید محسن موسوی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر کیانوش ناصرالمعمار، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین
- دکتر امیر هوشنگ نظرپوری، عضو هیئت علمی دانشگاه لرستان
- دکتر حجت وحدتی، عضو هیئت علمی دانشگاه لرستان

فراخوان پذیرش مقاله:

نشریه «پژوهش در هنر و علوم انسانی» توسط موسسه مطبوعاتی مطالعات کاربردی شباک و با همکاری علمی اساتید برجسته دانشگاه‌های کشور به انتشار مقالات علمی در زمینه مطالعات هنر و پژوهش‌های علوم انسانی، می‌پردازد. از این رو از تمام اساتید، صاحب‌نظران، کارشناسان، دانشجویان و پژوهشگران دعوت می‌شود با ارسال مقالات علمی خود از طریق وبسایت نشریه به نشانی www.RAHS.ir در پربارتر کردن این نشریه، ما را یاری نمایند.

برای ارسال مقاله کافی است تا در وبسایت ثبت‌نام نموده و با ورود به پنل کاربری، مقاله خود را ثبت کنید.

فهرست مقالات

صفحه	عنوان مقاله
۱	بیش پیوستگی و نوآوری اجتماعی موزه‌های دیجیتال؛ مطالعه موردی: موزه دفاع مقدس تهران مریم فدایی تهرانی، احمد ندایی فرد
۱۳	بازتاب مؤلفه‌های ارزش‌های فرهنگی و تجربه شخصی اجتماعی در نوآوری طراحان مد و لباس ایرانی زهره برزگری، سید محمود طباطبائی
۲۳	بازنمایی اسطوره‌ای سیمای امام علی در نگارگری ایران شهناز امینی
۳۱	مطالعه تطبیقی نقش اژدها در سفالینه‌های دوره‌ی تیموری و صفوی ایران و مینگ چین قدریه ملکی
۴۳	تبیین الگوواره‌های حاکم بر طراحی معماری غرفه‌ها در نمایشگاه‌های جهانی محمد رضا اسکندری روزبهانی

بیش پیوستگی و نوآوری اجتماعی موزه‌های دیجیتال مطالعه موردی: موزه دفاع مقدس تهران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۱۰

کد مقاله: ۵۵۲۷۶

مریم فدایی تهرانی^{۱*}، احمد ندایی فرد^۲

چکیده

موزه، نهاد غیرانتفاعی و مکانی برای گفتمان و مشارکت‌های عمومی است که برای رشد جامعه از رویکردهای متفاوت آموزشی استفاده می‌کند و مهم‌ترین موضوع آن، مخاطب است تا در گستره وسیع ارتباطی بر جنبه‌های مختلف جامعه تأثیر گذارد. یکی از اقدامات مهم موزه‌ها ایجاد فضاهای آزاد آموزشی با یاری دستاوردهای پیشرفته نمایشی است. این مقاله با هدف معرفی موزه بیش پیوسته و با فرض اینکه مدل نوآوری اجتماعی دیجیتال قابلیت بهره‌برداری برای جذب و آموزش مخاطبین را دارد؛ بر پایه رویکرد نظری هابرماس به سؤالات زیر پاسخ می‌دهد: امکانات موزه دیجیتال چگونه با ارتباط همگانی به بازآفرینی حقایق و ارزش‌های جامعه انسانی کمک می‌کند؟ موضوع نوآوری دیجیتال موزه‌ها چگونه باعث تغییر رفتار و درک کنش‌های انسانی می‌شود؟ مطالعه موردی، نمایشگاه موزه دفاع مقدس تهران و روش تحقیق از نوع پیمایشی، منابع از کتابخانه و سایت موزه و داده‌ها از راه پرسشنامه آنالیز می‌شود. نتایج نشان می‌دهد تقویت ارتباط انسانی با ابزارهای جدید اطلاع‌رسانی موزه، می‌تواند حس تازه‌ای برای درک معانی فکری ایجاد کند تا عموم بتوانند با نوعی ارتباط منطقی قابلیت بسط فکری را به دست آورند.

واژگان کلیدی: موزه، حوزه عمومی هابرماس، موزه و اجتماع، موزه بیش پیوسته، موزه دفاع مقدس تهران

۱- دانشجوی دکتری، پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا س maryamft2003@yahoo.com

۲- دانشیار، رشته طراحی صنعتی، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا س

دو موضوع مهم دیجیتال سازی و تأثیر اجتماعی باعث شد تا موزه به عنوان نهاد مهم فرهنگی از اهمیت ویژه ای برخوردار شود؛ زیرا در عصر فن آوری دیجیتال، تغییراتی در اشکال نمایشی موزه ها به وجود آمد و سبب گردید تا موزه ها نگاه تازه ای به جامعه و مخاطب داشته باشند. ارتباط نزدیک جامعه انسانی با فناوری های روبه رشد توقعاتی برای مخاطب جدید به وجود آورد تا در نحوه زندگی و ارتباطات خود رفتارهای متفاوتی داشته باشند که یکی از آنها تمایل به استفاده از امکانات دیجیتال در نحوه اطلاع رسانی است. موزه این قابلیت را دارد تا محیط مناسبی برای گردهمایی عموم، تفکر و تبادل عقاید در اوقات فراغت باشد تا در آن کنش های فردی برای تبادل نظر و توافق مدنی اتفاق افتد. در حال حاضر بیشتر بازدیدکنندگان، موزه ها را بنا به اجتماعی شدن آن می بینند و هدف رویکردهای نوین موزه ها؛ پرداختن به مسائل مهم اجتماعی است که در این راه، ابزار بیانی جدید آموزشی، مشارکت و تعامل افراد را افزایش می دهد. در یک فضای آزاد، جای بحث و مکالمه و تدبیر درباره مسائل عمومی باز است و موزه بیش پیوسته به منزله موزه دیجیتال در صدد است تا با مؤلفه های رویکرد نو و مردمان نو و با هدف نوآوری اجتماعی فعالیت کند. مطالعه موردی این مقاله نمایشگاه موزه دفاع مقدس تهران نمونه ای از (موزه دیجیتال بیش پیوسته)^۱ است که به آن پرداخته می شود. روش کار؛ جمع آوری داده ها با استفاده از پرسشنامه و آمار بازدیدکنندگان در دوره زمانی خاص انجام شده و به صورت پیمایشی است و در نهایت در بخش بحث و نتیجه گیری در حوزه موزه بیش پیوستگی و نظریه عمومی هابرماس مورد تحلیل و ارزیابی قرار می گیرد.

۲- مبانی نظری

۲-۱- موزه - حوزه عمومی هابرماس

حوزه عمومی هابرماس به فضایی اشاره می کند که در آن به موضوع گستره همگانی می پردازد و همگان حق حضور در این فضا را دارند. منظور از گستره همگانی؛ مجموعه از کنش های فردی است که می تواند جنبه عمومی داشته باشد. در واقع هدف از ایجاد فضای عمومی امکان کنش های ارتباطی است که ابتدا نشریات و روزنامه ها در ایجاد این فضا دخالت داشتند و بعدها انجمن ها و نهادهای فرهنگی عهده دار این نقش شدند. نقش مستقل نهادهای فرهنگی محصول فرهنگ روشنگری سده ۱۸ میلادی است که با بحث های نقادانه درباره افکار عمومی شکل گرفت و نظرات آن در باب برخوردهای فردی و عمومی بود تا فضایی ساخته شود تا افراد بتوانند عقاید و افکار مخالف خود را بیان کنند. در این فضای عمومی شرایطی مهیا گردید تا عقاید را ارزیابی و ارزش گذاری نمایند تا منطق گفتگو در حد نهادهای همگانی دیگر نهادها و مراکز گفتگمانی شکل گیرد. یکی از این حوزه ها موزه ها هستند. به نظر هابرماس، گفتمان اخلاقی در موزه و مراکزی اتفاق می افتد که در آن کنش فردی مخاطب در یک گستره وسیع رخ می دهد و زنجیره ایی از کنش های ارتباطی را می سازد. آنچه از نظر هابرماس مهم است سازندگی افکار عمومی است زیرا باعث پرورش سطوح جامعه می شود و به فضای گفتمان قدرت همگانی می بخشد. به این علت با تشکیل نهادهای تازه برای ابراز قدرت؛ ابزارهای جدیدی ساخته شدند و رسانه های ارتباطی از گذشته تاکنون تکامل یافتند که منجر به اعتبار بخشی بیشتر به گستره عمومی گردید. حوزه عمومی هابرماس تأثیر بنیادی بر افکار و مشورت و میانجی گیری های عموم و مقامات گذاشت و تأثیر آن بر تصمیم گیری های دولت و زندگی به حدی بود که باعث تغییر در رفتارهای عمومی شد. موزه و میراث فرهنگی از نهادهای مهمی است که با استفاده از شیوه خاص نمایشی و مشارکتهای مخاطبین در ایجاد حوزه عمومی و تقویت گفتمان های اخلاقی فعالیت می کند. از قرن ۱۸ میلادی موزه ها توانسته اند به منزله حوزه عمومی؛ فضای آموزشی را فراهم کنند و نقش مهمی در شکل دهی فضای اخلاقی داشته باشند و این نقش با درون مایه مادی و معنوی اتفاق می افتد. درون مایه معنوی آن در قالب محتوای نمایشگاه و برنامه های موزه است و درون مایه مادی آن استفاده از تکنولوژی و زبان ابزار موزه است. موزه با هدف تأثیرگذاری بر جامعه سعی می کند تا با ایجاد فضای متراکم همگانی؛ یادگیری عموم و تبدیلی عقاید را گسترش دهد. «به نظر هابرماس فضای اجتماعی موزه ها در کنار نقش نوظهور موزه در شکل گیری فضای عمومی سرمایه داری اتفاق می افتد و بیشترین محتوای فعالیتها بر دانش مشترک، چه طبیعت و چه فرهنگ تاکید دارد» (Noy, 2017: 41). ابزارهای ارتباطی جدید موزه ها منجر به تولید اشکال محیطهای دیجیتال گردید و از مهمترین آنها «اینترنت و متعاقب آن فضای مجازی است که موجب تسهیل چیزی شده است که هابرماس آن را به عنوان حوزه عمومی تعریف کرد یعنی جایی که در آن افکار عمومی شکل می گیرد» (خانیک، اتابک، عزیزی، ۱۳۹۷: ۱۰۳). این حوزه عمومی؛ فضایی برای ابراز وجود افکار مهیا کرد و هسته مرکزی آن رسانه اجتماعی است و این رسانه می تواند موزه باشد تا انسان به عنوان اصلی ترین عضو کنش ارتباطی بتواند جامعه ای بسازد تا در آن با تعامل به سمت درک مشترک حرکت کند «کنش ارتباطی تمایل به دستیابی، حفظ و تجدید وفاق است» (هابرماس، ۱۳۸۳: ۳۹۰).

1 Hyperconnection museum

مفهوم عمومی هابر ماس اندیشه های او را مبنای یک نظریه کامل جامعه پسند قرار داد تا در سایه تفاهم ارتباطی؛ شرایط مقابله با جامعه را فراهم کند و زمینه آموزش مطلوب فرهنگی و سلامت روحی افراد فراهم گردد. «پیشرفت از نظر او بر اساس مفاهیم و گفتگو بین افراد و با فرهنگ های مختلف رخ می دهد» (Habermas, 1989:76). فرهنگ عموم پایه تغییرات ارتباطی جامعه و کنش فردی است و «لایه ششم را فناوری ها و مهارت ها و نوآوری های تشکیل می دهد و ناظر بر محیط و فضاهای نوینی هستند که مظهر تعامل و تبادل کنش های اجتماعی و الگوهای ارتباطی بشمار می آیند» (دهشیری، ۱۳۸۸: ۱۸۲).

۲-۲- موزه و جامعه

سالیانی است که ایکوم^۱ موزه ها را به تأثیر گذاری اجتماعی فرا می خواند و شعارهای سالیانه مانند؛ موزه ها و عوامل تغییر اجتماعی و توسعه (۲۰۰۸ میلادی) - موزه ها و هماهنگی جامعه (۲۰۱۰ میلادی) - موزه و تغییر اجتماعی (۲۰۱۳ میلادی) نشانگر نگاه جهانی موزه ها به اجتماع است. همچنین در بند ۳ و ۴ اساسنامه ایکوم آمده است؛ موزه؛ موسسه غیر انتفاعی و دایمی است بدون هدف مادی و در خدمت جامعه. با توجه به نقش اجتماعی موزه ها در دنیای جدید، هرگونه فعالیت مخاطبین می بایست بصورت همگانی و در رابطه با فرهنگ و طبیعت و دموکراسی صورت گیرد و موزه در صدد است تا با تحریک پذیری رفتارهای اجتماعی، نوعی مشارکت اجتماعی (هنجاری-رفتاری) را به وجود آورد. «شاخص ترین موضوعی که منجر به پیدایش رفتار اجتماعی افراد می شود مشارکت اجتماعی است و مشارکت می تواند اشکال مختلفی مانند همکاری، همیاری، همبستگی، انطباق، سازگاری، پذیرش ... به وجود آورد» (اکبری، بیگلویی، ۱۳۹۷: ۱۶۱). همکاری و همیاری از اقدامات مهم و فرایندی است که در واکنش به درون و شرایط اجتماع فرهنگی موزه ها اتفاق می افتد و «از مهمترین نظرات در ادبیات میراث فرهنگی، [همان] فرهنگ مشارکت است و مشارکت ممکن است مانند یک رسانه اجتماعی باشد» (Everstijn, 2019). در این راستا موزه ها از اوایل قرن ۱۹ میلادی فعالیتهای آموزشی خود را گسترش دادند و مجموعه های دایمی آنها به منزله مراکز اجتماعی برای خدمت به مردم تشکیل شد تا جاییکه در «نسخه ششم دایره المعارف انگلیسی سال ۱۷۰۷ میلادی از موزه به مکانی مانند (کتابخانه یا محل مطالعه) تعریف شده است ... عاملی که باعث شد تا در قرن ۱۸ میلادی همزمان با گسترش حوزه عمومی هابر ماس، موضع نخبه گرایان در بین موزه ها و کشورهای انگلستان، فرانسه، اسپانیا تقویت و آموزش عموم در موزه ها از همان زمان انجام گیرد تا اینکه بعدها در موزه های مدرن، مفاهیم برنامه ها را بر اساس دانش نخبگان تصویب کردند تا دنیای متفعل انسانی را برای شهروندان به جامعه ای ایده آل مبدل سازند» (Smith bautista, 2009:12).

موزه ها چهار ارزش دارند که شامل اقتصاد، مجموعه اثار، آموزش، اجتماع پذیری است و «بسیاری از متخصصان موزه ها بازدید را [همچون] یک فعالیت اجتماعی می دانند و به هر اثر موزه ای کاربرد های اجتماعی داده اند تا جایی که بگفته روان شناس روسی وایگوستکی^۲ استدلال شد که فرآیندهای اجتماعی حاصل نوعی تحریک پذیری مغزی هستند که از ارتباط جدید می باشند و این فرآیند اساساً از راه تعامل با افراد با تجربه و بعدها از طریق گفتگو ایجاد می شود» (Coffee, 2007:377,378). بگفته (باندورا) روان شناس کانادایی: «اگر مردم متقاعد شوند و باور کنند توانایی رسیدن به موفقیت را دارند با تلاش خود، انگیزه تغییر رفتار در آنها تقویت می شود و این عامل در تغییر ساختار شبکه های اجتماعی و توسعه کارآمدی است و در اخلاق تأثیر بسزایی دارد ... اکثر روانشناسان اجتماعی معتقدند رفتار می تواند تغییر کند و موزه با جذب بیشتر بازدیدکنندگان جدید و تأمین تجربیات معنادار به جای رفتارهای زبان آور نوع ارتباطات را متحول کرده اند» (Smith bautista, 2009:17) یکی از این شیوه های خاص ارتباطی، برای اولین بار توسط شبکه سازمانی موزه های اروپا بنام (نمو)^۳ بکار گرفته شد در این شبکه تمام سازمانهای اروپایی گرد هم آمده اند تا با ایجاد محیطی مناسب برای موزه ها امکانات مهم برای تأثیر گذاری اجتماعی و آموزشی و اقتصادی فراهم کنند «شبکه (نمو) معتقد است موزه ها قادر به تغییر زندگی هستند و می بایست پاسخگو برای نسل های آینده باشند و در تمام بخش ها به جامعه خدمت کنند ... از نظر این سازمان، مسائل مهم جهان مدرن؛ جهانی سازی، دیجیتالی شدن، تغییرات جمعیت، قطبی شدن است و موزه قادر است با برخورد ایده ها درباره ریشه اصلی این مسائل به بحث بپردازد» (Nemo, 2015:17). نقش اجتماعی ارتباط برای نخستین بار از سوی هارولد لاسول^۴ صورت گرفت او «سه نقش نظارت بر محیط - ایجاد و توسعه همبستگی اجتماعی- انتقال میراث فرهنگی را برای وسایل ارتباط جمعی در نظر گرفت که چند سال بعد چارلز رایت نقش سرگرمی و تفریحی را به آن اضافه کرد» (کاظم زاده. کوهی، ۱۳۸۹: ۱۹۴، ۱۹۵). درواقع با تغییر راه جهان، تمرکز بر تحقیقات همگانی بیشتر شده و موسسات در حال تلفیق ارتباطات عمومی هستند و هدف «پیشرفت دانش می باشد عناصر میراث فرهنگی ملموس

1 Icom
2 vygotsky
3 www.ne-mo-org
4 Haroldlaswell

هستند و گفتگوی جدیدی را انجام می دهند و شامل فرهنگ مادی است و میراث ملموس موزه‌ها درک و مفهوم جدیدی در مورد چگونگی سازماندهی فرهنگ و جامعه را ایجاد کرده اند که نه تنها ارزش های علمی فرهنگی را ارزشمند کرده است بلکه برای جامعه سودمند هستند ... منابع فرهنگی موزه‌ها بطور فزاینده ایی در ارتباط با شیوه زندگی مردم هستند و برای درک آنها مبنایست ارتباط نزدیکی با آنها برقرار نمود... موزه‌ها در حال ساختن شبکه های پیچیده و پویا هستند و به هم مربوطند و هرکدام به شبکه های بزرگتری متصل شده اند و با اینترنت به دیگر شبکه های اجتماعی حرفه ایی و حتی اقتصادی متصل شده است ... هر موزه در موقعیتی منحصر بفرد در شبکه ای قرار دارد و ارتباط برقرار می کند و مخاطبین - سیستم های آموزشی - سازمان های دولتی و غیر دولتی - و موزه‌ها جوامعی شده اند تا با هم خوشه های جدیدی را ساخته و در یک شبکه عظیم برای تعامل و اشتراک گذاری دانش خود بطور مستقل و جدید جهت گیری کنند» (Hennes, 2007): 96, 98, 101, 105. در رابطه با ایجاد ارزش های اجتماعی توسط موزه‌ها «ریچارد سندل^۱ بطور گسترده درباره نقش موزه‌ها در ارتقاء حقوق بشر، عدالت اجتماعی و برابری تحقیق کرده است و از بحث‌های مهم اجتماعی در موزه‌ها را ارزش های اجتماعی می دانست که می بایست نمایش داده شود» (Malde, 2017) باب جونز^۲ از موزه‌ها به «عنوان سازمان اجتماعی بنام (موزه ذهن) نام می برد موزه ایی که از محیط اطرافش آگاه بوده و برای بهبود جامعه تلاش می کند» (Abdelrazek Eid, 2019). ابعاد اجتماعی موزه‌ها همواره تشویق می شوند تا جایی که در سال ۲۰۱۸ میلادی انجمن موزه‌های اروپایی^۳ در انگلیس جوایزی برای تغییر ماهیت موزه‌ها یی در نظر گرفت که موضوعات آنها بیشتر درباره ارتقای سلامت و رفاه و مکان های جذاب بود. در سال ۲۰۱۳ میلادی این انجمن در گزارش ۱۵ صفحه ای خود با عنوان، موزه و تغییر زندگی به نقش اجتماعی موزه در دنیای معاصر پرداخت و از موزه‌ها در خواست کرد تا از وظایف سنتی خود فراتر رفته و نیاز جامعه را شناسایی کنند از همه مهتر تأثیر نمایشگاه‌های خود را سنجش نمایند. این روند سبب شد تا بعدها فرصتی برای موزه‌ها فراهم شود تا با همکاری موسسات دولتی مدل نوآوری اجتماعی را با قدرت دیجیتال به ظهور رسانند.

۲-۳- موزه دیجیتال^۴

موزه دیجیتال، با نام های متفاوت «موزه مجازی^۵، موزه دیجیتال^۶، موزه الکترونیکی^۷، موزه بدون دیوار^۸، موزه آنلاین^۹، موزه خیالی^{۱۰}» (کردی، ۱۳۸۷: ۳) به مفهوم الکترونیکی شدن است؛ اما دیجیتالی شدن در زبان انگلیسی با حرف (E) رواج یافته و «E منظور الکترونیک برای همه چیز و کنایه از فرآیندی است که جامعه شناسان از آن برای دیجیتالی شدن یا الکترونیکی شدن می نامند» (فاضلی، ۱۳۸۵: ۲۹). جنبش دیجیتال سازی موزه‌ها در آغاز قرن ۲۱ میلادی و با آموزش آن در یک سمینار علمی شروع شد و مربوط به مرکز فضایی ملی لندن در سال ۲۰۰۱ میلادی است «در این مجمع سیستم اطلاعات بایگانی و استاندارد مرجع^{۱۱} مطرح شد تا دانش خود را از راه آموزش دیجیتال در تمام زمینه ها به اشتراک گذارد و یکی از آنها موزه‌ها بودند تا در اجرای آن ارتباط بین عموم و موزه برقرار و راهکارهایی نوینی برای آینده موزه و دستاوردهای آن تنظیم گردد» (Cheng, 2012: 646, 647, 648). به احتمال زیاد شکل گیری اولیه موزه دیجیتال با متن و تصویر شکل گرفته است و جنبه تبلیغی آن برای گسترش اینترنت بود که مزایای آن انگیزه جدیدی را ایجاد کرد تا برای آرشیو آنلاین موزه‌ها استفاده شود. این اتفاق بعدها به شکل گیری هسته اولیه موزه‌های دیجیتال منجر شد و همزمان با تصویب منشور حفاظت از میراث مادی در مجمع یونسکو در سال ۲۰۰۳ میلادی موزه‌های دیجیتال اهمیت یافتند. دنیای دیجیتال فرصت های زیادی برای ارتباط و تعامل عموم فراهم کرد و موزه با فضای مشترک عمومی به مخاطبان فرصت بیشتری برای تعامل و شرکت در فضاهای گفتامی قرار داد. هدف دیجیتال سازی موزه‌ها، ایجاد فهم و گفتگوی مخاطبان است و موزه در تلاش است تا دسترسی مخاطبان را به اطلاعات لازم با کمک ابزارهای جدید بیشتر کند. فرهنگ و تدبیر دیجیتالی باعث شد تا موزه‌ها افزایش مشارکت عمومی و قابلیت دسترسی به منابع موزه را از نتایج دیجیتالی شدن موزه و نوآوری های آن بدانند. از مصادیق دیجیتالی شدن موزه‌ها در اروپا (نوآوری های

1 Richard sandell

2 Bob jons

3ma

4 E-museum

5 Virtual museum

6 Digital museum

7Electronic museum

8 Museum with out wall

9 Online museum

10 Abstract museum

11Oais

اجتماعی دیجیتال است)^۱ و هدف؛ استفاده از توانایی دیجیتال برای بهبود جامعه است که ابزار زبانی آن کمک می‌کند تا مخاطب بطور آنلاین به موزه دسترسی یابد. عملکرد ساختاری و دیجیتالی موزه تغییر اساسی در سیستم عملیاتی موزه ایجاد کرده است که در وهله اول موزه را از حالت سنتی خارج می‌کند. مدل نوآوری های اجتماعی دیجیتال موزه‌ها، چارچوبی در برخورد فناوری نوین و تمایل به ارایه راه حل های جدید برای رویارویی با مسائل اجتماعی است که با افزایش دسترسی به اینترنت داده‌های باز را در سراسر جهان گسترش دهد.

۲-۴- موزه بیش پیوسته^۲

موزه بیش پیوسته و زبان اطلاع‌رسانی آن مهمترین اتفاق دنیای معاصر موزه‌هاست که در آن ارزش گذاری تاثیرات اجتماعی اهمیت ویژه‌ای دارد. از گذشته تاکنون ارکان آموزشی موزه‌ها با رشد ابعاد وجودی مخاطبان تغییر کرده است و این امر باعث شد تا موزه‌ها بر خلاف گذشته به حوزه مطالعات میان رشته ای ورود کنند تا راهکارهای نوینی برای تغییر منش و نگاه انسان معاصر به دست آورند. دراین راستا ارتباط جدیدی با جامعه برقرار شد و سبب گردید تا در قالب نهاد مهم برای تقویت حضور بازدیدکنندگان از زبان متفاوتی برپایه فناوری های دیجیتال استفاده شود. این اقدام منجر به ایجاد موزه بیش پیوسته گردید. موزه بیش پیوسته در جهت ارزش گذاری به سرمایه های فرهنگی و مدنی جامعه؛ زمینه نوعی تبادلات نظری و مشارکت مخاطبین را فراهم نمود. «در نیمه دوم قرن ۲۰ میلادی دو تغییر عمده رخ داد ابتدا تغییر نگاه عموم به موزه‌ها بود که نشان میداد ورود مخاطبین به موزه از روی مطالعه است و این روند فرایند تغییر عمیق در رابطه بین نهادها را باعث گردید و مکان ها و فرهنگ هایی که بطور سنتی فعالیت داشتند مجدداً مورد مطالعه قرار گرفتند دوم اینکه تحول عمده ایی در نوع رفتار و سلیقه و نیازهای بازدیدکنندگان موزه‌ها اتفاق افتاده بود» (Hennes,2007:91). از خلاصه مصاحبه های انجام شده در تابستان سال ۲۰۰۶ میلادی که توسط انجمن بین المللی موزه‌ها به دست آمد: «موزه در منافع تاریخی خود با یکدیگر و سازمانها مشترکند و جامعه انسانی در حال ایجاد اتصالات جدید سراسری در جامعه و خارج از مرزهای فرهنگی است و این ارتباط فعال و پیچیده روابط شبکه ایی را به سوی اهداف مشترکی سوق داد و موزه‌هایی ظهور کردند که در حال تبدیل شدن به موزه‌های تحت عنوان بیش پیوسته شدند» (Hennes,2007). مفهوم موزه‌های بیش پیوسته اولین بار با شعار سال ۲۰۱۸ میلادی ایکوم با مفاهیم (رویکردهای نو و مردمان نو) مطرح شد و منظور آن دسترسی به امکانات پیشرفته دنیای امروزی است که ارتباط گسترده ای را فراهم می‌کند. اصطلاح این موزه توسط (آنابل کو آن هاس – بری ویمن)^۳ با مطالعه روابط انسان و سازمانهای شبکه محور کاربرد یافت. این اصطلاح شامل ایمیل و تلفن همراه و اینترنت ... است. در تعریف این موزه علم رایانه صفتی است که هر گونه ارتباط با مفهوم جدید فناوری پیشرفته را برقرار می‌کند. مفهوم بیش پیوستگی به منزله رویکرد نوینی در عرصه اطلاع‌رسانی موزه‌هاست و عالی ترین هدف آن مشارکت و تعامل با جامعه مخاطب می باشد. در موزه بیش پیوسته ارتباط افراد مهمترین نوع ارتباط است و برای گسترش آن از موضوعات مختلف اجتماعی استفاده می‌شود. رویکردهای نو مفهومی است که در آن موزه بیش پیوسته می خواهد تا خدمات آموزشی خود را متناسب با مفهوم مردمان نو ارائه کند. شناخت مردمان نو در موزه بیش پیوسته باعث شد تا در این رابطه؛ شکل تازه‌ای از ارتباط انسان و تکنولوژی – انسان و انسان به وجود آید. مفهوم بیش پیوستگی، قرار گیری مجموعه های متنوع و فراوان از ابزار ساده دیجیتالی موزه‌هاست که در کنار هم شبکه گسترده ای را تشکیل می‌دهد. دراین وضعیت مخاطبین جدید در یک حوزه وسیع عمومی به گفت‌وگو مشغول می شوند و در آن امکانات موزه بیش پیوسته بر مبنای آزادی ارتباط وب، آموزش به مخاطبین در قالب ابزار زبانی جدید تعمیم می بخشد.

۳- مطالعه موردی: موزه دیجیتال دفاع مقدس تهران

باغ موزه دفاع مقدس تهران اولین موزه تمام دیجیتال با نوآوری اجتماعی در ایران است و در منطقه عباس آباد به مساحت ۲۱ هکتار و زیر بنای ۴۲ هزار متر مربع ساخته شده است. در این موزه با بهره گیری از فن آوری های نوین؛ مفاهیم و ارزش های مربوط به جنگ ۸ ساله ایران را به نمایش گذاشته است. موزه ۷ تالار دارد که هر کدام بخشی از تاریخ معاصر ایران از سال ۵۷ را روایت می‌کند. تماشای موزه ۹۰ دقیقه زمان لازم دارد و در هر تالار موزه؛ رویدادی حکایت می‌شود تا بازدید کننده بتواند اتفاقات دوران جنگ را بطور زنده و با تجسم عینی فضاهای میدان مبارزه و در ابعاد واقعی یا نمادین که شبیه سازی ساخته شده است مشاهده کند. در انتهای تالارها مسجد جامع خرمشهر در ابعاد اصلی ساخته شده است تا یاد آوری آخرین روزهای جنگ باشد. هفت تالار موزه به ترتیب شامل (آستانه؛ حیرت و حقانیت، دفاع، آرامش و مقابله، شهادت، پیروزی، سرانجام) نامگذاری شده است.

1DSI-Digital social innovation museum

2 Hyperconnection museum

3 Anabel quanhas-Barry weeman

در تالار اول (آستانه): ۳۸ نمایشگر ویدئویی (ویدئو وال های بزرگ) قرار دارد که مبارزات مردمی را از سال ۳۲ تا ۵۷ در ۱۰ نقطه نمایش می دهد و شامل اتفاقات تاریخ کودتا -درگیری های مردمی- اتفاقات سیاسی و جشن های ۲۵۰۰ ساله ایران و در نهایت انقلاب اسلامی ایران است. (تصویر یک).

در تالار دوم (حیرت و حقانیت): شروع جنگ ۸ ساله ایران را با شبیه سازی و تجسم عینی نمایش می دهد و در بخش (دیوار هجوم سراسری) یورش دشمن را با تصاویر متحرک و بر دیواری به طول ۳۵ متر با استفاده از ۱۰ ویدئو پروژکشن تصویر سازی شده است. همچنین با استفاده از قطعات واقعی بر جا مانده از بمباران جنگ، مدل شبیه سازی شده پالایشگاه آبادان را که همواره زیر آتش جنگ بود تصویر سازی می کند. محله خرمشهر در دوران ۱۹ ماهه اسارت بصورت کامل تخریب شده بود و در این تالار بصورت بزرگترین کار حجمی و واقعی ساخته شده و شامل بازار تخریب شده - نخل های سربریده و سوخته - مدارس ویران ... است. در یکی از کلاس ها ی درس عقربه ساعت زمان آغاز جنگ را به نمایش گذاشته است. اتاق بمباران شامل ۷ دقیقه فیلم از حملات هوایی دشمن است که با لرزش زیر پای بازدید کننده و صدای گوش خراش بمب، وحشت ناشی از حملات دشمن را ملموس تر می کند. (تصویر دو).



تصویر ۲- تالار حیرت و حقانیت (ماخذ: بروشور موزه دفاع مقدس)



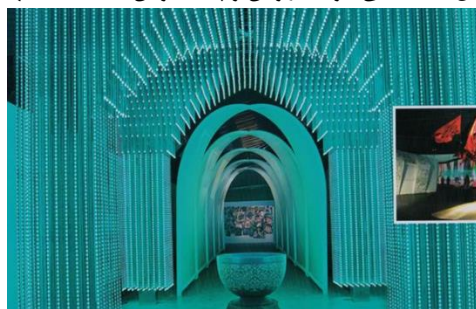
تصویر ۱- تالار آستانه (ماخذ: بروشور موزه دفاع مقدس)

در تالار سوم (دفاع): تحرکات رسانه های بیگانه توسط نمایشگرهای بزرگی به نمایش در آمده است و در کنار آنها از درخت سرو به عنوان نمادی از ایستادگی مردم ایران در سنین و اقوام مختلف استفاده می شود. بخش مهم این تالار پرچم ایران است که نماد یکپارچگی مردم محسوب می شود و در کنار آن برای القای مقاومت سربازان میادین جنگی مناطق سرد و گرمسیر، سنگرهای سرد و گرم را بصورت شبیه سازی و واقعی ساخته اند تا تداعی کننده وضعیت جوی ایران دوران دفاع باشد. دیوار منحنی LED در تالار سوم، تصاویری از سربازان را در سنین مختلف به همراه هدایان مادی آنان در ویتترین نمایش می دهد. (تصویر سه).

در تالار چهارم (آرامش و مقابله): فرآیند مهندسی و طراحی عملیات ها با ابتکار عمل نیروهای خودی نشان داده می شود که توسط (پرده مه) است. پشت پرده تصویر چند سرباز دشمن قرار دارد که با نزدیک شدن بازدید کننده به پرده، دشمن حالت تهاجمی به خود می گیرد. در نمایی واقعی از سنگر فرماندهان؛ طرح ریزی عملیات بصورت عینی است و در زمین رمپ آن میادین مین گذاری شده به چشم می خورد. در این سالن، روایت جنگ با صدا و تصویر و به شیوه نمایش هو لوگرام در ۷ دقیقه انجام می شود و با استفاده از ۶ نمایشگر، تحرکات خائنین و و فعالیت آنها را علیه مردم به تصویر میکشد. تمام عملیات جنگی با استفاده از پرده های فعال شده لمسی، توسط راویان و پیشکسوتان جنگ؛ مناسبت های مختلف تاریخ جنگ را روایت می کند. (تصویر چهار)



تصویر ۴- تالار آرامش و مقابله (ماخذ: بروشور موزه دفاع مقدس)



تصویر ۳- تالار دفاع (ماخذ: بروشور موزه دفاع مقدس)

در تالار پنجم (شهادت) با پل شهادت آغاز می شود و بازدید کننده با گذر از پل سفید اسامی تمام شهدا را در دوطرف به شکل مجازی می بیند. در پایان تالار، سیستم های تعبیه شده است تا اطلاعات مورد نیاز هر کدام از شهدا در دسترس قرار گیرد. ویدئو

پروژکتورهای این تالار مراسم های آیینی را به نمایش گذاشته اند و توسط دو نمایشگر مجزا، دردهای جسمانی جانبازان جنگ نمایش داده می شود. در بخش اصلی تالار، نمایشگرهایی به موضوع شهدا می پردازد. از راه ۳ نمایشگر عکس قربانیان شیمیایی در مقابل دیدگان قرار می گیرد و سپس با فیلم کوتاهی تصاویر زندگی اسرای ایران در اسارت گاه دشمن نمایش داده می شود. (تصویر پنج).

در تالار ششم (پیروزی) به مراحل پیروزی و خاتمه جنگ می پردازد و شامل نمایشگرهایی برای تصویر سازی شادی مردم از اتمام جنگ است. همچنین با ادغام تصاویر دیجیتال؛ صحنه مجازات دشمن نمایش داده می شود. در رمپ لوگوی این تالار نیروهای عمل کننده در طی ۸ سال جنگ دیده می شوند و هر علامت، نماد یک نیرو است. در بخشی از تالار وقایع آخر جنگ با یک هیبرید وال و پرینت گرافیکی روی دیوار به وقایع سال آخر جنگ اشاره کند. (تصویر شش).



تصویر ۶- تالار پیروزی (ماخذ: بروشور موزه دفاع مقدس)



تصویر ۵- تالار شهادت (ماخذ: بروشور موزه دفاع مقدس)



تصویر ۷- تالار پیروزی (ماخذ: بروشور موزه دفاع مقدس)

در تالار هفتم (سرانجام) صحنه پایان جنگ را با ۹ آینه در بدو ورود نمایش می دهد که با نور متمرکز توسط ۶ پروژکتور بالکن بازسازی شده حسینه جماران را نورانی می کند. همچنین تصاویری از مرگ رهبر انقلاب اسلامی و مراسم تشیع جنازه با پروژکشن روی دیوار ها به نمایش درآمده است. با استفاده از هیبرید وال ۶ نمایشگر تاج اسکرین؛ سند چشم انداز ۲۰ ساله ایران به نمایش گذاشته شده است که بازدید کننده پس از عبور از آن شاهد تصاویر راهپیمایی سالروز پیروزی انقلاب اسلامی است. در این سالن دستاوردهای نظامی جنگ با ۴ نمایشگر معرفی شده است و هولوگرام های لیزری دستاوردهای کشور را در حوزه های مختلف و بصورت ۳ بعدی نمایش می دهد. (تصویر هفت).

در موزه دفاع مقدس تهران؛ تالار پروانه ها با جنبه موزه ای و حجمی به یاد شهدای ۸ ساله دفاع ساخته شده است و شامل آثار یادگاری شهدا - استودیوی نشست پیشکسوتان جنگ - گالری تصاویر سه بعدی - تندیس فرماندهان جنگ است. در بخش باکس آثار؛ تصاویر ۱۵۰۰ شهید بصورت لیزری نمایش داده می شود و در استودیوی پیش کسوتان جنگ مکانی برای نشست با بازدیدکنندگان تعبیه شده تا کهنه سربازان جنگ با آنها گفتگو دو طرفه برقرار کنند. در موزه؛ بخش سراسر نما (پانوراما) ساخته شده است که در بخش جنوب موزه و در بنای ۴۵۰۰ مترمربع است و در بخش مرکزی آن سازه بتنی کروی یکپارچه در ۳ طبقه قرار دارد و بالای آن فیلمی از حماسه جنگ ۸ ساله ایران بصورت ۳۶۰ درجه پخش می شود و در طبقه زیرین نمایی از آزادی خرمشهر در معرض دید قرار دارد.

۳-۱- تحلیل و ارزیابی

الف- روش کار: برای ارزیابی و تحلیل موضوع مقاله از روش پیمایشی برای جمع آوری اطلاعات و داده ها و با استفاده از پرسشنامه کار شد که در برگیرنده فهرستی از مطالب طراحی شده برای به دست آوردن اطلاعات مورد نظر است. مطالب مذکور در نمودارهای به دست آمده از سنجش بازدیدکنندگان شامل موارد زیر است: تکنولوژی نمایشی بکاررفته در موزه قابلیت اطلاع رسانی موضوع جنگ را برای بازدید کننده فراهم می کند - بازدید کننده تمایل به بازدید مجدد دارد - نمایشگاههای موزه بلحاظ هنجاری

و تغییر رفتاری و احساسی بازدید کننده نسبت به موضوع جنگ موثر است - برنامه های موزه از راه رسانه های اجتماعی دنبال می شود - نمایشگاه موزه دفاع مقدس باعث گفتمان در فضای پس از دیدار موزه می شود. جمع آوری داده ها با حجم نمونه گیری ۳۲۵ نفر انجام شد و طبق برآورد صورت گرفته تعداد مراجعین روزانه ۳۰۰ نفر است که در طول یک هفته برای توزیع پرسش نامه ها ۲۱۰۰ نفر از موزه بازدید کرده اند. موزه دفاع مقدس از نسل موزه های سوم و محتوی محور می باشد و با امکانات دیجیتال به ارائه مفاهیم می پردازد. جامعه آماری این مقاله، مجموعه افرادی هستند که بر مبنای یک صفت مشترک بررسی شده اند و مخاطبین موزه جنگ می باشند. گرد آوری داده ها از راه مشاهده و پرسش نامه انجام شد و برای سنجش نهایی، پرسش نامه ها با اهداف زیر تدوین گردید:

۱- شناسایی عملکرد موزه بیش پیوسته دیجیتال در قالب موزه دفاع مقدس تهران.

۲- دریافت میزان افزایش آگاهی و حس حضور بازدید کننده از محتوای نمایشگاه های موزه دفاع مقدس تهران.

در این مقاله با فرض اینکه مدل جدید نوآوری دیجیتال قابلیت بهره برداری لازم برای تأثیر پذیری اجتماعی بازدید کننده را فراهم می کند دو سوال در این مقاله مطرح شد که برای پاسخگویی به آنها به تفکیک محتوای موزه پرداخته تا در پرسش نامه ها میزان تأثیر گذاری آن سنجش شود. بازه زمانی کار پیمایش در سال ۱۳۹۸ از ۱۵ شهریور تا ۳۰ مهر است.

ب- گرد آوری داده ها: نمودار و جدول ها:^۱ با استفاده از پرسش نامه های توزیع شده ۳۸۴ حجم نمونه گیری بر اساس فرمول کوکران به دست آمد و در جدول دسته بندی می شود.

جدول ۱- توزیع فراوانی بازدیدکنندگان به تفکیک گروه سنی

سن	زیر ۲۰ سال	۲۱-۳۰ سال	۳۱-۴۰ سال	۴۰ سال به بالا
درصد	۱۲٪	۴۵٪	۲۰٪	۲۳٪

جدول ۲- توزیع فراوانی بازدیدکنندگان به تفکیک میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	زیر دیپلم	دیپلم	فوق دیپلم	کارشناسی	کارشناسی ارشد و دکترا
درصد	۱۲٪	۱۸٪	۶٪	۴۱٪	۲۳٪

جدول ۳- توزیع فراوانی بازدیدکنندگان به تفکیک فراوانی دیدار موزه

فراوانی دیدار موزه	قبلا موزه را دیدم	یک بار موزه را دیدم	همیشه موزه را دیدم	قبلا موزه را ندیده ام
درصد	۱۶٪	۲۰٪	۳۶٪	۷۴٪

جدول ۴- توزیع فراوانی بازدیدکنندگان به تفکیک نحوه آشنایی با موزه

نحوه آشنایی با موزه	بهر	صدا و سیما	فضای مجازی	دوستان	آژانس های فرهنگی	سایر
درصد	۸٪	۱۳٪	۱۰٪	۴۸٪	۳٪	۲۳٪

جدول ۵- توزیع فراوانی بازدیدکنندگان به تفکیک پیشنهاد بازدید به دیگران

پیشنهاد بازدید از موزه به دیگران	به دیگران بازدید را پیشنهاد می دهم	به دیگران بازدید را پیشنهاد نمی دهم
درصد	۹۷٪	۳٪

جدول ۶- توزیع فراوانی بازدیدکنندگان به تفکیک جذابیت اطلاع رسانی تکنولوژی موزه

جذابیت اطلاع رسانی تکنولوژی موزه	پرمفهوم و اثر گذار	جذاب و زیبا	پیشرفته و مدرن	آموزنده	سرگرم کننده	پرهزینه	کم محتوا و ناقص	مبهم و گیج آور	خسته کننده	بی روح و نامانوس
درصد	۵۵٪	۵۵٪	۵۳٪	۴۴٪	۲۱٪	۱۰٪	۵٪	۴٪	۴٪	۲٪

جدول ۷- توزیع فراوانی بازدید به تفکیک میزان احساس شکل گرفته در بازدید کننده با دیدار موزه

میزان احساس شکل گرفته در بازدید کننده زمان دیدار موزه	غرور و افتخار	اندوه و ناراحتی	تفروزلزدگی	هیچ احساسی	سایر
درصد	۴۷٪	۱۷٪	۱۳٪	۴٪	۵٪

۱- ارقام آماری برداشتی از گزارش سنجش بازدید کنندگان موزه دفاع مقدس سال ۹۸ است.

جدول ۸- توزیع فراوانی بازدید به تفکیک میزان احساس شکل گرفته در بازدید کننده پس از دیدار موزه

میزان احساس شکل گرفته در بازدید کننده پس از دیدار موزه (تغییر در رفتار و نگرش)	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
درصد	۱٪	۴٪	۲۲٪	۴۱٪	۳۲٪

جدول ۹- توزیع فراوانی بازدیدکنندگان به تفکیک توانایی موزه در نمایش حقایق جنگ

توانایی موزه در نمایش حقایق جنگ	کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم
درصد	۲٪	۴٪	۹٪	۵۰٪	۳۵٪

جدول ۱۰- توزیع فراوانی بازدیدکنندگان به تفکیک افزایش اطلاعات درباره جنگ پس از بازدید از موزه

افزایش اطلاعات درباره جنگ پس از بازدید از موزه	کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم
درصد	۱٪	۴٪	۹٪	۵۳٪	۳۳٪

ج- تحلیل داده‌های گردآوری شده: با توجه به اطلاعات جمع‌آوری شده توسط پرسشنامه‌ها؛ بر اساس فرضیه مقاله به پرسش‌های مقاله پاسخ داده می‌شود. به نظر می‌رسد در بازآفرینی یک جامعه با ایجاد ارتباط همگانی و با هدف تأثیرگذاری اجتماعی؛ بازدیدکنندگان این موزه توانسته‌اند با استفاده از نوآوری دیجیتال موزه بیش پیوسته و در فضای حوزه عمومی هاب‌ماس به درک تازه‌ای از تبادل افکار و تغییر رفتار نسبت به موضوع جنگ و اتفاقات آن دست یابند. در جدول زیر بازخورد اطلاعات تحلیل شده است.

جدول ۱۱- سنجش داده‌ها - موزه دفاع مقدس

بازخوردهای اطلاعات	درصد تأثیر پذیری	تحلیل
بیشترین سن بازدید کنندگان	۲۱-۳۰ سال	قشر جوان بیشترین بازدیدکنندگان بودند
میزان تحصیلات	کارشناسی ۴۱٪	قشر جوان با تحصیلات متوسط بیشترین بازدید رداشتند
فراوانی دیدار موزه	۷۴٪ قبلاً ندیده بودند و ۳۶٪ همیشه می‌بینند	افزایش سطح بازدید برای افرادی که اولین بازدید می‌کنند نشانگر تأثیر اجتماعی موزه است
نحوه آشنایی با موزه	۴۸٪ آشنایان	نشانگر تعامل اجتماعی و مشارکت بازدیدکنندگان در فضای بیرون از موزه است
پیشنهاد بازدید موزه به دیگران	۹۷٪	نشانه موفقیت موزه در تأثیرگذاری
جذابیت اطلاع‌رسانی دیجیتال موزه	۵۵٪ پرمفهوم و موثر - ۵۵٪ جذاب و زیبا ۵۳٪ پیشرفته و مدرن ۴۴٪ آموزنده ۲۱٪ سرگرم کننده	قابلیت استفاده از امکانات نوین آموزشی را نشان می‌دهد
میزان احساس شکل گرفته هنگام بازدید از موزه	۴۷٪ غرور و افتخار ۱۷٪ ناراحتی	تأثیرگذاری اجتماعی (تقویت هویت ملی)
میزان احساس شکل گرفته پس از بازدید موزه	۴۱٪ زیاد - ۳۲٪ خیلی زیاد ۲۲٪ متوسط	تغییر در نگرش و رفتار
میزان تأثیرگذاری در بازنمایی حقایق و مفاهیم و ارزش‌های پاسداری از کشور در طول جنگ	توانایی موزه در نمایش حقایق جنگ	۵۰٪ موافق ۳۵٪ کاملاً موافق رویکرد نو
	افزایش اطلاعات درباره جنگ پس از بازدید موزه	۵۳٪ موافق ۳۳٪ کاملاً موافق مردمان نو

۴- بحث و نتیجه‌گیری

حوزه عمومی هابرماس و موزه بیش پیوسته در بخشهای مربوط به تبادل افکار و تعامل و مشارکت عموم در وضعیت مشابه هستند و هدف آنها تأثیر گذاری بر جامعه و ایجاد یک نهاد و مرکز فرهنگی است تا با ابزار منحصر به فرد خود ارتباط بیشتری برای همبستگی عموم فراهم کنند. موزه بیش پیوسته به‌منزله ابزار جدید حوزه عمومی هابرماس؛ رسانه همگانی و به نوعی گستره عمومی هابرماس را توسعه بخشیده است. در فضای عمومی این موزه ویژگی اجتماع پذیری افراد با ابعاد متفاوت بصری و آموزش محتوایی آن به ثمر می‌نشیند. محیط موزه علیرغم تفاوت‌های فرهنگی و نژادی و زبانی تجربیات بازدیدکنندگان را بر اساس درک و ارتباط با محیط محقق می‌کند. نمایشگاه با زبان ابزاری خود به انعکاس‌های رفتاری آنها پاسخ می‌دهد. با تأکید بر موضوع گفت‌وگو ن هابرماس بر اهمیت فضا و حوزه عمومی به منظور تبادل افکار و کنش‌های انسانی به نظر می‌رسد استفاده از امکانات دیجیتال و نوآوری موزه بیش پیوسته در مطالعه موردی موزه دفاع مقدس تهران توانسته است تا بازدیدکنندگان را با موضوع اخلاقی نمایشگاه (بازنمایی حقایق و مفاهیم و ارزش‌های مربوط به حفاظت و پاسداشت تمامیت ارضی ایران) درگیر کند و در این مسیر ارتباط خود را با بیان موضوع حفظ نموده و در نهایت با درگیری رفتاری باعث می‌شود تا بازدیدکننده از راه مشارکت به حوزه عمومی دست یابد. در موزه بیش پیوسته دفاع مقدس تهران مسائل مختلف جنگ بطور متنوع بیان می‌شود و ساختارهای مؤلفه (مردمان نو - رویکرد نو) با نظریه گستره همگانی هابرماس هماهنگ است. در این موزه به روش کاملاً دیجیتال برای درک داستان جنگ ایران طراحی شد و یازدهن بازدیدکننده سروکار دارد و هدف آن راه یافتن عموم به صحنه‌ای است که در آن قربانیان جنگ وقایع و حوادث برای مردمان نو شرح داده می‌شود تا ارزش آزادی کنونی و مشکلات و مصایب چگونگی پیروزی را درک کنند. روایت پردازی و تجربه گرایی این موزه به شکلی است که با پیوندهای عینی اشیای مرتبط با مجموعه دیجیتال شجاعت و فداکاری سربازان را با قدرتمندی به نمایش می‌گذارد. در جدول زیر توسعه و تحقق گستره عمومی هابرماس توسط موزه بیش پیوسته در قالب موزه دفاع مقدس تهران نمایش داده می‌شود.

جدول ۱۲- بحث و نتیجه‌گیری موزه بیش پیوسته و حوزه عمومی هابرماس

موزه بیش پیوسته	حوزه عمومی هابرماس	نهاد اجتماعی
موزه‌های دیجیتال (دفاع مقدس تهران)	ایجاد انجمن‌ها و نهادهای اجتماعی	کنش فردی
تغییر رفتاری و احساسی پس از بازدیدی و پیشنهاد بازدید به دیگران	جنبه‌های مختلف اقدامات فردی در جامعه	تبادل افکار
بازخوردهای احساسی دیداری در قالب رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی	فعالیت‌های عمومی اطلاع‌رسانی در حوزه مطبوعات و رسانه‌های جمعی	تعامل و مشارکت
دنبال کردن موزه از راه اطلاع‌رسانی مجازی	در قالب فعالیتهای متنوع اجتماعی و مدنی	رویکرد نو
استفاده از فضای مجازی و سیستم‌های پیشرفته رایانه - روایتگری موزه	استفاده از مطبوعات - کتابخانه‌ها - رسانه‌های جمعی حقیقی و مجازی	مردمان نو
رده سنی بازدیدکنندگان جوان به‌عنوان مهمترین قشر جامعه	عموم افراد تأثیر گذار با رده‌های سنی	

۴-۱- سخن آخر

موزه معاصر بر خلاف موزه سنتی که بر پایه شی‌محوری حرکت می‌کرد، به موضوع مخاطب محوری می‌پردازد و در دنیای جدید به‌عنوان عامل تغییر اجتماعی به دنیا معرفی می‌شود؛ زیرا تمام دستاوردهای بشری حول رفاه و تغییر انگیزش فردی انسانها به دست می‌آید و موزه به‌عنوان مکانی برای ایجاد فضایی عمومی و غیر وابسته بیشترین وظیفه را به عهده‌دارد. در نتیجه به دلیل اهمیت مخاطب، مسائل و مشکلات جامعه مخاطبین هم قابل اعتنا است تا موزه‌ها از این طریق سعی کنند با استفاده از توانمندی‌های جامعه انسانی به بهبود وضعیت بشری دست یابند. همزمان با تغییر شکل زندگی و گستردگی حوزه‌های عمومی عصر جدید، فناوری‌های دیجیتال در تمام ابعاد زندگی انسان دوره معاصر ورود کرد و موزه‌ها از این اتفاق تازه به‌منزله فرصتی برای ارائه راه حل‌های مواجهه با مسائل انسانی استفاده کردند. در واقع موزه‌ها در رویارویی با مخاطبین متفاوتی قرار گرفته‌اند که بخش مهم

ملزومات ارتباطی آنها را دنیای مجازی در بر گرفته و موزه می بایست از قدرت مجموعه های خود با استفاده از ابزار ارتباطی زبان جدید برای یافتن راهکارهای پایدار و تعدیل فشارهای اجتماعی استفاده کند. یکی از این قدرتها تقویت ارزشهای جامعه است و آموزش های متأثر از شرایط جامعه بشری به موزهها ثابت کرده است که با استفاده از قابلیت های کنش ارتباطی میتوان تمایلات انسانی را یکنواخت کرد. در این راستا بخش عظیمی از اندیشه های توسعه جوامع بر اساس آموزه های موزه های اجتماعی تحقق یافته است تاجایی که سازمان یونسکو با هدف ارتقای آگاهی و تثبیت روابط انسانها به موزه های معاصر دستور داده است تا به منظور مشارکت در تغییر الگوهای تربیتی و ارزشی جامعه انسانی بی تفاوت نمانند. در نتیجه با توسل به مطالعات میان رشته ایی و رویکردهای نظری جدید، طرح ایجاد موزه بیش پیوسته مطرح شد تا به عنوان یک عنصر مساعد آموزشی برای ارتقای ارزشهای جامعه مبادرت گردد برای این مهم، موزه مجازی با استفاده از قابلیت های مجذوب کننده فناوری و تغییر نوع نگاه و تقویت حس دریافت و ادراک افراد رشد به سزایی کرد تا بطور گسترده در جنبش های اجتماعی و آموزش و سازماندهی ارتباطات انسانها همبستگی ویژه ایی برقرار گردد. هم اکنون به نظر می رسد موزه دیجیتال مصداق گستره جهانی است که زمینه های تربیت اخلاقی و کنش های ارتباطی را فراهم نموده تا با توجه به اندیشه هابر ماس در طرح حوزه عمومی برای دستیابی انسانها به آرمانهای خود در بازسازی دوران اخیر برآید. رویکرد معرفت شناسی هابر ماس با کنش ارتباطی افراد می تواند جامعه مدرن را در مسیری از رشد و شکوفایی خرد بر پایه سطوح ارتباطی و مناسبات اجتماعی قرار دهد و در این بین موزهها شرایطی را فراهم کرده اند تا مخاطبین با قرار گیری در شرایط فضای یکسان با واقعیاتی برگرفته از جهان پیرامون با این حقیقت ارتباط یابند تا فرصتی جدید برای درک آنچه آنها را فرا گرفته است فراهم شود. هدف از یادگیری و آموزش اصول اخلاقی توسط موزهها بر پایه تقویت گستره همگانی است تا نقش موزهها از وظایف سنتی آنها فراتر رفته و تا جایی پیش روند که نیازهای جامعه خود را شناسایی کنند و با تحقق مفهوم دیجیتال سازی، دسترسی عموم و درگیری جامعه با موزه را با تداوم بازدیدها رونق بخشند.

تقدیر و تشکر

با سپاس از آقای مجتبی عبادی فتح مدیر امور بین الملل موزه دفاع مقدس که در جمع آوری اطلاعات مربوط به موزه کمک های شایانی داشتند.

منابع

- ۱- احمدی. بابک، (۱۳۷۳)، «مقاله: گستره همگانی در نگرش انتقادی هابر ماس»، نشریه گفتگو، ش ۱، تهران، ص ۹۸ تا ۱۱۱
- ۲- اکبری. کمال، بیگلویی. محمد رضا، (۱۳۹۷)، «نقش رسانه های اجتماعی در ارتقای تحمل اجتماعی»، نشریه سیاست متعالیه، سال ۶ ش ۲۱، تهران، ص ۱۴۷ تا ۱۶۶.
- ۳- خانیکی. هادی، اتابک. محمد، عزیزی. فرید، «تحلیل وضعیت شبکه های اجتماعی مجازی در ایران با رویکرد حوزه عمومی هابر ماس»، نشریه علمی تخصصی مطالعات فرهنگ - ارتباطات، دوره ۱۸، ش ۳۷، تهران، ص ۱۰۱ تا ۱۳۰.
- ۴- دهشیری. محمد رضا، (۱۳۸۸)، «رسانه و فرهنگ سازی»، فصلنامه علمی و پژوهشی تحقیقات فرهنگی ایران، ش ۸، تهران، ص ۱۷۹ تا ۲۰۸.
- ۵- کردی. مهدی، (۱۳۸۷)، «موزه های مجازی و نقش آنها در حفاظت از میراث فرهنگی»، نشریه الکترونیکی دانش و مرمت میراث فرهنگی، سال ۴، ش ۲، ص ۱ تا ۹.
- ۶- فاضلی. نعمت اله، (۱۳۸۵)، «دیجیتالی شدن به سبک ایرانی و ایرانی شدن به سبک دیجیتال»، نشریه علمی پژوهشی رسانه، ش ۶۷ ص ۲۵ تا ۴۸.
- ۷- هابر ماس. یورگن، (۱۳۸۴)، نظریه کنش ارتباطی، جلد دوم، ترجمه: کمال پولادی، موسسه انتشارات روز نامه ایران، تهران.
- 1- Abdelrazek Eid.haithan, (2019), "the interection between social innovation museums and digita ",www.mcn.edu/th-interrection -between -social-innovation-museums-and digital.
- 2- Abdelrazek Eid.haitham, (2019), "digital social innovation and the evolving role of digital in museums", southern university at new Orleans, usa.
- 3- Abdelrazek Eid. Haitham(2015), " THE MUSEUM INNOVATION MODEL: A MUSEUM PERSPECTIVE ONOPEN INNOVATION, SOCIAL ENTERPRISE AND SOCIAL INNOVATION", Thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy at the University of Leicester, School of Museum Studies University of Leicester, September 2015.
- 4- coffee.kevin, (2007), "audience research and the museum experience as social practive, museum management and curatorship", vol.22,no.4,377-389.
- 5- chengli.yu, (2012), "the digital museum: challenges and solution, school of information and communication technology Griffith university", gueonsland, astralia.

- 6- Smith bautista.susana, (2009)," *the social fuction of museums in the digital age*", the international journal of the arts in society,volume.4,no2,9-19. www.arts-journal.com
- 7- Everstijn,carla (2019), "*The digital peresence of museums and the implications for collective memory.boston*".{in}:www.mw19.mwcof.org/paper/the-digital-presence-of-museums
- 8- habermas.juran, (1989)," *the structural transformation of the public sphere:an inquiry in to the category of bourgeoise society*",translated by Thomas berger with the assistance of fredrice lawrenc ,combrige, ma 'mit pess.
- 9- Hennes.tom, (2007), "*hyperconnection:natural history museums,knowledge, and the evolving ecology of community*", fifty years of curator,curator vol.50/1, 108-87.
- 10- Malde.sejulm. (2017), "*museums doing digital and museums doing good-can we forg a connection ?*", www.medium.com/@sejulm/museums-doing
- 11- Noy.chaim. (2017). "*Moral discourse and argumentation in the public sphere: museums and their visitor*", discourse context & media. 39-47. israeal.
- 12-nemo, (2015),"nemo four values museums, Published by NEMO –The Network of European Museum", Organisations, Germany, www.ne-mo-org
- 13- unesco charter on presevations of digital heritage,2003, www.listserv.niif/paper.mail/digital/2003-october
- 14- understanding the social value of digital technologies for museums, www.happymuseumproject.org/wo-content/upload/lgr6-consultation-brief-1.phd

بازتاب مؤلفه‌های ارزش‌های فرهنگی و تجربه شخصی اجتماعی در نوآوری طراحان مد و لباس ایرانی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۲۸

کد مقاله: ۸۴۹۸۴

زهرة برزگری^{۱*}، سید محمود طباطبائی^۲

چکیده

هدف این تحقیق بررسی رابطه ارزش‌های فرهنگی طراحان مد و لباس ایرانی با روند طراحی خلاقانه آن‌ها و همچنین بررسی تأثیر تجربیات شخصی اجتماعی طراحان در ایجاد کالای مد می‌باشد. در این تحقیق با نگاه و رویکرد کیفی، با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته مؤلفه‌های درک ارتباط ارزش‌های فرهنگی ایرانی، تجارب شخصی اجتماعی و روند خلاقیت در فرآیند طراحی شرکت‌کنندگان مطالعه مورد استفاده قرار گرفته شده است. جامعه آماری این تحقیق از طراحان برجسته مد و لباس و فعال در انجمن علمی لباس و پارچه ایران و همچنین برگزیدگان جشنواره‌های مد و لباس بوده و انتخاب آن‌ها از طریق نمونه‌گیری گلوله برفی بود که در نهایت ۳۰ نفر مشخص و پرسشنامه‌ها را تکمیل نمودند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارزیابی سؤالات و فرضیه‌های پژوهش از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. یافته‌های اولیه این مطالعه نشان داد که ارزش‌های فرهنگی تأثیر مستقیم بر فرآیند طراحی خلاق طراحان و خلاقیت آن‌ها دارند. در بین ارزش‌های فرهنگی ایرانی، مؤلفه معماری و هنر ایرانی بیشترین تأثیر را بر محیط کار و خلاقیت طراحان مد و لباس داشته است. علاوه بر این مشخص شد که تجربیات شخصی اجتماعی تأثیر مستقیم بر فرآیند طراحی خلاق طراحان دارند. در میان مؤلفه‌های تجربه شخصی نیز مشاهده شد که مؤلفه تجربیات کاری بیشترین تأثیر را بر محیط کار و خلاقیت طراحان مد و لباس شرکت‌کننده در مطالعه دارد.

واژگان کلیدی: ارزش‌های فرهنگی، تجربیات شخصی اجتماعی، طراحان مد و لباس ایرانی، نوآوری

۱- کارشناس ارشد طراحی لباس (نویسنده مسئول) (gharib_i810@yahoo.com)

۲- استادیار، گروه طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه علم و هنر یزد

بحث هویت، لباس و ضرورت رعایت موازین فرهنگی در طراحی لباس از جمله موارد بسیار مهم در جهان امروز و در جامعه ایرانی می‌باشد. پوشاک افراد جامعه یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های مرتبط با هویت است که بی‌شک با عوامل دیگر ارتباطی تنگاتنگ دارد، از آن‌ها اثر می‌پذیرد و بر آن‌ها اثر می‌گذارد و تمام مؤلفه‌های هویت خواه‌ناخواه با فرهنگ پیوند دارند (م. الهی، ۱۳۹۳: ۱۳۱). ارتباط پوشاک را با هنر، ادبیات، مذهب و نیز اقتصاد، طبقه یا حتی هویت اجتماعی نمی‌توان نادیده گرفت. قواعد معناداری که بر پوشاک جوامع سنتی حاکم است سبب شکل‌گیری هنجارهایی می‌شود که با ارزش‌های جامعه پیوندی مستقیم می‌یابد. این امر سبب می‌شود که تغییر و تحول در پوشاک جوامع سنتی به تدریج صورت پذیرد. امروزه با صنعتی شدن شیوه‌های تولید، تحولات پوشاک تحت تأثیر مد، سرعت قابل توجهی به خود گرفته است اما در این میان، نمی‌توان تأثیر سنت‌ها و ریشه‌های فرهنگی یا حتی شرایط جغرافیایی و معیشتی را بر سبک پوشاک از نظر دور نگه داشت (پ. بابائی و ف. اکبری، ۱۳۹۳: ۲۰).

فرهنگ فرآیندی است که از طریق آن طراحان می‌توانند درک کاملی از الگوهای تعامل و معانی آن‌ها بدست آورند. تأثیرات فرهنگی در فرآیند توسعه محصول درگیر می‌شود، که تا حدی توسط ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی طراحان شکل می‌گیرد (M. Razzaghi et al., 2008:30). بنابراین، ارزش‌های فرهنگی و الگوهای زندگی یک طراح می‌تواند نقش مهمی در کار او ایفا کند؛ تفاوت‌های فرهنگی بر روش کار طراحان تأثیر می‌گذارد (S. Song, 2009:8).

با توجه به اینکه اقتصاد، سیاست و کسب و کار هر روز جهانی‌تر می‌شود، مهم است بدانیم که چگونه مفاهیم فرهنگی، با ایده‌های طراحان با توجه به کار طراحی آن‌ها همراه می‌شوند یا آن را تغییر می‌دهند. مهم است که بدانیم چگونه طراحان مفاهیم فرهنگی را در طرح‌های خود بکار می‌گیرند و این که چگونه مفاهیم طراحی در بین مردم با فرهنگ‌های مختلف به اشتراک گذاشته می‌شود. بر این اساس، مهم است بدانیم که چگونه طراحان فرهنگ خود را درک می‌کنند. به طور خاص، ضروری‌ترین مزیت رقابتی در صنعت پوشاک امروز، منابع انسانی ماهر مانند طراحان خلاق است که در هنگام طراحی محصولات به عنوان مترجمان فرهنگی عمل می‌کنند (F. Mete, 2006:5; J. Hwang, 2013:4).

فرهنگ ایرانی فرهنگی است که از قدیم‌ترین فرهنگ‌های جهان است و در همه اقوام و ملل و یا حتی ملل متمدن، تأثیر گذاشت و با آنکه فرهنگ هر قوم به همان قوم اختصاص دارد فرهنگ ایران مانند تمدنش در ساختن فرهنگ دیگر اقوام موثر واقع شد (م. دانش‌پژوه، ۱۳۸۱: ۶). واضح است که فرهنگ غنی ایرانی نیز از جمله سرمایه‌های ارزشمندی است که در صورت مطالعه، شناخت و معرفی جنبه‌های مختلف آن، می‌تواند تبدیل به یکی از موثرترین عامل‌های گسترش سبک مد ایرانی در کشورمان شود. امروزه عطف به هجوم فرهنگی کشورهای مختلف به ابعاد هویتی جامعه‌های در حال توسعه از جمله ایران، توجه به پوشاک به مثابه عامل نشان‌دهنده قومیت و هویت جامعه‌های مختلف می‌باشد، و شناخت جایگاه و ارزش آن، این بستر فرهنگی را برای ما فراهم می‌آورد که با فرهنگ‌های نامناسب پوشش غربی مقابله کرد، و الگوهای مناسبی را به جامعه عرضه و البته با استفاده از پوشاک، هویت خویش را به جهانیان معرفی نمود (م. الهی، ۱۳۹۳: ۱۳۰).

۲- پیشینه پژوهش

تا چند سال گذشته، مطالعات محدودی بر طراحان حرفه‌ای مد درباره فرآیند یا تفسیر چگونگی شکل‌گیری تفکر طراح توسط ارزش‌های فرهنگی تمرکز داشتند. مطالعات قبلی عمدتاً در مورد چگونگی تأثیر زمینه‌های فرهنگی بر دانش آموزش طراحی بود. ل. خوزا و ج. ورکمن^۱ (۲۰۰۹)، بررسی متقابل فرهنگی در برنامه‌های دانشگاه از تأثیر فرهنگ و آموزش با توجه به سبک یادگیری ادراکی و عملکرد وظیفه فضایی در دانش‌آموزان طراحی پوشاک انجام دادند. نتایج نشان داد که زمینه فرهنگی سبک یادگیری ادراکی و توانایی کارهای فضایی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اگر چه نمونه‌این مطالعه یک گروه دانشجویی از ایالات متحده بود، نقطه شروع این تحقیق مهارت‌ها و تفکر فضایی بصری، عناصر حیاتی فرآیندهای شناختی طراحان هستند و بنابراین برای موفقیت در طراحی لباس اهمیت دارد.

س. سونگ^۲ (۲۰۰۹)، تفاوت در شیوه‌های کار طراحان بر اساس تفاوت در زمینه‌های فرهنگی آن‌ها را، مورد بررسی قرار داد. تفاوت میان گروهی از دانشجویان دوره کارشناسی طراحی از سه کشور ایالات متحده، تایوان و کره وجود داشت. سونگ از مطالعه استنتاج کرد که مردم از ملیت‌های مختلف با توجه به زمینه‌های مختلف فرهنگی شان با یک مسئله مواجه می‌شوند. با این حال، سونگ نمی‌تواند هیچ نتیجه‌گیری در مورد این که چرا این تفاوت بین گروه‌ها رخ داده است، انجام دهد.

ج. هوانگ^۳ (۲۰۱۳)، تأثیر ارزش‌های فرهنگی و تجربه شخصی در فرآیند طراحی خلاق را در بین طراحان مد کره جنوبی بررسی کرده و نشان داد که ارزش‌های فرهنگی تأثیر غیرمستقیم در روند طراحی خلاق طراحان کره جنوبی دارند. همچنین نشان داد که فلسفه کنفوسیوس تأثیر غیرمستقیم بر محیط کار و خلاقیت طراحان کره جنوبی علی‌رغم برخی از اثرات منفی در روند

1 Khoza & Workman

2 Song

3 Hwang

طراحی خلاق و خلاقیت ایجاد می کند. در این مطالعه، شرکت کنندگان آگاه نبودند که بطور غیرمستقیم تحت تاثیر ارزش های فرهنگی اجتماعی بودند.

م. کنگرلو (۱۳۹۴)، در مطالعه ای با عنوان "آسیب شناسی گرایش های سنتی در طراحی مد معاصر ایران" نشان داد که عدم رواج عناصر و تقشمايه های ایرانی بدلیل نبود تبلیغات لازم از طریق رسانه های گروهی و جمعی، ناکارآمد بودن برخی دروس رشته طراحی لباس، عدم شناخت اکثریت نسل جوان نسبت به نقوش و عناصر سنتی و ایرانی و در نهایت غلبه غرب گرایی در جامعه که شامل سلیقه عموم در انتخاب پوشاک نیز می شود است.

م. میکائیلی (۱۳۹۵)، در مطالعه ای با عنوان "تحلیل ساختاری عناصر هنری سنتی در طراحی مد و لباس های معاصر ایران" نشان داد که کثرت و وسعت استفاده از پوشاک سنتی می تواند در زیبایی و تلطیف فضای زندگی ماشینی امروز نقش مهمی را ایفا نموده و نشان دهنده علم و آگاهی طراحان و تولید کنندگان در معرفی فرهنگ و هنر اصیل ایرانی در بستر جامعه مدرن امروزی باشد. با توجه به مطالعات در بخش پیشینه تحقیق، در راستای تعیین مؤلفه های اصلی مستقل تحقیق، می توان دو عامل اساسی زیر را برای تعیین مدل مفهومی تحقیق در نظر گرفت:

۱-۲- عناصر سازنده فرهنگ ایرانی

بطور کلی عناصر اصلی فرهنگ ایرانی را بصورت خلاصه در موارد زیر می توان برشمرد:

- زبان های ایرانی؛ به خصوص زبان پارسی،

- خط؛ هنرمندان ایرانی در طی صدها سال تاریخ خوشنویسی نشان داده اند که خط را می شناسند و می دانند که چطور باید آن را زیبا و خوش بکار بگیرند استفاده از تایپوگرافی حروف فارسی در لباس، علاوه بر حفظ هویت ملی و البته جنبه خوانش و ارتباط نوشتاری تایپ فارسی با مخاطب، می تواند سبب ساز ورود زیبایی شناسی دیداری جدیدی به لایه های مختلف اجتماعی شود. از آنجایی که شعر پارسی به عنوان یکی از مهم ترین عناصر فرهنگ ایرانی به شمار می رود، می توان با تلفیق و ترکیب متناسب شعر و پوشش ایرانی به احیای این فرهنگ غنی کمکی هر چند کوچک کرد و آن را وسیله ای قرار داد تا سفیر این فرهنگ در خارج از این مرزوبوم نیز باشد (م. شمس و ن. امینی، ۱۳۸۸: ۷).

- آداب و رسوم و اعیاد ملی؛ از جمله نوروز و شب یلدا و ...، به لحاظ فرهنگی و آداب و رسوم هر گوشه از ایران دارای شرایط ویژه و منحصر به فردی می باشد که در قسمت های دیگر وجود ندارد (م. شمس و ن. امینی، ۱۳۸۸: ۸). هر کدام از این آداب و رسوم یا اعیاد ملی می تواند به عنوان بخشی از فرهنگ کشورمان، نقش مهمی در الهام و خلاقیت طراحان مد و لباس ایرانی داشته باشد. - ادبیات و شخصیت های اسطوره ای؛ از جمله رستم و اساطیر تمثیلی همچون دیو، سیمرغ و غیره: نمادهای جلوه گر شده در آثار فرهنگی هنری در جامعه عموماً از باورها و اعتقادات سرچشمه می گیرند که فرهنگ و پیشینه فرهنگی در ساختار آن ها تأثیر به سزایی دارد. شاید بتوان گفت اهمیت نقش نماد و اسطوره های کهن ایرانی در زندگی و هنر ایرانیان در گذشته تا اندازه ای بود که باعث پدید آمدن جامعه ای اسطوره باور و نمادپرور شده بود و هنر و زندگی از یکدیگر جدا نمی نمود (ص. سامانیان و همکاران، ۱۳۹۳: ۶). هر کدام از اسطوره ها، شخصیت های ادبی و تاریخی می تواند نقش مهمی در خلاقیت، ایجاد سبک های منحصر به فرد و رشد و ارتقاء طراحان مد و لباس ایرانی داشته باشد.

- معماری و هنر ایرانی؛ معماری هر کشور و ملتی نشاننده وجه مادی تمدن ها و الگویی برای دیگر فرهنگ هاست. (م. شمس و ن. امینی، ۱۳۸۸: ۸). معماری و طراحی مد، ایده های فردی، اجتماعی و هویت فرهنگی را با انعکاسی از نگرانی نسبت به مخاطبان و زمان خود بیان می کنند؛ در طول تاریخ، مد و معماری یکدیگر را در فرم و نمودشان تکرار کرده اند. (م. معتمد، ۱۳۹۴: ۵). موسیقی اصیل ایرانی، کاشیکاری، مینیاتور، نقوش فرش و گلیم و غیره؛ از دیگر هنرهای اصیل ایرانی هستند که در طراحی خلاقانه و هنرمندانه طراح مورد استفاده بوده و در ایجاد سبک خاص و منحصر بفرد نقش بسزایی دارد. گاهی طراحان لباسی که طراحی می کنند تحت تأثیر موسیقی است که گوش می دهند. موسیقی ایرانی می تواند فضاسازی عمیقی ایجاد کند و باعث شود لباسی را که طراحی می کنند در این فضا ببینند.

- تنوع قومی در ایران؛ در چهار گوشه کشورمان اقوام مختلفی زندگی می کنند. (م. شمس و ن. امینی، ۱۳۸۸: ۶). هر یک از اقوام ایرانی با به اشتراک گذاری میراث خود به غنای فرهنگ ایران افزوده اند. در این میان «پوشاک بارزترین نمود عینی تشخیص اقوام گوناگون ایرانی از یکدیگر است و خود یکی از اسناد هویت آنان به شمار میرود» (ر. موسوی حاجی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۸۸). لباس های محلی و سنتی از دوخت و تزیین ها و نقوش هایی برخوردارند که در عین هماهنگی و زیبایی، متنوع نیز هستند. این تنوع در مورد پوشاک و همچنین پارچه ها و بافته های سنتی در روستاها قابل تأمل است و منبع الهام مناسبی برای بهره برداری و استفاده کاربردی جهت انتقال باغی از طرح و نقش و رنگ به پوشاک شهر و فرهنگ شهری است البته با رعایت اصول و ساختارهای مناسب برای فضای فرهنگی شهرها می باشد (ش. فضل وزیری، ۱۳۹۲: ۴۲). دین اسلام عالی ترین شکل هنر را در معماری مساجد به ویژه تزئین مساجد به نمایش گذاشته است. جلوه های بسیاری از معماری و هنر در مساجد دیده می شود، این معماری و هنر آمیخته با مهندسی، گچبری، آجرکاری، موزائیک کاری، کاشیکاری، سفالگری، سنگ تراشی، مقرنس سازی ارائه شده است و فضای مناسبی برای ایجاد و خلق هنرهای جدید و شکوه و تجلی هنر و طراحان است (ر. فخر آبادی، ۱۳۹۰: ۴).

همچنین ایران کانون زرتشتیان جهان است. در حال حاضر، زرتشتیان ایران را می‌توان دومین جمعیت غیر مسلمان از لحاظ تعداد دانست. از هنرهایی که قابلیت استفاده در طراحی لباس دارد زرتشتی دوزی است. علاوه بر این ایران علاوه بر آثار اسلامی، دارای معابد و کلیساهای بی‌بدیلی است که در کشورهای دیگر وجود ندارد. به طور مثال قدیمی‌ترین کلیسای جهان در ایران قرار دارد (م. شمس و ن. امینی، ۱۳۸۸: ۷).

۲-۲- عوامل ایجاد تجربه

تجربه شخصی می‌تواند منبع خلاق الهام بخش طراح باشد. تجربیات معمول ممکن است شامل سفر، خرید، رفتن به موزه‌ها، بازدید از نمایشگاه‌های هنری، بازدید از دوستان و رفتن به رستوران باشد. با شرکت و انجام چنین فعالیت‌هایی، طراحان می‌توانند روابط جدید را کشف کنند و به مسائل موجود در حال حاضر آشنا شوند. این یک فرآیند طبیعی است که بر روی آنچه که در گذشته دیده یا تجربه شده گسترش می‌یابد و این همکاری را ایجاد می‌کند. این فرآیند تفسیر مجدد و استفاده از تجربه گذشته برای ایجاد الهام است. بطور کلی عوامل ایجاد تجربیات شخصی عبارتند از:

مشاهده اشیاء و مردم؛ تأثیر خانواده، اساتید و دوستان؛ موفقیت‌ها و شکست‌های زندگی؛ خرید، رفتن به رستوران و سایر فعالیت‌های روزمره؛ بازدید از موزه‌ها و نمایشگاه‌ها هنری؛ تجربیات حاصل از دوران تحصیل؛ و تجربیات کاری.

طراحان مد از تجربیات روزانه و محیط اطراف خود الهام می‌گیرند. طراحان مد، بازتاب و تجسم تجربیات روزمره و محیط اطراف را به ذهن ناخودآگاه می‌آورند جایی که آن‌ها هویت‌های جدید را گرفته و روابط جدید و الگوهای منحصر به فردی را ایجاد می‌کنند. مشاهده اشیاء به آن‌ها کمک می‌کند تا روابط جدید و الگوهای منحصر به فردی را که می‌توانند در فعالیت طراحی آن‌ها گنجانده شوند، پیدا کنند. آنچه که انسانها هر روز می‌بینند می‌تواند منبع الهام خلاقانه برای طراحان مد باشد، همان‌طور که آن‌ها در مورد بافت‌ها و جنبه‌های مختلف طبیعت که می‌توانند در طراحی آن‌ها تعبیه شوند، فکر می‌کنند. (J.Hwang, 2013: 105).

باتوجه به ریشه‌های مستحکم فرهنگی ایران، می‌توان ادعا کرد که سیستم مد ایران می‌تواند با بهره‌گیری از این ریشه‌ها، بسیار متعالی و پیشرفته گردد و حتی مد غربی را تحت تأثیر قرار دهد و به طراحان مد و لباس ایرانی برای تبدیل شدن به طراح موفق داخلی و بین‌المللی کمک کند. فرهنگ غنی و چندهزارساله ایرانی قابلیت‌گرانهایی برای طراحان مد و لباس است که می‌توان به وسیله آن برچالش «بحران هویت» و «هویت یابی» جوانان فائق آمد. گرچه گسترش رسانه‌ای و فن‌آوری اطلاعات فرهنگ ملی و بومی را تهدید می‌کند اما استخراج و معرفی هزینه‌های هنرمندانه ظرفیت‌ها و توانمندی‌های زیبای فرهنگ اقوام کهن ایرانی در زمینه البسه و پوشاک و تلفیق طرح‌ها و رنگ‌ها در تولید پوشاک می‌تواند این تهدید را به فرصت مبدل سازد. بنابراین با توجه به اهمیت دو موضوع فرهنگ و طراحی لباس از یک سو، و لزوم معرفی قابلیت‌های مختلف کشور ما در این زمینه از سوی دیگر، و نیز با توجه به نبود هیچ‌گونه پژوهشی در این زمینه، انجام این پژوهش یک ضرورت است.

هدف این تحقیق بررسی رابطه ارزش‌های فرهنگی طراحان مد و لباس ایرانی با روند طراحی خلاقانه آنهاست. این مطالعه با هدف گسترش دانش در مورد چگونگی ارتباط ارزش‌های فرهنگی ایرانی با رویه‌ها و فرآیندهای طراحان لباس و مد مرتبط است. هدف دیگر بررسی تأثیر تجربیات شخصی اجتماعی طراحان در ایجاد کالای مد است. به عبارت دیگر، تمرکز بر منشأ خلاقیت و منابع الهام بخش طراحی برای طراحان مد و لباس است و اینکه چگونه ارزش‌های فرهنگی و همچنین تجربیات شخصی می‌تواند در طراحی مد آن‌ها گنجانده شود.

۳- روش شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر هدف از نوع توسعه‌ای بوده و با رویکرد کیفی و با روش توصیفی تحلیلی به بررسی نتایج پرداخته شده است. گردآوری اطلاعات بصورت کتابخانه‌ای و میدانی می‌باشد. در روش کتابخانه‌ای اطلاعات مربوط به دو مؤلفه عناصر فرهنگی ایرانی و تجربیات شخصی اجتماعی از منابع معتبر و مستند پرداخته و در روش میدانی نیز از ابزار پرسشنامه محقق ساخته با زیرساخت دو گروه مجموعه سوالات مرتبط با دو مؤلفه اصلی ارزش‌های فرهنگی و تجربه شخصی اجتماعی استفاده شد. در طراحی پرسشنامه با استفاده از طیف ارزیابی لیکرت ۱ با مقیاس ۵ درجه‌ای (۱ تا ۹ امتیاز) استفاده شد. روایی سوالات پرسشنامه بصورت ظاهری توسط گروهی از خبرگان بررسی و تایید شد.

جامعه آماری تحقیق کارشناسان و طراحان خبره لباس و آگاه به مد روز جامعه داخلی و بین‌المللی می‌باشد. برای انتخاب مخاطبین در سطح کشور از روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی استفاده شد که ابتدا با ۵ نفر طراح مد و لباس شروع و این جامعه تا ۳۰ نفر مخاطب خبره از طراحان برجسته مد و لباس ایرانی و از برگزیدگان موفق جشنواره‌های مد و لباس ایرانی در سطح ملی و بین‌المللی ادامه پیدا کرد. با آگاهی از اینکه تحقیقات کیفی تعمیمی نیستند، ولی در این تحقیق تلاش شد که با تنوع در انتخاب مخاطبین این فرصت را ایجاد کند که نگاهی به شخصیت پیچیده، سازمان، و منطق فرهنگ در این حوزه مد و طراحی

لباس ایجاد شود. نتایج بررسی پایایی پرسشنامه گواه بر همگرایی میان آرای صاحب نظران منتخب و اینکه افراد انتخاب شده نمونه آماری بسیار معتبر را تشکیل داده اند را بیان می کند.

۳-۱- آزمون بررسی پایایی پرسشنامه

برای بررسی پایایی پرسشنامه محقق ساخته مذکور، از روش اندازه گیری ضریب پایایی آلفای کرونباخ ۱ در نرم افزار SPSS استفاده شد. در این روش سنجش که در بیشتر مطالعات و تحلیل‌های اجتماعی از آن استفاده می شود میزان تناسب گروهی از متغیرها در یک سازه (مؤلفه) ارزیابی می شود. مقدار آلفا باید حداقل برابر با ۰/۷. پایایی برابر با ۰/۷، ثبات ۷۰ درصدی امتیازات یا نمرات بدست آمده از یک ابزار را نشان می دهد و روشی برای محاسبه ثبات درونی بر اساس میانگین همبستگی درونی سوالات می باشد (ا. محمد بیگی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۵۶). خلاصه نتایج اندازه گیری ضریب پایایی آلفای کرونباخ پرسشنامه این تحقیق، به تفکیک در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. نتایج آزمون آلفای کرونباخ

مؤلفه های اصلی	متغیرهای مرتبط	ضریب آلفای کرونباخ
ارزش های فرهنگی	۱- زبان های ایرانی، به خصوص زبان پارسی	۰/۷۰۸
	۲- آداب و رسوم و اعیاد ملی	۰/۷۳۸
	۳- ادبیات و شخصیت های اسطوره ای ایران	۰/۸۱۷
	۴- معماری و هنر ایرانی	۰/۷۱۴
	۵- تنوع قومی در ایران	۰/۷۶۹
	۶- ادیان و آیین ها و اقلیت های مذهبی در ایران	۰/۸۴۲
تجربیات شخصی اجتماعی	۱- مشاهده اشیاء و مردم	۰/۷۵۰
	۲- تأثیر خانواده، اساتید و دوستان	۰/۷۰۳
	۳- موفقیت ها و شکست های زندگی	۰/۷۲۴
	۴- خرید، رفتن به رستوران و سایر فعالیت های روزمره	۰/۷۸۱
	۵- بازدید از موزه ها و نمایشگاه ها هنری	۰/۷۲۴
	۶- تجربیات حاصل از دوران تحصیل	۰/۷۶۰
	۷- تجربیات کاری	۰/۸۴۱

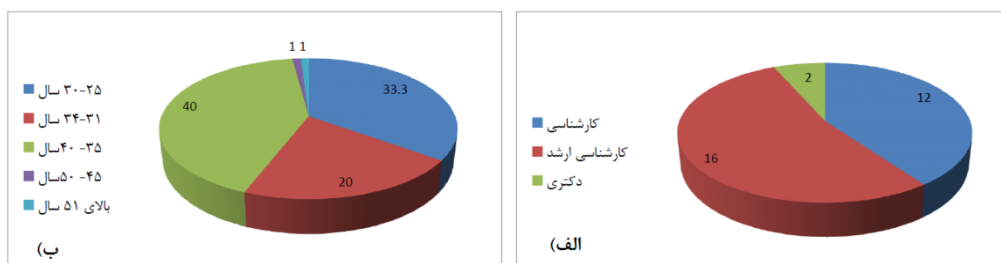
همانطور که مشاهده می شود، ضریب آلفای کرونباخ برای تمام متغیرهای تحقیق بیشتر از ۰/۷ بوده، که این خود گواه بر پایایی سوالات پرسشنامه و تایید ابزار گردآوری محقق ساخته می باشد.

۴- یافته های پژوهش

در این تحقیق شیوه تجزیه و تحلیل داده ها در دو بخش نتایج آماری توصیفی و استنباطی ارائه شده است که تحلیل داده ها در محیط نرم افزار آماری SPSS انجام شده است.

۴-۱- تحلیل آمار توصیفی

خلاصه نتایج اطلاعات جامعه شناختی مخاطبین خبره پرسشنامه های تحقیق به شرح دو نمودار زیر می باشد:



نمودار ۱- اطلاعات جمعیت شناختی مخاطبین تکمیل پرسشنامه ها، (الف) درجه تحصیلات، (ب) سن

در این بخش جهت اطمینان از توانایی مخاطبین و دیدگاه آن‌ها برای ورود نگرشهای ایشان در تحلیل‌های حساس این تحقیق، قبل از سوالات اصلی، سوالاتی پیشفرض مرتبط با میزان آگاهی و اطلاع و البته نگرش آن‌ها از مؤلفه‌های اصلی تحقیق در راستای هدف به شرح زیر پرسیده شد. از بین مخاطبین ۷۳٪ معتقد به اینکه طراحان لباس می‌توانند در ایجاد فرهنگ در جامعه نقش آفرینی نمایند، بودند. همچنین ۵۶٪ مخاطبین نیز استفاده از عناصر فرهنگی ایرانی در طراحی لباس، دارای نقش زیاد و عمده در موفقیت طراحان ایرانی در سطح بین‌المللی می‌دانستند. ۳۶٪ مخاطبین هم معتقد بودند که نادیده گرفتن فرهنگ و ارزش‌های ایرانی و استفاده از لباس‌های با سبک غربی تا حد زیادی در طراحی البسه ایران رواج دارد.

۴-۲- تحلیل آمار استنباطی

الف- آزمون نرمال بودن داده‌ها

نرمال بودن داده‌ها، اساسی‌ترین پیش‌فرض تحلیل چندمتغیره است. اگر این فرض برقرار نباشد، برخی آزمون‌های آماری مشخص، غیرمعتبر بوده و قابل استفاده نیستند (ر. کریمی، ۱۳۹۴: ۲۲۲). جهت بررسی نرمال بودن داده‌های استخراج شده از پرسشنامه‌های این تحقیق از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شد که نتایج حاصل در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. بررسی نرمال بودن داده‌های متغیرهای مرتبط با مؤلفه ارزش فرهنگی

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	آماره آزمون	شاخص رواداری (Sig)
زبان‌های ایرانی، به خصوص زبان پارسی	۴/۹۳۳	۱/۴۳۶	۰/۱۴۸	۰/۰۹۱
آداب و رسوم و اعیاد ملی	۶/۹۳۳	۱/۴۴۹	۰/۱۵۷	۰/۰۵۶
ادیان و آیین‌ها و اقلیت‌های مذهبی در ایران	۷/۰۳۳	۳/۴۴۸	۰/۱۴۴	۰/۱۱۶
ادبیات و شخصیت‌های اسطوره‌ای ایران	۷/۱۶۶	۱/۶۲۰	۰/۱۴۱	۰/۱۳۲
معماری و هنر ایرانی	۸/۴۰۰	۲/۷۹۹	۰/۱۵۸	۰/۰۵۴
تنوع قومی در ایران	۶/۶۰۰	۲/۷۸۶	۰/۱۰۵	۰/۲۰۰
مشاهده اشیاء و مردم	۷/۹۰۳	۱/۳۱۱	۰/۱۵۴	۰/۰۶۹
تأثیر خانواده، اساتید و دوستان	۷/۹۳۳	۱/۳۱۱	۰/۱۵۴	۰/۰۶۹
موفقیت‌ها و شکست‌های زندگی	۷/۹۶۶	۱/۲۹۹	۰/۱۵۳	۰/۰۶۹
خرید، رفتن به رستوران و سایر فعالیت‌های روزمره	۷/۸۶۶	۱/۵۴۷	۰/۱۳۴	۰/۱۷۶
بازدید از موزه‌ها و نمایشگاه‌ها هنری	۷/۷۰۰	۰/۵۱۲	۰/۱۴۵	۰/۱۰۶
تجربیات حاصل از دوران تحصیل	۷/۹۰۰	۱/۶۰۴	۰/۱۵۸	۰/۰۵۴
تجربیات کاری	۸/۰۶۶	۱/۲۰۱	۰/۱۵۵	۰/۰۶۲

جدول ۳. اولویت‌بندی متغیرهای مرتبط با مؤلفه ارزش‌های فرهنگی

متغیر	رتبه درجه اهمیت
معماری و هنر ایرانی	۱
ادبیات و شخصیت‌های اسطوره‌ای ایران	۲
ادیان و آیین‌ها و اقلیت‌های مذهبی در ایران	۳
آداب و رسوم و اعیاد ملی	۴
تنوع قومی در ایران	۵
زبان‌های ایرانی، به خصوص زبان پارسی	۶
تجربیات کاری	۱
موفقیت‌ها و شکست‌های زندگی	۲
تأثیر خانواده، اساتید و دوستان	۳
مشاهده اشیاء و مردم	۴
تجربیات حاصل از دوران تحصیل	۵
خرید، رفتن به رستوران و سایر فعالیت‌های روزمره	۶
بازدید از موزه‌ها و نمایشگاه‌ها هنری	۷

مشاهده می‌شود که برای همه متغیرهای ارزش‌های فرهنگی و تجربیات شخصی، عدد شاخص معنی‌داری (sig) از ۰/۰۵ بیشتر بوده که این گواه بر نرمال بودن نتایج یا داده‌های حاصل می‌باشد. علاوه بر این از داده‌های حاصل از این جدول می‌توان اولویت‌بندی درجه اهمیت هرکدام از متغیرها را از نگاه مخاطبین جامعه آماری مورد مطالعه که تا حد زیادی قابل‌استناد به یک جامعه بزرگ از خبرگان طراحان مد و لباس است را به شرح جدول ۳ بیان نمود:

ب- آزمون T تک نمونه‌ای

با توجه به هدف اصلی تحقیق و رویکرد بررسی میانگین یک نمونه را با یک میانگین مفروض و نظری می‌باشد، بعبارتی مقایسه میانگین هر متغیر با یک میانگین تعیین می‌باشد. بدین منظور با توجه به نرمال بودن داده‌ها، از آزمون پارامتریک T تک نمونه‌ای ۱ استفاده شد. معمولاً در طیف ارزیابی ۵ درجه ای لیکرت از میانگین مفروض و نظری حد وسط بعنوان نمره معیار استفاده می شود که در این تحقیق نمره معیار برابر عدد ۵ می‌باشد. چنانچه میانگین نتایج هر کدام از متغیرها بیشتر از مقدار متوسط باشد و این اختلاف معنی دار باشد ($p < 0.05$)، می توان چنین تحلیل نمود که متغیر موردنظر بر خلاقیت و نوآوری طراحان مد و لباس مورد مطالعه موثر بوده است. در جدول ۴ خلاصه نتایج تجزیه و تحلیل توسط آزمون T تک نمونه‌ای بر روی متغیرها به تفکیک هر مؤلفه اصلی ارائه شده است.

جدول ۴. نتایج آزمون T تک نمونه‌ای بر روی متغیرها به تفکیک هر مؤلفه اصلی

ردیف	متغیر	آماره T	شاخص رواداری (Sig)
ارزش‌های فرهنگی	زبان های ایرانی، به خصوص زبان پارسی	-۰/۲۵۴	۰/۸۰۱
	آداب و رسوم و اعیاد ملی	۷/۶۸۱	۰/۰۰۰
	ادیان و آیین ها و اقلیت های مذهبی در ایران	۱/۶۴۱	۰/۱۱۲
	ادبیات و شخصیت های اسطوره ای ایران	۳/۹۴۳	۰/۰۰۰
	معماری و هنر ایرانی	۵/۶۷۵	۰/۰۰۰
	تنوع قومی در ایران	۴/۱۲۸	۰/۰۰۰
	مشاهده اشیاء و مردم	۱۲/۲۵۲	۰/۰۰۰
ارزش‌های اجتماعی	تأثیر خانواده، اساتید و دوستان	۱۲/۲۵۲	۰/۰۰۰
	موفقیت ها و شکست های زندگی	۱۲/۵۰۵	۰/۰۰۰
	خرید، رفتن به رستوران و سایر فعالیت های روزمره	۱۰/۱۴۵	۰/۰۰۰
	بازدید از موزه ها و نمایشگاه ها هنری	۹/۷۸۱	۰/۰۰۰
	تجربیات حاصل از دوران تحصیل	۹/۸۹۷	۰/۰۰۰
	تجربیات کاری	۱۳/۹۸۰	۰/۰۰۰

همانگونه که در جدول ۴ مشاهده می شود، میانگین نتایج متغیر زبان های ایرانی، به خصوص زبان پارسی؛ برابر ۴/۹۳۳ بوده و به میزان ۰/۰۶۶ از نمره معیار کمتر است. علاوه براین نتایج رواداری (sig) هم فقط در دو متغیر زبان های ایرانی، به خصوص زبان پارسی؛ و ادیان و آیین ها و اقلیت های مذهبی در ایران از معیار رواداری ۰/۰۵ بالاتر می‌باشد. لذا به جز این دو متغیر، بقیه متغیرها تاثیر مستقیم و موثری در نوآوری طراحان مد و لباس ایرانی خواهند داشت.

علاوه براین بر اساس نتایج حاصل از آزمون T تک نمونه‌ای می توان گفت که از میان عناصر فرهنگی ایرانی، معماری و هنر ایرانی بیشترین میزان تأثیر را در افزایش خلاقیت و ایده گیری طراحان لباس داشته است که می تواند نشان دهنده آشنایی و ارتباط بیشتر طراحان مد و لباس ایرانی با معماری و هنر ایرانی دانست. در مورد متغیر زبان های ایرانی، به خصوص زبان پارسی که ماهیت تاثیر آن معنی دار نبود می توان علت را در نداشتن اطلاعات و آشنایی کافی مخاطبین و حتی طراحان لباس ایرانی از این مشخصه فرهنگی و نحوه کاربرد و استفاده از خط و زبان پارسی در طراحی لباس و همچنین الهام گیری از آن می‌باشد.

یافته‌های این مطالعه نشان می دهد که طراحان مد را می توان به عنوان تولید کننده فرهنگ تعریف کرد، یعنی افرادی که بینش و نگاه مفهومی از لباس ها را ایجاد می کنند. عدم الهام گیری طراحان از ادیان و آیین ها و اقلیت های مذهبی و زبان های ایرانی می تواند بدلیل عدم ارتباط یا عدم شناخت کامل نسبت به عناصر سنتی و ایرانی در این زمینه باشد. نادیده گرفته شدن فرهنگ و ارزش‌های ایرانی و استفاده از سبک مد غربی در ایران زیاد بوده نشان دهنده جهانی شدن فرهنگ و نفوذ فرهنگ غربی و علاوه بر آن عدم وجود سبک مد ایرانی می‌باشد.

در نهایت می توان گفت که ارزش‌های فرهنگی ایرانی می تواند باعث ایجاد سبک مدهای منحصر به فرد یا سبک مد ایرانی شود و به موفقیت طراحان در سطح داخلی و بین المللی و همچنین کاهش گرایش به سبک مد غربی موثر واقع شود.

علاوه براین مطابق نتایج جدول ۴، مشاهده می شود که میانگین نتایج تمامی متغیرهای مرتبط با مؤلفه تجربیات شخصی با سطح معناداری بالایی در افزایش خلاقیت و ایده گیری طراحان لباس داشته است که این خود دلیل بر توانایی و نگرش آگاهانه و تجربیات قبلی مخاطبین بر این مؤلفه مهم می‌باشد. در میان متغیرهای مؤلفه تجربه شخصی، متغیر تجربیات کاری، بیشترین میزان

تأثیر و البته متغیر بازدید از موزه‌ها و نمایشگاه‌ها هنری، کمترین تأثیر مثبت را در افزایش خلاقیت و ایده‌گیری طراحان جامعه مورد مطالعه داشته است.

تجارب شخصی که به عنوان منابع الهام بخش خدمت می‌کنند، نقش مهمی در روند طراحی بازی می‌کنند و بطور مستقیم باعث افزایش ایده‌های طراحی خلاق می‌شوند. نقش منبع الهام بخش، کلید خلاقیت است. یافته‌های این تحقیق و مرور ادبیات تحقیقات قبلی نشان می‌دهد که منبع الهام بخش نقش مهمی در فرآیند طراحی اولیه غیر رسمی و واقعی، و در کل فرآیند طراحی دارد (Mete, 2006:278). با این حال، تنها منبع الهام بخش یا تجربه شخصی نیست که ایده‌های خلاقانه یا نوآورانه‌ای ایجاد می‌کند؛ این شایستگی طراحان در تلفیق ایده‌ها با یکدیگر در تلاش برای ایجاد محصولات جدید خلاق است.

۵- نتیجه‌گیری

در این تحقیق تأثیر ارزش‌های فرهنگی بر روند خلاق طراحان مد و لباس ایرانی مطالعه شد، و رویکردی جهت‌دستیابی به برخی از راه‌هایی که تجربیات و پیشینه‌های طراحان بطور مستقیم در کار خلاقانه و الهام آن‌ها تأثیر می‌گذارد، مدنظر قرار گرفت. از آنجا که صنعت مد از صنایع خلاق است، شرکت‌ها به بهبود منظم و متوالی محصولات و خدمات خود نیاز دارند؛ زیرا که با افزایش نوآوری، شانس بقا و رشد خود را افزایش می‌دهند. با استفاده از نتایج این تحقیق می‌توان شرکت‌های تولیدی البسه و برندهایی که مبتنی بر حفظ ارزش‌های فرهنگی ایرانی می‌باشند را با هدف ارتقاء نوآوری و خلاقیت آن‌ها در طراحی‌های جدید، نگرشهایی جهت ایده‌پردازی و تمرکز اطلاعات مستلزم در ذهن ایشان ایجاد نمود که این خود تمایل و رفتار مصرف‌کنندگان به برندها که باید احساسات و هیجانات و روح مصرف‌کنندگان را تحت تأثیر قرار دهد را بیشتر خواهد کرد. لذا طراحان متمایل به ارتقاء کیفیت و تنوع محصولات برای افزایش اشتیاق و وفاداری مشتریان محصولات طراحی شده براساس ارزشهای فرهنگی ایرانی در داخل کشور خواهند شد.

همانطور که مشاهده شد، از آنجا که نظر حداکثری و معنادار مخاطبین این تحقیق بر میزان خلاقیت و نوآوری طراحان مد و لباس از طریق تجربیات کاری است، لذا تولیدکنندگان و صاحبان برندهای معتبر بایستی زمینه‌های مناسب جهت افزایش مهارت‌های طراحان از طریق تجربیات کاری و تربیت طراحان حرفه‌ای را فراهم نمایند.

منابع

۱. الهی، محبوبه (۱۳۹۳). طراحی لباس ۱ «تأثیر و تدابیر خطی». موسسه انتشاراتی جمال هنر، چاپ اول، ص ۱۳۰ - ۱۳۹.
۲. بابایی، پروین و اکبری، فاطمه (۱۳۹۳). بازنمایی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری سبک پوشاک ایرانیان. فصلنامه فرهنگ مردم ایران، شماره ۳۸ و ۳۹، پاییز و زمستان ۱۳۹۳، ص ۲.
۳. دانش پژوه، منوچهر (۱۳۸۱). فرهنگ ایرانی و تأثیر آن در فرهنگ جهان. مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران، ص ۶-۷.
۴. سامانیان، صمد، بهمنی، پردیس، آشوری، محمد تقی (۱۳۹۳). چگونگی تأثیر نماد واسطوره‌های کهن در طراحی و تزئین اشیای خانگی قرون اولیه اسلامی ایران (نمونه پژوهش: ظروف خانگی تا قرن پنجم هجری)، مجله نامه هنرهای تجسمی و کاربردی، شماره ۱۳، ص ۲.
۵. شمس، مجید و امینی، نصیره (۱۳۸۸). ارزیابی شاخص فرهنگ ایرانی و تأثیر آن در توسعه گردشگری. فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیای انسانی، سال اول، شماره چهارم، پاییز ۱۳۸۸، ص ۲-۱۱.
۶. فخر آبادی، روح‌الله (۱۳۹۰). طراحی پارچه‌های مذهبی با الهام از طراحی حروف و نقوش اسلامی. سومین کنفرانس ملی مهندسی نساجی و پوشاک، یزد، ص ۲.
۷. فضل‌وزیری، شهره (۱۳۹۲). تحلیل تطبیقی شکل و رنگ چادر زنان ایران. فصلنامه هنر علم و فرهنگ، ش ۱، ص ۶۸-۳۷.
۸. کریمی، رامین (۱۳۹۴). راهنمای آسان تحلیل آماری با SPSS. تهران: نشر هنگام.
۹. کنگرلو، مژگان (۱۳۹۴). آسیب‌شناسی گرایش‌های سنتی در طراحی مد معاصر ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
۱۰. محمدیگی، ابوالفضل؛ محمدصالحی، نرگس؛ و علی‌گل، محمد (۱۳۹۳). روایی و پایایی ابزارها و روش‌های مختلف اندازه‌گیری آن‌ها در پژوهش‌های کاربردی در سلامت. مقاله مروری، مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، دوره ۱۳، اسفند ۱۳۹۳، ص ۱۱۷۰-۱۱۵۳.
۱۱. معتمد، مهشید (۱۳۹۴). نگارش تطبیقی بر طراحی معماری و لباس: مدهای پست مدرن. روزنامه شرق-۱۴ اذر ۱۳۹۴، ص ۱۰.

۱۲. - موسوی حاجی، سید رسول؛ خاتون محمودی، سکینه؛ و قاسمی، مرضیه (۱۳۹۳). پوشاک محلی بلوچها و پیوستگی آن با هویت ملی. فصلنامه مطالعات ملی، ۵۷(۱): ص ۱۸۰-۲۰۰.
۱۳. میکائیلی، مهناز (۱۳۹۵). تحلیل ساختاری عناصر هنری سنتی در طراحی مد و لباسهای معاصر ایران (نمونه موردی: برند کمرون زیگزال). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده هنر، دانشگاه سوره.
14. Hwang, Ja-Young (2013). Fashion designers' decision-making process: The influence of cultural values and personal experience in the creative design process. Iowa State University
15. -Khoza, L. S., & Workman, J. E. (2009). Effect of culture and training on perceptual learning style and spatial tasks performance in apparel design. Clothing and Textile Research Journal, 27(1), 62-79.
16. -Mete, F. (2006). The creative role of sources of inspiration in clothing design. International Journal of Clothing Science and Technology, 18(4), 278-293.
17. -McCracken, G. (1988). The long interview: Qualitative research methods. Newbury Park, CA: Sage Publication, p17.
18. -Razzaghi, M., Ramirez, M., & Zehner, R. (2008). Cultural patterns in product design ideas: Comparison between Australian and Iranian student concepts. Design Studies, 30, 438-461.
19. -Song, S. (2009). Designers from the United States, Taiwan and South Korea develop hanbok inspired apparel: A cultural comparison of design elements. (Unpublished master thesis). Oregon State University, Corvallis.

بازنمایی اسطوره‌ای سیمای امام علی در نگارگری ایران

شهناز امینی^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۲۱

کد مقاله: ۴۰۰۳۵

چکیده

در این مقاله ابتدا به بررسی انسان و اسطوره و سپس شخصیت امام علی (ع) به عنوان اسطوره‌ای مذهبی پرداخته شده است؛ و در آخر به بررسی نگاره‌هایی که، این حوادث را بازگو می‌کند می‌پردازیم. انتخاب تصویر بر مبنای اعمال قهرمانانه‌ای که امام علی را در قالب شخصیتی اسطوره‌ای نشان می‌دهد از چهار کتاب: خاوران‌نامه، احسن‌الکبار، حبیب‌السیر و روضه‌الصفاء انتخاب شده است. روش تحقیق مقاله توصیفی-تحلیلی است همچنین فنون جمع‌آوری اطلاعات به صورت متن خوانی، -که بیشتر بر پایه کتاب علی حقیقی بر گونه اساطیر نوشته دکتر علی شریعتی- انجام گرفته است. سوالاتی که در این پژوهش دنبال می‌شود به این گونه است که: چرا انسان همواره به دنبال تصویرسازی شخصیت‌های اسطوره‌ای است؟ و چرا امام علی به عنوان انسانی بزرگ در تاریخ اسلام همچون شخصیتی اسطوره‌ای شناخته شد؟ نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که انسان روزمرگی‌ها و اضطراب‌های این عالم را با ستایش و پرستش دنیای اساطیر چهره‌های مورد علاقه خود را آن گونه که دلش می‌خواهد تصویرسازی می‌کرده است. یک شخصیت مذهبی و یا ملی در طول تاریخ با اعمال پهلوانی خود حماسه‌هایی را پدید آورده، و به مرور زمان داستان‌هایی فراواقع و خارق‌العاده از خود به جا می‌گذارد؛ تا جایی که به شخصیتی اسطوره‌ای که ریشه در واقعیت دارد تبدیل می‌شود. در نگارگری دوره‌های تیموری و علل خصوص صفوی، این علاقه را به صورت تصویرسازی‌های در کتب مختلف می‌توان دید.

واژگان کلیدی: بازنمایی، اسطوره، امام علی، نگارگری ایران، علی شریعتی.

۱. کارشناس ارشد صنایع دستی . مدرس مدعو دانشگاه آزاد و دانشگاه پیام نور و دانشگاه علمی و کاربردی

shahnaz_artist@yahoo.com

۱- مقدمه

آثار هنری مذهبی بیانگر رابطه عمیق مذهب و هنر است، که می‌توان این رابطه را همچون رابطه عالم لاهوتی و عالم ناسوتی دانست. هنرمندان مسلمان در شرح نبردها، معجزات و موقعیت‌های انبیاء از عوامل اسطوره‌ای برای بالا بردن ارزش و مقام آنها استفاده بسیار کرده‌اند. در تاریخ اسلام بسیاری از انسان‌هایی که دوستدار پیامبر بوده و با فداکاری و دلاوری‌هایشان همیشه همراه و همیار ایشان بوده‌اند. در میان این یاران علی(ع) به عنوان پهلوانی نامدار، که پس از گذشت چندین سال، امروزه دارای علاقه‌مندان بسیاری است، اعمال پهلوانی و مردانگی‌ها و افتخاراتی که در جنگ‌های متعدد بدست آورد، حماسه‌هایی را رغم زد. حماسه‌ها که توصیفگر تاریخ، فرهنگ و آیین هر سرزمینی است خود سراسر صحنه‌ی دلاوری‌ها، رزم‌ها، شادی‌ها و غم‌های مردانی است که هر کدام نمونه، نماد و سمبلی از ویژگی‌های برتر هستند. این شخصیت بزرگ که به قول دکتر علی شریعتی بزرگترین شخصیت انسانی پس از پیامبر(ص) است. کسی که در مواجهه با دشمن بی‌باک، خشن و جنگجو، و در نزد خانواده صبور و پر گذشت است. امام علی با اعمال خارق‌العاده و قهرمانانه خود حوادثی را پدید آورد که در طول دوران تاریخ بر ارزش آن افزوده شده و در ذهن و باور به صورت فوق بشری درآمده است. این خصوصیات به گونه‌ای پر رنگ و فرا واقعی شدند که علی(ع) را اسطوره‌ای مذهبی بیان می‌کنند، که در عین وجود عوامل خارق‌العاده دارای واقعیت تاریخی نیز می‌باشد. در طول تاریخ اسلامی، در کتب بسیاری به بیان این اعمال پرداخته و در دوره‌های بعد از آن ایده‌ای برای کار نقاشان شده، و بر روی کاغذ نقش می‌شده است.

یکی از این کتب حماسی، خاوران‌نامه است که درباره‌ی شجاعت امام علی در جنگ‌های زمان پیامبر به صورت شعر سروده شده و سپس توسط فرهاد شیرازی مصور شده است. دیگر کتاب مورد بحث در این مقاله احسن‌الکبار است که در قرن نهم پیرامون زندگی امامان شیعه به شیوه نثر نوشته شده و در زمان شاه طهماسب دوباره نویسی و مصور شده است. و در آخر شاهد دو نگاره از کتب حبیب‌السیر و روضه‌الصفا متعلق به قرن ۱۱ هجری می‌باشیم، که در آن علی(ع) با جنبه‌های اسطوره‌ای به نمایش می‌گذازد.

۲- انسان و اسطوره

بزرگترین جلوه انسان، جلوه‌ی این روح و این احساس خاص انسان که همواره در ذات فطرتش بوده، اساطیر است. اساطیر عبارت است از مجموعه شخصیت‌ها، مظاهر، زندگی‌ها، احساس‌ها، پیوندها و پیوستگی‌ها و روابط انسانی در حد اعلائی کمال، که چون در روی زمین این اساطیر وجود نداشته برای اشباع آن نیاز و دلهره و وسوسه و آرزو دائمی‌اش در ذهنش می‌ساخته است. (شریعتی، ۱۳۸۹: ۴۹-۵۰) اغلب مردم‌شناسان اسطوره‌سازی را مشخصه طبیعت بشر دانسته‌اند. اقلاتون، ارسطو ضرورت اسطوره برای هنر را مورد تأیید قرار داده‌اند. اهمیت هنری اساطیر در قدرت آنها برای بیان حقیقت ارزش‌های انسانی است. اسطوره هنری نوعی روایت خود انگیزه است که در آن واقعیت‌های روانی - بخصوص بیم‌ها و امیدها - به زبان تخیلی ملموس و بیشتر در قالب دراماتیک به بیان در می‌آید. (پاکباز، ۱۳۹۰: ۲۶)

روایت ملی، اساطیر دینی، حقایق تاریخی، سرگذشت پهلوانان ایران، یادگارهایی که پیش از مهاجرت و از دوره زندگی در آسیای مرکزی در خاطر ایرانیان به جا مانده بود، به هم درآمیخت و داستان‌های مرتبی را پدید آورد که اساس تاریخ، ظاهر داستان و روش آنها اساطیری و دینی بود و ما نمونه‌هایی از همین داستان‌ها را در اوستا می‌بینیم که نبوت خود منشأ داستان‌های ملی ایرانیان در ادوار دیگر گشت. پیداست که ذهن ایرانیان مانند هر ملتی در تکوین این داستان‌های ملی به ذکر مفاخر و مآثر نیاکان، فتوح و اعمال بزرگ ایشان، رنج‌هایی که برده و کارهایی که کرده بودند، توجه داشت و خاطرات و داستان‌هایی از پهلوانان و جنگجویان بزرگ بر آن امور افزوده می‌شد. (صفا، ۱۳۶۳: ۲۶-۲۷)

دکتر علی شریعتی عقیده دارد که، کارهایی که انسان می‌کرده و دائماً می‌کند، ساختن جهانی است که باید باشد و نیست؛ یکی از این راه‌ها، و یکی از این تلاش‌ها که او را وادار به ساختن این عالم احساس می‌کرده، اسطوره ساختن است. اساطیر دو گونه است: یک شخصیت واقعی بوده و در تاریخ وجود داشته، این شخصیت واقعی است: یکی از قهرمانان در تاریخ است، چند سال هم زندگی کرده، فتوحات و پیروزی‌هایی داشته، بعد هم مریض شده و مرده و یا اینکه کشته شده؛ سپس همین شخصیت را به یک شخصیتی ماورائی تبدیل می‌کنند که هیچ وقت نبوده ولی او دلش می‌خواهد چنین شخصیتی باشد. از این نظر است که یک قهرمان در تاریخ را می‌گیرد، و تبدیل به یک قهرمان بزرگ اساطیری در ذهنش می‌شود، آنچه که باید باشد، نه آنچنان که بوده، می‌سازد؛ بنابراین ساختن اساطیر، نیاز انسانی است که تاریخ واقعی او را سیر نکرده، اساطیر می‌سازد و می‌داند. (شریعتی، ۱۳۸۹: ۶۲-۷۷)

با نفوذ دین اسلام و آیین و آداب و عادات اعراب در روح نهاد ایرانیان جای پهلوانان ملی را بزرگان و قهرمانان دینی گرفتند و بعضی از شاعران به جای آنکه داستان دلبران ایران را موضوع منظومه‌های خود سازند به اعمال تاریخی یا ساختگی این بزرگان

دینی توجه کردند و منظومه‌هایی به تقلید از داستان‌های حماسی ایران پدید آوردند. (صفا، ۱۳۶۳: ۱۵۸) این گونه حکایت‌ها، بازگو کننده این است که اسطوره و افسانه می‌تواند از منطق زمان و مکان خارج باشد. به عبارت دیگر، افسانه و اسطوره بی‌مکان و بی‌زمان است. در دوران اسلامی، ایرانیان مسلمان بویژه شیعیان، در آثار منظوم فراوانی به شرح فضایل و مناقب بزرگان دین، بویژه شرح رشادت‌های امام علی (ع) در جنگ‌ها پرداخته‌اند. این گونه آثار که گاه با عناصری از افسانه، تاریخ و اسطوره درهم آمیخته‌اند، فصل شورانگیزی از ادبیات کشورمان را رقم زده‌اند. (محمدی، ۱۳۸۳: ۲۴-۲۵) یعنی انسان همواره احساس می‌کرده که در این اطاقی که زندگی می‌کند، این اطاق شایستگی او را ندارد و در ذهنش یک عالم بزرگتر، یک فضای عظیم‌تر هست. این تلاش همواره در انسان هست و بوده؛ هر آفریدنی زائیده احساس کمبود و نیاز به آن چیزی است که در این عالم نیست. (شریعتی، ۱۳۸۹: ۴۲-۴۳) از خصائص حماسه طبیعی و ملی آنست که یک موضوع تاریخی که در روزگاری صاحب حقیقت خارجی بود در نهایت شدت با اساطیر مذهبی و داستان‌ها و افسانه‌های ملی و خوارق عادات آمیخته شود ولی در عین حال صورت و نسق تاریخی داشته و عبارت باشد از یک سلسله اعمال منظم و مرتب. هر چه از جنبه اساطیری و ابهام روایات کاسته شود و وقایع تاریخی و واقعی و معین و صریح بیشتر در حماسه راه یابد، از ارزش حماسی روایات کاسته می‌گردد و بر ارزش تاریخی آن افزوده می‌شود. (صفا، ۱۳۶۳: ۱۱) لازمه یک منظومه حماسی تنها جنگ و خونریزی نیست بلکه منظومه حماسی کامل آنست که در عین توصیف پهلوانی‌ها و مردانگی‌های قوم نماینده عقاید و آراء و تمدن او نیز باشد و این خاصیت در تمام منظومه‌های حماسی مهم جهان موجود است. (محمدی، ۱۳۸۳: ۹) قبل از شناخت تمدن، قبل از بررسی فلسفه‌ها، قبل از بررسی و قضاوت درباره هنر و ادبیات، درباره زندگی و مذهب و فلسفه، انسان باید شناخته شود. از نظر اسلام، انسان یک جمع ضدین است؛ یک سرش پست‌ترین ذات و سر دیگرش مقدس و متعالی است. بنابراین، این موجود دارای دوبعد است که یک بعدش در پست‌ترین سطح قرار دارد و بعد دیگر در آخرین قله امکان تعالی و عظمت است، که روح خداوند است که در انسان و در آدم دمیده، انسان موجود، یعنی انسان عینی (همه ما) میان این دو قطب در حرکت هستیم. این مسیر زندگی انسان است که تحت عنوان مذهب نامیده می‌شود. (شریعتی، ۱۳۸۹: ۲۲-۲۵) از نظر دکتر شریعتی هنر عبارت است از پنجره‌ای از این عالم به آن عالم مطلق‌ها و مقدس‌ها و مذهب دری است به طرف آن عالم.

۳- شکل‌گیری شخصیت امام علی به‌گونه‌ی اساطیری

اما در تاریخ، صرف‌نظر از همه عقاید و تعصبی که ما داریم، به یک شخصی بر می‌خوریم، که نیاز انسان را به نمونه‌های اعلای مطلق عظمت‌هایی که در روی زمین در انسان نمی‌تواند باشد ولی باید باشد و نیست، جمع کرده؛ نیازی که همواره انسان تاریخ به داشتن و ساختن امثال هرکول یا رام، که مظهر شکست‌ناپذیری، قدرت و شهامت هستند در خودش نشان می‌دهد. قدرت جنگجویی که مظاهر و نمونه‌های مختلف اساطیری داشته در همه فرهنگ‌ها در خودش حفظ کرده؛ یعنی نمونه‌های متناقض را در تاریخ پدید آورده، به خاطر انسان از سعادت و از مقام و از موقعیت و از خوشبختی و آرامش و قدرت خودش می‌گذرد و شکست خود و خاندان خودش را برای دیران تحمل می‌کند. (شریعتی، ۱۳۸۹: ۸۶-۸۷)

در باب امام اول شیعیان، میان شیعه داستان‌هایی به تدریج پدید آمده که بعضی از آنها مبنی بر حوادث تاریخی یعنی جنگ‌های او در حیات محمد بن عبدالله (ص) و هنگام خلافت و شجاعت‌های وی است، به تدریج عناصر داستانی بر آنها افزوده شده است و برخی از این داستان‌ها به کلی دور از حقیقت تاریخی که اندک اندک میان ملت ایران و برادر اخلاص شدید به امام علی (ع) و در آمدن او در صف پهلوانان ملی به وجود آمده است. مردم با توجه به عشق و علاقه شدیدی که به مقام شامخ امام علی (ع) داشته‌اند، افسانه‌های زیادی درست کرده‌اند که با واقعیت‌های تاریخی همخوانی ندارد و بیشتر برگرفته از روحیه شخصی افراد بوده که به صورت روحیه جمعی درآمده است. (محمدی، ۱۳۸۳: ۲۵)

علی رب‌النوع انواع گوناگون عظمت‌ها، قداست‌ها، و زیبایی‌هایی است از آنگونه که بشر همواره دغدغه داشتن و پرستیدنش را داشته و هرگز ندیده و معتقد شده بوده که ممکن نیست بر روی خاک ببیند، و ممکن نیست در کالبد یک انسان در این حد تحقق پیدا کند و ناچار، می‌ساخته. (شریعتی، ۱۳۸۹: ۸۷) علی قهرمان متعالی زیبا و پاک سخن گفتن است، نمونه اعلی و متعالی شهامت در جنگ است؛ نمونه عالی پاکی روح در حد اساطیر و تخیل فرضی انسان در طول تاریخ است؛ نمونه‌ی اعلای محبت و و لطافت روح است؛ نمونه‌ی عالی دوست داشتن در حد نمونه‌های اساطیری است؛ نمونه‌ی اعلای تحمل در جایی که تحمل نکردن خیانت است. (شریعتی، ۱۳۸۹: ۹۵-۹۶)

در این منظومه‌های حماسی دینی بعضی از حالات و بزرگواری‌ها و شجاعت‌ها و دلیری‌های حضرت علی (ع) آمده است که بیشتر آنها روایت‌های شفاهی بوده که با افسانه و اسطوره و تاریخ آمیخته شده است. و حتی زمینه‌هایی از تفکر فولکلوریک در آنها

دیده می‌شود که سرایندگان آن با مهارت و استادی این موضوع‌ها را به تصویر کشیده‌اند و این نگاه نشان از توانایی، ابتکار و تیزهوشی شاعران آن بوده است که با اعتقادی راسخ و بیانی شیوا، به رشادت‌های حضرت علی (ع) و یاران باوفایش، جدا از صورت شکوهمند واقعیت تاریخی، در قالب اسطوره‌ای اشاره می‌کنند. (محمدی، ۱۳۸۳: ۳۷)

زندگی امام علی به عنوان قهرمانی مسلمان یکی از رایج‌ترین مضامین تصویرسازی بود، زیرا علی (ع) از شجاع‌ترین و قوی‌ترین مردان سپاه اسلام بود که در دو جنگ بدر و خیبر پرچمدار سپاه بود. در تمام فرهنگ‌ها و جوامع، روایت‌های قهرمانی را می‌توان یافت و در این رابطه، نویسندگان مسلمان برای ترسیم قهرمانان مسلمان، توانایی خارق‌العاده آنها را همراه با تمایلات روحانی، مورد توجه قرار داده‌اند. (شایسته‌فر، ۱۳۸۴: ۱۷) به قول استاد مطهری: شخصیت افراد از نظر عکس‌العمل‌سازی در روح‌ها و جان‌ها یکسان نیست. هرچه شخصیت عظیم‌تر و پرنیروتر است، خاطره‌انگیزتر و عکس‌العمل‌سازتر است. (مطهری، ۱۳۸۲: ۹-۱۰) شجاعت علی (ع) در سنت شیعه معروف است. او در همه جنگ‌هایی که در طول حیات پیامبر (ص) و بعد از آن به وقوع پیوست، شرکت داشت و هرگز ترس و نگرانی از خود نشان نداد. با وجود شکست در نبردهای متعدد مانند: احد، حنین، خیبر و خندق، در هنگام پشتیبانی از پیامبر (ص) یا وقتی که لشکر مسلمانان با وحشت می‌گریختند، هیچگاه به دشمن پشت نکرد. (شایسته‌فر، ۱۳۸۴: ۷۹) نیازهایی که در طول تاریخ، انسان‌ها را به خلق نمونه‌های خیالی، به خلق الهه‌ها و رب‌النوع‌های فرضی می‌کشانده، در تاریخ عینی اشباع می‌کند. علی (ع) در جنگ مانند یک رب‌النوع اساطیری می‌جنگد و در کوچه در برابر یک یتیم، چنان ضعیف و پریشان می‌شود که رقیق‌ترین احساس یک مادر را به صورت اساطیری نشان می‌دهد. (شریعتی، ۱۳۸۹: ۸۷-۸۸)

۴- امام علی (ع) در جایگاه اسطوره در نگارگری ایران

شمار آثار شیعی در خلال دوره تیموری به‌روشنی قابل ملاحظه است. گروهی از عالمان صوفی با هدف تحت تأثیر قرار دادن سلطان، به دربار حاکمان تیموری رفت و آمد می‌کردند. (شایسته‌فر، ۱۳۸۴: ۸۹) از حماسه‌های قدیم دینی شیعه خاوران‌نامه است در شرح احوال و داستان‌هایی از علی بن ابیطالب (ع). در باب امام اول شیعیان میان شیعه تدریجاً داستان‌هایی پدید آمده که بعضی از آنها مبنی بر حوادث تاریخی یعنی جنگ‌های او در حیات محمد بن عبدالله (ص) و هنگام خلافت و شجاعتی‌هاست منتهی به تدریج عناصر داستانی بر آنها افزوده شده‌است. برخی دیگر از داستان‌ها بکلی دور از حقیقت تاریخی و افسانه‌ای محض است که اندک اندک میان ملت ایران و بر اثر اخلاص شدید این قوم نسبت به علی (ع) و درآمدن او در صف پهلوانان ملی وجود یافت. (صفا، ۱۳۶۳: ۳۷۷)

خاوران‌نامه‌ی ابن‌حسام که در سده نهم هجری در شیراز تدوین شده است، نسخه مشهور ترکمن است که به‌صورت فاخر و نفیسی مصور سازی شده و رشادت‌های امام علی (ع) را به تصویر می‌کشد. بعدها این نسخه تکه تکه شده و برخی از نگاره‌هایش در مجموعه‌هایی در آمریکا و در کتابخانه چستربیتی در دابلین و بخش بزرگتر آن در موزه‌های هنر تزینی تهران نگهداری می‌شود؛ باقی مانده آن باید در مجموعه‌ی کتابخانه‌های سراسر دنیا پراکنده شده باشد. (شایسته‌فر، ۱۳۸۴: ۱۶) ناظم کتاب خاوران‌نامه مدعی است که موضوع منظومه خود را از یک کتاب تازی انتخاب کرده است و این خاصیت بیشتر کتب حماسی (ملی - تاریخی - دینی) ایرانست که لامحاله مبتنی و مستند بر اصلی بودن و سازندگان آنها مستقیماً در جعل روایات و احادیث دخالتی نداشته‌اند. نخستین ابیات خاوران‌نامه چنین است:

نخستین	بر این	نامه‌ی	دلگشای	سخن	نقش	بستم	بنام	خدای
خداوند	هوش	و	خداوند	جان	خداوند	بخشنده‌ی	مهربان	
یگانه	خداوند	بالا	و	پست	گواهست	بر هستیش	هرچه	هست

و شاعر در مقدمه‌ی که بر کتاب خویش افزوده اعتقاد صریح خود را با ائمه اثنی عشر و دوستدارای چهارده معصوم در این دو بیت بیان کرده است:

بحق	تو ای	دلاور	آب و	خاک	بدان	چارده	نام	معصوم	پاک
بدان	چارده	نام	معصوم	پاک	که	هستند	فخر	زمین	و

(صفا، ۱۳۶۳: ۳۷۸)

نقاشی‌های این نسخه‌خطی، اولین و عالیت‌ترین سبک ترکمن است که تا اواخر سده دهم هجری، تداوم یافته و مرکز آن احتمالاً شیراز و جنوب ایران بوده است. نسخه‌ی خاوران‌نامه همواره امام علی (ع) را در هاله‌ای نور نشان داده و تقریباً او را نزدیک

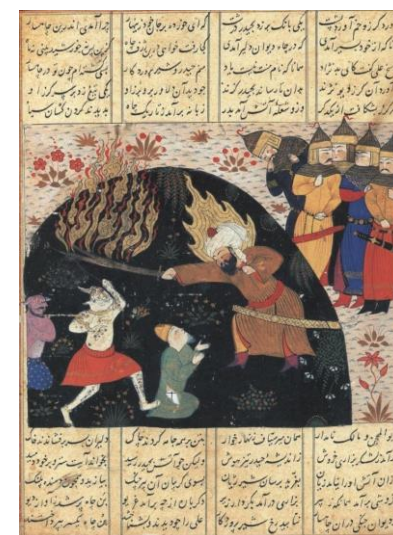
پیامبر(ص) قرار می‌دهد. برای نشان دادن شجاعت علی(ع) در نسخ خطی کلیات تاریخی و خاوران نامه، هنرمندان و حامیان سعی کردند داستان‌هایی را انتخاب کنند که توانایی ویژه ی علی(ع) را نشان دهد. (شایسته‌فر، ۱۳۸۴: ۱۶-۷۷)



تصویر ۱: جبریل قدرت فوق‌العاده علی را به پیامبر اکرم نشان می‌دهد. از ابن حسام. خاوران نامه شیراز. تهران. ۸۸۲-۸۹۲ ه.ق. موزه کاخ گلستان. (شایسته فر، ۱۳۸۴: ۸۸)



تصویر ۳: حضرت علی ستون سلیمان را از جا برمی‌کند. فرهاد شیرازی. خاوران نامه شیراز. تهران. موزه کاخ گلستان. (خوسفی بیرجندی، ۱۳۸۱: ۶۵)

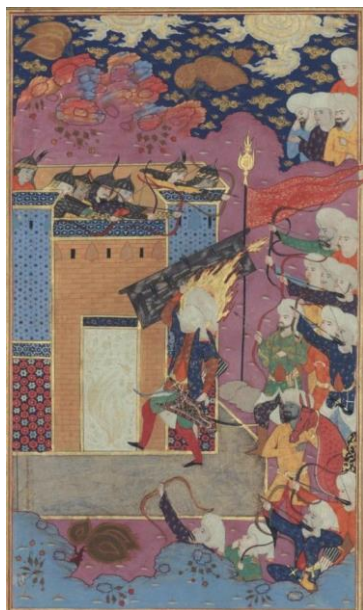


تصویر ۲: نبرد حضرت امیر با موجودات افسانه‌ای. فرهاد شیرازی. خاوران نامه شیراز. تهران. ۸۸۲-۸۹۲ ه.ق. موزه کاخ گلستان. (رجبی، ۱۳۹۰: ۸۰)

کتاب احسن الکبار فی معرفه الاثمه الاطهار تألیف ابن عرب‌شاه محمدبن ابی زیدالعلوی ورامینی از علمای شیعه به سال ۸۲۷ ه.ق است. این اثر نخستین تألیف به زبان فارسی، پیرامون زندگی امامان شیعه به شمار می‌آید. این کتاب در سده ی ۱۰ هجری، به روزگار شاه طهماسب اول صفوی و به دستور او به دست فخرالدین علی ابن حسن زواری تلخیص شده و با افزودن مطالبی بر آن به نام لوامع الانوار الی معرفه الاثمه الاطهار نامیده شده است. این نسخه با ۱۷ مجلس از رویدادهای مهم زندگانی و معجزات پیامبر و اثمه اطهار آراسته شده است. (شاهکارهای نگارگری ایران، ۱۳۹۰: ۲۱۳) این تصاویر وقایعی را روایت می‌کنند که در اسلام و نزد شیعه از اهمیت بالایی برخوردارند و شیعه بدانها می‌بالد. برخی از وقایع نیز صفات و فضائل ائمه را به نمایش می‌گذارند.

تصویر زیر نبرد حضرت علی با نره دیوان را در چاه پیرالعلم، که به اذن رسول انجام شد نشان می‌دهد. بنابر مندرجات مربوط به این تصویر در احسن الکبار که از ابوبکر مفسر شیرازی نقل قول می‌کنند، رسول اکرم (ص) در روز حدیبیه از عمر، عثمان و

ابوبکر خواستند که به وادی جن بروند و ایشان را دعوت کنند، هیچ‌یک از آنها نپذیرفتند، تنها حضرت علی پذیرفت و به میان اجنه رفت و ۹ شبانه روز در چاه پیرالعالم با نره دیوان جنگ کرد. (شایسته‌فر، ۱۳۸۸: ۲۰-۲۳)



تصویر ۵. کندن در خیبر توسط حضرت امیر (ع). هنرمند نامعلوم. حبیب‌السیر. اوایل سده ۱۱ ه.ق. کاخ گلستان. (رجبی، ۱۳۹۰: ۱۸۳)



تصویر ۴. مسخر نمودن اجنه توسط امیرالمومنین علی (ع). هنرمند نامعلوم. احسن‌الکبار. ۹۸۸ ه.ق. کاخ گلستان. (رجبی، ۱۳۹۰: ۲۲۰) حبیب‌السیر، تألیف ارزشمند خواند میر، در ذکر احوال انبیا (ع) و بیان حالات حکما نوشته شده است. جزء چهارم در ذکر وقایع ایام خلافت حضرت علی (ع) است. (شاهکارهای نگارگری ایران، ۱۳۹۰: ۱۷۹)



تصویر ۶. علی بر شانه‌های پیامبرت‌ها را از قسمت بالای کعبه می‌اندازد. میرخواند. روضه‌الصفاء. مصر. موزه قاهره. (شایسته‌فر، ۱۳۸۴: ص ۱۵۴)

کتاب روضه‌الصفاء اثر مولانا حسین کمال الدین حسین بن علی معروف به واعظ کاشفی نویسنده و واعظ فارسی است که به دستور و درخواست شاهزاده مرشد الدین عبدالله ملقب به سید میرزاداماد سلطان حسین بایقرا در سال (۹۰۸-۹۰۹) نوشته شده است. این اثر زندگی نامه‌ی شهدایی چون علی (ع) و خاندانش به ویژه امام حسین است که در مکتب باشکوه بغداد به وجود آمده است. این کتاب بین شیعیان معروف و شناخته شده است و به عنوان یادبودی از محرم استفاده می‌شود؛ همچنین اثری ماندگار از خود در مراسم عزاداری که روضه خوانده می‌شود به جا گذاشته است. (شایسته‌فر، ۱۳۸۸: ۱۸)

۵- نتیجه‌گیری

انسان در همه فرهنگ‌ها و ملل مختلف به دنبال تعالی و پرورش روح و احساس درونی خود بوده است در این مسیر به حالات و خصوصیات برتر در فطرت خویش اهمیت بیشتری می‌داده است و بر مبنای علاقه و احترام نسبت به شخصیت‌های برجسته تاریخ، آنها را با عناصری فراواقعی در هم آمیخته و شخصیتی را پدید آورد که می‌خواهد باشد. علی (ع) در همه دوران‌ها محبوب بوده‌است، و علاقه‌مندان بسیاری به شخصیت و منش او جذب شده‌اند. او کسی است که همواره یار و همراه پیامبر بوده و با اعمال پهلوانی خود در راه مبارزه با ظلم و حمایت از مظلوم حوادثی را پدید آورده است.

آثاری که در این مقاله از آنها نام برده شد چون: خاوران‌نامه، احسن‌الکبار، حبیب‌السیر و روضه‌الصفاء در دوره‌های تیموریان و صفویان نقش شده‌اند. باتوجه به اینکه در دوره تیموریان مذهب سنی حاکم بوده، نگاره‌های خاوران‌نامه که متعلق به این دوره است چهره امام علی (ع) نقش شده است ولی در مابقی نگاره‌ها که از کتب، احسن‌الکبار، حبیب‌السیر و روضه‌الصفاءست چهره ائمه با پارچه‌ای پوشیده شده است؛ و دلیل بر حکومتی شیعی مذهب در دوره صفویه است.

به طور کلی در این دو دوره اسلامی و علل خصوص دوران صفویه و مذهب شیعه، تصویرسازی شخصیت امامان در نقاشی‌ها جایگاه ویژه‌ای پیدا کردند. در این میان، امام علی (ع) با توجه به شخصیت بزرگ و جنگ‌ها و قهرمانی‌هایشان مورد توجه هنرمندان قرار گرفت تا جایی که شخصیت واقعی ایشان با حد‌اعلای کمال در احساس، زندگی و روابط انسانی آن گونه که در آرزوی هر انسانی است ادغام شد و شخصیتی اسطوره‌ای از علی (ع) را پدید آورد.

منابع

۱. پاکباز، روبین (۱۳۹۰)، «دایره‌المعارف هنر»، چاپ دهم، تهران، فرهنگ معاصر.
۲. شایسته‌فر، مهناز (۱۳۸۸)، «بررسی موضوعی نسخه خطی احسن‌الکبار شاهکار نگارگری مذهبی دوره صفویه»، کتاب ماه هنر، دوره دوازدهم، ش ۱۳۸، صص ۲۷-۱۴.
۳. شایسته‌فر، مهناز (۱۳۸۴)، «هنرشیعی (عناصر هنر شیعه در نگارگری و کتیبه‌نگاری تیموریان و صفویان)»، چاپ اول، تهران، انتشارات موسسه مطالعات هنر اسلامی.
۴. شریعتی، علی (۱۳۸۹)، «علی حقیقتی بر گونه‌ی اساطیر»، چاپ اول، تهران، بنیاد فرهنگی دکتر علی شریعتی.
۵. رجبی، محمدعلی (۱۳۹۰)، «شاهکارهای نگارگری ایران»، چاپ دوم، تهران، موزه هنرهای معاصر تهران.
۶. صفا، ذبیح‌الله (۱۳۶۳)، «حماسه‌سرایی در ایران»، چاپ چهارم، تهران، امیرکبیر.
۷. محمدی، هاشم (۱۳۸۳)، «سیمای امام علی (ع) در حماسه‌های دینی و مذهبی ایران»، مجله کیهان فرهنگی، دوره هفتم، ش ۲۱۶، صص ۲۰-۱۵.
۸. مطهری، مرتضی (۱۳۸۲)، «جاذبه و دافعه علی (ع)»، چاپ چهارم و پنجم، تهران، صدرا.
۹. خوسفی بیرجندی، ابن حسام (۱۳۸۱)، «خاوران‌نامه: شاهکاری از ادبیات و هنر نقاشی ایران (قرن ۹ هجری)»، چاپ اول، تهران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

مطالعه تطبیقی نقش اژدها در سفالینه‌های دوره‌ی تیموری و صفوی ایران و مینگ چین

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۱۴

کد مقاله: ۳۲۸۵۴

قدریه ملکی^۱

چکیده

تمدن‌های ایران و چین از دیرباز با هم تبادل فرهنگی داشته و اشتراکات هنری قابل توجهی میان دو کشور در ادوار مختلف تاریخی مشهود است. یکی از جلوه‌های مشترک هنری میان این دو تمدن با پیشینه فرهنگی غنی، سفالگری است. در این میان اژدها یکی از نقوش نمادینی است که سابقه حضور آن در قدیمی‌ترین منابع ادبی ایران و چین دیده می‌شود. از طرفی هم، نقش اژدها از جایگاه ویژه‌ای در دوران اسلامی در ایران و دوره مینگ و دوره یوان در چین در بین هنر سفالگری برخوردار است. اژدها در دوره‌ی تیموری و صفوی بیشتر روی سفال به کار رفته است و می‌تواند تقلیدی از نمونه‌های گذشته باشد. از مهمترین ضرورت پژوهش بررسی تطبیقی طرح و نقش و شناخت نمادین اژدها در ایران و چین می‌باشد. که تا الان تحقیق مستقلی به آن پرداخته نشده است. لذا هدف از این پژوهش آن است که مشخص شود نقش اژدها در مفاهیم نمادین هنر ایران و چین چگونه است؟ نقش اژدهای چینی به طور مستقیم و بدون تغییر ماهیت چگونه وارد هنر سفالگری ایرانی شده‌اند؟ از آنجایی که هنر و فرهنگ چین به نوعی با اژدها عجین شده و اساسا چین زادگاه اژدهاست، با بررسی نقش اژدها بر روی سفالین‌های دوره تیموری، صفوی و مینگ می‌توان به شناخت بیشتر و بررسی دلایل افتراق و اشتراک در سفال پی برد. پژوهش پیش رو با رویکردی تطبیقی و بر مبنای روش توصیفی-تحلیلی انجام شده است و جمع‌آوری اطلاعات آن به شیوه کتابخانه‌ای صورت پذیرفته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در ایران نقش اژدها شبیه به هم هستند همچنین با استفاده از عناصر تزئینی و نقوش گیاهی در سفال‌های این دوره از لحاظ شکل و اندازه با هم فرق دارند. هنرمند ایرانی به مفهوم و معنای چینی آن توجه نشان داده است و در آثار سفال این دوره اژدها گاه به تنهایی تصویر شده و گاه به تنهایی تصویر نشده است. ولی در دوره مینگ شکل اژدها متفاوت‌تر است و هنرمند اژدها را به عنوان نقش اصلی به تنهایی روی سفال به تصویر کشیده است.

واژگان کلیدی: نقش اژدها، سفال ایران، سفال چین، دوره اسلامی، دوره مینگ

۱- مقدمه

در سیر تاریخ هنر می‌توان دید که هنر دوره‌ای یا قومی متأثر از دیگر اقوام یا ادوار گذشته است. این امری بدیهی است که اقوام مختلف در تماس با یکدیگر بر روند هنری و فرهنگی یکدیگر تأثیر بگذارند. این ارتباط هم می‌تواند مفید باشد و هنر آنان شکلی نو با بیانی بومی بگیرد و یا مخرب بوده و هنر آن منطقه را دچار انحطاط و از خود بیگانه کند. ارتباط دو کشور باستانی ایران و چین از پیشینه‌ای بسیار طولانی برخوردار بوده‌اند. این روابط و تأثیرات متقابل در زمینه‌های ریشه در فرهنگ، مذهب، باور، هنر و تجارت داشتند. در این رابطه، سفالگری جایگاهی ویژه دارد و یکی از مهمترین موضوعاتی است که باعث ارتباط و حتی رقابت دو کشور در سطح بین‌المللی در ادوار گذشته شده است. یکی از ویژگی‌های پیدایش هنر سفالگری دوره اسلامی، تأثیرپذیری از سفال چینی از دوره مینگ در انواع مختلف سفال‌های این دوره است. اگر چه به واسطه ارتباطات مستمر تجاری و فرهنگی از ابتدای دوران اسلامی، تأثیرگذاری سفالگری چین بر سفالگری ایران طی دوره‌های مختلف اسلامی، کم و بیش وجود داشته است اما بنا به دلایلی، تأثیرگذاری واقعی این هنر طی دوره‌های تیموری و صفوی اتفاق افتاد (Blair & Bloom; 1994; 543). روی این سفالهای کار شده نقش مشترکی ترسیم شده که در هر دو کشور به معنی جدا به کار برده شده است، این نقش ترسیم شده اژدها است. اژدها موجودی افسانه‌ای است که در کنار ما، در این جهان با باورهای مردم زندگی می‌کند از این رو سبب شده دو هنر سفالگری ایران و چین در یک زمان تاریخی نزدیک به هم به وجود بیاید و رواج پیدا کنند، می‌توان برای وجود تشابهات بین این دو هنر فرضیاتی را ارائه داد. نقش اژدها در ایران گاه نشانی از نیروهای پلید و ناپاک است و در چین نماد موجودی مسالمت جو و مقدس می‌باشد (کویاجی، ۱۳۷۸، ۲۵۴). به نظر می‌رسد علاوه بر معرفی نقش اژدها در هنر سفالگری و بررسی فرم و تزئینات و هم چنین با تطبیق سفالینه‌های سه دوره، به زنده نگه داشتن این هنر کمک می‌رساند. کاربرد نقش اژدها در هنر و تمدن‌های کهنی چون ایران و چین به خوبی جلوه‌گر است، اژدها در تمدن و فرهنگ چین از مهمترین کهن الگوها است. در این میان انبوه نقوش تزئینی، نقوش حیوانات تخیلی یا اسطوره‌ای از همان ابتدای دوران اسلامی جای خود را در تزئینات هنر سفالگری ایران باز نموده و نقش عمده‌ای در انتقال مفاهیم بلند مدنظر هنرمندان سفالگر ایفا کرده‌اند.

۲- چارچوب پژوهش

اهداف و ضرورت پژوهش: هدف از مطالعه حاضر، شناسایی نقش اژدها به لحاظ مفهوم نمادین روی سفال دو منطقه ایران و چین با یکدیگر و مقایسه ابعاد مشترک و متفاوت با هم می‌باشد.

پرسش و فرضیات پژوهش: پرسش‌ها و فرضیه‌هایی که در ارتباط با پژوهش حاضر مطرح است عبارتند از: نقش اژدها در مفاهیم نمادین هنر ایران و چین چگونه است؟ تصویر اژدها بر روی سفال چین معرف مفهومی نمادین است و در ایران هم گاه به مفهوم نمادین با اژدهای دیگر و یا دیگر حیوانات تعبیر شده است. این نماد پردازی از هنر چین صرف تقلید برای گسترش بازار تجاری در آثار هنرمندان ایران شد. نقش اژدهای چینی به طور مستقیم و بدون تغییر ماهیت چگونه وارد هنر سفالگری ایرانی شده- اند؟ از دیرباز تبادلات فرهنگی بین ایران و چین وجود داشته است و نحوه و ابعاد تأثیرگذاری هنر سفالگری چین بر دو دوره تیموری و صفوی به عنوان ادواری که بیشترین تأثیرات را در این زمینه داشته‌اند، مورد بررسی و مقایسه قرار گرفته است.

روش پژوهش: در این پژوهش به مراکز سفالگری در ایران و چین پرداخته می‌شود، سپس به نقش اژدها در هنر ایران و چین و تأثیر آن بر روی سفالینه‌ها بررسی می‌شود. جمع‌آوری این اطلاعات به روش کتابخانه‌ای و اسنادی انجام گرفته است. در مرحله بعد روابط فرهنگی بین ایران و چین در دوره‌های اسلامی و مینگ اشاره می‌شود. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است که در راستای تطبیق نقوش اژدها در هنر دو کشور در جدولی پرداخته و به لحاظ نقش و مفهوم، هر دو را مد نظر قرار داده است، سپس هر یک از آن‌ها از نظر شیوه و دوره ساخت و ویژگی‌های تزئینی با تأکید بر نقش اژدها و قرار دادن نمونه‌ها با وجوه دلایل افتراق و اشتراک را ممکن می‌سازد.

۳- پیشینه پژوهش

تاکنون مطالعات منسجمی در رابطه با تحلیل تطبیقی نقش اژدها بر روی سفالینه‌های دوران تیموری و صفوی با دوره مینگ چین صورت نگرفته، اگرچه اشارات اندک و پراکنده‌ای به اژدها و نقش آن بر روی آثار هنری دیگر در میان سفال و به طور جداگانه در هنر هر دو کشور انجام شده است. مهمترین پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه عبارتند از: آژند (۱۳۸۰) در پژوهش دیگری با عنوان "تأثیر عناصر و نقشمایه‌های چینی در هنر ایران" به بررسی وجوه ماهیت بازرگانی و فرهنگی ورود کالاهای چینی به ایران پرداخته است. پژوهشگر معتقد است ورود کالاهای چینی به ایران موجب داد و ستد فرهنگی در هنرهای گوناگون ایران شده است. حسینی (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان "بازتاب و تحلیل نگاره اژدها در سفالینه‌ها و کاشی‌های دوران اسلامی ایران" به شناسایی مفاهیم نمادین سیر تحول قدیمی‌ترین دوره کاربرد و انواع مختلف اژدها در سفالگری ایران در دوران اسلامی پرداخته است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که نقش اژدها متعلق به فرهنگ چین است که در دوران تیموریان وارد ایران شد. در پایان‌نامه "بررسی تطبیقی نقش و مفهوم اژدها در هنرهای سنتی ایران و چین" نایب‌زاده (۱۳۸۹) این آرایه در سایر هنرها مورد مطالعه قرار گرفته و وجوه افتراق و اشتراک این نقش در دو حوزه چین و ایران مورد بررسی قرار گرفته است. سرمدی (۱۳۸۹) در

مقاله‌ای با عنوان "تاملی در سفال آبی و سفید چین و ایران در اعصار مینگ و صفویه" زمینه‌های ارتباطی چین و ایران شامل، مبادلات اقتصادی و تجاری، فرهنگی، هنری و صنعت بوده است. نگارنده ضمن استفاده از منابع نامبرده، این نقش را در دو حوزه ایران و چین، مورد بررسی قرار داده و معتقد است: مطالعه این نقش در این حوزه می‌تواند ابهامات را درباره بحث تقلید صرف حتی به لحاظ نقش و فرم برطرف کند، و به پیوند میان ساختار و عناصر تصویر اژدها با نقوش روی سفال‌ها و به قیاس تعدادی از آثار سفالی و تاثیر متقابل آنها می‌پردازد.

۴- اژدها در فرهنگ های ایران و چین

اسطوره بیانی است پر رمز و راز که از واقعیتهای جهانی حکایت دارد. اسطوره‌ها با تمام راز و رمزهایشان و گاه اغراق بی حدشان شاید واقعیت مادی نداشته باشند، اما می‌توان آنها را حقیقتی دانست که زبان دیگری برای بیانشان یافت نشده است (بهار ۱۳۷۶: ۲۶۹). اژدها، در فارسی به قالب‌های متعددی همانند اژدر، اژدرها، اژی‌دهاک و حتی گاهی تنین، ثعبان و هستبر نیز دیده می‌شود (معین، ۱۳۸۹: ۱۱۵۴). براساس تعاریفی که در اساطیر آمده اژدها جانوری افسانه‌ای و بزرگی است که به شکل سوسمار یا مار غول پیکر فلس دار، با بال خفاش مانند، دم نوک تیز، نفس آتشین و محافظ گنج مجسم شده است. نام این موجود اهریمنی در اوستا، خرفستران ذکر شده است. در برخی از تعاریف اساطیری اژدها مترادف مار و یا ترکیبی از مار می‌باشد که ذاتی پلیدتر از مار یافته و قادر به درنده خویی مضاعفی می‌باشد. ضحاک که در شاهنامه با نام اژی دهاک معرفی شده تجسمی منطقی از اژدها با سه سر، شش چشم و سه پوزه می‌باشد. تعاریف و توصیفات فردوسی از اژی دهاک تعریفی کامل و مصور از اژدها در جامعه ایرانی به شمار می‌آید. به همین دلیل، اژدها در شاهنامه نمادی از پتیارگی و خشکسالی معرفی شده است؛ اما، برخلاف این تعاریف و مفاهیم منفی، درفش بزرگترین پهلوان ایرانی یعنی رستم به نقش اژدها آراسته شده است. بسیاری از شاهنامه‌شناسان استفاده از این نقش را ریشه در دوران اشکانی می‌دانند که با اقتباس از فرهنگ یونانی این نقش به صورت خیلی محدود وارد ایران شد (رستگار فسایی، ۱۳۷۹: ۳۷).

درنده خویی و ذات پلید اژدها در میان اکثر کشورهای جهان مشترک بوده و تنها چینیان آن را مقدس پنداشته و قابل احترام می‌دانند. اژدها در غرب نشانه شیطان است و در هنر عیسوی، اژدها به وسیله مریم عذرا در نقش بکرزایی، زیر پای او له می‌شود. اما برخلاف اغلب فرهنگ‌ها، اژدها در چین موجودی نیکوکار، مقدس و پاک به شمار می‌آید و در فرهنگ چینی نمادی از سازگاری، دگرگونی و جهان طبیعی به شمار می‌آید. چینیان به اژدها که در لغت چینی لونگ^۱ یا لانگ گویند که از قدرتی فوق‌العاده‌ای برای بارندگی و کنترل سیل‌ها و طوفان‌ها برخوردار است. این موجود مظهر باران است، ابرها را گرد هم می‌آورد و مسیرهای آب را زیر نظر می‌گرفت (نفیسی، ۱۳۸۴: ۲۸). براساس نظریات اساطیر، تمامی اژدهایان هر بهار به آسمان می‌روند و در آن جا اقامت می‌کنند (کریستی، ۱۳۷۳: ۹۸)، از سده دوم میلادی به بعد اژدها نماد قدرت و سلطه امپراتور بود. به همین دلیل، نقشمایه اصلی جامه پادشاه به شمار می‌آمد و حتی در هنرهای گوناگون چین همانند فرش نقش اژدها به عنوان پادشاه و قدرت مطلق او به شمار می‌آمده است (کوپر، ۱۳۷۹: ۳۴).

قرار گرفتن دو اژدها در دو جهت مخالف و یا دور از یکدیگر نمادی از ابدیت، از طریق بین و یانگ^۲ است. نقشی که به وفور در هنرهای گوناگون چینی همانند فرش‌های موسوم به اژدها قابل مشاهده است. افزون بر هنرمندان مذکور، آثار و تصاویر مختلفی توسط نقاشان چینی تصویر شده که در عموم آن‌ها اژدها با بدنی پوشیده از فلس، دارای دو بال عقاب با پنجه‌های شیر، دم مار عظیم‌الجثه، دو شاخ بر فرق سر، دو دندان تیز در دهان و قطعه ابری در حال بارش تصویر شده است. نخستین آثار باقی مانده از هنر چین حکایت از کاربرد نقش اژدها و جایگاه متعال آن دارد (زکی محمد، ۱۳۸۴: ۶۳). نخستین شکل اژدها روی ظروف تشریفاتی مفرغی سلسله‌های شانگ و چو (هزاره دوم تا اواسط هزاره اول ق.م) مشاهده می‌شود که عبارت از تسین لونگ یا اژدهای آسمانی و نگهبان کاخ خدایان؛ شن لونگ یا اژدهای روحانی، مسئول ریزش باران بر زمین؛ وی لونگ یا اژدهای زمینی، مسئول جریان مداوم آب رودخانه‌ها؛ فنون دان لونگ یا فوجانگ، مسئول حفاظت گنج‌های مخفی خدایان و لون وانگ یا شاه اژدها، که به صورت نامریی در زمین حکومت می‌کند و از نظر تعداد پنگال به سه نوع تقسیم می‌شوند: اژدهای پنج پنگاله مختص امپراتور؛ اژدهای چهار پنگاله مختص شاهزادگان درجه یک و اژدهای سه پنگاله مختص شاهزادگان درجه دو به بعد همچنین، از دوره هان دیوار نگاره باقی مانده که ایزد بانوی نو-گوآ همراه با همسرش فوشی را با بدن‌های انسان که از کمر به پایین به صورت دم دو مار یا اژدهای به هم پیچیده شده نشان می‌دهد (نفیسی، ۱۳۸۴: ۲۸). بسیاری پژوهشگران معتقدند، نقش اژدها در هنر ایرانی متأثر از روابط اقتصادی و فرهنگی هنر چین است به طوری که همزمان با دوره یوان و ارتباط آنان با پادشاهان و تاجران عصر ایلخانان به مرور منجر به دخیل شدن این نقش در هنر ایران شد (دانشپورپور، ۱۳۷۶: ۶۶۴).

1- Lung

۲- در فلسفه چینی، یانگ، معرف نیروی مثبت و فعال مذکر در خشکسالی، حرارت، سختی، آسمان، نور، خورشید و آتش و تمثیلی است از استواری و درخشندگی و بین، نیروی منفی مونث محسوب می‌شود که در هر چیز منفعلی مانند سرما، رطوبت، لطافت، مرموز بودن، راز چیزهای محو شونده، کدر بودن و غیرفعال بودن نهفته است. بین، سایه شمالی تپه ای، مصب رودخانه، زمین و آب است. بین و یانگ؛ نمادهستی است. نشانه باهم بودن و در تضاد بودن دو روح در یک بدن و نماد شب و روز. (رجبی اصل، ۱۳۸۱: ۱۸۷)

۵- روابط فرهنگی ایران و چین

نخستین ارتباطات میان دو کشور ایران و چین از دوره هان (مقارن با دوران اشکانیان) آغاز شد. با تهاجم مغولان به ایران، ارتباط با هنر چین افزایش یافت. به دلیل آشنایی ایرانیان با هنر چین در عصر شکوفای سلسله سونگ و سپس در عصر سلسله یوان، بسیاری از شیوه‌ها و سبک‌های هنری چین وارد هنر ایران شد و بر هنر این سرزمین تأثیر گذارد. این تأثیر براساس خواسته و سلیقه پادشاهان بود؛ زیرا، پادشاهانی همانند اولجایتو بزرگترین حامیان هنر به شمار می‌آمدند (دانشپورپور، ۱۳۷۳: ۴۵). به همین دلیل، هنرمندان و کارگاه‌های درباری ملزم به تأمین خواسته و سلیق آنان بودند. این عامل باعث شده تا بسیاری از مکاتب نگارگری ایران همانند تبریز اول و یا هرات با شاخصه‌های هنری توأم شوند. با آغاز سلطنت خاندان صفوی، هنرمندان ایرانی شیوه‌های چینی را حذف نموده و براساس ویژگی‌های ایرانی آثار نوینی خلق کردند؛ اما، این اتفاق و خواسته هرگز به طور کامل محقق نشد. به طوری که نفوذ آثار هنری چین در آغاز سده دهم هجری قمری احیا شد و ظروف سفالی بسیاری همانند کوباجی با الهام از آثار سفالی چینی تولید شد (پوپ، ۱۳۸۷: ۱۸۷۶).

هدف سفالگران دوره صفویه پاسخگویی به نیاز بازارهای داخلی بود. آنها به دلیل کمبود پورسلین از چین به غرب توانایی سفال‌های به اندازه‌های متفاوت را در رقابت بین‌المللی را نداشتند. کوره‌های اژدهای چین می‌توانستند هزاران ظرف تولید کنند در حالیکه کوره‌های سنتی ایران بسیار محدود بودند (گلمیک، ۱۳۸۵). سفالینه‌های آبی منقوش زیر لعاب، یکی از جذاب‌ترین آثار تولیدی سازندگان سفالینه در دوره صفوی بود که از واردات چین بوده است. مثلاً در کاخ عالی قاپوی اصفهان و مقبره شیخ صفی الدین اردبیلی اتاق‌هایی مختص این امر قرار داده شد. این سفالینه‌ها با تقلید از آثار چینی، آبی و سفید دوره مینگ چین ساخته می‌شد (رفیعی، ۱۳۷۷: ۸۶). اگر چه این هنر از چین اقتباس شده بود، با هنر ایرانی درآمیخت و به کمال رسید. نقش‌مایه‌های آبی و سفید روی این سفالینه‌ها همانند اژدها و نقش‌های گیاهی، ذوق مردم را به سوی نقوش تزیینی چینی سوق داد. "آنان علاوه بر این به تقلید از چینیان، به ساخت ظروفی از سفال سفید نیز روی آوردند و بشقاب‌های بزرگ به رنگ‌های سفید و کبود ساختند که در نخستین نگاه، چه از نظر رنگ‌هایی که به کار برده بودند و چه از نظر شکل و آرایه‌ها، به نظر می‌رسید که در خود چین ساخته شده است" (سرمدی، ۱۳۸۹: ۱۱۶). ایرانیان و چینیان از سال‌های پیش از مسیح با یکدیگر در ارتباط بودند و از مسیری موسوم به جاده ابریشم تبادلات سیاسی و اقتصادی بسیاری داشتند که نتیجه آن تأثیر غیرمستقیم روی شاخصه‌های فرهنگی و هنری بود. نخستین ارتباطات دو کشور به طور قطع مشخص نیست؛ اما، ایران و چین در دوران سلطنت خاندان‌های اشکانی با یکدیگر در ارتباط بودند و در دوره ساسانیان (۶۵۱-۲۲۴ میلادی)، روابطشان به واسطه مبادله با کشورهای اروپایی توسعه و گسترش بیشتری می‌یابد. مسافرت‌های نمایندگان سیاسی، جهانگردان، بازرگانان و زائران بودایی چین به ایران و ممالک همجوار افزایش یافت. به طوری که افزایش ارتباطات دو کشور ایران و چین در دوران ساسانی بر هنر ایران تأثیر زیادی گذارد و باعث شد تا چینی‌ها به هدایای ارسالی ایران علاقه زیادی نشان می‌دادند؛ زیرا، نمایندگان سیاسی یا تجاری ایران، چیزهایی را به چین می‌بردند که یا در آنجا یافت نمی‌شد و یا نادر بود (آذری، ۱۳۶۷: ۳۴ و ۳۵). وقتی کالای چین به سوی ایران می‌آمد، قسمتی جذب و مازاد آن به کشورهای اروپایی صادر می‌شد (همان، ۱۳۲۰). در این رابطه، سفالگری جایگاهی ویژه دارد و یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که باعث ارتباط و حتی رقابت دو کشور در سطح بین‌المللی در ادوار تاریخی به ویژه دوره صفویه شده است.

۶- نمونه‌های نقش اژدها بر روی سفالینه‌های دوره تیموری

ایران پس از اسلام یکی از مراکز بزرگ سفالگری در میان کشورهای اسلامی به شمار می‌آمد. یکی از دوران برجسته سفالگری ایران، دوره تیموریان است. در این دوره با گسترش روابط میان ایران و چین و نیاز روزافزون به آثار سفالین، ساخت آثاری همانند سفال آبی و سفید و تک رنگ در برخی از کارگاه‌های سفالگری ایران آغاز شد. بیشترین تأثیرات سفالگری کشور چین در عهد تیموری مربوط به این نوع سفال آبی و سفید می‌باشد. به لحاظ مشخصات ساخت و تزیین همانطور که از نام این ظروف برمی‌آید، دارای تزییناتی از لعاب آبی روشن بر روی زمینه سفید و معمولاً توأم با تزیینات قالب‌گیری شده می‌باشد (اسمیت، ۱۳۸۶: ۸۰-۸۱). وجود تصاویری از این ظروف در نسخه‌های مصور این دوران و شرح هدایایی که دیدار کنندگان از دربار مینگ خواهان آن بوده‌اند، حاکی از علاقه مفرط پادشاهان به ظروف مزبور است. چنین به نظر می‌رسد، زیبایی و بازار داغ این ظروف در ایران برخی از کارگاه‌های سفالگری را به فکر تولید کالاهای مشابه یا متأثر از آنها انداخت. مهم‌ترین مشخصات ظروف، تزیینات گل و برگ‌های است که در فضای زمینه ظرف دیده می‌شود. یکی از این تزییناتی که بر روی سفال این دوره کشیده می‌شود نقش اژدها می‌باشد. اژدها در فرهنگ ایران به عنوان مار بزرگ و هم به شکل سوسماری بزرگ توصیف شده است. همچنین به عنوان خزننده و هم پرنده است و بال‌های عقاب، چنگال شیر، دم مار و دم آتشین دارد. سمای اژدها در اساطیری ایران زشت‌رویی و پلشتی، زبانی سیاه و بزرگ، چشمانی پر خون، دندان‌های دراز و شاخ مانند توصیف شده است (اسدی، ۱۳۱۷: ۵۳-۵۴). اژدها بر روی تنگی با در پوش برنجی، به شکل گربه‌سانان است به طوری که چهار پا دارد و زائده‌ای خار مانند در پشت پاهایش دیده می‌شود. دو بال دارد که باریک به نظر می‌رسند، تاجی نیز بر سر دارد که شبیه به دو برگ است. در زیر چانه سه تار مو دیده می‌شود. چشمان این اژدها در حالت خشمگین ترسیم شده است. فرم بدن این اژدها در کل حالت تدافعی دارد. نکته قابل توجه این است که دهان اژدها کاملاً بسته است. بدن این اژدها نجیف است. دم کوتاه دارد که در انتها، چند شاخه شده است. در سراسر بدنش دایره‌هایی دیده می‌شود که فلس دار بودن آن را تأیید می‌کند. (تصویر ۱)

می‌توان به نمونه دیگری از کاسه بزرگ سفالی ساخته شده به تقلید از ظروف آبی-سفید چین موجود در موزه متروپولیتن نیویورک اشاره کرد که بر روی دیواره بیرونی آن تصویر یک اژدهای چینی سه پنجه چهار پا، سه پنجه، بدن بلند به رنگ قهوه‌ای، فرم بدنش به شکل مار است اشاره کرد. مطابق نمونه‌های چینی آن دوره با بدن بلند به رنگ قهوه‌ای، نقش شده و منظره طبیعی آن شامل چند قطعه ابر است که به رنگ آبی با پهنای قلم کار ترسیم یافته است. فرم کلی بدن به شکل S است. این اژدها حالت پویایی دارد و پاها در حال حرکت ترسیم شده است، دو شاخ بر سر دارد با دهانی باز و به جای آتش نیشی شبیه به نیش مار از دهان او بیرون آمده است. این اژدها سرش به طرف جلو نگاهش به سمت راست با چشمانی شبیه به خرگوش نقش شده و منظره طبیعی آن شامل چند قطعه ابر است که به رنگ آبی ترسیم یافته است. (تصویر ۲) نمونه مشابه دیگری از کاسه با طرح اژدها در موزه هنر اسلامی برلین قرار دارد که در مقایسه با نمونه قبلی می‌توان به تفاوت‌هایی در جنس آن که از خمیر شیشه ساخته شده و نیز طراحی پیشرفته‌تر نقش اژدها اشاره کرد. (تصویر ۳) با این وجود هر دو نقش مورد نظر نسبت به نمونه‌های چینی تا اندازه زیادی انتزاعی به نظر می‌رسند. به ویژه که در هر دو مورد، قسمت سر را جدا از تنه، لطیف‌تر از نمونه‌های چینی طراحی کرده‌اند (دیماند، ۱۳۸۳، ۱۹۶).



تصویر ۲- کاسه سفالی دوره تیموری با نقش اژدها،
ماخذ: موزه هنر متروپولیتن (حسینی، ۱۳۹۰)
www.vam.ac.uk. Accessed December 2'2010



تصویر ۱- تنگ با درپوش برنجی با نقش اژدها تیموری
(نایب زاده، ۱۳۸۹)



تصویر ۳- کاسه خمیر شیشه دوره تیموری با طرح اژدها،
ماخذ: موزه برلین (حسینی، ۱۳۹۰)

۷- نمونه‌های نقش اژدها بر روی سفالینه‌های دوره صفوی

دوره صفوی را می‌توان از دوران درخشان دیگر سفالگری به شمار آورد. سفالینه‌های آبی منقوش زیر لعاب، یکی از جذاب‌ترین آثار تولیدی سازندگان سفالینه در دوره صفوی به شمار می‌آید. این سفالینه‌ها با ویژگی چینی آبی و سفید دوره مینگ ساخته می‌شود. اگرچه این هنر از چین اقتباس شده، با هنر ایرانی ترکیب شده و به کمال رسید. فرم این ظروف براساس کاربرد آن تعیین می‌شده است و به شکل‌های متفاوتی دیده می‌شود. سفال‌های که ملهم از هنر چینی تولید شده با ترکیبی از نقش مایه‌های ایرانی و چینی تزئین شده است. در این ظروف نقش اژدها در ترکیب با اژدهای دیگر در حال جنگ و ستیز با هم تصویر شده است. این ظروف به دلایل متعددی همانند فروش ظروف چینی به کشورهای اروپایی و استفاده از نقوش تزئینی کشور چین همانند نقش اژدها از رونق خاصی برخوردار بوده است. افزون بر ظروف ایرانی که با الهام از ظرف چینی ساخته می‌شد، ظروف چینی ساخت کشور چین به ویژه ظروف آبی و سفید، دارای فروش خوبی در کشورهای اروپایی بودند و از صادرات این کالا در تمام کشورهای جاده ابریشم سود سرشاری عاید دولت چین می‌شد؛ از این رو، ساخت ظروف مشابه و قابل رقابت با آن‌ها برای صادرات به سایر کشورها که از نظر مسافت به ایران نزدیک‌تر بودند، ایده‌ای وسوسه‌انگیز برای شاهان صفوی محسوب می‌شد. تقلید سبک‌های تزئین ظروف چینی تولیدی در ایران دوره صفوی با توجه به نمونه‌های بر جای مانده را می‌توان به چهار دسته کلی کاملاً چینی، تلفیقی چینی و ایرانی، کاملاً ایرانی و نیز سبک ارامنه تقسیم کرد. سبک چینی برای صادرات به کشورهای اروپایی، سبک تلفیقی چینی و ایرانی به اضافه سبک خالص ایرانی برای مصارف عامه مردم مسلمان و سبک اقلیت مذهبی ارامنه نیز برای جمعیت ارامنه ساکن جلفای اصفهان ساخته می‌شده است، و یکی از دلایل کالاهای چین در دوره مینگ به سوی ایران توجه زیاد سرزمین‌های اسلامی به سفال‌های چینی بود که سبب شود گاهی چینی‌ها ظروف را با الهام از طرح‌ها و شکل‌های رایج با فرهنگ اسلامی تولید کنند. براساس مطالعه انجام شده نقش اژدها در دوران صفوی فرمی کاملاً انتزاعی دارد. در تصویر ۴ ظرفی قابل مشاهده است که در مرکز آن جدال اژدها و سیمرغ تصویر شده است چهار اژدها در پیرامون آنان نقش شده‌اند. اژدهای مرکز چهار پا دارد که دو پای لاغر انتهای آن با فاصله‌ای کم از دم قرار گرفته‌اند و فرم بدن اژدها مشابه موجودی آبی می‌باشد. این اژدها دو بال کوچک همانند کبوتران دارد و بدنش با فلس‌هایی پوشیده شده است. سر این اژدها فرمی جدید دارد؛ بنابراین، گوش‌ها مشابه خرگوش، پوزه‌ای با فرم خاص دارد. همچنین، دسته مویی شبیه به شانه در بالای سر اژدها و زیرچانه وجود دارد که در حکم تاج است.

جهت حرکت اژدها و سیمرغ برخلاف یکدیگر می‌باشد. در تصویر دیگر (تصویر ۵) اژدهایی به رنگ سفید قابل مشاهده است که در قسمت پایین بدن آن دایره‌هایی آبی و به صورت یک خط ممتد دیده می‌شود که نشان دهنده فلس بدن اژدها می‌باشد. بدن این اژدها فرمی دالبری و دایره‌ای دارد و دم و گردن اژدها نسبت به وسط بدن بسیار باریک است. دهان اژدها باز است و فرمی دایره-ای شکل در مقابل دهان او دیده می‌شود. چشم‌های سیاه اژدها در حالت خشم نشان داده شده است. این اژدها چهار بال و چهار پا دارد که در برابر بدن تنومند آن به چشم نمی‌آیند. در فضای اطراف اژدها ابره‌هایی دیده می‌شوند.



تصویر ۵: ظرف آبی و سفید. کاشان نایب زاده، ۱۳۸۹
www.vam.ac.uk.Accessed



تصویر ۴: ظرف آبی و سفید با نقش جدال اژدها و سیمرغ
(نایب زاده، ۱۳۸۹)
www.vam.ac.uk.Accessed December 2'2010

در نمونه ۶ تصویری متفاوت از اژدها روی این ظروف مشاهده می‌شود و تشابه زیادی به طرح برگ‌های ختایی کنگره‌دار در طراحی سنتی ایرانی دارد. در این نمونه دو اژدها در مرکز و جهتی مخالف یکدیگر تصویر شده است. همچنین، چهار اژدها دور ظرف وجود دارند. در نگاه نخست این دو اژدها، مشابه طرح سنتی ایرانی است؛ اما، با کمی تأمل اژدهایی قابل مشاهده است که سری مشابه انسان و دو بال به شکل پرندگان دارد. دو قسمت از برگ در حکم پاهای اژدها و قسمت سوم که در وسط قرار دارد دم اژدها می‌باشد. در سوی دیگر، همین اژدها قابل مشاهده است. در تصویر ۷، دو اژدها در حال نزاع مشاهده می‌شوند که یکی با رنگ آبی روشن با نقطه‌هایی به رنگ آبی تیره و دیگری با رنگ آبی تیره با شکمی سفید تزیین شده است. هر دو اژدها چهار پا و بال دارند و بر سر هر دو، دو شاخ مشابه شاخ گاو مشاهده می‌شود. این طرح در فرش‌های سنگشکو و گرفت‌گیر دوره صفوی وجود دارد و از آن لحاظ مفهومی، جدال این دو اژدها نمادی از افزایش قدرت، برکت و پر بارانی می‌باشد (فضائل، ۱۳۸۸: ۲۶۰).



تصویر ۷: بشقاب بزرگ آبی و سفید با نقوش دو اژدها در هم پیچیده، ماخذ: موزه هنر متروپولیتن. (حسینی، ۱۳۹۰)



تصویر ۶: بشقاب با نقش دو اژدها در مرکز و چهار اژدها در اطراف. صفوی. (نایب زاده، ۱۳۸۹)
www.vam.ac.uk.Accessed December 2'2010

۸- نمونه‌های نقش اژدها بر روی سفالینه‌های دوره مینگ

در سفال و سرامیک چین اژدها نقشی تزیینی و جزء لاینفک این هنر به شمار می‌آید و بر روی سفال‌ها نقش اژدها به خوبی ترسیم می‌شود. اشکال ظروف چینی دوره مینگ مبنای مهمی برای احراز هویت است؛ زیرا، شکل ظاهری و فرم هر یک از این ظروف مبین عادات، دیدگاه‌های مذهبی، اساطیری، نگرش‌های فرهنگی، آداب بومی، سنت‌ها، معیارهای زیبایی‌شناسی و دستاوردهای فنی این دوران می‌باشد (موسوی، رجبی، ۱۳۸۷، ۷۰). همچنین، تزیینات نقوش روی ظروف چینی، مانند اشکال، دارای مشخصات بارز آن زمان هستند. نقش اژدها و نیلوفرهای درهم و گل‌های شاخه‌ای اصالت را بر اساس قلم‌موی تزئین، سطح فاصله و تراکم، قدرت قلم تشخیص داد. برخی از نقوش و تزیینات سفال‌های این دوره از مفاهیم نمادین برخوردارند که تحت تأثیر روایت‌های اساطیری و داستان‌های دوره مینگ و گذشته سرزمین چین می‌باشد. مهم‌ترین و معمول‌ترین نقش‌مایه چینی، کاریست نقش نیلوفر است که به صورت شکل مستقل و یا به گونه افشانه‌هایی از گیاهان درهم تافتة در یک استخوانبندی چند رنگی و پیچیده جلوه یافته و یا اینکه به صورت شش برگی پیچیده در درخت تاکی تغییر چهره داده است. نقش‌مایه دیگر شکل ابر، اژدها،

ققنوس به چشم می‌خورد. عنصر دیگر ارائه آب در منظره است که با نقش پولک و یا امواج پیچان فرامی‌اشده است. این نقشمایه‌ها در نقاشی آن روزگار چین به دیده می‌نشیند (آژند، ۱۳۸۰).

هنرمندان سفالگر دوران مینگ شیوه‌ای واقع‌گرایانه با مسیری دو گانه را طی نمودند. نخست، شیوه‌ای رسمی که تحت تأثیر کارگاه‌های سلطنتی و سلاطین پادشاه قرار داشت. دیگری، تحت تأثیر هنرمندان مبتدی و مستقلی بود که آزادی بیان داشتند و براساس سلاطین خود کار می‌کنند. دوره مینگ را می‌توان عصر توسعه در تاریخ سفال چین به‌شمار آورد که طی این دوره، صنعتگران این دوره از خلاقیت شخصی و مواد گران قیمت استفاده می‌نمودند. به همین دلیل، سفال این دوران پیشرفت قابل توجهی نمود و زمینه برای صادرات آن به کشورهای اروپایی فراهم شد.

الگوهای اولیه دوره مینگ اغلب ساده، جسورانه و زنده با تزییناتی رسمی و ظریف است. تزیینات واقع‌گرایانه این ظروف طبیعت را به تصویر می‌کشد که می‌تواند تخیل غنی صنعتگران را بهتر نشان دهد. تزیینات سفال‌ها شامل مناظر، گل‌ها، پرندگان و حیوانات است. یکی از این تصاویر نقش اژدهایی است که تصویری جسورانه است که با قلم موی صاف، ترکیب آن باستانی و به رنگ‌های آبی و سفید ساخته شده است. جایگاه اژدها در دوران مینگ چین تغییراتی یافته و تقدس بیشتری شد. تا جایی که مورد پرستش قرار گرفت و اژدها را بخشنده آب و باران می‌دانستند؛ زیرا، همیشه با رعد و برق، ابر، باران و تگرگ همراه است. برخلاف اغلب فرهنگ‌ها، اژدها در چین دارای دودمانی باستانی است و آفریده‌ای نیکوکار به شمار می‌رود. در این دوره، چینیان اژدها را لونگ یا لانگ می‌نامیدند که از قدرتی فوق‌العاده برخوردار است که بارندگی، کنترل سیل و طوفان را به همراه می‌آورد. این نقش در دوره مینگ نمادی از قدرت امپراتور بود و نقشمایه اصلی جامه وی به شمار می‌رفت. در این دوره قرار گرفتن دو اژدها در کنار یکدیگر با جهاتی مخالف، نمادی از ابدیت وین و یانگ بوده است. اژدهای چینی برخلاف ایرانی، فاقد بال یا توانایی پرواز است و همیشه همراه باد، مه، ابر و رعد و برق تصویر می‌شود. اژدهای چینی چندین شاخ دارد و موجودی مسالمت جو است. بیگ بنگ، نام اژدهای معروف و مشهور چینی است که براساس روایات اساطیری بسیار هوشیار است و سری همانند ماده شیر، دست‌ها و پاهاى کرگدن دارد و حامی ایزدان می‌باشد. اژدهای چین دارای پنجه پرندگان شکاری به ویژه عقاب می‌باشد (طاهری، ۱۳۸۸: ۱۵).

در تصویر ۸ ظرفی سفالی با درپوش فلزی متعلق به دوران مینگ قابل مشاهده است. روی این نمونه، اژدهایی سه چنگالی در میان انبوهی از گل لوتوس طراحی شده است که در میان آن‌ها گل لوتوسی با تأکید بزرگتر ترسیم شده است و نگاه اژدها به سمت او می‌باشد. براساس اساطیر و روایت‌های موجود، ارتباط مفهومی زیادی میان رنگ آبی این ظروف و نقش اژدها وجود دارد. «در آیین بودایی، آبی نماد حکمت متعالی و موجودیت بالقوه، آسمان و عظمت آن، جایگاه جاویدان، یانگ، اژدهای فالگو و مفاهیم نیک است. افزون بر رنگ آبی، در این ظرف نقش لوتوس قابل مشاهده است. «لوتوس یا نیلوفر آبی در نمادگرایی چین علاوه بر اینکه نماد بودا و بهشت آسمانی است، نماد تابستان هست. این گل اهمیت جهان شمولی دارد و به طور کلی نماد زایش و باروری می‌باشد» (بهزادی، ۱۳۸۲: ۳۱۲).

در تصویر ۹، ظرفی با رنگ زمینه سفید و نقش اژدهای پنج چنگالی با چشمانی درشت، با زاویه دید روبه‌رو به رنگ زرد تصویر شده است. این اژدها، با طرحی مشابه روی بسیاری از پارچه‌های ابریشمی دیوارکوب این دوره قابل مشاهده است. دسته مویی شانه‌ای نیز بر سرش دیده می‌شود. در این طرح از رنگ زرد برای تزیین اژدها استفاده شده است (فضائی، ۱۳۸۸: ۳۰). در فرهنگ چین رنگ زرد، رنگی نمادینی است؛ رنگ زرد نمادی از مرکز زمین است و نماد امپراتور نیز است که در انحصار خانواده‌های امپراتوری قرار داشت. در اساطیر چین نمادی از عقل، خرد و دنیای ابدی است. امروزه این رنگ نشان قدرت و سلطنت می‌باشد. (Bjaaland Welch, 1386: 222-223) از این رو، استفاده از رنگ زرد برای تصویر کشیدن نقش اژدها را می‌توان عمل هوشمندانه هنرمند سفالگر به شمار آورد. هنرمندی که در دربار و با حمایت خانواده سلطنتی به تولید آثار هنری سفالین مشغول بوده است.



تصویر ۹- کاسه اژدهای زرد رنگ در میان ابرها. مینگ (نایب زاده، ۱۳۸۹) (Li 1996'203)



تصویر ۸- ظرف با نقش اژدها و گل لوتوس. مینگ (نایب زاده، ۱۳۸۹) (Ayers 1986'402)

در گلدان آبی و سفید (تصویر ۱۰) اژدهای پنج چنگالی قابل مشاهده می‌باشد که فرم ظاهری چنگال‌هایش منحصر به فرد بوده و هنرمند تأکید زیادی بر روی این چنگال‌ها داشته است. از آنجایی که اژدهای پنج چنگالی نمادی از خانواده سلطنتی به شمار می‌آمده است، به نظر می‌رسد، این ظرف متعلق به شخص فرمانروا و یا یکی از مسئولان بلند پایه خانواده سلطنتی بوده است. این

نمونه، همانند برخی از نمونه‌های گذشته با رنگ پس زمینه سفید و اژدهایی به رنگ آبی طراحی شده است؛ از این رو ترکیب دو رنگ سفید و آبی به یک معنا و مفهوم جاودانگی و ابدیت می‌باشد. از آنجایی که نقش اژدها نمادی از خانواده سلطنتی به شمار می‌آمده است، می‌توان ادعان داشت ترکیب دو رنگ سفید و آبی ابدیت و جاودانگی خاندان سلطنتی اشاره دارد. در تصویر ۱۱، ظرف سفالی دیگری با رنگ مشابه نمونه پیشین قابل مشاهده است که می‌تواند القا کننده مفهومی یکسان و ثابت باشد. در این نمونه، اژدهای پنج چنگالی با چشمانی درشت و گرد در مرکز و زاویه دید از رو به رو ترسیم شده است.



تصویر ۱۰- اژدها در میان ابرها. مینگ (نایب زاده، ۱۳۸۹) تصویر ۱۱- اژدها در میان ابرها. مینگ (نایب زاده، ۱۳۸۹)
(Li 1996'204) (Li 1996'204)



۹- بررسی تطبیقی نقش اژدها در سفال ایران و چین

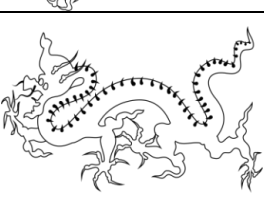
ارتباط فرهنگی و هنری این دو کشور ایران و چین از دوره تیموری صورت گرفت. در این دوره کالاهای چینی توسط نمایندگان به ایران وارد می‌شود (بینیون، ۱۳۶۷: ۱۵۷). سفالینه‌های آبی و سفید جذاب‌ترین آثار تولیدی سازندگان سفالینه در دوره صفوی بود. این سفالینه‌ها با تقلید آبی و سفید دوره مینگ چین ساخته می‌شد (زکی محمد، ۱۳۸۴: ۴۹). این هنر از چین اقتباس شده و با هنر ایرانی درآمیخت و به کمال و سازگاری رسید. در دوره مینگ سفال آبی و سفید یکی از صنایع مهم رو به رشد بود. که گاه به عنوان هدیه به شاهان ایرانی داده می‌شود. از این رو هنرمندان ایرانی نهایت استفاده را از این نمونه‌های چینی بردند، و شروع به تولید سفال‌های جدید با تصاویر چینی کردند. دو کشور ایران و چین در دوران سلطنت خاندان تیموری و مینگ دو قطب تولید و صادرات سفال آبی و سفید به شمار می‌آمدند (همان). ظروف سفالی دو ملت مبین و نمایشگر فرهنگ و آداب و رسوم آنان بوده است. معیاری که در نگاه نخست به هر یک از آنان قابل درک می‌باشد. در این دوره هنر سفالگری کشور چین به طور مستقیم و غیرمستقیم تأثیر بسیاری روی هنر سفالگری ایران داشت. به طوری که ریچارد فرای، محقق و مستشرق، معتقد است تأثیر هنر چینی در ایران، پیش از نقاشی، در سفالگری تجلی یافته است. هنرمندان ایران علاوه بر تقلید از هنرمندان چینی در آثار خود به نوآوری پرداخته و نقوشی را که شامل تلفیقی از نقش‌مایه‌های چینی و ایرانی است به کار برده و در برخی دیگر از آثار، نقوشی را طراحی کردند که از ریشه‌های بومی برخوردار بودند (فرای ۱۳۶۳، ۱۹۹).

ایجاد این تغییرات با رعایت چندین مولفه در هنر ایران ظاهر شد. نخست، برخی از نقش‌مایه‌های تزئینی را از چین اقتباس کردند و هیچ‌گونه توجهی به جنبه سمبلیک آن نداشتند و تنها عنصر زینتی را محور قرار می‌دادند؛ (زکی محمد، ۱۳۸۴: ۶۳) اما، هنرمندان ایرانی از تقلید صرف خودداری می‌نمایند و با نقوش ایرانی ترکیب و یا تغییراتی در این نقوش ایجاد می‌کردند. چین از نظر اقتصادی نمونه‌هایی از سفال خود را به عنوان کالا به ایران صادر می‌کرد که تنها پادشاه قادر به استفاده از این ظروف بود؛ از این رو، هنرمندان ایرانی با تقلید از این سفال‌ها توانستند ظروفی را با برداشتی شخصی از نقش اژدها خلق نمایند. در هنر چینی اژدها با توجه به مفاهیم نمادین آن استفاده می‌شد. هنرمندان چین این نقش را از خود دانسته و از هیچ جای تقلید نمی‌کردند؛ زیرا، در دیدگاه مردمان چین، اژدها خدایی است که امیال و آرزوهای آنان را تجسم می‌بخشد. در نمونه ایرانی، اژدها مصداقی از ضحاک است و رنگی سیاه و تیره به خود می‌یابد؛ اما، در نمونه چینی هرگز این رنگ برای اژدها استفاده نمی‌شود. هنرمندان ایرانی برای ساخت یک وسیله، به رفع نیاز قانع نبوده و برای زیبایی آن تمهیداتی می‌اندیشیدند؛ از این رو، برای زیبایی یک اثر، از تزئینات گوناگونی استفاده کرده‌اند که ریشه در فرهنگ و باور ایرانیان دارد. عناصر تزئینی را می‌توان جز لاینفک هنر ایرانی به شمار آورد که نمونه آن در هنرهای پیش از اسلام تا کنون به خصوص در هنرهای سنتی ایرانی همانند نگارگری و فرش قابل مشاهده است.

دو نمونه تفاوت‌ها و شباهت‌های نقش اژدها در ایران دوران تیموری، صفوی و چین دوران مینگ آورده شده است. نتایج این جدول نشان می‌دهد، اژدهای کار شده در ایران و چین از نظر ظاهری متفاوت است. به طوری که این نقش در دوران تیموری عمدتاً دارای رنگی سیاه است و شبیه حیوانی همانند سوسمار ترسیم شده است. به عبارت دیگر، نقش اژدها در ظروف دوران تیموری هویت زمینی و نه فرا زمینی دارد و از ظاهری زمخت و خشن با ریش و دم کوتاه و چهره تمام رخ دیده می‌شود. در دوره تیموری اژدها چهار پا می‌باشد و با تعداد انگشتانی کم در تمام تصاویر دیده می‌شود. پاهای اژدها شبیه عقاب است و تقریباً در تمام نمونه‌ها شبیه به یکدیگر است؛ اما، در نمونه چینی تعداد چنگال‌ها اهمیت دارد و هر یک از سه، چهار و پنج چنگالی دارای مفاهیم منحصر به فردی می‌باشد. طرحی که مشابه آن در نگارگری‌های مکتب هرات تیموری قابل مشاهده است و از عدم ظرافت

برخوردار است. افزون بر این برخی از اژدهای ترسیم شده در ظروف این دوره فاقد بال بوده است. تصویر نخست مندرج در جدول نشان می‌دهد اژدها در مرکز به صورت انفرادی قرار گرفته و دارای معنا و مفهوم می‌باشد. به عبارت دیگر، در این ظرف بر اصل تزئینی بودن اژدها تأکید شده است. این نقش در دوران تیموری عمدتاً به شکل انتزاعی‌تر در مقایسه با نمونه‌های چینی تصویر شده است. دلیل استفاده از نقش اژدها و تمایل پادشاهان تیموری به هنر چین را می‌توان نژاد آنان و گرایش ذاتی آنان دانست؛ زیرا تیموریان را که می‌توان بازماندگان چنگیزخان مغول به شمار آورد. تیموری‌ها هم‌نژاد چینیان است که تحت تأثیر اسلام و فرهنگ ایرانیان قرار گرفتند. به همین دلیل، به صورت غیر عمدی به افرادی تبدیل شدند که دارای ترکیبی از گرایشات نژادی خود و فرهنگی اسلام و ایرانی می‌باشند؛ از این رو، تغییر نقش اژدها در دوران تیموری را ناشی از گرایشات مغولی و ایرانی آنان دانست.

جدول ۱- بررسی تطبیقی نقش اژدها در هنرهای سنتی ایران و چین (مأخذ نگارنده، ۱۴۰۰)

زادگاه	تصویر	تصویر خطی	سر	پا	چنگال	بال	رنگ	مفاهیم نمادین
ایران تیموریان			✓	۴	✓	×	مشکی	نماد امپراطوری
ایران تیموریان			✓	۴	✓	✓	مشکی	نماد امپراطوری
ایران صفویان			✓	۲	✓	✓	آبی روشن	نماد امپراطوری
ایران صفویان			✓	۴	✓	✓	آبی روشن	نماد امپراطوری
چین مینگ			✓	۵	✓	✓	آبی تیره	نماد امپراطوری
چین مینگ			✓	۵	✓	✓	آبی تیره	نماد امپراطوری

با روی کار آمدن صفویان، هنرمندان ایرانی شیوه‌هایی را که از هنر چین فرا گرفته بودند، تغییر دادند و آن را با ذوق و سلیقه خود هماهنگ کردند. با این همه تأثیر هنر چین بر هنر ایران همچنان باقی ماند. نفوذ دست ساخته‌های چینی در تمام مراحل هنر ایران در آغاز سده دهم هجری احیا شد و این ظروف چینی بود که بیشتر از هر چیزی سبک خاور دور را به همراه آورد (پوپ، ۱۳۸۷: ۱۸۷۶). نقش اژدها در این دوره همانند تمامی هنرهای دوران صفوی ناشی از فرهنگ ایرانی و اسلامی، ظاهری انتزاعی یافت. اژدها با خطی نرم و منحنی کشیده شده است، با بال‌های فراخ و دمی پیچان با زمینه‌ای از شکل اسلیمی و گیاهی منقوش شده و در حال حرکت است. در حالی که نقش اژدها در دوران تیموری دارای بال کوچک و یا فاقد بال می‌باشد. در ستون سوم جدول، دو اژدها روی بشقاب رو به روی یکدیگر قابل مشاهده می‌باشد و به تقابل خیر و شر و تأکید بر یکی از آن دو اشاره دارد.

اژدها به گفته مولانا، نماد نفس اماره است و این جدالی است بین نفس اماره و نفسی که در جستجوی ذات حق است و تمام صفات پسندیده را در بر می‌گیرد (شووالیه، ۱۳۸۸، ج ۷۱۱: ۷۱۰). نقش اژدها روی سفال به صورت دایره‌ای شکل ترسیم شده است. در سفال‌های دوره صفوی، نقش اژدها از زاویه نیم‌رخ تصویر شده است. در حالی که نمونه‌های چینی عمدتاً به صورت نیم‌رخ و یا تمام رخ تصویر شده‌اند. اژدهای دوره صفوی دارای شاخ هستند و در صورتی که شاخ جز لاینفک طراحی در ظروف سفالی چین به شمار می‌آید. از دیگر وجوه تفاوت دُم اژدهای دوره صفوی شبیه مار است. در حالی که نمونه‌های چینی در انتهای دُم، زائده‌های برگ مانند دیده می‌شود. از سوی دیگر، در چین اژدها موجودی فوق‌العاده خردمند، قدرتمند، نماد خوش‌یمنی، نماد آب و باران، فرستاده خدا و در مواردی نمادی از خدا است. به همین دلیل نقش انحصاری فرمانروای چینی و خاندان سلطنتی به شمار می‌آید. اژدهای چینی می‌تواند در کمترین زمان ممکن اندازه خود را تغییر دهد و یا بدون فاصله ظاهر و ناپدید شود (همان، ۱۳۳). به همین دلیل، اژدها روی سفال نقش حائز اهمیتی در دوران مینگ به شمار می‌آمده است؛ زیرا، نقش اژدها باعث افزایش ارزش ظاهری و معنوی ظروف سفالین می‌شد (سرمدی، ۱۳۸۹: ۱۱۶). این آرایه عمدتاً به نقوش تزئینی متفاوتی که در فرهنگ چینی از مفاهیم نمادین برخوردار بوده و عمدتاً قابل ستایش بودند، تزئین می‌شد. از این جمله می‌توان به ابره‌های پیچان که نمادی از باران می‌باشند و یا خوشه گندم که نمادی از رزق و روزی در فرهنگ چینی است، اشاره داشت. نمونه‌های مندرج در جدول نشان می‌دهد، اژدهای دوران مینگ عمدتاً تاجی بر سر دارد و چنگال‌های زیادی دارد. چنگال‌هایی که نمادی از سلطه پادشاه در سرزمین‌های مختلف به شمار می‌آید (نایب زاده: ۱۳۸۹).

در نمونه ششم مندرج در جدول، نقش اژدها به تنهایی در مرکز گلدانی به چشم می‌آید که در حال حرکت است و پنج چنگال دارد. این نمونه، همانند سایر تصاویر اشاره به پادشاه چینی و قدرت او در سرزمین‌های تحت نفوذش دارد. در این تصویر اژدها گردنی ضخیم، دارای سری توپرتر، چهره‌ای درنده‌خو دارد. این نمونه طوری تصویر شده است که گویا اژدها با سرعتی زیاد در حال حرکت است. با توجه به تصاویر مندرج در این مقاله، اژدهای چینی عمدتاً دارای تاج، شاخ، پنج چنگال، چهار بال باریک می‌باشد. همچنین سفال‌های این دوره عمدتاً دارای رنگ زرد و یا آبی می‌باشد. مواردی که باعث می‌شود تا وجوه افتراق میان اژدهای چینی و ایرانی (دوره تیموری و صفوی) به طور محسوسی قابل مشاهده باشد. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد، اژدهای دوره تیموری با ترکیب عناصر چینی و ایرانی خلف شده است. به طوری که انتزاع‌گرایی فرم و رنگ مشکی اژدها از فرهنگ ایرانی اقتباس شده و واقع‌گرایی التقاطی اژدها همانند شاخ از فرهنگ چینی اقتباس شده باشد. در دوران صفوی الهام از اژدهای چینی افزایش می‌یابد. به طوری که رنگ مشکی اژدها در دوران تیموری به رنگ آبی با الهام مستقیم از نمونه چینی تغییر یافته و ظاهری کاملاً مشابه با تفاوت‌هایی جزئی تبدیل می‌شود. بدین ترتیب، نقش اژدها در دوره مینگ را می‌توان الهامی مستقیم از داستان‌های اساطیری این سرزمین به شمار آورد. به همین دلیل، اژدها در چین الهامی از فرهنگ و مذهب کشور چین است که اشاره به مفاهیم گوناگون و قدرت پادشاه که نماینده اژدها دارد. در صورتی که عمدتاً در نمونه‌های ایرانی نقش اژدها عنصری تزئینی به شمار می‌آید که در نگارگری و هنرهای گوناگون دوره اسلامی نفوذ یافته و برای زینت مورد استفاده قرار گرفته است. برخلاف نفوذ نقش اژدها در هنر ایران این نقش کاملاً ایرانی و برای هر دوره متمایز است. بدین ترتیب هنرمند ایرانی به مفهوم چینی آن توجهی نداشته و نقش اژدها به قصد تزئین در سفال استفاده شده است. در مجموع با وجود برخی شباهت‌ها می‌توان گفت نقش اژدها تنها در ظاهر با یکدیگر تفاوت دارند.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش، نقش اژدهای چینی و ایرانی مورد بررسی قرار گرفت تا میزان شباهت و تفاوت‌های این دو به صورت کامل مشخص شود. به همین دلیل، اژدهای دوره تیموری به عنوان نخستین نمونه‌ها و سپس دوره صفوی با دوره مینگ که از نظر تاریخی معاصر یکدیگر هستند، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد، نقش اژدها در هنر ایران ملهم از هنر چینی است که با فرهنگ ایرانی در هم آمیخته شده و ظاهری نوین یافته است. در هنر چینی، اژدها با توجه به نماد و مفهوم آن استفاده می‌شود و این آرایه در هنر ایرانی هم جنبه نمادین داشته است. افزون بر مفاهیم نمادین، اژدهای چینی به صورت انفرادی، در حال آرامش و در اوج قدرت عنصر اصلی در ظروف سفالین به شمار می‌آید و عمدتاً به اشکال و فرم‌های گوناگون همانند دایره ظاهر شده است. در ظروف ایرانی اژدها گاه به تنهایی تصویر شده و گاه به تنهایی تصویر نشده و گاهی همراه با عناصر دیگری ظاهر شده است. از تغییر رنگ اژدها از دوران تیموری (مشکی) به صفوی (آبی) می‌توان چنین نتیجه گرفت، هدف سفالگران و دولت صفوی از کاربرد نقش اژدها در دوران صفوی صادرات و دستیابی به منافع اقتصادی و صادراتی بوده است و در دوره تیموری تولید این ظروف جنبه مصرف داخلی داشته است. بنابراین می‌توان اذعان داشت، اژدها نقشی است که با وجود الهام مستقیم ایرانیان از نمونه‌های چینی، هنرمند ایرانی در این برهه از زمان تحت تاثیر فرم اژدهای چینی قرار گرفته و آن را براساس همان نگرش و بینش خود ترسیم کرده است.

۱. آذری، علاءالدین. ۱۳۶۷. "تاریخ روابط ایران و چین". تهران: نشر امیر کبیر.
۲. آژند، یعقوب. (۱۳۸۰). "تأثیر عناصر و نقشمایه های چینی در هنر ایران"، مجله هنرهای زیبا، شماره ۹.
۳. اسمیت، ادوارد لوسی (۱۳۸۶). "فرهنگ اصطلاحات هنری، ترجمه فرهاد گشایش"، انتشارات مارلیک، تهران.
۴. اسدی، ابونصر علی بن احمد. (۱۳۱۷). "گرشاسپ نامه"، تصحیح حبیب یغمایی، کتابخانه بروخیم، تهران.
۵. بهار، مهرداد. (۱۳۷۶). "پژوهش در اساطیر ایران"، چ دوم، تهران: آگاه.
۶. بهزدای، رقیه. (۱۳۸۲). "فرهنگ نمادها در هنر شرق و غرب"، بخارا، شماره ۲۵.
۷. بینیون، لورنس، ویلکینسون، ج. و. س. گری. بازیل. (۱۳۶۷). "سیر تاریخ نقاشی ایرانی". ترجمه محمد ایرانمنش. تهران: امیر کبیر.
۸. پوپ، آرتور اپهام. (۱۳۸۷). "سیری در هنر ایران" ج ۴. زیر نظر سیروس پرهام. تهران: علمی و فرهنگی.
۹. حسینی، سید هاشم. (۱۳۹۰). "بازتاب و تحلیل نگاره اژدها در سفالینه ها و کاشی های دوران اسلامی ایران"، فصلنامه علمی، پژوهشی نگره، شماره ۱۹.
۱۰. دیماند، موریس اسون. (۱۳۸۳). "راهنمای صنایع اسلامی"، ترجمه عبدالله فریار، انتشارات علمی و فرهنگی، تهران.
۱۱. دانشپورپور، فخری. (۱۳۷۶). نقش اژدها در هنر معماری ایران. مجموعه مقالات اولین کنگره تاریخ معماری و شهرسازی ایران. ج ۵. به کوشش باقر آیت اله زاده شیرازی. تهران: سازمان میراث فرهنگی کشور.
۱۲. _ دانشپورپور، فخری. (۱۳۷۳). تأثیر متقابل هنر ایران و چین. میراث فرهنگی (۱۲) ۴۴-۴۷.
۱۳. رستگار فسایی، منصور. ۱۳۹۷. "اژدها در اساطیر ایران". تهران: نشر طوس.
۱۴. رفیعی، لیلا. (۱۳۷۷). "سفال ایران". تهران: یساولی.
۱۵. زکی، محمد حسن. (۱۳۸۴). "چین و هنرهای اسلامی". مترجم: غلامرضا تهامی. تهران: فرهنگستان هنر.
۱۶. سرمدی، نسیم. (۱۳۸۹). تاملی در سفال آبی و سفید چین و ایران در اعصار مینگ و صفویه، دو فصلنامه علمی - پژوهشی نقش مایه، سال سوم، شماره ششم، ۱۲۰-۱۱۱.
۱۷. شوالیه، ژان. (۱۳۸۸). "فرهنگ نمادها: اساطیر، رویاها، رسوم... ج ۱ و ۲، ترجمه سودابه فضائی، چاپ اول، تهران: جیحون.
۱۸. طاهری، علیرضا. (۱۳۸۸). "سیر تحول و طبقه بندی اژدها در نگارگری ایرانی"، فصلنامه مطالعات هنر اسلامی، دوره ۶، شماره: ۱۰.
۱۹. فضائی، سودابه. (۱۳۸۸). "ارتباط آیین اسطوره و نماد"، انتشارات نمایش، شماره ۳۱۴.
۲۰. فرای، ر. ن. (۱۳۶۳). "تاریخ ایران (از اسلام تا سلاجقه)". ترجمه حسن انوشه. تهران: امیر کبیر.
۲۱. کریستی، آنتونی. (۱۳۷۳). "اساطیر چین". ترجمه باجلان فرخی. تهران: نشر گلشن.
۲۲. کوپر، جی. سی. (۱۳۷۹). "فرهنگ مصور نمادهای سنتی"، ملیحه کرباسیان، تهران، انتشارات فرشاد.
۲۳. کویاجی، جی. سی. (۱۳۷۸). ماندگی اسطوره های ایران و چین. ترجمه کوشیار کریمی طاری. تهران: نشر نواندیش.
۲۴. گلمبک، لیزا. (۱۳۸۵). "صنعت سفال صفویه کرمان". مترجم: فریبا کرمانی. موزه رویال انتاریو، انتاریو. شماره ۴۰ و ۴۱.
۲۵. معین، محمد (۱۳۸۹). فرهنگ معین، تهران، انتشارات سرایش.
۲۶. موسوی و رجبی، نفیسه، محمدعلی. (۱۳۸۷). "بررسی شیوه طراحی و جای گیری نقوش تریینی در سفالینه های منقوش دوره ایلخانی، فصلنامه تحلیلی پژوهشی، نگره، شماره ۸ و ۹.
۲۷. نایب زاده، راضیه. (۱۳۸۹). "بررسی تطبیقی نقش و مفهوم اژدها در هنرهای سنتی ایران و چین". دوفصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات تطبیقی هنر.
۲۸. نفیسی، نوشین دخت. ۱۳۸۴، "حضور طبیعت در مجموعه چینی های آبی و سفید آستانه شیخ صفی الدین اردبیلی"، تهران: فرهنگستان.
29. Bjaaland Welch. P.(2008). Chinese Art: A Guide to Motifs and Visual Imagery. Tuttle Publishing.
30. Blair Sheila. Bloom Jonathan(1994); The Art and Architecture of Islam 1250-1800; New Haven and London; Yale; University Press; London.

A comparative study of the role of dragons in the pottery of the Timurid and Safavid periods of Iran and Ming China

Ghadryeh maleki¹

Abstract

The civilizations of Iran and China have had cultural exchanges for a long time, and significant artistic commonalities between the two countries in different historical periods are evident. One of the common artistic manifestations between these two civilizations with a rich cultural background is pottery. Among these, the dragon is one of the symbolic motifs whose presence can be seen in the oldest literary sources of Iran and China. On the other hand, the role of the dragon has a special place in the Islamic era in Iran and the Ming and Yuan eras in China among the art of pottery. The dragon was mostly used on pottery in the Timurid and Safavid periods and can be an imitation of past examples. One of the most important necessities of the research is a comparative study of the design and role and symbolic recognition of the dragon in Iran and China. So far, no independent research has been done on it. Therefore, the purpose of this study is to determine the role of the dragon in the symbolic concepts of Iranian and Chinese art? How did the role of the Chinese dragon enter the art of Iranian pottery directly and without changing its nature? Since Chinese art and culture are somehow intertwined with the dragon and China is basically the birthplace of the dragon, by examining the role of the dragon on the pottery of the Timurid, Safavid and Ming periods, we can better understand and examine the reasons for differentiation and sharing in pottery. The present research has been done with a comparative approach and based on a descriptive-analytical method and its data collection has been done in a library method. The results show that in Iran the role of the dragon is similar to each other and also with the use of decorative elements and plant motifs in the pottery of this period are different in terms of shape and size. The Iranian artist has paid attention to its Chinese meaning and meaning, and in the pottery works of this period, the dragon is sometimes depicted alone and sometimes not alone. But in the Ming Dynasty the shape of the dragon was different and the artist portrayed the dragon as the main role alone on the pottery.

Keywords: Role of Dragon, Pottery of Iran, Pottery of China, Islamic Period, Ming Period

سال ششم، شماره ۶ (پیاپی: ۳۸)، دی ۱۴۰۰، جلد یک

پژوهش‌های هنر و علوم انسانی
ISSN: 2538-6298

1- Master of Arts Research, Tabriz Islamic Art University ghadryehmalekii@gmail.com

تبیین الگوواره‌های حاکم بر طراحی معماری غرفه‌ها در نمایشگاه‌های جهانی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۲۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۲۵

کد مقاله: ۲۶۰۰۸

محمدرضا اسکندری روزبهانی*

چکیده

در تاریخ برگزاری نمایشگاه جهانی، اهداف، برنامه‌ها، ویژگی‌ها و به‌طور کلی روند معماری، تحولاتی بنیادین را به خود دیده‌است. تا جایی که در برخی آثار و دوره‌های خاص، طراحی غرفه‌ها به‌عنوان ابزاری در راستای ارائه سبک‌ها و رویکردهای جدید معماری یا تقویت آن‌ها مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در این راستا، پژوهش حاضر در قالب کیفی، به روش تحلیلی-تبیینی و با مطالعات کتابخانه‌ای، در تلاش برای ارائه مسیری روشن از تحولات معماری نمایشگاه‌های جهانی از طریق بررسی غرفه‌های شرکت‌کننده و نیز تبیین دوره‌های تاریخی معماری در این رویداد است. نتایج نشان می‌دهد که معماری غرفه‌ها، باتوجه به ویژگی‌های مشابه، دوره‌های تاریخی ویژه‌ای را روشن ساخته‌اند که متناسب با محتوای خود؛ در پژوهش حاضر، تحلیل، بررسی و سازماندهی شده‌اند. چهار دوره تاریخی بر رویکردها و راهبردهای طراحی معماری نمایشگاه جهانی حاکم بوده‌است که شامل: ۱. نوآوری‌های علمی و فنی ساختمانی در غرفه‌ها (۱۸۸۹-۱۸۵۱)، ۲. ترکیب صنعت و هنر و به‌کارگیری سبک‌های نوظهور و ارجاعات مختلف تاریخی در طراحی غرفه‌ها (۱۹۳۹-۱۸۹۳)، ۳. به-کارگیری آخرین دستاوردهای سازه‌ای، مصالح و ساختارهای جدید ساختمانی برای حل مسائل جهانی (۱۹۷۰-۱۹۵۸) و ۴. پیگیری رویکردهای معماری پایدار (۲۰۱۵-۱۹۹۲) می‌باشند.

واژگان کلیدی: نمایشگاه جهانی، معماری غرفه، الگوواره‌های معماری، تاریخ معماری.

نمایشگاه جهانی^۱ در طول برگزاری خود، شاهد تحولات و محل ارائه پیشرفت‌هایی در زمینه‌های گوناگون در جهان، از جمله در معماری بوده که تا به امروز اتفاق افتاده و همواره بر جنبه‌های مختلف زندگی بشر تأثیرگذار بوده‌است. در طول تاریخ نمایشگاه‌های جهانی، رویکردها و روند معماری، تغییرات و تحولاتی بنیادین را به خود دیده‌اند. با این حال، پژوهش‌های بسیار محدودی در زمینه تحولات نمایشگاه‌های جهانی به‌خصوص در حوزه معماری آن صورت پذیرفته‌است. در این راستا، پژوهش حاضر سعی دارد که با تجزیه و تحلیل و نقد آثار معماری، بررسی رویکردهای مختلف و شرایط اثرگذار بر طراحی غرفه‌ها در دوره‌های گوناگون نمایشگاه جهانی، نگاهی به تغییرات و تحولات معماری غرفه‌ها در این عرصه بین‌المللی داشته‌باشد. مطالعه تحولات معماری در تاریخ برگزاری نمایشگاه‌های جهانی، امکان صورت‌بندی تغییرات الگوواره‌ها^۲ در دوره‌های مختلف را فراهم می‌نماید. تغییر الگوواره‌ها در این‌جا، به تغییری آرام اما اساسی در تفکر و برنامه نمایشگاه‌های جهانی اطلاق می‌گردد که سرانجام، رویکردهای معماری غرفه‌ها را در طول زمان تغییر داده‌است. این رویدادها که طراحان با حداقل قید و بندهای متداول طراحی و با آزادی بیشتر در آن عمل می‌کنند، فرصتی مناسب برای گذر از یک الگوواره و ورود به الگوواره‌ای دیگر می‌باشد. هم‌چنین عرصه نمایشگاه جهانی با گذر از زمان حال رخ می‌دهد که از این نظر، تغییر الگوواره‌ها در آن بیش‌تر محسوس می‌باشد. به این ترتیب، پژوهش حاضر، با پرداختن به تاریخ نمایشگاه‌های جهانی، در پی شناخت اهداف، برنامه‌ها، راهبردها و به‌طور کلی الگوواره‌های معماری این رویداد است.

نمایشگاه‌های جهانی، پدیده‌های مهمی برای مطالعات تاریخی هستند؛ زیرا آن‌ها رویدادهایی ثبت‌شده و فهرست‌هایی مستند از جامعه بشری در بازه‌های زمانی می‌باشند. با توجه به تحولات متعدد در برپایی نمایشگاه‌های جهانی، ارائه تصویر کلی از آن، مستلزم بررسی روند برگزاری این نمایشگاه‌ها در طول تاریخ است. هم‌چنین شناسایی جدیدترین مسیر از نمایشگاه جهانی، مستلزم بررسی تازه‌ترین بیان از اهداف و رویکردهای نمایشگاه جهانی است. بنابراین برای درک پیشرفت‌های اساسی در تاریخ نمایشگاه جهانی؛ یافتن جایگاه کنونی آن؛ بهره‌گیری از تجربیات گذشته و پیشرفت نمایشگاه‌های آینده در مقیاس ملی و بین‌المللی، مطالعه تحول تاریخی این رویداد، ضروری است. آن هم در شرایطی که مطالعه جامع از تحول الگوواره‌های تاریخی نمایشگاه‌های جهانی در زمینه معماری آن، حتی به‌شکل کلی و عمومی، چه در منابع داخلی و چه خارجی فراهم نشده‌است. به‌علاوه، بررسی تغییرات الگوواره‌ها، تحولات طراحی معماری در تاریخ برگزاری نمایشگاه جهانی و مقایسه آن‌ها در بازه‌های زمانی از آن روی اهمیت دارد که به‌نظر می‌رسد هر کدام از دوره‌های این نمایشگاه، دارای شرایط، نظرات و رویکردهایی بوده که طراحی معماری غرفه‌ها، برگرفته از آن‌هاست. در طول زمان، بسیاری از اهداف و رویکردها به‌طور کامل، تغییر یافته و یا به‌عنوان اهداف فرعی و در درجه‌های پایین‌تر اهمیت دنبال شده‌اند. شناخت این تحولات می‌تواند در جامعه طراحان و صاحب‌نظران نمایشگاه‌های جهانی، باعث ایجاد نوعی نگاه نظام‌مند و جامع نسبت به این عرصه گردد و با بینش وسیع‌تری به طراحی غرفه‌ها پرداخته‌شود. بنابراین این پژوهش به‌صورت خاص، می‌تواند در دو حوزه نظری و عملی ضرورت داشته‌باشد. از یک سو، این پژوهش می‌تواند به‌عنوان نمونه‌ای برای افرادی که در حوزه نظری طراحی و نمایشگاه‌های جهانی فعالیت می‌کنند مورد بررسی قرار گیرد؛ چنان‌که علی‌رغم اهمیت، اثرگذاری و سابقه طولانی برگزاری نمایشگاه‌های جهانی، پژوهش‌های صورت‌گرفته در زمینه معماری آن (به‌خصوص در منابع فارسی)، بسیار محدود و اغلب به اطلاعات توصیفی-تاریخی و در نهایت تفسیری ختم شده‌است. در زمینه طراحی نیز در کشورهایی همانند ایران که طراحی غرفه‌ها در آن محلی برای گفت‌وگو با نظریات گوناگون و اغلب متضاد است، این عرصه مهم می‌تواند از نگاه شخصی طراحان فاصله گرفته و دانشی نظام‌مند و علمی را در اختیار آنان قرار دهد. به‌طور منطقی، شناخت اندک و درک نادرست از ماهیت نمایشگاه جهانی و تحولات آن و نیز فقدان تجربه (هرچند مطالعاتی) از معماری غرفه‌ها در این عرصه، می‌تواند شکست‌هایی را در مرحله بهره‌برداری به‌همراه داشته‌باشد.

۲- پیشینه تحقیق

ادبیات مرتبط محدودی، شامل پژوهش‌های تاریخی و نیز آثار تشریحی با رویکردهای مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و هنری وجود دارند که در جنبه‌های بسیاری، یکدیگر را پوشش می‌دهند. آثار پژوهشی به دست آمده، براساس روش پژوهش، در دسته‌های کلی زیر قرار می‌گیرند. مطالعات توصیفی-تاریخی، به‌طور عمده مجموعه‌ای از مطالعات را شامل می‌شود که طرح کلی نمایشگاه‌های جهانی را به تصویر می‌کشد. تأکید این مطالعات بر شناسایی و شناخت ویژگی‌های نمایشگاه جهانی، چگونگی پیدایش، رشد و تکامل تاریخی و بازشناخت آن‌هاست. در کتاب /کسیو (نمایشگاه جهانی)، به تألیف سیدحسین میرظفرجوبان، اهداف، ضرورت‌ها و اثرات کلی برگزاری نمایشگاه‌ها بر کشورهای میزبان و شرکت‌کننده را بیان نموده و نمونه‌هایی از نمایشگاه-

۱- رویدادی که تحت عنوان نمایشگاه بین‌المللی (International Exhibition)، نمایشگاه تجاری (Trade Fair)، اکسپوهای جهانی (World's Expositions) یا (Expositions Universelles) یا اکسپو بین‌المللی (International Expositions) معرفی می‌شود. در اولین دوره، این نمایشگاه تحت عنوان نمایشگاه بزرگ آثار همه ملل (Great Exhibition of the Works of All Nations) معرفی شد که با گذشت زمان، تحت عناوین ذکرشده، قرار گرفت (Carta, 2013: 2). به‌عنوان مثال، واژه اکسپو عنوانی بود که از سال ۱۹۶۷ به این رویداد اطلاق گردید که از آن زمان به بعد، در زبان لاتین با عنوان World's Expositions نیز به‌کار می‌رود (اکبری، ۱۳۹۴: ۲۵، ۳۲).

های جهانی برگزار شده از زمان برپایی اولین دوره تاکنون را در کشورهای مختلف جهان معرفی می‌کند (میرظفرجویان، ۱۳۹۵). کتابی دیگر تحت عنوان *Encyclopedia of World's Fairs and Expositions* شامل تاریخچه‌های منحصر به فرد هر یک از نمایشگاه‌های جهانی از سال ۱۸۵۱ می‌باشد (Findling & pelle, 2008).

در مطالعات تحلیلی-تفسیری نظرات و اندیشه‌های تحلیلی معماران، برنامه‌ریزان یا دست‌اندرکاران نمایشگاه‌های جهانی در دوره‌های مختلف، مورد بررسی قرار گرفته است. در گزارشی تحت عنوان *اکسپوها: تغییر یا انحلال؟* که در مجله علمی-ترویجی منظر به چاپ رسیده است، نویسنده با توجه به توسعه و پیشرفت روزافزون شاخه‌های مختلف فناوری، به بیان رویکرد و هدف حضور کشورهای شرکت‌کننده در نمایشگاه جهانی، در دو دسته (کشورهای توسعه یافته) و (کشورهای در حال توسعه) می‌پردازد (سلطانی، ۱۳۸۹). در گزارشی با عنوان *نظرگاه: سیاست ایران در اکسپو: رجوع به گذشته یا نگاه به آینده؟* نظریات گوناگون صاحب‌نظران، معماران و برنامه‌ریزان (داخلی) نمایشگاه جهانی را به طور اجمالی در ارتباط با نگاه ویژه خود به این نمایشگاه‌ها و همچنین حضور ایران در آن‌ها بیان می‌کند (احمدی و دیگران، ۱۳۸۹).

در مطالعات تحلیلی-تبیینی به دو شیوه پژوهشی تبیین و تحلیل، کوشش شده تا براساس نظریه‌ها و اندیشه‌های جامعه‌شناسی و سایر علوم، به -بررسی و چگونگی- نقش فرهنگ، هنر، سیاست و ... در تحولات کل تاریخ نمایشگاه‌های جهانی یا دوره‌ای خاص بپردازد. در پژوهشی تحت عنوان *بازخوانی از هنر و سیاست در نمایشگاه‌های جهانی اکسپو*، به شیوه تبیینی، چگونگی بهره برداری هنر در راستای تحقق بخشی به اهداف سیاسی بریتانیا در اولین رویداد برگزاری نمایشگاه جهانی (۱۸۵۱) را مورد بررسی قرار می‌دهد (زارع زاده و دیگران، ۱۳۹۴). در کتاب *اکسپو: جهان در پوست معماری* که به کوشش ندا اکبری تألیف گردیده است، به صورت اجمالی و از نظر محتوایی، تصویری کلی از تحولات پیرامون معماری در تاریخ برگزاری نمایشگاه‌های جهانی را بیان می‌کند (اکبری، ۱۳۹۴: ۲۴-۳۱). پایان‌نامه‌ای تحت عنوان *Expo 67, or the Architecture of Late Modernity* رویکردها، اثرگذاری‌ها و اثرپذیری‌های نمایشگاه جهانی مونترال (۱۹۶۷) را در عرصه معماری آن دوران، مورد تحلیل قرار می‌دهد (Singh Riar, 2014).

۳- روش تحقیق

اصلی این پژوهش در قالب تحلیل کیفی می‌باشد که از طریق گردآوری، تبیین و تحلیل اطلاعات و ادبیات موجود در این زمینه، مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای و الکترونیکی صورت خواهد پذیرفت. تأمین داده‌های متنی و جمع‌آوری اطلاعات، به واسطه بررسی‌های اسنادی، مطالعه منابع مکتوب، استفاده از ابزارهای الکترونیکی و جست‌وجو در پایگاه‌های علمی-پژوهشی داخلی و خارجی انجام خواهد شد. از نظر ماهیت، این پژوهش از نوع تحلیلی-تبیینی می‌باشد که در تلاش برای ارائه تصویری کلی از تحولات معماری نمایشگاه‌های جهانی؛ به بررسی و تحلیل اندیشه‌ها، ویژگی‌ها و رویکردهای گوناگون در غرفه‌های نمایشگاه جهانی و سپس تبیین الگوواره‌های معماری این رویداد می‌پردازد. در این پژوهش، تجربه‌های نمایشگاهی کشورها از غرفه‌های آن‌ها به تصویر کشیده خواهد شد تا رویکردهای متعدد معماری آن‌ها استخراج شود. این غرفه‌ها شامل آثار هنری-مهندسی شاخص، سازه‌های نمادین و تأثیرگذار و بناهای کشور میزبان هستند. در کنار بررسی غرفه‌ها، برخی دگرگونی‌های سیاسی، فکری، فناورانه و اقتصادی مورد توجه قرار خواهد گرفت تا روند حاکم بر این رویدادها مشخص شود.

۴- شناخت

۴-۱- تحولات نمایشگاه‌های جهانی

نمایشگاه جهانی پدیده‌ای استثنایی در تاریخ است که از اواسط قرن نوزدهم در سال ۱۸۵۱ شروع به برگزاری نمود. این رویداد در هر دوره، وابسته به موضوعات و برنامه‌های نمایشگاه و نیز اهداف و برنامه‌های ملی، در کشورهای مختلف جهان برگزار می‌شود. پیشرفت روزافزون شاخه‌های مختلف فناوری و دست‌یابی به دستاوردهای حاصل از آن، مهم‌ترین عاملی بود که سبب شد تا نمایشگاه‌های جهانی به عنوان عرصه‌ای برای نمایش این دستاوردها در دوران انقلاب صنعتی شکل گیرند. این رویداد در ابتدا به منظور نمایش بین‌المللی کالاها و دستاوردهای ملل خاص به کار می‌رفت. اما بعدها رویکرد و اهداف برپایی آن دست‌خوش تغییر و تحولاتی شد و به تدریج به عنوان یک عامل توسعه جهانی مطرح گردید. نمایشگاه جهانی در این مسیر، به یکی از پویاترین و بحث‌برانگیزترین حوزه‌های مناسبتی در سیاست‌های کلان ملل جهان تبدیل شد (زارع‌زاده، ۱۳۹۳: ۳). در عصر حاضر، نمایشگاه‌های جهانی اهداف متنوعی را دنبال می‌کنند که در حول محور ارتباطی میان نقاط مختلف جهان، در عرصه‌های مختلف حیات بشری و زمینه‌های گوناگون علمی متمرکز شده‌اند (زهادی، ۱۳۸۴: ۲). این رویدادها امروزه، مجامعی با اهداف چندگانه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، هنری و علمی می‌باشند که والاترین نقش را در تجارت بین‌الملل بازی می‌کنند (Krajnak, 2012: 10). نمایشگاه‌های جهانی به عنوان تصویری از جهان، پیوسته در حال تغییر بوده‌اند و در زمینه‌های متعددی از جمله معماری، پیشرفت آن را نشان داده‌اند. اگرچه آن‌ها در گذر تحولات شکل یافتند؛ به ندرت رویکردهای گذشته را دنبال می‌کنند (Piatkowska, 2013: 21). چنین تحولاتی در نمایشگاه‌های جهانی، براساس روندی از پیش طراحی شده، رخ نداده است؛ بلکه با توجه به پیشرفت، شرایط و فضای حاکم بر جامعه جهانی در هر دوره، در حال اتفاق افتادن است. به طور کلی، در امتداد این

تحول، بررسی تاریخی نمایشگاه‌های جهانی نشان می‌دهد که این عرصه‌ها در ابتدا و در ابعاد گوناگون، محدود و ساده بودند. به مرور زمان، با تغییرهایی که در اهداف برپایی این نمایشگاه‌ها ایجاد شده، وسعت و پیچیدگی آن‌ها نیز افزایش یافته‌است. علاوه بر این، آن‌ها با توسعه تجارت بین‌الملل، گسترش صنایع و پیشرفت فناوری، روزبه‌روز از اهمیت و حساسیت بیشتری برخوردار شدند.

۴-۲ معماری نمایشگاه‌های جهانی

نمایشگاه جهانی به‌عنوان عرصه‌ای از همکاری‌ها و مشارکت‌های بین‌المللی شکل گرفته‌است و موضوعاتی را ارائه می‌دهد که در راستای آن، ملت‌ها با یکدیگر به تعاملات و گفت‌وگوهایی در مقیاس جهان (از جمله در قالب‌های متعدد مهندسی و هنری مانند معماری) می‌پردازند. مهم‌ترین ابزار گفت‌وگو در نمایشگاه جهانی، غرفه‌های هر کشور است که به‌طور معمول، فضایی را برای ایجاد یک تجربه بصری و معنادار در ذهن مخاطب به‌وجود می‌آورد. در طول تاریخ معماری نمایشگاه‌های جهانی، غرفه‌ها، همواره نقش اصلی را در ارائه‌ها و نمایش‌های ملی ایفا نموده و در این عرصه بین‌المللی، اغلب دستاوردهایی پیشرو در دوران معاصر خود بوده‌اند. نقش معماری در جهت تحقق اهداف نمایشگاه‌های جهانی انکارنشده‌ای است. این نمایشگاه‌ها، همواره آرمان‌های طراحان (و اهداف ملت‌ها) را در قالب کالبد معماری محقق ساخته‌اند (ارمغان، ۱۳۸۸: ۱۲، ۱۳). معماران و طراحان که با ایده‌ها و مفاهیم سروکار دارند، از مهم‌ترین افرادی هستند که وظیفه تحقق برنامه‌های نمایشگاه را برعهده دارند (Kuitert, 2017: 9). معماری غرفه‌های نمایشگاه جهانی، از اولین نمایشگاه در سال ۱۸۵۱، بسیار مورد توجه بوده‌است. در ابتدا تمامی فضاهای نمایشگاهی (غرفه‌های شرکت‌کنندگان) در زیر سقف یک بنای واحد قرار می‌گرفتند که توسط کشور برگزارکننده برپا می‌شد. اما پس از برگزاری چند دوره از این گونه نمایشگاه‌ها، این بنای واحد، به‌تدریج به غرفه‌هایی منفرد از شرکت‌کنندگان (از جمله غرفه‌های ملی) تبدیل شد (Carta, 2013: 2) (Geppert, 2018: 3). اولین غرفه‌های ملی (منفرد) در نمایشگاه وین در سال ۱۸۷۳ ظاهر شدند. آن‌ها پیوسته بهبود یافته و اعتبار بیش‌تری به‌دست آوردند؛ تا جایی‌که امروزه، غرفه‌های ملی، گسترده‌ترین بخش را به خود اختصاص داده و بیش‌ترین بازدید را دارند. در حال حاضر، غرفه‌های ملی مهم‌ترین گروه از اجزاء نمایشگاه جهانی هستند (Piatkowska, 2013: 23). معماری غرفه‌های نمایشگاه، به‌طور عمده دارای ویژگی‌های خاص و منحصر به فردی است که آن‌ها را با بسیاری از ساخت‌های متداول و مرسوم در معماری متمایز می‌کند. هم‌چنین آن‌ها مطابق با شرایط و موقعیت‌های خاص و ویژه نمایشگاه جهانی طراحی می‌شوند که این، حالتی متفاوت از طراحی در شرایط معمول است. غرفه‌های نمایشگاه جهانی که کشورها در آن، سیمای فرهنگی، اقتصادی و فناورانه خود را در معرض نمایش عموم مردم جهان قرار می‌دهند؛ نه تنها بناهایی اثرگذار در ایجاد جریان‌ها و سبک‌های معماری بوده‌اند، بلکه سبب ترویج، توسعه و تقویت بسیاری از آن‌ها در طول تاریخ شده‌اند. معماری این غرفه‌ها در طول تاریخ برگزاری نمایشگاه‌های جهانی، رویکردها و مسیرهای گوناگونی را دنبال نموده‌اند که در دوره‌های زیر قابل بررسی هستند:

۴-۲-۱ دوره اول (۱۸۸۹-۱۸۵۱)

این دوره، با توسعه قابل توجه سازه‌های عظیم فولادی در تعدادی از نمایشگاه‌های قرن نوزدهم مشخص می‌شود (López-César, 2019: 3). برای معرفی پیشرفت‌ها و دستاوردها در زمینه‌های نوع مواد و مصالح و مصنوعات و تجهیزات، به فضایی نیاز بود که متناسب با ارائه یافته‌های فناوری در سایر شاخه‌های علمی و صنعتی؛ و بازتاب‌دهنده امکانات و توانایی‌های مربوط به آن باشد. از این منظر، طراحی و ساخت یک فضای نمایشگاهی به‌عنوان اولین فرصت، برای تجلی‌بخشیدن به موارد ذکرشده مطرح شد؛ فضایی که به ارائه و نمایش محصولات فناوری جدید پردازد و خود نیز محصول فناوری‌های جدید باشد. بنابراین ساختمان‌های نمایشگاه جهانی، خود از دیگر دستاوردهای فناوری جدید بودند و با این هدف ساخته می‌شدند که بتوانند تمامی تولیدات کشورهای مختلف، به‌خصوص تولیدات صنعتی را در یک مکان، در معرض نمایش قرار بدهند.

این نمایشگاه‌های اولیه، سرآغاز باور و ایمان به فناوری‌های نوظهور عصر صنعتی و طراحی مبتنی بر آن‌ها بودند و به‌عنوان ابزاری برای تحول زندگی بشر به‌شمار می‌آمدند (رحمتیان، ۱۳۸۶: ۸۴). آن‌ها این اطمینان را به‌وجود آورد که دستاوردهای فناوری، پیشرفت بیش‌تر انسان و هماهنگی بین‌المللی را تضمین می‌کند. در فرم و به‌کارگیری روش‌های مهندسی، بناهای این نمایشگاه، تسلط انسان بر محیط فیزیکی و گسترش آن و ایجاد یک جهان معقول و منظم را بیان می‌کردند (Betts, 1980: 20, 21). در این نمایشگاه‌ها زمینه‌ای برای ساخت‌وسازها و گونه‌های سازه‌ای بدیع، آزمایش مصالح جدید و تحقیق در زمینه شکل‌های تازه به‌وجود آمد. در این زمان که سنگ و چوب و آجر، مصالح اصلی و متداول ساختمانی بودند؛ آهن صنعتی به شکل‌های متنوع در غرفه‌ها و آثار عظیم نمایشگاه جهانی توسعه یافت. عناصر سازه‌ای به قطعاتی با ابعاد کوچک و با قابلیت پیش‌ساختگی تبدیل شدند. غرفه‌های نوآورانه‌ی پرنور با شفافیت فضاهای داخلی و خارجی، دهانه‌های وسیع با حداقل تکیه‌گاه و سطح نگهدارنده ممکن و نیز اجزائی ساده و عاری از تزیینات خلق شدند که تا آن زمان، نمونه‌های آن ساخته نشده بود. بنابراین، این دوره شاهد تحول در گونه‌شناسی ساختاری و هم‌چنین در مفهوم فضای معماری بود (López-César, 2019: 2-5). نمایشگاه‌های این دوران، به بازتعریف مکان و فضای معماری کمک نمود و رابطه آن‌ها را با فناوری و زندگی بشر در عصر نوظهور صنعتی، در کانون توجه قرار داد

(زهادی، ۱۳۸۴: ۲). آن‌ها زمینه‌ساز تحولات معماری پس از خود شدند. در این دوره، معماری نمایشگاه‌ها همگام با علوم پیشرفت کرد و آرمان‌هایی مانند پیوستگی فضایی، شفافیت و گشودگی را محقق ساخت. ایده‌ها و بلندپروازی‌های این دوره از نمایشگاه‌ها در ساخت غرفه‌ها، بعدها زمینه‌ساز ظهور سبک پرنفوذ و برجسته معماری مدرن شدند (ارمغان، ۱۳۸۸: ۱۲، ۱۸).

اولین بنای نمایشگاه با نام قصر بلورین^۱ در سال ۱۸۵۱ مورد بهره‌برداری قرار گرفت. از خصوصیات منحصربه‌فرد طرح پاکستون^۲ (طراح غرفه) می‌توان به پیش‌ساخته بودن قطعات، حمل‌ونقل آسان، استفاده از مصالح جدید مانند آهن و شیشه و تلفیق آن‌ها، نمایش اسکلت ساختمان، اجرا با پیچ‌ومهره و نظایر این‌ها اشاره کرد (بانی‌مسعود، ۱۳۸۳: ۲۶۵). در این طرح، از صنعت عظیم و پیشرفته انگلستان در جهت ساده‌ترین و منطقی‌ترین نحوه تولید صنعتی (تولید یکجایی) استفاده شد (گیدیون، ۱۳۸۳: ۲۱۸). این شیوه تولید که تولید ردیفی نیز نامیده شده، کل ساختمان را به شبکه‌ای ساده از واحدهای پیش‌ساخته کوچک تقسیم می‌کرد و قابلیت مصالح جدید ساختمانی را برای تولیدات منطقی به نمایش می‌گذاشت (تصویر ۱) (هوکر، ۱۳۸۴: ۱۲۸، ۱۲۹). به این ترتیب، یک اندیشه کاملاً جدید ساختمانی که بیش‌تر از معماری، بر علم مهندسی مبتنی بود، به‌وجود آمد (لامپونیانی، ۱۳۸۱: ۵). طاق‌های منحنی مرکب از هلال‌های مشبک و آهنی که به‌صورت موازی و متوالی در قصر صنعت^۳ در نمایشگاه ۱۸۵۵ قرار گرفته بودند، در آن زمان، طولی‌ترین دهانه را به‌وجود آوردند و نسبت به دهانه ۲۲ متری قصر بلورین، پیشرفتی بزرگ را نشان می‌دادند. این اولین بار بود که از این‌گونه قوس‌ها در یک بنا ساخته می‌شد. این طاق‌ها، به‌عنوان نمونه‌ای برای تالارهای ماشین^۴ بعدی در نظر گرفته شدند (گیدیون، ۱۳۸۳: ۲۲۱، ۲۲۲). تالارهای ماشین در نمایشگاه‌های بعدی با برترین فناوری‌های قابل‌دستیابی جهان ساخته شدند و نقطه عطف هر نمایشگاه به حساب آمدند (رحمتیان، ۱۳۸۶: ۸۴-۸۶). در ساختمان تالار ماشین نمایشگاه ۱۸۶۷، قطعات ستون‌ها و انبوهی از تیرک‌های آهنی برای سازه اصلی به‌کار برده شد تا تکیه‌گاهی برای ساخت‌وساز سقف شیشه‌ای و ورق‌های موج‌دار باشند و تابش نور طبیعی را به سالن‌ها تضمین کنند (زارع‌زاده، ۱۳۹۳: ۵۳). در این بنا، استفاده فراوان از آهن، نصب آسانسور، ایجاد راهروهایی که از اطراف با شیشه محصور بودند و مواردی از این دست، علاوه بر نمایش امکانات فنی تازه به مردم، تعبیری جدیدی از مفهوم زیبایی را برای آن‌ها به‌وجود آوردند (گیدیون، ۱۳۸۳: ۲۲۹). پیشرفت در محاسبات سازه‌ای، مهم‌ترین ویژگی تالار ماشین نمایشگاه ۱۸۷۸ بود که موجب حذف پشت‌بند قوس‌ها و رهایی جداره‌های خارجی از بارهای سنگین شد (رحمتیان، ۱۳۸۶: ۸۵). برج ایفل^۵ و تالار بزرگ ماشین، به‌عنوان بناهای مهم نمایشگاه ۱۸۸۹، نمادهایی از صنعت و فناوری جدید و شکوفایی عصر مدرن و مهم‌ترین و غنی‌ترین آثاری بودند که تا آن زمان با استفاده از آهن ساخته شدند (بنه‌ولو، ۱۳۸۴: ۱۹۴). هر دو ساختمان، متکی بر روش‌های ساختمان‌سازی فلزی بودند که در ابتدا برای ساخت پل‌ها و ایستگاه‌های راه‌آهن به‌کار گرفته شدند (وتکین، ۱۳۹۰: ۵۵۰). گوستاو ایفل^۶ و مهندسان همکار او در پی تجربیاتی که در پل‌سازی به‌دست آورده بودند، سازه‌ای به ارتفاع ۳۲۴ متر را برافراشتند؛ به‌گونه‌ای که ساختار کلی آن، از طریق روابط متقابل نیروها در یک سازه فولادی شکل می‌گرفت (بانی‌مسعود، ۱۳۹۴: ۲۱۰). برج ایفل که استفاده از تکنیک‌های ساخت‌وساز مدرن مهندسی‌محور را به نمایش می‌گذاشت، زمینه‌ای را برای طراحی ساختمان‌های شهری (آسمان‌خراش‌ها) در آمریکا و در اوایل قرن بیستم فراهم کرد (تصویر ۲) (Roche, 1998: 13). ابعاد تالار ماشین این نمایشگاه، از ابعاد هر ساختمان متداول دیگر که تا قبل از آن ساخته شده بود، پیشی گرفت (بانی‌مسعود، ۱۳۸۸: ۹). ساخت این بنا، پیشرفت عظیمی از زمان برپایی اولین نمایشگاه جهانی تا این نمایشگاه؛ و شکل جدیدی از ساختمان را نشان می‌داد که در دگرگون کردن مفاهیم زیبایی‌شناختی در آن زمان، تأثیر عظیمی گذاشت (تصویر ۳) (لامپونیانی، ۱۳۸۱: ۷).



از چپ به راست؛ تصویر ۱- نمای خارجی قصر بلورین، مأخذ: هوکر (۱۳۸۴). تصویر ۲- برج ایفل در نمایشگاه ۱۸۸۹، مأخذ: Zarezadeh & Maleki (2018). تصویر ۳- نمای داخلی تالار ماشین، مأخذ: López-César (2019).

- 1 Crystal Palace
- 2 Joseph Paxton (1801-1855)
- 3 Palais de l'Industrie
- 4 Galerie des Machines
- 5 Eiffel Tower
- 6 Gustave Eiffel (1832-1923)

در این دوره، دو جنگ جهانی (۱۹۱۴-۱۹۱۸) و (۱۹۳۹-۱۹۴۵) اتفاق افتاد. تبعاتی که این جنگ‌ها به همراه داشتند، سبب شد تا بسیاری از فعالیت‌های بین‌المللی از جمله نمایشگاه‌های جهانی، المپیک‌ها و جشنواره‌ها به حالت تعلیق درآمده و برگزار نشوند (Wilson, 2012: 160).

در این دوره از نمایشگاه جهانی، صنعت و فناوری روز، نه به آوردگاهی برای بیان برتری‌های بشر، بلکه به بخشی از زندگی معاصر او و معنای آن بدل شد و به واسطه فراگیر شدن آن‌ها، دیگر قادر به تحریک هیجانات افراد نبود (رحمتیان، ۱۳۸۶: ۸۸). علاوه بر آن، جنگ‌های جهانی اثرات و دگرگونی‌های بسیار چشمگیری را در ابعاد مختلف نمایشگاه جهانی به وجود آوردند. بحران اقتصادی ناشی از جنگ برای بسیاری از کشورها و همچنین بحران ایدئولوژیکی ناشی از توسعه سلاح‌هایی که منشاء آن صنعتی شدن و توسعه آن بود، دگرگونی‌هایی در نگاه به صنعت و فناوری ایجاد کرد. صنعت و فناوری مانند گذشته، ضامن رفاه و پیشرفت بشر به شمار نمی‌آمدند؛ بلکه به تدریج نسبت به آن، تردیدهایی به وجود آمد (López-César, 2019: 7). تنها شاید فوتوریست‌های ایتالیایی، جنگ جهانی اول را به عنوان یکی از دستاوردهای عصر مدرن می‌ستودند؛ اما هیچ ستایشی نصیب فناوری‌های جنگ جهانی دوم نشد. حتی پس از این جنگ، برای اولین بار، موضوع مهار فناوری در نظر گرفته شد (رحمتیان، ۱۳۸۶: ۸۸). جنگ‌های جهانی و شرایط حاصل از آن سبب شد که پیشرفت در بناهای نمایشگاه جهانی (به‌خصوص از نظر روند صنعتی شدن) متوقف شده یا به کندی اتفاق افتد. ساختمان‌های بزرگ صنعتی، به غرفه‌های کوچک، متنوع و متعدد تبدیل شدند که در آن‌ها ریشه‌های صنعتی کم‌رنگ شده و یا از بین رفته بود. گونه و ساختارهایی که به طور غالب در این دوره به وجود آمده باشند، دیده نمی‌شود؛ بلکه بیش‌تر به معماری‌های منطقه‌ای و بومی، خردگرایانه و منطقی، سبک‌های تاریخ‌گرایانه، تفسیرهای کلاسیکی و نمایش‌های پراکنده دیگر روی آورده شد (López-César, 2019: 7). معماران این دوره، در ترکیب‌بندی‌های جدید، از فضاها و قواعد ساختاری جنبش‌های هنری مختلف مانند هنر کوئیسیم، معماری باوهاوس، ساختارگرایی روسی، فوتوریسم ایتالیایی و حتی مصر باستان و قبایل بدوی آفریقایی بهره‌گیری و نیز از مواد و مصالح غیرمنتظره‌ای مانند پلاتین، آلومینیوم، روی، سلولز، آهن و شیشه استفاده کردند و رنگ‌های شاد و سرزنده‌ای را در نظر گرفتند. آن‌ها با توجه به قابلیت‌ها و توانایی‌های مصالح، به ترکیب اشکال هندسی و سطوح متنوع (مانند سطوح صاف) پرداختند (زارع‌زاده، ۱۳۹۳: ۱۰۴، ۱۰۵). طراحان و مهندسان در این دوره تلاش می‌نمودند تا با استفاده از خط‌های منحنی، رنگ‌های درخشان و ظرافت‌های تزئینی حاصل از سبک‌های آرت نوو^۱ و سپس آرت دکو^۲ (هنر تزئینی مختلط) در نمایشگاه‌ها، به تغییرات فراوان فنی، زشتی حاصل از تولیدات ماشینی و مظاهر خشک و خشن زندگی صنعتی پاسخ دهند. دیری نگذشت که محتوی این سبک‌ها، ذوق و سلیقه همگانی را در سراسر اروپا و ایالات متحده آمریکا برانگیخت (بانکی‌زاده، ۱۳۸۳: ۱۰۴). غرفه‌ها با ادغام هنر، صنعت و صنایع دستی (که هر کدام در روند تولید، روش‌های خاص خود را داشتند)، در عرصه نمایشگاه‌ها ارائه شدند و با مطرح نمودن کار باکیفیت و تولید استاندارد، نوعی زیبایی‌شناسی ماشینی را به وجود آوردند (زارع‌زاده، ۱۳۹۳: ۹۷، ۹۹).

نمایشگاه جهانی ۱۹۸۳ با عنوان شهر سفید، با سالن‌های عظیم از فولاد و گچ، تزئینات فراوان و تندیس‌هایی بر روی سطوح خارجی آن‌ها مشخص می‌شد (همان: ۸۲). نمایشگاه کلمبیا که انتظار می‌رفت ویتترین پیشرفت و دستاوردهای آمریکا در فناوری و هنر باشد، بیش‌تر به انتخاب سبک‌های نئوکلاسیک برای شهر سفید روی آورد (Buonomo, 2014: 22, 23) و به تأثیر از آن، ساختمان‌های شهرهای بزرگ آمریکا، تا پایان جنگ جهانی اول مجدداً به تاریخ‌گرایی روی آوردند (قبادیان، ۱۳۸۲: ۳۴، ۳۵). ساختمان‌های این نمایشگاه، تقلید از بناهایی بودند که سال‌ها پیش اروپاییان می‌ساختند و فاقد ابتکار و نوآوری بودند. این درحالی بود که نمایشگاه‌های پیشین، شکل و احساسی جدید از معماری و هنر و زیبایی را با تأکید بر آینده به وجود آورده بودند (گیدین، ۱۳۸۳: ۲۳۷). نمایشگاه ۱۹۰۰ هیچ اثر برجسته معماری نداشت. سبک‌ها با یکدیگر آمیخته و از هر سبکی، نمونه‌ای کپی‌برداری شده بود (ارمغان، ۱۳۸۸: ۱۴، ۱۵)؛ زیرا این نمایشگاه، نگاهی بازنگرانه به نمایشگاه‌های پیشین و تأکیدی خاص بر دستاوردهای تاریخی داشت (زارع‌زاده، ۱۳۹۳: ۶۵). در این نمایشگاه، از شیوه‌های افراطی تزئینی به کار برده شد تا شکوه و جذابیت ساختمان‌های سنگی را با نماهای گچ‌کاری شده بر روی چارچوب‌های فولادی بازنمایی کند. گالری مهندسی برق^۳، افراطی‌ترین تزئین ساختمانی را در این نمایشگاه و در تاریخ نمایشگاه‌های جهانی داشت (تصویر ۴) (همان: ۵۸). در فضای گسترده نمایشگاه ۱۹۰۴، کارشناسان تلاش کردند که در محوطه و ساختمان‌ها، زیبایی هنری و فناوری را با یکدیگر ترکیب کنند و محیطی خیره‌کننده و پر زرق‌وبرق ایجاد کنند (Schneiderhahn, 1992: 2). لذا ساختمان‌های نمایشگاه، به دلیل اندازه بزرگ ابعاد آن‌ها، طراحی نماهای سردر ورودی آن‌ها با لایه‌هایی از گچ، جزئیات فراوان در ایوان‌ها، گنبد‌ها، برج‌ها، طاق‌های عظیم و قوس‌های رومی، تأثیری پرابهت در نمایشگاه داشتند (زارع‌زاده، ۱۳۹۳: ۸۹). در نمایشگاه ۱۹۱۵، تیم طراحان و معماران، تمدن خردمندانه (روشن‌فکرانه) غربی را پذیرفتند و ترکیبی از ایده‌های التقاطی، مدرن و معماری کلاسیک را گرد هم آوردند (Weinstein, 2018: 3). سازمان‌دهندگان به جای جنبش‌های مدرنیستی که در بسیاری از شهرهای اروپایی محبوب بودند،

۱- سبک (Art-Nouveau) که تمامی جنبه‌های هنر و طراحی را با یکدیگر ادغام می‌نمود، واکنشی در برابر انقلاب صنعتی و کالاهای تولید انبوه ساخته‌شده توسط ماشین‌آلات بود (Petre, 2008: 86).

2 Art Deco

3 Palace of Electricity

سبک‌های تاریخی معماری را انتخاب نمودند (Ibid., 11) و ترجیح دادند که روشنگری خود را با کپی‌برداری از ایده‌آل‌های طرح‌های نئوکلاسیک یونانی و رومی، ساختارهای قرون وسطایی فرانسوی، ایتالیایی و بیزانس ونیزی نشان دهند. از مهم‌ترین سازه‌های نمایشگاه با این شیوه ساخت، کاخ ماشین‌آلات^۱، بزرگ‌ترین ساختمان چوبی و فولادی در جهان بود (تصویر ۵) (Ibid., 18). معماری نمایشگاه ۱۹۲۹، ترکیبی از شیوه‌های متضاد و متنوع، مدرن، تاریخ‌گرا، التقاطی و مواردی از این دست بود (ارمغان، ۱۳۸۸: ۱۵). مهم‌ترین ساختمان این نمایشگاه، غرفه آلمان بود. اعتقاد به فناوری جدید، سادگی و اجتناب از هر پیچ‌وخم، صراحت و آشکاری در اتصالات اجزاء و کمال‌یافتگی آن‌ها، دوری از حشو و زوائد و فضاهای سیال، ویژگی‌ها و کیفیت‌هایی است که میس‌وندرووه به عنوان مبنای فکری خود در طرح این غرفه وارد نمود (مزینی، ۱۳۷۶: ۸۹). نمایشگاه ۱۹۳۷ که ادغام هنر و فناوری در زندگی روزمره را در نظر داشت (Kangaslahti, 2011: 191)، با غرفه‌هایی متنوع و تقسیم‌بندی‌های سیاسی افراطی، متناسب با روحیه پیش از جنگ جهانی طرح‌ریزی شد. در این نمایشگاه، غرفه آلمان و غرفه روسیه در تقابل نمایشی بسیار قوی در مقابل یکدیگر قرار گرفته بودند که به سبک کلاسیک عربانی (مشابه سبک ویلاها) طراحی شدند (تصویر ۶) (وتکین، ۱۳۹۰: ۷۲۷). معماران نمایشگاه ۱۹۳۹، ساختارهای فولادی با دیوارهای گچی سبک و شیشه‌ای را ترجیح می‌دادند تا بناها بتوانند هر اندازه و شکلی به خود بگیرند. نسبت به نمایشگاه‌های قبلی، تنها تعداد کمی از غرفه‌ها، نوآوری‌های معماری داشتند (ارمغان، ۱۳۸۸: ۱۵).



از چپ به راست؛ تصویر ۴- گالری مهندسی برق در نمایشگاه ۱۹۰۰، مأخذ: زارع‌زاده (۱۳۹۳). تصویر ۵- کاخ ماشین‌آلات در نمایشگاه ۱۹۱۵، مأخذ: Weinstein (2018). تصویر ۶- تقابل غرفه شوروی و غرفه آلمان در محوطه نمایشگاه ۱۹۳۷، مأخذ: le Pair & van Bezooijen (2012).

۴-۲-۳ دوره سوم (۱۹۷۰-۱۹۵۸)

پس از جنگ جهانی دوم، اوضاع اروپا نابسامان بود و نیاز به بازسازی داشت. همگام با بازسازی، رشد عمومی نیز آغاز شد. ابزارهای ارتباطی از نظر سرعت و کیفیت بهبود یافتند و اطلاعات بهتری از وضعیت جهان به مردم ارائه دادند (Oltwater, 2012: 32). در راستای پیگیری مسائل و بحران‌های جامعه جهانی پس از جنگ، نمایشگاه جهانی این بار به محلی برای توسعه و نمایش پیشرفت‌های فناوری در زمینه سازه‌های جدید معماری و همچنین مواد و مصالح تبدیل شد. اطمینان به پیشرفت‌های فناوری و خوش‌بینی به آن در این دوره، منجر به زیاد شدن انتظارات نسبت به آن و در پی آن، پیشرفت در ساخت‌وسازها و ارائه پروژه‌های سازه‌ای آرمان‌شهر شد. توسعه و گسترش سازه‌های فضاکار، سازه‌های کششی یا شبکه‌های کابلی، پارچه‌ها و سازه‌های غشایی یا پیش‌کشیده، سازه‌های بادی یا هواشده و فرآورده‌های چوبی مانند تخته‌های چندلایه، از نمونه‌های سیستم‌های سازه‌ای جدید بودند که در غرفه‌های این دوره و همچنین برای ساختمان‌های موقت دیگر، مورداستفاده قرار گرفتند. طراحان غرفه‌ها به دنبال نوعی آزادی از سازه‌های متداول و بروز خلاقیت در سازه‌ها و ساختارهای جدید بودند (López-César, 2019: 2, 7, 8). فناوری‌های جدید ساخت و مصالح جدید در دوره‌های اول برگزاری نمایشگاه‌های جهانی، توانایی خلاقیت معماران و مهندسان را تحت کنترل خود داشتند و سبب می‌شدند که اغلب، فرم‌های مکعبی، راست‌گوشه و نامنعطف پدید آیند؛ اما معماران و مهندسان در این دوره توانستند که مصالح و مصنوعات صنعتی را حالت‌پذیر و پلاستیک نمایند (مثنوی، ۱۳۸۴: ۱۰). به‌طور خلاصه، در این دوره، تعداد غرفه‌های با تأکید بر ساخت‌ها و سازه‌های جدید قابل‌توجه که مربوط به کشورهای مختلف، مناطق مختلف کشور میزبان و شرکت‌های خصوصی بود، در نمایشگاه جهانی زیاد شد.

اثر ویرانگر بمب اتمی در سال ۱۹۴۵، سبب بازشدن چشم بشر بر روی جنبه تاریک پیشرفت‌های فناوری علمی شد (Schrenk & Jensen, 2014: 555). دهه ۱۹۵۰ با این درک شروع شد که پیشرفت‌های علمی، همیشه سودمند نیستند و نمی‌توان همواره به‌عنوان یک موهبت به آن‌ها نگریست. با وجود نگرانی‌هایی از پیشرفت‌های مطلق علمی، نمایشگاه ۱۹۵۸ مجدداً بر دستاوردهای علمی - فناوریانه، جهت دستیابی به زندگی بهتر و نیز جهانی صلح‌آمیز و انسانی‌تر تأکید کرد (Krajnak, 2012: 16) و به ستایش جنبه‌های مثبت فناوری‌های توسعه‌یافته اخیر و اهمیت علم در زندگی انسان پرداخت (Devos et al. 2016: 28). کشورها تفاسیر مختلفی را از زیبایی‌شناسی مدرن به نمایش گذاشتند (Krajnak, 2012: 15) و غرفه‌های مبتکرانه‌ای را برای مردم خوش‌بین به دوران پس از جنگ و معتقد به فواید عصر اتمی ارائه دادند (Treib, 2002: 294). نمایشگاه ۱۹۶۲، زمینه‌ای برای نمایشی بزرگ از استثنائات ایالات متحده در علم، فرهنگ و فناوری در آن زمان بود. این نمایشگاه در دوره مدرن متأخر اتفاق افتاد

1 Palace of Machinery

که در آن، سخت‌گیری‌های بالای اقتصادی مدرنیته کنار گذاشته شد و تزئیناتی سطحی که هنوز با مراجع تاریخی آشکار در معماری پست‌مدرن فاصله داشت، به کار گرفته شد (Kiely, 2018: 2, 12). در نمایشگاه ۱۹۶۷، تعدادی از غرفه‌ها به مشکلات جدیدی مانند افزایش جمعیت و افزایش شهرنشینی اشاره کردند (Cinar, 2014: 4). این غرفه‌ها، شبکه‌هایی بزرگ بودند که در آن‌ها، واحدهای مدولار اعم از مسکونی، می‌توانستند به‌طور دلخواه، به‌واسطه جرقه‌ای به یکدیگر متصل شوند (Gold, 2000: 5). طرح مسکن طبیعی^۱ به‌عنوان نمونه‌ای از این غرفه‌ها، به‌دنبال ایجاد تصویری مجدد از مسکن شهری در جهانی با رشد فزاینده جمعیت بود (Lubin., 2016: 12). این طرح به‌عنوان یک سیستم ساختمانی جایگزین برای خانه‌های حومه شهر و برج‌های بلند مسکن عمومی، در تلاش بود تا به رشد توسعه شهری آن زمان و آینده پاسخ دهد (تصویر ۷) (Safdie, 1967: 62). هم‌چنین، سازه‌های چادری - کششی انعطاف‌پذیر غرفه آلمان، یکی از ساختارهای سبک‌وزن در این نمایشگاه بود که منحنی‌های پویا را شکل می‌داد (تصویر ۸) (Tsuji, 2017: 141). در نمایشگاه ۱۹۷۰ نیز، اطمینان گسترده‌ای نسبت به قدرت‌های علم و فناوری دیده می‌شد (Wilson, 2012: 167). غرفه خانه تابستانی^۲ به تأثیر از رویکردهای فضایی قبلی مانند پروژه مسکن طبیعی در این نمایشگاه ارائه شد. این غرفه یک ساختار مکانی بود که قابلیت اجتماع واحدهای مسکن در فضاهای محدود را فراهم می‌کرد (مزینی، ۱۳۷۶: ۱۹۸، ۱۹۹). غرفه آمریکا نیز گونه‌ای از جدیدترین، بزرگ‌ترین و سبک‌ترین سازه هوافشرده تا آن زمان بود که در این نمایشگاه ساخته شد (تصویر ۹) (López-César, 2019: 11).



از چپ به راست؛ تصویر ۷- غرفه مسکن طبیعی در نمایشگاه ۱۹۶۷، مأخذ: Lubin (2016). تصویر ۸- غرفه آلمان در نمایشگاه ۱۹۶۷ López-César (2019). تصویر ۹- سقف هوافشرده غرفه آمریکا در نمایشگاه جهانی ۱۹۷۰، مأخذ: López-César (2019).

۴-۲-۴ دوره چهارم (۲۰۱۵-۱۹۹۲)

نمایشگاه‌های پیشین، اغلب در خدمت صنعت و فناوری محض بودند. امکانات آن‌ها معمولاً پیچیده، گران و پیشرفته بودند تا اقتدار و ابهت کشور میزبان را به مردم خود و بازدیدکنندگان سایر کشورها نشان داده و صنعت خود را ارتقاء دهند (ویسی، ۱۳۸۴: ۴۱). پس از دوران خوش‌بینی نسبت به منابع انرژی، زیاده‌روی در صنعتی‌سازی و مصرف‌گرایی، توجه‌ها به سمت اثرات مخرب حاصل از آن‌ها جلب شد. اثرات منفی فعالیت انسانی، شروع به شکل‌دادن برنامه‌ها و موضوعات اصلی نمایشگاه‌های جهانی نمود (Schrenk & Jensen, 2014: 555). احترام به طبیعت و تعامل با آن، توجه به فضاهای سبز و سوخت‌های آبی و به‌طور کلی توجه به ارزش‌های پایدار و روش‌های مدیریت منابع، سبب شد که در سال‌های اخیر، نمایشگاه‌های جهانی از اساس، برنامه‌ها، ایده‌ها و راه‌حل‌های جدیدی را دنبال کنند (ویسی، ۱۳۸۴: ۳۸). به این ترتیب، مباحث پایداری در ابتدای قرن بیستم و یکم، به‌طور جدی در سازماندهی و چارچوب نمایشگاه جهانی گنجانده شد (Iraldo et al, 2014: 1). ارائه مضامین زیست‌محیطی در نمایشگاه‌های اخیر، عمدتاً به‌عنوان یک جبهه (احساس خوب) برای دستیابی به اهداف اساسی توسعه عمل کرده‌اند (Schrenk & Jensen, 2014: 558) و پایداری را به‌عنوان یک زیرمجموعه قوی ارائه داده‌اند (Ibid., 561). نمایشگاه‌های جهانی در این زمان، با اهداف و محوریت اصلی حفظ انرژی و کنترل منابع تجدیدشدنی، به عرضه فناوری‌ها پرداختند و بر حفاظت، توسعه و بهبود کاربرد انرژی‌های پایدار تأکید کردند (Kuitert, 2017: 12). از این پس، نمایشگاه‌ها تلاش کرده‌اند تا با استفاده مجدد از ساختمان‌های موجود، یافتن مصارف طولانی‌مدت برای غرفه‌ها، سهولت در برچیدن سازه‌ها و استفاده مجدد از قطعات، در ساخت این رویدادهای موقت، هدر رفت انرژی را کاهش دهند (Schrenk & Jensen, 2014: 561). رویکردها و موضوعات توسعه پایدار از این زمان تا به امروز، به‌صورت یک ضرورت مهم برای تمامی جنبه‌های نمایشگاه‌های جهانی از جمله معماری دنبال شد. طرح‌ها و ساختارها می‌بایست به‌عنوان بخش مهمی از راه‌حل‌های رسیدن به توسعه پایدار محسوب شوند.

استفاده گسترده از طراحی زیست اقلیمی در نمایشگاه ۱۹۹۲ نشان داد که مسائل مربوط به محیط‌زیست در دستور کار قرار دارد. دمای بالای سویل در تابستان یکی از چالش‌های اصلی طراحی در نمایشگاه بود. محققان به‌دنبال معماری سنتی منطقه و فناوری‌های جدید بودند تا روش‌هایی را برای مقابله با این چالش توسعه دهند (Angeli, 2018: 4). در این نمایشگاه، فرم‌های ساختاری سطوح اصلی غرفه انگلیس، به مسأله تابش نور خورشید در زاویه‌های مختلف پاسخ می‌دادند و مدل‌سازی‌های رایانه‌ای

1 Habitat

2 Takara Beutilion Pavilion

گسترده‌ای، اثربخشی آن‌ها را ارزیابی می‌کردند (تصویر ۱۰) (Gardner & Hadden, 1992: 4, 5). برگزارکنندگان نمایشگاه ۲۰۰۰ نه تنها بادقت به مسائل مربوط به پایداری (در ساخت و اجرای این رویداد) پرداختند؛ بلکه در واکنش به موقعیت‌های پس از نمایشگاه، حیات کامل زمین‌های نمایشگاه و غرفه‌های فردی را نیز مورد بررسی قرار دادند (Schrenk & Jensen, 2014: 557). از این‌رو، بسیاری از غرفه‌ها به مکان‌های مختلف انتقال داده‌شده، مجدداً برپا شده و سپس زندگی جدیدی به آن‌ها داده‌شد (Ibid., 557). با هدف کاهش صدمات نهایی به محیط به‌هنگام اتمام نمایشگاه ۲۰۰۵، برخی غرفه‌ها و امکانات، طوری طراحی شده بودند که پس از برپایی نمایشگاه، بتوان تا حد زیادی، مجموعه را به حالت قبلی خود بازگرداند (ویسی، ۱۳۸۴: ۳۹). تعدادی دیگر از غرفه‌ها و بخش‌هایی از مسیرهای پیاده‌روی، در راستای کاهش آسیب به زمین و کمک به امکانات برای تبدیل نهایی سایت به پارک طبیعی طراحی شدند (Schrenk & Jensen, 2014: 559). نمایشگاه ۲۰۱۰، در راستای پرداختن به دغدغه‌های مشترک جامعه بشری؛ بحران‌های زیست‌محیطی و سازگاری انسان معاصر با طبیعت را مورد توجه قرار داد (روزرخ، ۱۳۸۸: ۲۰). غرفه انگلیس از جمله بناهایی در نمایشگاه بود که بر ادغام طبیعت در شهرها به‌عنوان زمینه‌ای برای مشارکت زیست‌محیطی کشور خود تمرکز نمود (Cinar, 2014: 4, 5). نمایشگاه ۲۰۱۵، دو راهنمای رسمی پایداری^۱ را برای شرکت‌کنندگان خود شرح داد که اولین مورد مربوط به معماری پایدار و دومی، مربوط به جمع‌آوری روش‌ها و اقدامات زیست‌محیطی کافی و مؤثر در سیستم‌های تدارکاتی بود (Iraldo et al. 2014: 18, 19). یکی از غرفه‌های ایتالیا فرصتی برای توسعه موضوع پایداری از طریق یک فناوری جدید بود که به کاهش آلودگی هوا کمک نموده و به‌میزان بسیار زیادی از سنگ‌دانه‌های بازیافتی ساخته می‌شد (تصویر ۱۱) (La Tegola et al. 2019: 2). غرفه اسرائیل نیز در راستای توسعه موضوع نمایشگاه، یک بستر سبز عمودی ایجاد کرد و در نمای خود، از قطعات مدولار برای کشت محصولات استفاده نمود (تصویر ۱۲) (Ibid., 4).



از چپ به راست؛ تصویر ۱۰- نمای بیرونی غرفه انگلیس در نمایشگاه ۱۹۹۲، مأخذ: Gardner & Hadden (1992).
تصویر ۱۱- غرفه پالازو ایتالیا در نمایشگاه ۲۰۱۵، مأخذ: La Tegola et al. (2019). تصویر ۱۲- غرفه اسرائیل در نمایشگاه ۲۰۱۵، مأخذ: La Tegola et al. (2019).

۵- تحلیل و بررسی اطلاعات

معماری غرفه‌های نمایشگاه جهانی در هر دوره تاریخی، دارای اهداف و رویکردهای خاص و ویژه‌ای بوده‌اند. آن‌ها همواره شرایط و وضعیت‌های جهان در زمان‌های مختلف را (از اعتقاد به پیشرفت فناوری گرفته تا جهانی‌شدن و توسعه پایدار) منعکس نموده و در طول برگزاری خود، همواره دوره‌ای خاص از تاریخ را منعکس کرده‌اند. براساس مطالعات انجام‌شده، در تحول تاریخی معماری نمایشگاه جهانی، تاکنون چهار دوره تاریخی، قابل پی‌گیری و شناسایی می‌باشد. عوامل و شرایط متعددی بر شکل‌گیری این چهار دوره اصلی در زمینه طراحی معماری بناهای نمایشگاه جهانی اثرگذار بوده‌اند؛ برای مثال می‌توان به نوع نگاه و رویکرد جامعه جهانی، شرایط و وضعیت ملت‌ها (کشورهای برگزارکننده و شرکت‌کننده)، زمینه‌های بین‌المللی مانند روابط میان ملت‌ها، خواسته‌ها و اهداف بازدیدکنندگان به‌عنوان استفاده‌کنندگان یا کاربران نمایشگاه، خواسته‌ها و اهداف شرکت‌کنندگان و برگزارکنندگان به‌عنوان کارفرمایان نمایشگاه و عوامل گوناگون دیگر اشاره کرد.

۵-۱ نوآوری‌های علمی و فنی ساختمانی در غرفه‌ها

نمایشگاه جهانی در عصر صنعتی و در مراحل اولیه شکل‌گیری، بسط ساختمان‌های فولادی و توسعه فناوری‌های مربوط به آن‌ها را نشان می‌دهد. از زمان انقلاب صنعتی، معماری به‌تدریج بر شیوه‌های فنی جدید ساختمانی و نوآوری‌های فناوری اتکا یافت. در ادامه این مسیر، آثار معماری نمایشگاه‌های جهانی نیز از همان ابتدا، بر روی فرم‌ها، ساختارها و مصالح ابتکاری مبتنی بر فناوری‌های جدید تمرکز یافتند. غرفه‌های اصلی و سازه‌هایی که وجهی نمادین نیز یافتند یا برای آن‌ها در نظر گرفته‌شد، بیانی خالص از پیشرفت در علم و صنعت داشتند و سبب شدند تا جنبه‌های مهندسی ساخت‌وساز، بر ارزش‌های معمارانه در آن زمان، غلبه یابند. این بناها، بیش‌تر مبتنی بر اقتصادسنجی و نیازهای عملکردی بودند که سبب تحول در تناسبات، پیدایش فضاهای وسیع و

1 Official Sustainability Guidelines

آزاد، تقسیم‌بندی نظام‌مند برای نمایش انواع کالاها و به‌طور کلی ایجاد و تقویت یک نوع زیبایی‌شناسی جدید شدند. حجم فضای خالی درون ساختمان‌های این دوره، همراه با نوآوری‌ها در به‌کارگیری فولاد ساختمانی و استفاده از دیوارهای شیشه‌ای، فضای خاص و تازه‌ای را در تطبیق با ماشین‌آلات و محصولات صنعتی، به‌وجود آورده‌بودند. این دوره، با ساخت بناهای انقلابی، اتخاذ طرح‌های بدیع، استفاده از مصالح جدید صنعتی، تولیدات انبوه، ایجاد فضاهای گسترده با عناصر نسبتاً ظریف فولادی، طراحی سازه متناسب با نیازهای عملکردی و فرم محصولات، تغییر تناسبات و طراحی نظام‌مند (متناسب با تخصیص فضا برای کالاهای نمایشی) مشخص می‌شود. در نمایشگاه‌های دوره اول (۱۸۸۹-۱۸۹۳)، موضوع این بود که در پاسخ به دعوت‌های چالش برانگیز کشورهای اروپایی و غربی (به‌عنوان ملت‌هایی که بدون شک ستون‌های پیشرفت صنعتی قرن نوزدهم را بنا نهادند)، سایر کشورها، درگیر دستاوردهای نوآورانه در علم و صنعت شوند.

۵-۲ ترکیب صنعت و هنر و به‌کارگیری سبک‌های نوظهور و ارجاعات مختلف تاریخی در طراحی غرفه‌ها

در دوره دوم برپایی نمایشگاه‌های جهانی (۱۹۳۹-۱۸۹۳)، به‌دلیل موقعیت جدید ایجادشده (جنگ افروزی‌ها و استقلال‌طلبی‌ها)، دولت‌ها دیگر نمی‌توانستند صرفاً بر توانایی‌های صنعتی و فناوری‌های خود تکیه کنند. آن‌ها می‌بایست محصولات را به‌گونه‌ای ارائه می‌کردند که پاسخگوی نیازهای طبقات متوسط و کارگر جامعه در بهره‌مندی از تولیدات انبوه باشد؛ تا آن‌ها را متقاعد کند که مسیر سرمایه‌داری صنعتی، به آینده مطلوب می‌انجامد. لذا آن‌ها در روش‌های تولید خود، اصلاحاتی را ایجاد کردند و به ارائه محصولاتی بهینه‌سازی شده، باکیفیت و با استانداردهای بهتر برای زندگی پرداختند؛ تا زمینه‌ای برای فروش بیش‌تر نیز فراهم شود. لذا در راستای نگاهی جدید از پیشرفت‌های صنعتی، هنرهای تزئینی (ترکیب هنر و صنعت) و طراحی صنعتی اهمیت یافتند و مسأله زیبایی‌شناسی ماشینی و فرم متناسب با عملکرد در محصولات، مطرح شد. غرفه‌ها و ساختارهای نمادین نیز، در هماهنگی با فضای معماری و طراحی صنعتی، اغلب به استفاده از مواد و مصالح جدید و خاص، استفاده بهینه از فضا، تولید فرم‌های عملکردی، ترکیب سطوح صاف و هندسی و ایجاد فرم‌های انتزاعی، تناسبات جدید و نیز بی‌پیرایگی و سادگی در ساختار متمایل شدند. در این دوره، ترکیب صنعت و هنر، علاوه بر پاسخ‌گویی به نیازهای متنوع افراد به‌منظور تحریک مجدد هیجانات آن‌ها نسبت به صنعت و فناوری؛ در جهت از بین بردن زشتی‌های حاصل از ماشینی‌شدن و رفع نگرش‌های منفی نسبت به صنعت (که به‌عنوان ابزاری برای توسعه سلاح‌ها دیده می‌شد) نیز صورت پذیرفت.

۵-۳ به‌کارگیری آخرین دستاوردهای سازه‌ای، مصالح و ساختارهای جدید ساختمانی برای حل مسائل جهانی

در دوره سوم (۱۹۷۰-۱۹۵۸)، غرفه‌ها و ساختارهای نمادین، برپایه فنون جدید ساخت و مطابق آرمان شهرهای جدید طراحان و برنامه‌ریزان آن زمان ساخته می‌شدند که سعی در پاسخ به چالش‌های مطرح‌شده در موضوع نمایشگاه و جامعه جهانی داشتند. هم‌چنین، خلاقیت و نوآوری در طراحی و ساخت، معیار زیبایی‌شناختی این غرفه‌ها بود؛ لذا این غرفه‌ها، با استفاده از مصالح، فنون و ایده‌پردازی‌های کاملاً جدید و بحث‌برانگیز ساخته می‌شدند. به این ترتیب، این دوره که با سامان‌یافتن مرحله سازندگی پس از جنگ‌های جهانی و استقلال‌طلبی‌های ملی همراه بود؛ نسبت به کاربرد علم و فناوری‌های نوین، از جمله فناوری‌های ساخت، نگاهی خوش‌بینانه و امید به آینده‌ای صلح‌آمیز و سازنده به‌واسطه پیشرفت در آن‌ها به‌وجود آمد. علاوه بر ارائه شرح وضعیتی از شرایط سیاسی پس از جنگ جهانی دوم در غرفه‌های اغلب کشورها در این دوره، بسیاری از غرفه‌های ساخته‌شده دیگر، به‌عنوان نشانه‌هایی از نظریه‌های پیشرو درمورد سازه‌ها و ساختارهای بزرگ شناخته می‌شوند. آن‌ها به‌عنوان نشانه‌هایی از تفکرات عظیم و بزرگ‌مقیاس و نیز نمادهای خوش‌بینی به فناوری‌های جدید پس از جنگ، در پی یافتن راه‌حل‌های اساسی برای انواع مسائل جهانی و زیستی در آن زمان بودند. این ساختارهای عظیم، به‌طور گسترده به‌عنوان چارچوب‌هایی انعطاف‌پذیر تصور می‌شدند که عملکردهای یک شهر (شهری چندسطحی) را در بر گرفته و اشکال جدیدی از تعاملات انسانی، کنترل اجتماعی و سازماندهی‌های فضایی و فنی را ایجاد می‌نمودند. ویژگی اصلی این ساختارهای بزرگ (از جمله قاب‌های فضایی، غشاهای کششی و مجموعه‌های پیش‌ساخته مدولار)، به‌کارگیری فناوری‌های ساخت برای سازه‌هایی با دهانه‌های بزرگ بود که در درون و یا در زیر آن، یک توده عمومی جدید قرار می‌گرفت. در این دوره، مصالح، ساختارها، سازه‌ها و سیستم‌های ساختمانی جدید و پیشرفته، به‌عنوان ابزارهایی برای اجرای پروژه‌های آرمان‌شهر و ارائه پاسخ‌هایی برای بحران‌ها، دغدغه‌ها و مسائل جهانی در نظر گرفته‌شدند. به‌طور کلی در این دوره، خوش‌بینی بدون حد و اندازه‌ای نسبت به منابع زمین و به تبع آن، نسبت به فناوری‌ها برای آینده، به‌خصوص در زمینه معماری به‌وجود آمد. از این دوره به بعد، دیدگاه‌های خاص از هنر در معماری نمایشگاه‌های جهانی، به‌تدریج جای خود را به رویکردهای متکثر، متنوع و اغلب فردی از معماری در جهت برآوردن نیازهای ویژه انسانی و زیستی داده‌اند.

۴-۵ پیگیری رویکردهای معماری پایدار

طراحی غرفه‌ها در دوره چهارم (۲۰۱۵-۱۹۹۲)، بر اساس آسایش هرچه بیش‌تر کاربر به‌واسطه راه‌حلی‌هایی برگرفته از انرژی‌ها و عناصر طبیعی (یا مطابق با آن) صورت گرفت؛ تا ضمن ساخت فضایی برای بازدیدکنندگان و تأمین نیازهای آنان، کم‌ترین آسیب به محیط‌زیست و کره‌زمین وارد شود. غرفه‌های نمایشگاه‌جهانی در عصر صنعتی و تا پیش از دهه ۱۹۷۰، دستیابی به آسایش کاربر و زندگی راحت‌تر برای آنان با الگوهای مصرف‌گرایی را در نظر داشتند؛ اما این روند با روشن شدن معضلات زیست‌محیطی همگام با کاهش آسیب به محیط طبیعی، تغییر یافته و تا عصر حاضر دنبال شده‌است. نمایشگاه‌های جهانی، از این دوره، براساس ایده‌ها و چشم‌اندازهای گوناگون از سوی ملت‌ها، شرکت‌ها و نهادهای غیردولتی، به‌دنبال مدل‌هایی واقعی و اجرایی برای توسعه پایدار هستند. از آن‌جا که صنعت ساختمان، یکی از عوامل اصلی آلودگی هوا است، طراحان شروع به استفاده از دانش و فناوری به‌منظور کاهش دادن میزان انرژی مصرفی سیستم‌های ساختمانی نموده‌اند. در این راستا، فناوری‌ها و راهبردهای جدید طراحی در نمایشگاه‌های جهانی، به‌میزان بسیار زیادی، بر تعاریف ساختمان‌های سبز و معماری پایدار منطبق بوده‌اند. اغلب غرفه‌ها تلاش می‌نمایند تا به شیوه‌های مختلف، پیام زیست‌محیطی خود را به جامعه جهانی انتقال دهند و در راستای حل مسائل زیست‌محیطی، به‌مثابه ابزاری در بازسازی طبیعت آسیب‌دیده مورداستفاده قرار گیرند. هدف غرفه‌های این دوره، بهره‌گیری از انرژی‌های طبیعی و ذخیره آن برای نیازهای جهان امروز و فرداست. در این دوره، کشورها با بهره‌وری از مواد و مصالح تجدیدپذیر در طبیعت و حتی ساخت مصالح جدید با کم‌ترین آسیب به آن، سعی در کاهش ایجاد آلودگی در محیط و یافتن برنامه‌هایی برای استفاده مجدد از قطعات یا کل بنا دارند. در طراحی غرفه‌ها، اغلب تجربیات و زمینه‌های تاریخی - فرهنگی ملت‌ها در راستای حفاظت از محیط‌زیست و فراهم‌آوردن زمینه‌های آموزشی غیررسمی برای بازدیدکنندگان، مورد تأکید واقع شده‌است. اغلب غرفه‌ها با نمایش جدیدترین مصالح و فناوری‌های ساخت و همچنین فرم‌های پیچیده که اغلب توسط رایانه طراحی و ساخته می‌شوند، سعی در پاسخ به مسائل و مشکلات زیست‌محیطی دارند. نمایشگاه جهانی در روند تحولات رو به رشد خود، مراحل مختلفی را طی نمود تا از میدان‌های عرضه و فروش فرآورده‌های صنعتی، به محلی برای ارائه جدیدترین فناوری‌ها برای دستیابی به زندگی بهتر و سپس به جایگاهی برای پرداختن به دغدغه‌های مشترک جامعه بشری (هم‌چون بحران‌های زیست‌محیطی و حفظ طبیعت) تبدیل شود.

نتیجه‌گیری

نمایشگاه‌های جهانی (به‌عنوان میراث جمعی کل بشریت) زیر سایه الگوواره‌های جهانی و براساس روند کلی جهان، در طی زمان، تحول و توسعه یافته‌اند. در بررسی تاریخی نمایشگاه جهانی، تغییراتی تدریجی در اهداف اصلی آن دیده می‌شود؛ به‌گونه‌ای که امروزه با فاصله گرفتن از اهداف اولیه یا حداقل کم‌رنگ شدن آن‌ها، مطابق با تجربه هم‌عصر ما، به یک رویداد جهانی‌تر تبدیل شده‌است. اگرچه از دوران انقلاب صنعتی تاکنون، پیشرفت‌های فناوری اصلی‌ترین نقش را در نمایشگاه جهانی داشته‌اند، اما این رویدادها در طول برگزاری خود، همواره دوره‌ای خاص از تاریخ را منعکس کرده‌اند. در این تحولات، معماری به‌عنوان وسیله‌ای برای نمایش و ارائه اهداف، ایده‌ها، راه‌حل‌ها و برنامه‌های متعدد و گوناگون، در دست معماران و اعضای هیئت مربوطه در دولت‌ها، مورداستفاده و بهره‌برداری قرار گرفته و موضوعات و برنامه‌های نمایشگاه نیز، به‌عنوان یکی از محورهای اصلی در طراحی، به شیوه‌های مختلفی به آن جهت داده‌اند. همچنین طراحی معماری بناهای نمایشگاه جهانی از اولین رویداد، مطابق جریان‌های معماری روز دنیا قرار داشته و یا خود، زمینه‌ساز برخی جریان‌های نوظهور معماری بوده‌اند. آن‌ها به‌عنوان سازه‌هایی قدرتمند و بااهمیت، توانسته‌اند به‌میزان زیادی بر گفت‌وگوهای معماری اثرگذار و از آن اثرپذیر باشند. با وجود تفاوت‌ها و تنوع‌های بسیار زیاد در ارائه غرفه‌ها و اهداف گوناگون نمایشگاه‌ها، محتوای منسجمی برای تعریف هر دوره خاص در معماری این رویداد، قابل ارائه است. نمایشگاه‌های جهانی در سیر تحولات معماری غرفه‌های خود، دارای جنبه‌هایی گسترده و متنوع و رویکردهایی گوناگون بوده، اما تلاش شده تا در هر دوره تبیینی آن، به‌طور کلی و عمومی، روندی خاص ارائه شود. محتوای هر کدام از این دوره‌ها، وابسته به شرایط و وضعیت حاکم بر جامعه جهانی و همچنین برنامه‌ها و راهبردهای کلی در نظر گرفته‌شده در نمایشگاه‌های جهانی بوده‌اند. در مجموع یافته‌ها و برآیند تحلیلی از روند تاریخی برگزاری نمایشگاه‌های جهانی، چهار دوره تأثیرگذار بر تحول معماری غرفه‌ها، با ویژگی‌هایی از اساس متفاوت حاصل شده‌است. این دوره‌ها متناسب با تحولات ایجادشده در برپایی این رویداد و نحوه مشارکت کشورها در آن، شامل ۱. نوآوری‌های علمی و فنی ساختمانی در غرفه‌ها (۱۸۸۹-۱۸۵۱)، ۲. ترکیب صنعت و هنر و به‌کارگیری سبک‌های نوظهور و ارجاعات مختلف تاریخی در طراحی غرفه‌ها (۱۹۳۹-۱۸۹۳)، ۳. به‌کارگیری آخرین دستاوردهای سازه‌ای، مصالح و ساختارهای جدید ساختمانی برای حل مسائل جهانی (۱۹۷۰-۱۹۵۸) و ۴. پیگیری رویکردهای معماری پایدار (۲۰۱۵-۱۹۹۲) بوده‌اند.

منابع

۱. احمدی، فرهاد؛ رفیعی، کوروش؛ دانشمیر، رضا؛ جهان‌آرا، حمزه؛ تندگویان، محمدمهدی؛ بهشتی، سیدمحمد (۱۳۸۹)، "نظرگاه: سیاست ایران در اکسپو: رجوع به گذشته یا نگاه به آینده"، فصلنامه علمی-ترویجی منظر، شماره ۱۰، (ص ص ۷۱-۷۳).
۲. ارمغان، مریم (۱۳۸۸)، "نگاهی به پیشینه معماری نمایشگاه‌های جهانی"، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، فصلنامه معماری و فرهنگ، دوره ۱۱، شماره ۳۷، (ص ص ۱۲-۱۹).
۳. اکبری، ندا (۱۳۹۴)، اکسپو: جهان در پوست معماری، مشهد: کتابکده کسری.
۴. بانکی‌زاده، زهرا (۱۳۸۳)، "آرت دکو"، فصلنامه هنر، شماره ۵۹، (ص ص ۱۰۰-۱۲۹).
۵. بانی مسعود، امیر (۱۳۸۳)، تاریخ معماری غرب: از عهد باستان تا مکتب شیکاگو، چاپ اول، اصفهان: نشر خاک.
۶. بانی مسعود، امیر (۱۳۸۸)، "انقلاب صنعتی و شکل‌گیری نمایشگاه‌های جهانی"، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، فصلنامه معماری و فرهنگ، دوره ۱۱، شماره ۳۷، (ص ص ۶-۱۱).
۷. بانی مسعود، امیر (۱۳۹۴)، معماری غرب: ریشه‌ها و مفاهیم، تهران: هنر معماری قرن.
۸. بنه‌ولو، لئوناردو (۱۳۸۴)، تاریخ معماری مدرن، ترجمه سیروس باور، چاپ پنجم، تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۹. رحمتیان، محسن (۱۳۸۶)، "نمایشگاه‌های حدفاصل (۱۹۵۱-۱۸۵۱)"، ماه هنر، شماره ۱۱۳-۱۱۴، (ص ص ۸۴-۹۲).
۱۰. روزخ، نادر (۱۳۸۸)، "مبانی طراحی فضاهای نمایشگاهی"، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، فصلنامه معماری و فرهنگ، دوره ۱۱، شماره ۳۷، (ص ص ۲۰-۲۶).
۱۱. زارع‌زاده، فهیمه (۱۳۹۳)، راهبردهای بیان هنری در مناسبات فرهنگی بین‌الملل جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی: نمایشگاه‌های جهانی اکسپو)، پایان‌نامه دکتری گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس.
۱۲. زارع‌زاده، فهیمه؛ مختابادامرئی، مصطفی؛ رهبرنیا، زهرا (۱۳۹۴)، "بازخوانی از هنر و سیاست در نمایشگاه‌های جهانی اکسپو (مطالعه موردی: نمایشگاه کریستال پالاس لندن، بریتانیا ۱۸۵۱)"، فصلنامه علمی-پژوهشی باغ نظر، شماره ۳۳، (ص ص ۸۱-۹۰).
۱۳. زهادی، احمد (۱۳۸۴)، "معماری نمایشگاه در عصر فناوری"، مقدمه فصلنامه رایانه معماری و ساختمان، شماره ۵.
۱۴. سلطانی، مهرداد (۱۳۸۹)، "آینده اکسپو: تغییر یا انحلال؟"، فصلنامه علمی-ترویجی منظر، شماره ۱۲، (ص ص ۶۴-۶۷).
۱۵. قبادیان، وحید (۱۳۸۲)، مبانی و مفاهیم در معماری معاصر غرب، چاپ اول، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۶. گیدپون، زیگفريد (۱۳۸۳)، فضا، زمان و معماری رشد یک سنت جدید، ترجمه منوچهر مزینی، چاپ ششم، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
۱۷. لامپونیانی، ویتوریو مانیاکو (۱۳۸۱)، معماری و شهرسازی در قرن بیستم، ترجمه لادن اعتضادی، تهران: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۱۸. مثنوی، محمدرضا (۱۳۸۴)، "طراحی فضاهای نمایشگاهی در دوران معاصر: از کریستال پالاس تا گنبد هزاره، چالش معماری تکنیک‌محور و معماری طبیعت‌محور"، فصلنامه رایانه معماری و ساختمان، شماره ۵، (ص ص ۴-۱۰).
۱۹. مزینی، منوچهر (۱۳۷۶)، از زمان و معماری، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران.
۲۰. میرظفرجویان، سیدحسین (۱۳۹۵)، اکسپو (نمایشگاه جهانی)، چاپ اول، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
۲۱. هوکر، کریستف (۱۳۸۴)، تاریخ مختصر معماری: نگاهی نو به سرگذشت معماری، ترجمه فرهاد گشایش، چاپ دوم، تهران: لوتس.
۲۲. وتکین، دیوید (۱۳۹۰)، تاریخ معماری غرب، ترجمه محمدتقی فرامرزی، چاپ اول، تهران: کاوش پرداز.

۲۳. ویسی، صلاح‌الدین (۱۳۸۴)، "نمایشگاه جهانی اکسپو ۲۰۰۵، ژاپن"، فصلنامه رایانه معماری و ساختمان، شماره ۵، (ص ص ۳۸-۴۱).

24. Angeli, B. (2018). "Identity in the Age of Uncertainty: The Emergence of European Character at Seville Expo'92". In *The 7th Euroacademia International Conference, Identities and Identifications: Politicized Uses of Collective Identities*.
25. Betts, R. F. (1980). "Structuring the Ephemeral: The Cultural Significance of World's Fair Architecture". In *The Kentucky Review*, 2(1).
26. Buonomo, L. (2014). "Showing the World: Chicago's Columbian Exposition in American Writing". In *EUT Edizioni Università di Trieste*.
27. Carta, S. (2013). "The image of the Shanghai 2010 Expo the Contribution of Single Pavilions to Shanghai's Global Image". In *Architecture/ Public Building*, Delft University of Technology, Netherlands.
28. Cinar, Z. (2014). "Nation on Display: British Expo Pavilions In-Between Art and Architecture". In *TOBB University of Economics & Technology, Faculty of Fine Arts, Design & Architecture*, (pp. 1-6).
29. Devos, R., Ortenberg, A., & Paperny, V. (2016). *Architecture of Great Expositions 1937-1959: Messages of Peace, Images of War*. In Routledge, London.
30. Findling, J. E., & Pelle, K. D. (2009). *Encyclopedia of World's Fairs and Expositions*. In McFarland Company, North Carolina.
31. Gardner, I., & Hadden, D. (1992). "UK Pavilion, Expo '92, Seville". In *The Arup Journal*, 27(3), (pp. 3-7).
32. Geppert, A. C. (2018). "World's Fairs". In *Leibniz Institute of European History (IEG)*, Mainz.
33. Gold, J. R. (2000). "Exposition and Imagination: revisiting the future city at Montreal's Expo '67 and New York's World's Fair". In *Fennia*, 178(1), (pp. 1-13).
34. Iraldo, F., Melis, M., & Pretner, G. (2014). "Large-scale events and sustainability: the case of the universal exposition Expo Milan 2015". In *Economics And Policy Of Energy And The Environment*.
35. Kangaslahti, K. (2011). "Absence/Presence: The Efficacy of Text, Image, and Space at the 1937 Exposition international". In *Véronique Plesch, Catriona MacLeod, and Jan Baetens (ed.) Efficacité/Efficacy: How To Do Things With Words and Images?*, (pp. 191-208), Brill.
36. Kiely, J. (2018). "The Function of Luxury: Visual and Material Abundance in Minoru Yamasaki's US Consulate in Kobe and Federal Science Pavilion in Seattle (1954-62)". In *Arts*, 7(4), (pp. 1-14). Multidisciplinary Digital Publishing Institute.
37. Krajnak, M. (2012). "Reconstructing the past, projecting the future through objects". In *Seminarch*, vol 3, (pp. 10-17).
38. Kuitert, W. (2017). "On World Expos and east Asia-Intruduction". In *Journal of Environmental Studies*, vol 60, (pp. 4- 14).
39. La Tegola, A., Longo, F., & Lanzilotti, A. (2019). "The pavilions of Expo 2015 in Milan, as a privileged observatory about the concept of sustainable construction in all languages of the world". In *Sustainable Buildings*, 4(1), (pp. 1-8).
40. le Pair, G., & van Bezooijen, R. (2012). "Two superpowers at Expo '58". In *Seminarch*, vol 3, (pp. 72-85).
41. López-César, I. (2019). "World Expos and Architectonic Structures. An Intimate Relationship". In *Bureau International des Expositions (BIE)*, Paris.
42. Lubin, J. (2016). "Humanizing the megascale". In *CTBUH Journal*, (1), (pp. 12-18).
43. Oltwater, B. (2012). "Atomium: an optimistic vision". In *Seminarch*, vol 3, (pp. 32-40).
44. Petre, R. (2008). "Art Nouveau, Alphonse Mucha and the Mass Visibility of Culture". In *Annals of Ovidius University Constanta - Philology*, vol 19, (pp. 85-94).
45. Piatkowska, K. K. (2013). "Expo Pavilions as Expression of National Aspirations (Architecture as Political Symbol)". In *Archhist*, vol 13, (pp. 20-29).
46. Roche, M. (1998). "Mega-events, culture and modernity: Expos and the origins of public culture". In *International Journal of Cultural Policy*, 5(1), (pp. 1-31).
47. Safdie, M. (1967). "Habitat'67-Towards the Development of a Building System". In *Precast/Prestressed Concrete Institute (PCI) Journal*, vol 12, (pp. 60-66).
48. Schneiderhahn, V. P. (1992). "Through the Eyes of a Fairgoer: The 1904 World's Fair Memoir of Edward V. P. Schneiderhahn". In *Gateway Heritage magazine*, 13(1).

49. Schrenk, L., & Jensen, M. (2014). “**Dystopia in the world of utopia: Unsustainable realities of sustainably themed expositions**”. In *ARCC Conference Repository*, New York.
50. Singh Riar, I. (2014). **Expo 67, or the Architecture of Late Modernity**. Thesis of Doctor of Philosophy, School of Art and Sciences, Columbia university.
51. Treib, M. (2002). **The architecture of landscape, 1940-1960**. In *University of Pennsylvania Press, Philadelphia*.
52. Tsuji, Y. (2017). “**Outdated Pavilions: Learning from Montreal at the Osaka Expo**”. In *Italian and Japanese architectural movements in the 1960s and 1970s and the contemporary debate, Milano*, (pp. 140-144).
53. Weinstein, O. (2018). “**Architecture of the San Francisco Bay Area: The Influence of the 1915 Panama-Pacific International Exposition**”. *Senior Theses. Thesis of Bachelor of Arts in History, Dominican University of California*.
54. Wilson, S. (2012). “**Exhibiting a new Japan: the Tokyo Olympics of 1964 and Expo'70 in Osaka**”. In *Historical Research*, 85(227), (pp. 159-178).
55. Zarezadeh, F., & Maleki, R. (2018). “**A Reading of Political Reproduction of Design at French World Expos**”. In *Journal of Design Thinking*, 1(1), (pp. 69-80).

Explaining the Paradigms Governing the Architectural Design of Pavilions in World's Fairs

Mohammad Reza Eskandari Rouzbahani

The World's Fair is an exceptional phenomenon in history that began in the mid-nineteenth century in 1851. This event (as the collective heritage of the whole of humanity) has evolved over time under the shadow of global patterns and according to the general trend of the world. In the historical review of the World's fair, there is a gradual change in its main goals; In a way that today, by moving away from the original goals or at least diminishing them, according to the experience of our time, has become a more global event. Although technological advances have played a major role in the World's Fair since the Industrial Revolution, these events have always reflected specific periods in history. Such developments in world's fairs have not taken place according to a pre-designed process; Rather, given the progress, conditions and atmosphere of the international community in each period, it is happening. In addition, in the history of the World's Fair, the goals, programs, features and in general the process of presenting architecture have undergone fundamental changes. To the extent that in some special works and periods, the design of pavilions has been used as a tool to present new architectural styles and approaches. However, very limited research has been done on the evolution of world's fairs, especially in the field of architecture. The study of architectural developments in the history of world's fairs allows the formulation of paradigm shifts in different periods. In this regard, the present study in a qualitative format, Analytically-explanatory method and with library studies, tries to provide a clear path of architectural developments of world's fairs by examining the participating pavilions and also explaining the historical periods of architecture in this event. The results show that the architecture of the pavilions, with regard to similar features, illuminates special historical periods that are appropriate to their content; In the present study, they have been analyzed, reviewed and organized. Despite the many differences and variations in the presentation of the pavilions and the various purposes of the fairs, a coherent content can be provided to define each specific period in the architecture of this event. World's fairs in the course of the architectural developments of their pavilions, have wide and varied aspects and different approaches, but an attempt has been made to present a specific trend in each of its explanatory periods, in general. The content of each of these periods depended on the circumstances of the world community, as well as the general programs and strategies considered in the world's fairs. Four historical periods have dominated the approaches and strategies of architectural design of the World's fair, Which include the following: 1. Scientific and technical innovations in construction in pavilions (1889-1851), 2. The combination of industry and art and the use of emerging styles and various historical references in the design of pavilions (1939-1893), 3. Utilizing the latest structural achievements, new building materials and structures to solve global problems (1970-1958) and 4. Pursuing sustainable architectural approaches (1992-1995).

Keywords: World's Fair Evolutions, Pavilion Architecture, Architectural Paradigms, Historical Evolution of Architecture.

پژوهش در هنر و علوم انسانی

بیش پیوستگی و نوآوری اجتماعی موزه‌های دیجیتال؛
مطالعه موردی: موزه دفاع مقدس تهران
مریم فدایی تهرانی، احمد ندایی فرد

بازتاب مؤلفه‌های ارزش‌های فرهنگی و تجربه شخصی
اجتماعی در نوآوری طراحان مد و لباس ایرانی
زهره برزگری، سید محمود طباطبائی

بازنمایی اسطوره‌ای سیمای امام علی در نگارگری ایران
شهناز امینی

مطالعه تطبیقی نقش اژدها در سفالینه‌های دوره تیموری و
صفوی ایران و مینگ چین
قدریه ملکی

تبیین الگوواره‌های حاکم بر طراحی معماری غرفه‌ها در
نمایشگاه‌های جهانی
محمد رضا اسکندری روزبهانی

نشانی: کرج، آزادگان، ابتدای بلوار مطهری،
خیابان شهید سبحانی، پلاک ۴۸، واحد ۴
کدپستی: ۳۱۴۳۹۵۳۵۹۵

۰۲۱۳۳۲۰۲۴۸۷
۰۲۶۳۴۴۵۳۱۳۱
www.RAHS.ir

ISSN:2538-6298