

درآمدی بر کارآفرینی بومی هنر نمدمالی و نمدکاری شهر کرد

محمد افروغ^۱

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۲/۰۹

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۳/۰۸

چکیده

کارآفرینی به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی، می‌تواند یکی از راهبردهای اصلی حل مشکلات، متنوع سازی اقتصادی و استفاده بهینه از منابع در مناطق مختلف کشور باشد. دنیای هنر و کارآفرینی بومی هنر، یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های ناشناخته و مغفول‌مانده در حوزه‌ی کارآفرینی، اشتغال‌زایی و محیط کسب و کار است. هنر به‌ویژه هنرهای سنتی و صنایع‌دستی که نمودی از صنایع-فرهنگی و هنری بومی و قومی است، واجد ارزش‌های فرهنگی و هنری، کاربردی و اقتصادی، هم به لحاظ آفرینندگان و دست-اندرکاران تولیدی آن و هم به لحاظ استفاده‌کنندگان آن است. به‌دلیل برخورداری از ظرفیت‌های بالقوه کاربردی و کارآفرینی و رفع نیازهای بازار و مصرف‌کنندگان، یکی از مهم‌ترین و برجسته‌ترین پدیده‌هایی است که امروزه در جوامع درحال توسعه و برخوردار از هنرهای سنتی و صنایع‌دستی، در جهت کاهش بیکاری و ایجاد فرصت‌های شغلی در کانون توجه قرار گرفته است. هنر نمدمالی (تولید محصولات سنتی) و نمدکاری (تولید محصولات صنعتی و امروزی) یکی از دیرینه‌ترین صنایع هنری بومی ایران، استان چهارمحال و بختیاری و به‌طورخاص شهرکرد مرکز استان است. مقاله پیش رو به‌عنوان یک پژوهش کاربردی و میدانی، نخستین تحقیق در کارآفرینی بومی هنرهای سنتی و صنایع‌دستی است که به‌طور خاص متمرکز بر هنر نمدمالی و نمدکاری است و از پشتوانه تئوریک کم‌تری برخوردار است. معرفی کارآفرینی بومی هنر (هنرهای سنتی و صنایع‌دستی)، هنر نمدمالی و نمدکاری به‌عنوان یک صنعت خلاق هنری بومی، ظرفیت‌های آن و بررسی وضعیت کارآفرینی هنر نمدمالی و نمدکاری در شهرکرد از منظر کمی و کیفی، هدف مقاله است. این پژوهش از نوع توسعه-ای (بنیادین و کاربردی) و روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است. شیوه‌ی گردآوری اطلاعات توأمان میدانی و کتابخانه‌ای است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، هنر سنتی، صنایع‌دستی، نمدمالی، نمدکاری، شهرکرد

کارآفرینی بومی هنر به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از کارآفرینی فرهنگی، یکی از مهم‌ترین پایه‌های اقتصادی در جهان کنونی است که کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه آن‌را مهم‌ترین اولویت اقتصادی خویش دانسته و پایه‌های اقتصادی جامعه را با چشم‌اندازی بلندمدت، عزمی جدی و هدف‌گذاری مطلوب، بر توسعه و گسترش روزافزون آن استوار کرده‌اند. منظور از کارآفرینی بومی هنر، ایجاد اشتغال و راه‌اندازی کسب و کار در هنرهایی است که طی دهه‌ها و صدها، مأمّن و سرچشمه زندگی یک جامعه و برآمده از بطن آن جامعه بوده‌است، به‌گونه‌ای که هم سبب رفع نیازها و ضرورت‌ها و هم باعث رونق اقتصادی ایشان بوده‌است. هنرهای بومی ایران که در این‌جا از آن به هنرهای سنتی و صنایع‌دستی یاد می‌شود، برآمده از عزم و اراده و نیاز جامعه‌ی ایرانی بوده‌است که هم پای شکل‌گیری فرهنگ و تمدن ایران و در درازنای تاریخ آن پایه‌ریزی، شکل گرفته و تکمیل شده‌است. این نوع از هنر در گذشته و تا حدودی امروزه، ضمن دارابودن ماهیت کاربردی و خصلت زیباشناختی به‌صورت توأم، درصدد رفع نیازهای تولیدکنندگان و سفارش‌دهندگان بوده‌است، اما با ورود قرن‌های اخیر و هم‌زمان با انقلاب صنعتی و رشد صنایع ماشینی و تغییر شیوه‌ی زندگی جوامع، به‌تدریج به حاشیه رانده شد و نهایتاً حیات و حضور بخش اعظمی از این هنرها و صنایع به پایان رسید و بخشی نیز کم-وبیش به کاربرد خود ادامه دادند. طبقه‌ای نیز جنبه‌ی تزئینی و دکوراسیون پیدا کرده‌است که البته تولید آن‌ها نیز جنبه و ماهیت تولیدی دارد.

هنرندمایی یکی از دیرینه‌ترین هنرهای بومی ایران و خاصه شهرستان شهرکرد در استان چهارمحال و بختیاری بوده‌است که نسبت به ماهیت کاربردی و مزیت‌های ذاتی عنصر برجسته آن یعنی پشم، در گذشته و حال، هنری پُر کاربرد بوده‌است. هنرمندان محرج نمدمال در شهرکرد به‌عنوان مهم‌ترین قطب تولید نمد در استان، از گذشته‌های دور تاکنون محصولات نمدی مورد نیاز مردم را تولید و رفته‌رفته به‌دلیل تغییر شیوه‌ی زندگی، روی به کم‌فروغی نهاد، اما غریب به یک دهه است که نسل جدیدی از هنرمندان و کارآفرینان جوان با خلاقیت و نوآوری تحولی بنیادین در این هنر بومی و دیرین ایجاد کردند و محصولات نمدی جدیدی از منظر تزئین و کاربردهای متنوع، متفاوت و روزآمد با طی کردن فرایندی تحت عنوان نمدکاری، تولید و به بازارهای داخلی و حتا خارجی عرضه می‌کنند و در این راستا اشتغال‌زایی و کارآفرینی قابل چشم‌گیری را به‌وجود آورده‌است. کارآفرینی از ابزارهای مهم توسعه است و مهم‌ترین اثر خود را از راه افزایش اشتغال در جامعه بر جا می‌گذارد. ابعاد دیگر توسعه اقتصادی که از رشد کارآفرینی مایه می‌گیرد، عبارت است از: بهره‌گیری بهینه از منابع، تنوع و گونه‌گونگی تولیدات و صادرات، افزایش ارزش افزوده، رقابت بر پایه شایستگی و شناخت مزیت‌های نسبی در سطح ملی. از این رهگذر و با توجه به تأکید اسناد بالادستی توسعه کشور و همچنین پایان‌پذیر بودن منابع نفتی و تحریم‌های اقتصادی، ضرورت توجه و تمرکز بر کارآفرینی در حوزه هنرهای بومی و کاربردی نظیر هنر نمدمالی و نمدکاری که از ظرفیت بالا و بالقوه‌ای در امر اشتغال و راه‌اندازی کسب و کار برخوردار است، را روشن می‌نماید. در این مقاله، با تمرکز بر هنر نمدمالی و نمدکاری در شهرکرد، به معرفی، مطالعه، بررسی، تحلیل و معرفی کارآفرینی و کسب و کار ایجاد شده در این هنر می‌پردازد تا ضمن آگاه کردن مخاطب، نظر کارآفرینان و افراد با‌انگیزه را به ابعاد، ظرفیت‌ها و قابلیت‌های بسیار زیاد نمد به‌عنوان یک صنعت خلاق و نمودی از سرمایه‌نمادین، در امر کارآفرینی جلب نماید.

۲- پیشینه پژوهش

کارآفرینی فرهنگی و به‌طور خاص کارآفرینی بومی هنر علیرغم داشتن ظرفیت بالقوه و بالا، یکی از حوزه‌هایی است که در حوزه کارآفرینی و اشتغال‌زایی نه تنها مغفول و در حاشیه مانده است، بلکه از منظر پژوهشی و بُعد علمی و آکادمیک نیز آن‌گونه که بایسته می‌نماید، مورد کاوش، تحلیل و بررسی و معرفی به عرصه‌ی کارآفرینی قرارنگرفته است. نویسندگان با رصد و جستجوی کتاب، مقالات، طرح‌های پژوهشی، پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها در ارتباط با کارآفرینی بومی به‌ویژه هنرهای سنتی و صنایع‌دستی، صرفاً به منابع بسیار محدود و نسبتاً نزدیک نسبت به موضوع حاضر برخورد نمود. کتاب "کارآفرینی فرهنگی و اقتصاد هنر (پژوهشی در امکانات نهادی افزایش تولیدات نهادی در استان اصفهان) (شش‌جوانی، ۱۳۹۱)"، که در آن تلاش شده تا نوعی وضعیت‌سنجی از مشکلات کنونی هنرمندان و اقتصاد هنر، دلایل امکان‌چنین وضعیتی و رهیافت‌های کارآفرینی را متناسب با دو بخش پیش‌گفته شناسایی و پیشنهاد دهد. مقاله "اقتصاد هنر و کارآفرینی (شش‌جوانی، ۱۳۹۲)" که در آن ضمن به‌کارگیری شیوه‌ها و دستاوردهای نظری اقتصاد و کارآفرینی هنر، به چگونگی ورود و نحوه‌ی تأثیر آن‌ها بر نظام تعادلی ساختار اجتماعی کشور پرداخته است. مقاله "فرهنگ کارآفرینی و کارآفرینی فرهنگی، اهمیت، ضرورت و جایگاه (سلجوقی، ۱۳۸۸)"، که در آن برای نخستین بار از کارآفرینی فرهنگی، جایگاه آن در حوزه کارآفرینی و ضرورت پرداختن به این حوزه وسیع و با ظرفیت بالا، سخن به میان آورده‌است. مقاله "مدل بومی کارآفرینی دانش‌بنیان در رشته‌های هنری با الهام از نظام سنتی استاد شاگردی نمونه موردی: کارگاه‌های مرکز کارآفرینی دانشگاه هنر اسلامی تبریز (خداشناس و هم‌کاران، ۱۳۹۲)" که در آن به بررسی سابقه کارآفرینی در ایران و مقایسه آن با

مدل‌های جهانی و تدوین الگویی بومی جهت ایجاد دانشگاه‌های هنری کارآفرین با محوریت نظام استاد شاگردی و مشارکت خوشه‌های صنعتی، پرداخته شده است. در ارتباط با موضوع کارآفرینی بومی هنر و به‌طور خاص هنرهای سنتی و صنایع دستی، مقاله حاضر، نخستین پژوهش در این زمینه است. مقاله "بررسی توسعه اقتصادی کارآفرینی هنر در کشور (محمدرضا نژادگنجی و هم‌کاران، ۱۳۹۱)" که در آن به تعریف مفاهیم کارآفرینی (در هنر)، کارآفرینی هنر در ایران و جهان و نقش آن در توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال و نیز ارائه راه‌کارهایی جهت توسعه اقتصادی هنر، پرداخته شده است. این مقاله برای نخستین بار در حوزه کارآفرینی بومی هنر نگارش شده است.

۲-۱- هنرهای بومی : تجلی باورها، ارزش‌های فرهنگی و هویت هنری و عنصری تأثیرگذار در فرآیند توسعه

هنرهای بومی، قومی و کاربردی عرصه و بستر تجلی باورها، ارزش‌ها و نمودی از هویت هنری یک جامعه است که برخوردار از ظرفیت‌های پیدا و پنهان در رشد و توسعه اقتصادی است. زمینه هنرهای بومی که در اینجا با نام کلی و جامع هنرهای سنتی و صنایع دستی شناخته می‌شود، محملی است برای بازتاب ارزش‌ها، خاطره‌های قومی و باورهای فردی و اجتماعی در قالب نقش و نگارهای طبیعی، نمادین و انتزاعی و نمودگار شناسنامه هویتی و تمدنی جامعه ایرانی. «در نظام اجتماعی و جامعه‌شناسی، مجموعه سنت‌ها، نظرها و شیوه‌های تفکر را که رفتار اجتماعی افراد مبتنی بر آن‌هاست، ارزش‌های اجتماعی و در سطحی گسترده-تر، ارزش‌های فرهنگی می‌نامند. از آنجا که رفتار اقتصادی هر کس به‌عنوان جزئی از اعمال فردی و اجتماعی او، از افکار، اعتقادات و ارزش‌های مورد نظر آن شخص سرچشمه می‌گیرد و علل و انگیزه‌های رفتار او از ویژگی‌هایی که سازنده‌ی شخصیت انسان است و رفتار او را تحت تأثیر قرار می‌دهد، سرچشمه می‌گیرد، بنابراین توسعه‌ی فرهنگی و هنری یکی از پیش‌نیازهای مهم و در واقع زیرساخت توسعه اقتصادی، به‌شمار می‌رود» (خلیلیان، ۱۳۷۸، ۱۸). توسعه با مسائل اخلاقی و ارزشی جامعه پیوندی نزدیک دارد. ارزش‌ها و باورهای فرهنگی که در بستر هنر و خلاقیت هنری رویش و زایش می‌شوند، از اساسی‌ترین عناصر ساختار فرهنگی و تمدنی یک جامعه هستند. «ارزش یک تصور و درک برای یک فرد یا یک گروه است درباره‌ی مطلوبیت که بر روی انتخاب روش-ها، ابزار و عمل تأثیر می‌گذارد» (رفیع‌پور، ۱۳۸۷، ۲۶۷). بسیاری از صاحب‌نظران عرصه‌ی اقتصادی «رشد و عدم توسعه‌ی اقتصادی در کشورهای جهان سوم را غفلت از عوامل غیراقتصادی یعنی ارزش‌ها و عوامل فرهنگی، انگیزه‌ها و به‌طور کلی ویژگی‌های روحی آن جوامع می‌دانند» (پیشین). از این رو ارزش‌ها و باورهای فرهنگی حاکم بر جامعه و به‌طور کلی جهان‌بینی و اعتقادات دینی افراد، نقش تعیین‌کننده‌ای در رفتار اقتصادی آنان و روند توسعه و میزان آن دارد. «ارزش‌های یک جامعه فراتر از توسعه‌ی اقتصادی جهت‌گیری و نتایج توسعه را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد و سرمایه‌ی انباشته شده‌ی مادی و انسانی در اختیار ارزش‌ها و اعتقادات جامعه می‌گذارد. اما این که چگونه یک جامعه، توسعه‌ی اقتصادی را با ارزش‌های خود بیامیزد، بستگی به تعریفی دارد که از حیات ارائه می‌دهد و حدی که میان مادیت و معنویت قایل است» (سریع‌القلم، ۱۳۶۹، ۹۷). ساختار اجتماعی و فرهنگی یک جامعه می‌تواند عاملی مهم و اساسی در بروز خلاقیت، نوآوری یا سکون و رکود تفکرات نو باشد و توسعه فرآیندی است که هم از روابط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی متأثر می‌گردد و هم آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. ارزش‌های فرهنگی، باورها و نگرش‌های جمعی و فردی، عنصری است که ساختار اجتماعی و فرهنگی یک جامعه را شکل می‌دهد. که می‌تواند عامل مهمی در بروز تفکرات نو، خلاقیت و نوآوری باشد و منجر به توسعه همه‌جانبه می‌شود. توسعه‌ای که از درون کارآفرینی [هنرهای بومی] به‌عنوان نوعی نگرش و تفکر برآمده از عناصر ساختار جامعه و موتور محرک و جستجوی آن بیرون می‌آید.

۲-۲- مفهوم و تعریف واژه‌ی کارآفرینی و کارآفرین

کارآفرینی «از ابزارهای مهم توسعه به‌شمار می‌آید که مهم‌ترین اثر خود را از راه افزایش اشتغال در جامعه برجا می‌گذارد. ابعاد دیگر توسعه‌ی اقتصادی که از رشد کارآفرینی مایه می‌گیرد، عبارت است از بهره‌گیری بهینه از منابع، گوناگونی تولیدات و صادرات، افزایش ارزش افزوده، رقابت برپایه شایستگی و شناخت مزیت‌های نسبی در سطح ملی» (سلجوقی، ۱۳۸۸، ۶۰). واژه‌ی کارآفرینی «از کلمه فرانسوی Entrepreneurer به‌معنای متعهد شدن نشأت گرفته است» (احمدپور، ۱۳۸۱، ۴/ میرسپاسی و هم-کاران، ۱۳۸۷، ۱۵). کارآفرینی یعنی «تمایل به اعمال ریسک‌های حساب شده هم در زمینه‌ی شغلی و هم مالی و سپس انجام هر کاری که برای ایجاد مزیت و امتیاز ممکن است» (Ashomre, 2004, p.1-2). بدین ترتیب «فرآیند کارآفرینی یعنی خلق چیزی نو توأم با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای بدست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است، نتیجه این فرآیند از فعالیت‌های منظمی حاصل می‌شود که خلاقیت و نوآوری را با نیازمندی‌ها و فرصت‌های بازار پیوند می‌دهد» (سعیدی کیا، ۱۳۸۲، ۱۹). رامبال بر این باور است که کارآفرینی دارای هفت عنصر اساسی است که عبارت است از :

«تشخیص فرصت در زمینه‌ای که به‌نظر می‌رسد منابع موجود برای فرصت‌ها ناکافی هستند، میل به ریسک‌پذیری، دارابودن صلاحیت مدیریتی، مالکیت بخش عمده‌ای از کسب و کار در صنعت مربوطه، محیط پویا، نیاز به موفقیت و مهارت رهبری» (Rumball, 1989, p. 2-31). شومپتر نیز کارآفرینی را عامل محرک رشد اقتصادی می‌داند و از آن به‌عنوان پایه و اساس توسعه یاد می‌کند (Sandeep, 2007, p. 163). چرخ‌های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می‌آید. کارآفرینی هم‌اکنون به‌عنوان یک حرفه ظهور کرده‌است و همانند دیگر حرفه‌ها باید توسعه یابد و از طریق برنامه‌های آموزشی و دانشگاهی خاص مبتنی بر مطالعات رفتاری و تجربی، پرورش پیدا کند. پارسون و اسملسر، کارآفرینی را یکی از دو شرط ضروری توسعه اقتصادی می‌دانند. شرط ضروری دیگر به نظر آنان عبارت است از خروجی افزوده‌ی سرمایه. شومپتر نیز به علت نقش کارآفرینی در ایجاد نوآوری، آن را محور کلیدی توسعه اقتصادی تلقی می‌کند (احمدپور و مقیمی، ۱۳۸۵، ۴۹). کارآفرینی «برای هر جامعه دارای سه منفعت است که عبارت است از: افزایش رشد اقتصادی، ارتقاء بهره‌وری و پدیدآمدن تکنولوژی‌ها، محصولات و خدمات جدید» (احمدی و درویش، ۱۳۹۳، ۸).

بر اساس واژه‌نامه دانشگاهی وبستر، «کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازمان‌دهی، اداره و تقبل کند» (احمدپور، ۱۳۸۱، ۴). به مفهوم واقعی «کارآفرینان، نه تنها موتور توسعه اقتصادی، بلکه اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نیز خواهند بود و می‌توانند به‌گونه‌ای ویژه ایده‌های فرهنگی [هنری] را به انجام برسانند» (سلجوقی، ۱۳۸۸، ۶۰). یک فرد کارآفرین دارای ویژگی‌های رفتاری، شخصیتی و عملکردی است که عبارت‌اند از: «تعادل را در هم می‌شکند. کار نو انجام می‌دهد، فعال و پُرشور است. رهبر است. ترکیب‌های جدید می‌آفریند. نسبت به تغییر، مقاومت درونی ندارد. با مقاومت در برابر تغییر می‌ستیزد. از میان گزینه‌های متعدد به‌گونه‌ای شهودی انتخاب می‌کند. برای خلاقیت از انگیزه، قدرت و نشاط برخوردار است. منابعی در اختیار ندارد و آن‌چه را نیاز دارد، وام می‌گیرد» (مردوخ، ۱۳۸۶، ۱۲۸). یک کارآفرین به منظور تحقق ایده‌اش عوامل مورد نیاز را فراهم آورده و با استفاده از قدرت تصمیم‌گیری، مهارت‌ها و استعداد‌های فردی‌اش در طراحی، سازمان‌دهی، راه‌اندازی و مدیریت واحد جدید، ایده‌اش را تحقق ساخته و از این راه به کسب درآمد می‌پردازد. کارآفرین «فرصت‌ها را تشخیص می‌دهد، منابع موردنیاز را جمع‌آوری می‌کند، طراحی و اجرای نقشه‌ای عملی را به عهده می‌گیرد و نتایج به‌دست‌آمده را به‌موقع و با روشی منطقی جمع‌آوری می‌کند» (پاکزاد، ۱۳۹۵، ۳۸).

۲-۳- ضرورت توجه به کارآفرینی بومی هنر (هنرهای سنتی و صنایع دستی): الگویی برای رشد و توسعه اقتصادی

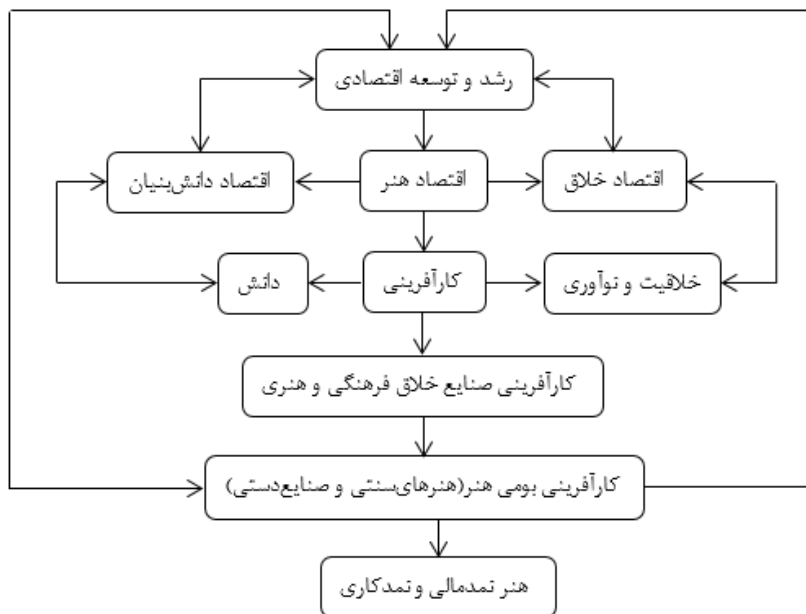
کارآفرینی بومی هنر، یک نوع شیوه‌ی تفکر، فرهنگ و سبک زندگی، موتور محرک و جستجوی توسعه و ابعاد مختلف آن است که می‌تواند بیکاری‌های پنهان، آسیب‌ها و چالش‌ها و نقاط ضعف حوزه‌ی هنرهای بومی، سنتی و کاربردی را آشکار و درمان کند، ضمن این‌که با خصوصیات میان‌رشته‌ای خود باعث پیش‌گیری از ظهور مجدد آن‌ها و همچنین ارائه راهکارهای مؤثر در حوزه‌های اقتصادی، علمی، فرهنگی و هنری می‌شود. این نوع کارآفرینی، ارزش‌آفرینی هنری و کارآفرین هنری فردی است که می‌تواند با استفاده از شیوه‌ای خلاقانه و کارآفرینانه، ارزش‌هایی (چه مادی و چه معنوی) را با توجه به نیازها و دغدغه‌های مردم و بازار در جامعه خلق نماید. ظرفیت هنرهای بومی، قومی و کاربردی، به‌عنوان نمودی از هویت فرهنگی و هنری و صنایع فرهنگی و هنری خلاق، می‌تواند الگوی کامل و بدیعی از کارآفرینی باشد.

از آن‌جا که کارآفرینی به‌معنای ارزش‌آفرینی (ارزش‌های اقتصادی، اخلاقی، هنری، فرهنگی) است، کارآفرینی هنری به گونه‌ای خاص و فشرده به معنای مدیریت روندها و فرآیندهای تولید و عرضه‌ی خدمات و کالاهای هنری و فرهنگی است، به‌گونه‌ای که ضمن پرداختن خلاقانه و نوآورانه به احیاء و آفرینش ارزش‌های فرهنگی، بومی و ملی، به نیاز و سلیقه‌ی مخاطب و بازار نیز توجه نماید. ارزش هنری و فرهنگی همیشه دربرگیرنده‌ی ارزش اقتصادی نیست اما ارزش اقتصادی می‌تواند در برگیرنده‌ی ارزش هنری و فرهنگی نیز باشد. با این وجود کارآفرینی بومی هنر، پویا و دارای بهره‌هایی ماندگار است و در درازمدت می‌توان به‌عنوان نیرویی مدد رسان در چرخه‌ی توسعه‌ی کشور نقش برجسته‌ای بازی کند.

«کارآفرینی هنر فرآیندی پویا و به‌طور گسترده، غیرقابل پیش‌بینی است. در طی این فرآیند افراد و گروه‌ها به‌طور داوطلبانه کار می‌کنند تا از دارایی‌های اجتماعی، اقتصادی و نمادین هنر که بدون استفاده مانده، ارزش‌آفرینی کنند. کارآفرینان هنری موضوعات مبتلا به هنر را از ریشه، بازنگری و تعریف می‌کنند تا بتوانند مشکلاتشان را به‌طور سیستماتیک و فراگیر، حل کنند. آن‌ها در پی کشف مشکلات بنیادین، مهم، ریشه‌ای و اصلی اقتصاد هنر هستند تا راه حلی برای آن‌ها پیدا کنند و بدین وسیله اجتماعات هنری را تغییر دهند» (شش‌جوانی، ۱۳۸۶، ۷). کارآفرینی بومی هنر «بر ایجاد، اداره و گسترش فعالیت‌های تازه‌ی کارآفرینانه و مخاطره-آمیز برای بهره‌گیری افراد بومی دلالت دارد. پشتیبانی از ایده‌ی کارآفرینی بومی به نگهداشت هویت و پاسداشت میراث فرهنگی می‌انجامد» (Lindsey, 2005, p. 65). سرشت کارآفرینی بومی از دو جنبه قابل بررسی است: نخست ابعاد فرهنگی جامعه و دوم

نگرش کارآفرینانه‌ی برخاسته از آن فرهنگ ویژه. این دوجنبه زمینه‌ساز گسترش فعالیت‌های اقتصادی کارآفرینانه و پدیدآورنده‌ی رفتارهای کارآفرین است. فرهنگ به‌عنوان یک متغیر وابسته در نگرش کارآفرینی بومی نمایان می‌شود و به رفتاری ویژه با رویکرد اقتصادی کارآفرین می‌انجامد. کارآفرینی بومی فراگیر است و می‌تواند با جهت‌گیری‌های فرهنگی، اهداف اقتصادی و نیز غیراقتصادی در پی داشته باشد. با توجه به اهمیت کارآفرینی در حوزه‌ی هنر، ضرورت تقدم کارآفرینی بومی پیش از کارآفرینی هنر و فرهنگ به‌صورت عمومی، نمایان می‌شود. می‌توان گفت که کارآفرینان بومی همواره از بهترین دست‌اندرکاران کارآفرینی هنری و فرهنگی هستند. در کارآفرینی بومی، توأمان هدف‌های مادی و معنوی مدنظر است و از این رو پاسدار میراث و ارزش‌های فرهنگی است. «حتا در فقیرترین کشورها هم منابع بالقوه‌ای برای سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاری مجدد در مسائل هنری وجود دارد، توسعه‌ی پایدار در امور هنری بدون ایجاد کارآفرینی هنر محقق نمی‌شود. هرکجا که کارآفرینی رواج بیش‌تری دارد، اقتصادی رقابتی‌تر و پویاتری در بازار هنر نیز وجود دارد و هر قدر که نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه بالاتر باشد، انباشت سرمایه، تولید ناخالص ملی و کیفیت زندگی اجتماعی بالاتری وجود دارد» (Goodwin, 1999, p.82).

این نکته‌ای قابل تأکید است که «آنچه که کارآفرینی فرهنگی [هنری] را موفق می‌سازد، کارآفرینی بومی است» (سلجوقی، ۱۳۸۸، ۶۰). هنرهای سنتی و صنایع‌دستی هم‌چون هنر نمدمالی و نم‌کاری و تولید محصولات نمدی، در واقع سرمایه‌های بومی، الگوها و قالب‌های ایجاد ثروت خلاقانه هستند که می‌توانند در مناطق مختلف کشور نظیر استان چهارمحال و بختیاری به‌ویژه شهرکرد به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مراکز تولید محصولات نمدی، مورد بهره‌برداری و کارآفرینی قرار بگیرند. هنرهای سنتی و صنایع‌دستی، «بخش مهمی از سرمایه‌های فرهنگی جامعه است که نقش مهمی در رشد و توسعه همه جانبه کشور دارد. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های توسعه [پایدار اقتصادی]، توجه به سرمایه‌های فرهنگی و هنری و تقویت شاخص‌های کمی و کیفی آن‌ها در توسعه کشور است» (پیشین، ۵۹). ایران به‌عنوان دارنده رتبه سوم در حوزه‌ی صنایع‌دستی، از تنوع و کثرت هنرهای سنتی و صنایع‌دستی (حدود ۳۲۰ رشته) برخوردار است که متأسفانه در اثر غفلت و بی‌توجهی و بعضاً نگرش‌های بدبینانه و عدم فرهنگ‌سازی در ارتباط کارآفرینی بومی هنر و هم‌چنین تغییر شیوه‌ی زندگی در دهه‌های اخیر، بخش اعظمی از آن‌ها به حاشیه رفته و یا منسوخ شدند، در صورتی که هر کدام از آن‌ها از ظرفیت و قابلیت‌های بالایی در جهت کسب و کار و آفرینی برخوردار بوده‌است. «اگرچه امکانات مادی جهت ایجاد کار و فعالیت‌های صنایع‌دستی و تولید فعالیت‌های هنری مهیا است. لیکن شیوه‌ی نگرش مردم و [هنرمندان] به اقتصاد و کارآفرینی بومی هنر، امری فرعی، دست دوم و تفریحی است و کم‌تر کسی با ایده‌های کارآفرینانه به سراغ تولید مصنوعات هنری می‌رود» (شش‌جوانی، ۱۳۹۱، ۴۵). یکی از واقعیت‌های غیرقابل انکار، وجود نگرش منفی به مقوله هنر و انواع گرایش‌های آن و فراهم نبودن بستر و زمینه رشد این نوع از هنرها و مشاغل جنبی آن‌ها است. لیکن در حوزه هنرهای سنتی و صنایع‌دستی که دارای ظرفیت‌های کاربردی و زیبایشناختی است و به‌طور کلی نگرش مثبتی وجود دارد، نه حمایت دولت چشم‌گیر است و نه استقبال عموم به فعالیت، کارآفرینی، تولید و خرید آن‌ها. زیرا «پیوندهای فرهنگی که موجبات پوییش و تداوم نظام اجتماعی را فراهم می‌آورند، سُست شده‌اند، [هنرهای سنتی و] صنایع‌دستی و فنون تولیدی خاص که همواره به‌عنوان منبع اقتصادی جانشین به‌شمار می‌آمده، در حال فروپاشی هستند. این نوع از هنرها دیگر ادامه منطقی و تحول‌یابنده‌ی رویه‌ی گذشته نیستند. لذا انباشت تجربه جمعی مختل شده، فنون و مهارت‌ها به نسل بعد انتقال نمی‌یابد و این صنایع پویایی خود را از دست می‌دهد» (پیشین، ۴۶). به‌خوبی نمایان است که تلاش در جهت اشتغال‌زایی و کارآفرینی در این حوزه که نیاز به سرمایه‌گذاری اندک داشته و برخوردار از بهره‌وری بالاست، باعث رشد اقتصادی و توسعه پایدار جامعه و صیانت از این پیشه‌های بومی، سنتی و کاربردی به‌عنوان بخشی از میراث فرهنگی خواهد بود. چه این‌که نظرات محققان و صاحب‌نظران هنر مؤید این مطلب است. لذا با پذیرش این نکته و ازاین رهگذر، اهمیت و ضرورت دارد تا نسبت به فرهنگ‌سازی، تغییر نگرش جامعه به هنرهای سنتی و صنایع‌دستی و اهتمام به کارآفرینی بومی هنر و اشتغال‌زایی در انواع گرایش‌های آن از سوی جامعه، کارآفرینان و نهادهای متولی و اثرگذار، اقدام شود. ارتباط کارآفرینی بومی هنر به‌ویژه هنرهای سنتی و صنایع‌دستی با مؤلفه‌های مرتبط با رشد و توسعه اقتصادی نظیر اقتصاد خلاق و دانش‌بنیان و صنایع خلاق و خلاقیت و نوآوری در شکل ۱ نشان داده شده‌است.

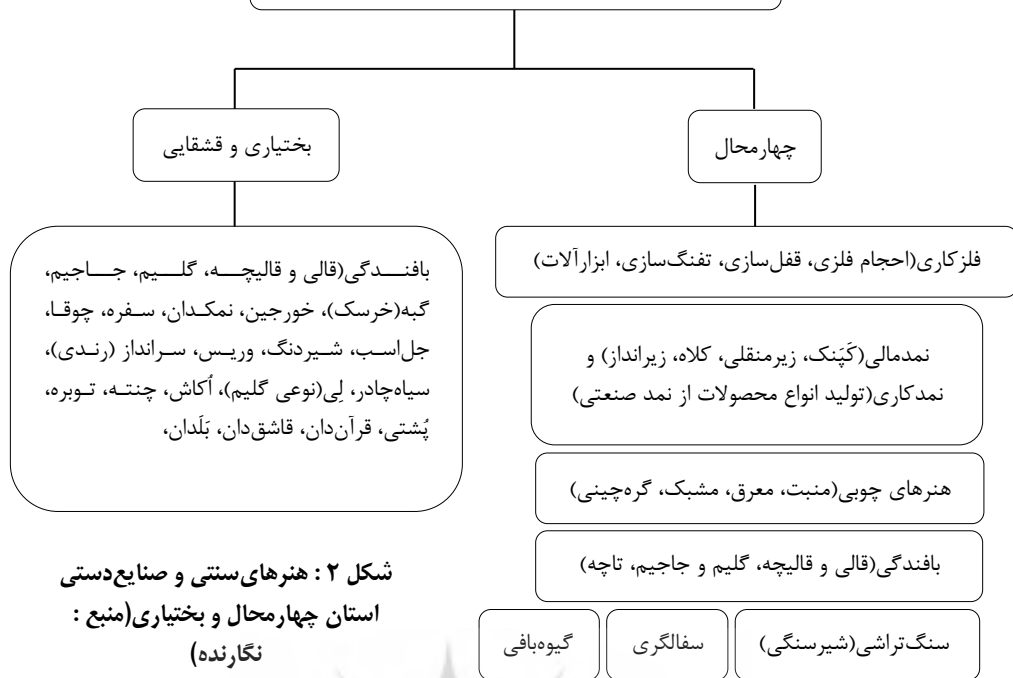


شکل ۱: ارتباط رشد و توسعه اقتصادی با کارآفرینی بومی هنر و مؤلفه‌های وابسته (منبع: نگارنده)

۲-۴- هنرهای سنتی و صنایع دستی چهارم‌حال و بختیاری

هنرهای سنتی و صنایع دستی در کلیه مناطق مختلف ایران که از این هنر-صنعت برخوردارند، نظیر استان چهارم‌حال و بختیاری « از انواع فعالیت‌های اقتصادی محسوب می‌شود. آمیختگی شدید آن‌ها با سنن، عادات و بینش‌های سازنده و هم‌چنین تأثیر زیادی که محیط جغرافیایی و ذوق سازنده بر آن می‌گذارد، ویژگی خاصی را باعث می‌شود که کاملاً فرآورده‌های دست‌ساز را متمایز می‌سازد» (قاضیانی، ۱۳۷۶، ۵۱). هنرهای سنتی و صنایع دستی چهارم‌حال و بختیاری از قدمت دیرینه‌ای برخوردار است. به نحوی که از زمان‌های گذشته و بسیار دور انواع و اقسام هنرهای بومی، قومی و کاربردی در این منطقه با هدف مرتفع کردن انواع ضروریات و نیازهای مختلف تولید شده‌است. علی‌رغم این که صنایع دستی هر منطقه هم به‌لحاظ کاربرد مصالح و مواد کاربردی و هم به‌لحاظ بینش و باورهای دخیل در آفرینش آن‌ها از ویژگی‌های مختص به خویش برخوردار است، اما در مواردی نیز از اشتراکاتی نیز برخوردار است. که از آن جمله می‌توان به وجود مواد و مصالح اولیه، ابزار کار و نیروی انسانی تولیدکننده در محل تولید، برخورداری از بینش‌های فکری و فلسفی تولیدکننده و به نمایش گذاشتن بخشی از فرهنگ قومی و فولکلوریک منطقه‌ی تولید، هم‌چنین برخورداری از ویژگی‌های مصرفی و هنری و یا هر دو، اشاره داشت. یکی از ویژگی‌های هنرهای سنتی و صنایع دستی استان چهارم‌حال و بختیاری، ضمن وجود انواع و اقسام هنرها، جنبه‌ی شهری، روستائی و عشایری این محصولات است. به‌گونه‌ای که صنایع دستی و هنرهای سنتی چهارم‌حال وجهی شهری و روستائی و بخش بختیاری‌نشین وجهی عشایری دارد. ضمن این که تولیدات صنایع دستی چهارم‌حال متنوع‌تر و بیش‌تر (با فندگی، نمدمالی، فلزکاری [قفل‌سازی، تفنگ‌سازی، ابزارآلات]، حجاری [شیرسنگی]، سفالگری) از تولیدات بختیاری است که صرفاً با فندگی و تولید انواع دست‌باافته‌ها می‌باشد (شکل ۲).

هنرهای سنتی و صنایع دستی استان چهارمحال و بختیاری



شکل ۲: هنرهای سنتی و صنایع دستی استان چهارمحال و بختیاری (منبع: نگارنده)

۲-۵- تعریف نمد، نمدمالی و نمدکاری

نمد، نوعی دست ساخته سنتی حاصل از تنیدن و درهم رفتن و در اصطلاح مالیدن پشم است. برای تهیه نمد، عمل بافتن انجام نمی شود بلکه با ایجاد فشار و رطوبت و حرارت، موجب درهم رفتن الیاف پشمی می شوند. دو خاصیت جعدیابی و پوسته ای شدن پشم امکان تولید نمد را فراهم می کنند. «یکی از صنایع جالب و ارزنده قدیمی ایران، هنر نمدمالی است. این هنر در بیش تر نقاط ایران به ویژه در روستاها و آبادی های اطراف دریای خزر که دائماً مرطوب و بارانی است، رواج دارد و بیش تر از نقاط دیگر مورد استفاده قرار می گیرد» (جوادی پور، ۱۳۸۶، ۱۵). هم چنین یکی از محوری ترین هنرها و پیشه های دیرین در منطقه چهارمحال است. «نمد که به عنوان زیرانداز، کف پوش و نمدکول، جلیقه و عرق گیر از ضروریات زندگی عشایری و رمه داری است. در سطح وسیعی در میان عشایر بختیاری و رمه داران یکجانشین چهارمحالی مورد استفاده قرار می گیرد. انواع نمد در کارگاه های نمدمالی شهرکرد، بروجن و فارسان مالیده و به فروش می رسد» (آخوندی و هم کاران، ۱۳۸۵، ۸۳). اما نمدکاری در واقع روند تولید محصولات نمدی امروزی است که در آن صفت و عمل مالیدن اتفاق نمی افتد و هنرمند کارآفرین از تخته نمد از پیش تولید شده (مالیده شده) جهت آفرینش انواع محصولات کاربردی نمد استفاده می کند. واژه ی نمدکاری برای نخستین بار در همایش ملی نمد (۱۳۹۰) در شهرکرد از سوی آقای بابک زمانی پور فرهنگی بازنشسته و مدیر گنجینه ی آموزش و پرورش، وضع و پیشنهاد شد.

۲-۶- پیشینه و تاریخ هنر نمدمالی

نمدمالی از کهن ترین میراث صنایع دستی ایران خاصه استان چهارمحال و بختیاری است که قدیمی ترین نشانه های هنرورزی و صنعتگری کهن اقوام ایرانی را می توان در آن پی جوئی کرد. نمدمالی در واقع کهن ترین شیوه ی فراهم سازی زیرانداز است که تاکنون شناخته شده است. قدیمی ترین نمد موجود از شرق دور و در حوزه تمدنی چین کشف شده است. «مدارک چینی متعلق به ۲۳۰۰ سال پیش از میلاد به زیراندازها و سپرهایی که از نمد ساخته شده، اشاره دارد. هم چنین قدیمی ترین نمد موجود در گنجینه سلطنتی "شوسوئین" در "نارا" واقع در ژاپن متعلق به قرن هشتم پیش از میلاد است. این نمدها را از راه دادوستد یا به عنوان پیش کشی به ژاپن بردند» (دانشگر، ۱۳۷۶، ۵۵۴). نمدمالی که از گذشته های دور به عنوان یکی از هنرهای سنتی، بومی و کاربردی در بسیاری از مناطق و نواحی مختلف کشور به ویژه در استان چهارمحال و بختیاری (بخش چهارمحال)، اصفهان (سمیرم)، کرمانشاه، مازندران و گلستان (ترکمن)، قوچان و بسیاری جاهای دیگر، علی رغم این که روبه زوال و فراموشی رفته است، هم چنان و کم و بیش و با همان شیوه ی سنتی و رایج تولید می شود. «این که نمد برای نخستین بار در کجا درست شده هیچ گونه اطلاعی نداریم» (دولف، ۲۰۰۱: ۱۳۷۲) جز این که از دوره نوسنگی مردمی که با پشم سروکار داشتند، نمد را می شناختند. «هنر- صنعت نمدمالی یکی از قدیمی ترین دست آوردهای بشر ساکن نجد ایران می باشد. کشف برخی از محصولات نمدی از جمله زیراندازی، پوشش و عرق-

گیرهای حیواناتی چون اسب و استر در گوردخمه‌های باستانی در فلات ایران، به صورت مستند، عمر این هنر - صنعت را به حدود هزاره اول پیش از میلاد می‌رساند و همچنین پوشش و کلاه ملتزمان پارسی و مهمانان مادی (تصویر ۱) که در نقش برجسته‌های تخت جمشید در ردیفی که ملازمان و مهمانان را بر دیوار بارعام به قصد شرف‌یابی به محضر پادشاه نمایش می‌دهد، از قدیم‌ترین مستندات تصویری موجود این نوع هنر بومی در ایران می‌باشد (ابراهیمی‌ناغانی، ۱۳۸۸، ۷۲).

۲-۷- هنر نمد مالی و نمد کاری منظر صنایع خلاق

صنایع خلاق که صنایع فرهنگی و هنری را ذیل خود دارد، صناعی هستند که ماده‌ی اولیه‌ی تولیدات آن‌ها از خلاقیت انسان سرچشمه می‌گیرد. در رویکرد آنکتاد به صنایع خلاق که خلاقیت را به‌عنوان فصل الخطاب در نظر می‌گیرد « هر نوع فعالیتی که دارای یک مؤلفه‌ی هنری قوی باشد تا هر نوع فعالیت اقتصادی که فرآورده‌های نمادین تولید می‌کند و به مقوله‌ی مالکیت معنوی وابستگی دارد و تا حد امکان برای بازارهای بزرگ انجام می‌شود، در گستره‌ی صنایع خلاق جای می‌گیرد» (Panitchpakdi & Dervis, 2008, 37). صنایع خلاق در قلب اقتصاد خلاق^۳ را داشته و در واقع پشتوانه‌ی آن است. صنایع خلاق را می‌توان در هنر و سایر حوزه‌ها جست‌وجو کرد که سرمایه اصلی آنها خلاقیت، نوآوری، هوش و توانمندی ذهنی است. در این مجموعه هنرهای بومی، هنرهای تجسمی و نمایشی، موسیقی، نقاشی و معماری که مبنای آنها خلاقیت است، قرار می‌گیرد. صنایع خلاق که از این منابع استفاده می‌کنند، نه تنها کشورها را توانمند می‌سازند تا صنایع فرهنگی و هنری منحصر به‌فردشان را به جامعه‌ی خود و جهانیان بشناساند، بلکه « می‌توانند یک منبع جدید رشد اقتصادی بوده و هزاران شغل جدید ایجاد کنند» (Unctad, 2008, 37). هنر نمد مالی و نمد کاری از حیث خلاقیت و نوآوری از جایگاه ممتازی برخوردار است. با توجه به شرایط، ویژگی‌ها و مؤلفه‌های صنایع خلاق، هنر نمد مالی و نمد کاری بر خوردار از شاخص‌های صنایع خلاق است. در واقع نمودی عینی از صنایع خلاق است. خلاقیت کانونی‌ترین واژه‌ی صنایع خلاق در محصولات نمدی است. خلاقیت یا آفرینندگی، فرآیند ذهنی کشف ایده‌ها و مفاهیم، یا آمیزش ایده‌ها و مفاهیم موجود است که توسط فرآیند بینش خودآگاه یا ناخودآگاه بافنده تحریک می‌شود. خلاقیت در نزد هنرمند نمدمال و نمدکار، یعنی به‌کارگیری توانایی‌های ذهنی، تبلور یک فکر، ترکیب ایده‌ها یا ایجاد پیوستگی بین ایده‌ها برای آفرینش و پردازش انواع محصولات، نقش‌ها، طرح‌ها و رنگ‌ها است.

۲-۸- شهر کرد: قطب نمد مالی و نمد کاری ایران

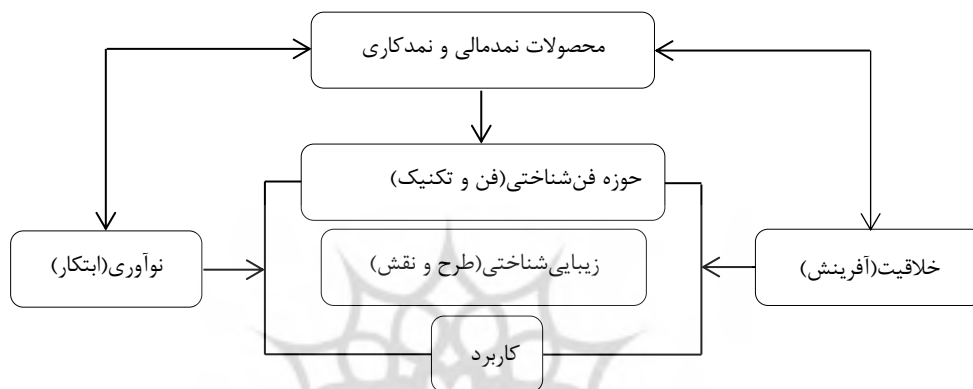
شهر کر با نام قدیم دهکرد، مرکز استان چهارمحال و بختیاری است. از گذشته‌های نه‌چندان دور مردمان سرزمین چهارمحال و بختیاری به نوعی پالتو نمدی، "گردی یا گردین" می‌گفتند و از آن جایی که این پالتو در این ده تولید می‌شد، به ده‌گرد یعنی دهی که به تولید گردی مشهور است، رایج گشت. احمد بنی‌طالبی دهکردی در کتاب مقدمه‌ای بر شناخت شهر کرد، در ارتباط با وجه تسمیه دهکرد و به‌طور خاص گرد، معتقد است: با توجه به موقعیت طبیعی منطقه و چمنزار جنوبی دشت دهکرد می‌توان حدس زد که عمدتاً به کار دامپروری اشتغال داشته‌اند، شاید واژه "گرد" به معنی چوپان (گله‌دار) از نام اولیه ساکنینی این منطقه گرفته شده است.^۴ این شهر که سابقاً دهکرد نامیده می‌شد به معنی محل سکونت گردان (گله داران) است.^۵ شهر کرد با دارا بودن بیش‌ترین پیشه‌وران نمدمال در گذشته و نسل جدید نمدکار (کارآفرینان بومی) در حال حاضر، کانون مهم تولید محصولات نمدی در ایران است. به‌گونه‌ای که این شهر یکی از مهم‌ترین و برجسته‌ترین شهرهای کاندید شده برای دریافت شهر جهانی نمد می‌باشد.

۲-۹- خلاقیت و نوآوری در کارآفرینی نمد

یکی از عناصر جدی در حفظ و بقای هنرهای بومی و کاربردی، خلاقیت و نوآوری است. « خلاقیت و نوآوری در هنر محصولی دیالکتیکی است. روح زمانی که در عصر ما و در دنیای شرقی ما هنر و اندیشه نو و پیش‌رو را می‌زدايد و می‌پروراند، حاصل برخورد ناگزیر جامعه‌ی سنتی و روزگار مدرن است. سنتی که در نبود یکی از دو طرف رخ نمی‌دهد و عقیم می‌ماند. هنر زنده، هنر نو است و هنر نو سر از گور مردگان برمی‌آورد» (اردلان و بختیار، ۱۳۹۰، ۷). زندگانی در دنیای امروز « درهمه شئون آن از اقتصاد گرفته تا صنعت و هنر، پیوسته تغییر می‌کند و این تغییرات هستند که زندگی را تحمل‌پذیر ساخته و انسان را از بسیاری از پرسش‌های آزاردهنده غافل می‌کنند» (آیت‌اللهی، ۱۳۸۹، ۵). از پی این روند، شیوه‌های زیستن و اندیشیدن یک جامعه و یک ملت نیز تغییر کرده و بارورتر می‌شود. بنابراین نیازها و خواسته‌های انسان نیز دچار تغییر شده و از کم‌وکیف داشته‌های گذشته خویش دور می‌شود و این به مدد فکر و اندیشه، خلاقیت و نوآوری رخ می‌دهد.

خلاقیت و نوآوری مهم‌ترین خصوصیت کارآفرینی است. کارآفرینی و نوآوری، فرآیندی از ارائه خلاقیت، اندیشه‌های نوین و بهره‌گیری از امکانات و فرصت‌های موجود با تکیه بر دانش، کار مربوط به آن و پذیرش خطر است. خلاقیت و نوآوری و ایده-پردازی تخصصی از مزایای توجه به کارآفرینی و اقتصاد هنر است. اقتصاد هنر را می‌توان «بررسی جنبه‌های اقتصادی تولید، مصرف

و یا عرضه و تقاضای محصولات و یا خدمات فرهنگی و هنری دانست. در اقتصاد هنر عوامل و عناصر دخیل در تولید، مصرف و یا عرضه و تقاضای این محصولات، بررسی و شناسایی می‌شوند (ایمانی خوشخو، ۱۳۸۸، ۸۰). مقوله‌ی هنر و به‌ویژه طبقه بومی و کاربردی آن یعنی هنرهای سنتی و صنایع دستی، یکی از مهم‌ترین عرصه‌های بروز خلاقیت و نوآوری است. چه این که خلاقیت و نوآوری در هنرهایی رخ می‌دهد که دارای زمینه کاربردی و از پشتوانه فرهنگی برخوردار است و هنر ندمالی یکی از نوع از هنرها و صناعات است که هنرمند و کارآفرین امروزی با دست‌مایه قراردادن ابعاد مختلف آن و با بهره‌گیری از عنصر خلاقیت و نوآوری و تعریف کاربردهای متنوع و امروزی برای آن بر مبنای نیاز بازار، شکلی دیگر از این هنر با نام نم‌دکاری را توصیف، عرضه و ارائه کرده‌است. خلاقیت و نوآوری می‌تواند در ابعاد مختلف کاربرد (انواع محصولات با شکل‌های متنوع متناسب با کاربرد)، فن-ساختی (کیفیت پشم و فرایند ساخت تخته‌های نم‌به‌عنوان ماده اولیه) و زیبایی‌شناختی (نقش‌اندازی و رنگ‌پردازی انواع طرح‌ها و نقش‌مایه‌های هنرهای ایرانی)، اتفاق بیفتد (شکل ۳). تحولات یاد شده در سه بُعد در محصولات تولیدی توسط کارآفرینان بومی هنر در بخش نم‌دکاری در شهرکرد به‌ظهور رسیده است و صادرات آن به سایر شهرها و حتا به خارج از کشور (تولید فرش‌های نم‌د تلفیق سنت و صنعت توسط شرکت پرنیان‌نمد پارسیان و صادر به آمریکا) نمودی عینی دارد.



شکل ۳: خلاقیت (آفرینش) و نوآوری (ابتکار) در ارتباط با هنر ندمالی و نم‌دکاری (منبع: نگارنده)

۲-۱۰- ظرفیت‌ها و کارکردهای نوین نمد

یکی از واقعیت‌های تلخ و انکارناپذیر که امروزه در حوزه‌ی هنرهای سنتی و صنایع دستی بسیار برجسته می‌نماید، حذف و زوال تدریجی و از دست‌دادن کاربری این نوع از هنرهای بومی می‌باشد. جامعه‌ی متحول امروز نیازهای خاص خود را دارد. نیازهایی که می‌بایست بتواند به‌دقت و خواست انسان امروزی پاسخ دهد و طبعاً انتظاراتی که در این شرایط و جامعه‌ی کنونی بسیار برجسته می‌نماید، این است که تنها راه نجات و ماندگاری حیات هنرهای بومی و کاربردی، تغییر کاربری، الگوی مصرف و تلاش در جهت ارائه‌ی کارکردی نوین برای این گونه هنر - صنعت‌های بومی و سنتی است. هنر ندمالی و نم‌دکاری نمودی از هنر بومی و کاربردی با سابقه‌ای دیرین در سال‌های اخیر توانسته است با رویکردی نوین و تغییر الگوی مصرف و تولید انواع محصولات نم‌د جدید، حیات و ماهیت خود را تثبیت و نقش مهمی در رونق اقتصادی فعالان این حوزه داشته باشد.

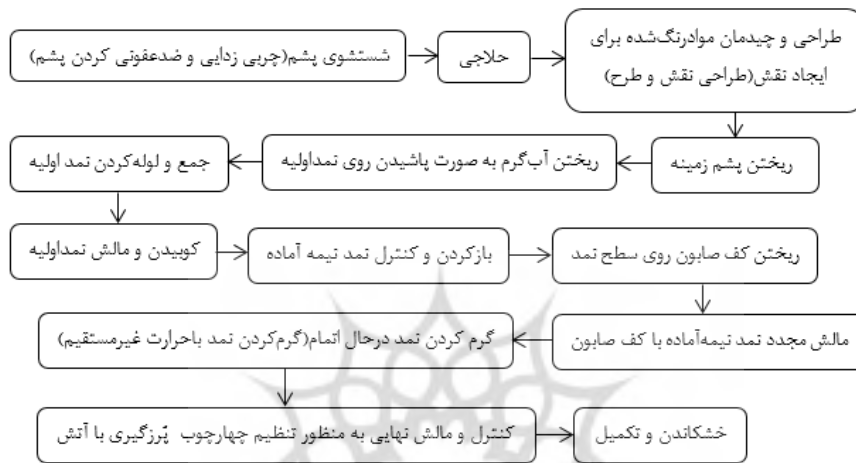
۲-۱۱- محصولات نم‌د (سنتی و امروزی) و فرآیند تولید

محصولات تولید شده در هر یک از حوزه‌های ندمالی و نم‌دکاری، متفاوت، مختلف و متنوع است. تولیداتی که به‌صورت سنتی و توسط نمدلان در قدیم و امروز تولید می‌شود، بر عکس تولیدات نم‌دکاران (بیش از چهل نوع محصول)، بسیار محدود است. تولیدات سنتی عبارت است از: زیراندازهای نم‌د و زیرمنقلی در ابعاد و نقش‌های مختلف، تن‌پوش‌هایی هم‌چون کپنک یا شینل برای چوپانان، نم‌دزین و پوشش اسب، نم‌د سجاده، نم‌د گُرسی، نم‌د آلاچیق، کلاه نم‌د. تولیدات امروزی و صنعتی نم‌د عبارت است: حریرنمد (لباس‌های نرم و ظریف‌گون)، معرق‌نمد (تابلونمد)، انواع کیف و کفش در ابعاد، رنگ‌ها، طرح‌ها و تزئینات متنوع، محصولات طبی، ارتوپدی و کمک‌درمانی (کمربند، زانوبند، مچ‌بند و ساعدبند)، روکش (عرق‌گیر) صندلی، پادری، فرش، تابلو، لباس‌های نم‌د، رومیزی و رومبلی، کلاه بانوان، جواهرآلات، سرکلیدی، جلیقه، کلاسور و کارتابل اداری، جای موبایل، عینک، دفترچه یادداشت، جلد دفتر، کیف لوازم آرایش، عروسک و دیگر اسباب‌بازی‌ها، عایق صوتی و رطوبتی در ساختمان، طراحی و دکوراسیون داخلی در معماری. در نم‌دهای سنتی از نقش‌مایه‌های ایرانی در شکل‌های جانوری (پرنده‌گان و حیوانات) و گیاهی (گل و درختان) به‌صورت انتزاعی استفاده می‌شد. در برخی از مناطق هم‌چون ترکمن، نم‌دهای نقش‌دار یک‌رو و دورو^۷ و نیز نم‌دهای

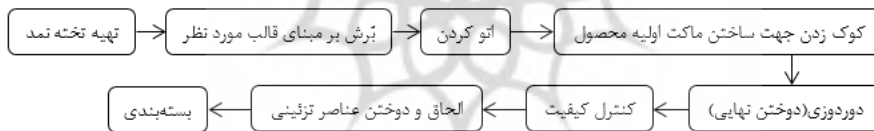
ریشه‌دار^۸ تولید می‌شد. تولید می‌شدند، در تولیدات امروزی هم از نقش‌اندازی‌ها جهت تزئین و غنای بُعد زیباشناختی استفاده می‌شود البته به گستردگی و فراوانی کاربرد.

۲-۱۲- فرایند تولید محصولات نمدی

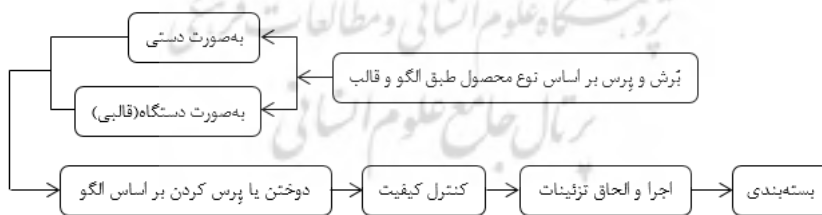
محصولات نمدی شامل تولیدات حاصل از نمدمالی و نمدکاری دارای فرایندهای مجزا و متفاوت است. این مراحل دو مرحله شامل الف: فرایند تولید نمد سنتی در شکل ۴ و ب: فرایند تولید نمد امروزی در شکل‌های ۵ و ۶ نشان داده شده‌است. ذکر این نکته ضروری است که تولید محصولات امروزی و حاصل فرایند نمدکاری برای محصولات کاربردی مختلف و بنابر سلیقه و تمهید هنرمند کارآفرین می‌تواند شامل مراحل متنوع‌تری باشد چه در بخش ساخت ماکت و الگوی اولیه یا بخش الحاق تزئینات و نقش-اندازی. اما به‌طور کلی و با توجه به عمده‌ی محصولات، دو مرحله یاد شده رایج‌ترین فرایندهای تولید است.



شکل ۴: فرایند تولید نمد سنتی [نمدمالی] (منبع: نگارنده)



شکل ۵: فرایند کلی تولید محصولات نمد صنعتی [نمدکاری] (منبع: نگارنده)



شکل ۶: فرایند تولید محصولات نمدی [به‌طور خاص کفش] (منبع: نگارنده)

۲-۱۳- کارآفرینان هنر نمدمالی و نمدکاری در شهرکرد

همان‌گونه که پیش‌تر نیز اشاره شد، شهرکرد از گذشته‌های دور به‌عنوان مهم‌ترین و بزرگ‌ترین قطب تولید محصولات نمدی سنتی و در حال حاضر تولیدات پُر کاربرد امروزی در ایران، از منظر تولید، احیا، معرفی و حتا صادرات در قالب کارآفرینی هنرهای بومی، در کانون توجه است. انگیزه اصلی این نوشتار نیز معرفی هنر نمدمالی و نمدکاری در قالب کارآفرینی هنر بومی در شهرکرد و معرفی هنرمندان کارآفرینی بوده‌است که از راه کسب و کار و خلاقیت و نوآوری در حوزه هنری بومی و ریشه‌دار، برای خود و دیگران اشتغال‌زایی و کسب و کار ایجاد کرده و اقتصاد هنر را بر پا داشته‌اند. در این بخش کارآفرینان و هنرمندان نمدمالی و نمدکار، نام کارگاه یا شرکت، تعداد افراد تحت حمایت و محصولات تولیدی معرفی می‌گردد. ذکر این نکته ضروری است که در گذشته بیش از یک هزار کارگاه نمدمالی در منطقه چهارمحال (شهرکرد، بروجن، فرخ‌شهر) مستقر بود اما امروزه شاهد معدود

کارگاه‌های نمدمالی در این مناطق هستیم و از همین رو می‌توان گفت این صنعت از چند دهه گذشته با تغییر شیوهی زندگی مردم و عدم کاربری محصولات نمدی سنتی با نیازهای امروزی، رو به زوال گذاشته و با مرگ نمدمالان سنتی کار، چراغ کارگاه‌های نمدمالی این هنر و صنعت دیرینه هم روبه خاموش گراییده است.

جدول ۱: مشخصات افراد کارآفرین در حوزه هنر نمدکاری در شهرکرد (منبع: نگارنده، اسفند ۹۷)

ردیف	کارآفرین	شرکت / مؤسسه / کارگاه	تعداد افراد شاغل	محصولات تولیدی (سنتی و امروزی، تخته‌های نمدی)
۱	آقا و خانم درخشان	شرکت کچه نمد درخشان	۱۰۰ نفر	انواع محصولات امروزی و سنتی
۲	آقای نیرومند	شرکت پرنیان نمد پارسین	۳۰ نفر	فرش‌ها و به‌طور کلی کف‌پوش‌های نمدی تلفیق سنت و صنعت متناسب با استانداردها و نیاز روز
۳	آقای هاشمی-نژاد	شرکت به‌نمدکاران ارشیدا	۱۰ نفر	انواع محصولات امروزی
۴	خانم امینیان	کارگاه صنایع دستی باراد	۱۰ نفر	انواع محصولات و به‌طور خاص جواهرآلات نمدی
۵	آقای طغانیان		۳ تا ۹ نفر	انواع محصولات امروزی (فرش و عرق‌گیر صندلی)
۶	خانم غفاری	شرکت دست‌آفریده‌های ارغوان	۷ نفر	انواع محصولات امروزی
۷	آقای علیاری	کارگاه نمدمالی میراث فرهنگی استان	۳ نفر	رنگرزی، تولید تخته‌های نمدی در رنگ‌های مختلف، تولید انواع محصولات نمدی

جدول ۲: کارآفرینان و شاغلین حوزه هنر نمدمالی در شهرکرد و بروجن (منبع: معاونت هنرهای سنتی و صنایع دستی میراث فرهنگی استان)

ردیف	نام افراد					محل کارگاه / مغازه
۱	رحمت‌اله حبیب‌پور	علی آقاعلیپور	امیر قاسمی‌نژاد	رضا جعفریان	ابراهیم عسگریان	شهرکرد
۲	صادق طغانیان	کیوان نورمحمدی	بهزاد جعفریان	نریمان ارژنگ	عبدالله شاهرخیان	شهرکرد
۳	علی اصغر علیاری	حسن محمدیان	حسین قادری	بابک نکویی	نادرقلی صالحیان	شهرکرد
۴	عبدالله زمان‌پور	محمد خونچی	خسرو صابریان	نورالله رزازی	مهدی‌قلی نورافشان	بروجن
۵	علیرضا حقیقی	علیرضا صادقی	حسین صابری	رضا براتی	درویش‌علی حقیقی	بروجن

لازم به ذکر است که تعداد نمدمالان و کلاه‌مالان استان در گذشته رقم بسیار قابل توجهی بوده که به‌مرور زمان و با تغییر شیوه زندگی و کم‌رنگ شدن حرفه و هنر نمدمالی، این رقم به تعداد بسیار اندک رسیده است. نکته‌ای که می‌تواند قابل توجه و تأمل باشد، حضور و حیات این هنر دیرین در عصر حاضر و شرایط امروز است که بیش‌ترین بی‌مهری‌ها را به خود دیده و خواهد دید و احتمال قریب به یقین تا مرز فراموشی و اضمحلال پیش خواهد رفت.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

امروزه کارآفرینی و اشتغال‌زایی یکی از مشکلات فرا روی هر جامعه است و از آن‌جا که بیکاری معضلات عظیم اقتصادی و اجتماعی به همراه دارد، لذا توجه به رفع این مشکل در رأس برنامه‌های اقتصادی دولت‌ها قرار دارد. آن‌چه در این راستا مهم است اولویت بخشیدن برنامه‌های حمایتی دولت‌ها برای جهت دهی به آن دسته از فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی است که نیل به این هدف را در کوتاه‌ترین زمان و کم‌ترین هزینه میسر سازد. کارشناسان معتقدند برای اینکه در کشور اشتغال‌آفرینی محقق شود و نرخ بیکاری به حداقل کاهش یابد، باید از ظرفیت‌های بالقوه تمامی بخش‌ها به‌ویژه کارآفرینی بومی هنر و به‌طور خاص کارآفرینی و اشتغال‌زایی در حوزه هنرهای سنتی و صنایع دستی، بهره گرفت. هنرهای سنتی و صنایع دستی از دیرباز تاکنون فارغ از وجه هنری در معرفی جلوه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع و اقوام مختلف آن نقش عمده‌ای ایفا می‌کند که هریک از این وجوه به تنهایی قابلیت اثبات تأثیرگذاری این هنرها بر معیشت و فرهنگ مردم را دارند. این نوع از هنرها حاصل فکر، عمل و ابتکار و خلاقیت سازنده‌ی آن است و با ویژگی‌های ارزشمند خود از جمله تولیدات غیر وابسته‌ای است که نیاز به حمایتی مبتنی بر شناخت

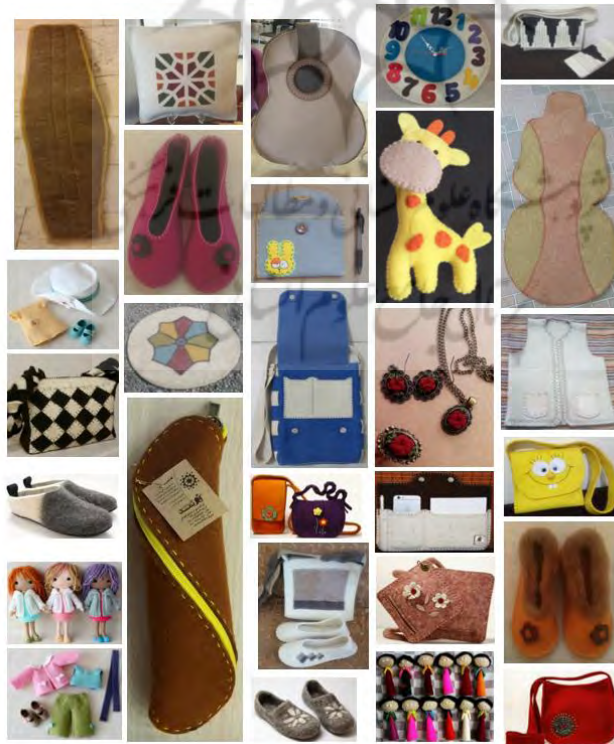
کامل ارزش‌های اختصاصی آن دارد که در این صورت می‌تواند علاوه بر ارزش‌های فرهنگی، هنری و هویتی، به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم اقتصاد ملی و بومی مطرح شود. هنرندمالی و نمذکاری یکی از هنرهای سنتی، بومی و کاربردی ایران است که با سابقه‌ای دیرینه در بسیاری از مناطق مختلف ایران حضور و کاربردی جدی و برجسته داشته و از گذشته تا به امروز به خاطر نوع، ضرورت و ظرفیت بالای کاربرد، انعطاف و ویژگی‌های شاخص فیزیکی و شیمیایی که دارد، توانسته است ضمن حفظ کاربرد گذشته و تغییر و تحول کاربرد و روزآمد شدن متناسب با نیاز جامعه و مصرف‌کنندگان (نیازهای کاربردی و زیباشناختی)، حضوری فراتر از گذشته داشته باشد. این شرایط باعث شده‌است که هنرندمالی و نمذکاری هم از خود به‌عنوان بخشی از میراث و صنایع هنری بومی صیانت کند و هم منبع و محور مهمی برای ایجاد کارآفرینی بومی و کسب و کار هنری و حوزه اقتصاد هنر باشد.

استان چهارمحال و بختیاری و خاصه شهرستان شهرکرد به‌عنوان مرکز استان، مهم‌ترین و برجسته‌ترین قطب تولید محصولات نمدی سنتی و صنعتی است. در این شهر از گذشته تا کنون هم هنرندمالی استمرار داشته است و هم هنر نمذکاری که زاینده خلاقیت و نوآوری هنرمندان و کارآفرینان نسل جوان است، از دل این هنر بومی و کاربردی بیرون آمده است که با تولید و آفرینش انواع و اقسام محصولات نمدی کاربردی، هریک به نوعی ضرورتی خاص و نیازی ویژه از نیازهای جامعه‌ی داخل و حتا خارج را پاسخ دهد. درحال حاضر، سازمان میراث‌فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان چهارمحال و بختیاری و به‌ویژه معاونت هنرهای سنتی و صنایع‌دستی، با تمرکز بر این هنر - صنعت تمام سعی خود را بر آن داشته است تا با حمایت‌های معنوی و مادی و فراهم آوردن فرصت‌های مختلف، مشاوره، برگزاری هم‌اندیشی، همایش و دعوت از فعالین این حوزه، تلاش‌های خود را در راستای کمک به ایجاد کارآفرینی در این حوزه و هم‌چنین حفظ، صیانت، معرفی، عرضه و صادرات محصولات نمدی تولیدکنندگان و هنرمندان کارآفرین، وسعت ببخشد.



تصویر ۱: اشرافی‌پارسی (چپ) و اشرافی‌مادی (راست)
منبع: فریه، ۱۳۷۴، ۳۹)

تصاویر محصولات تولیدی در حوزه نمدمالی و نمذکاری



تصاویر محصولات تولیدی در حوزه نمدمالی



در پایان جا دارد نویسنده مراتب سپاسگزاری خویش را از همکاری مجموعه معاونت هنرهای سنتی و صنایع دستی میراث-فرهنگی استان چهارمحال و بختیاری آقایان رئیسی، ملکوتی، طاهرپور و محمدی و هم‌چنین کارآفرینان عزیز و مندرج در جداول ۱ و ۲ داشته باشد.

منابع

- آخوندی، اردشیر، ۱۳۸۵، سیمای میراث‌فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان چهارمحال و بختیاری، تهران، انتشارات سازمان میراث‌فرهنگی.
- ابراهیمی ناغانی، حسین، ۱۳۸۸، پژوهشی پیرامون نمد و نمدمالی چهارمحال و بختیاری با تحلیلی بر ظرفیت‌های خاص و تغییر در کارکرد نمد، کتاب ماه هنر، ش ۱۳۸، صص ۷۲-۸۱.
- احمدپور داریانی، محمود، سید محمد مقیمی، ۱۳۸۵، مبانی کارآفرینی، تهران، انتشارات فرا اندیش
- احمدپور، محمود، ۱۳۸۱، کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، چاپ چهارم، تهران، نشر شرکت پردیس
- احمدی، سیدعلی‌اکبر، حسن درویش، ۱۳۹۳، مبانی کارآفرینی، تهران، انتشارات پیام‌نور
- اردلان، نادر، لاله بختیار، ۱۳۹۰، حس وحدت، مترجم وندادجلیلی، تهران، نشر علم معمار رویال
- ایمانی‌خوشخو، محمدحسین، ۱۳۸۸، اقتصاد هنر و فعالیت‌های هنری و نقش آن‌ها در توسعه صنایع فرهنگی، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۲۴، ۷۸-۸۱
- پاکزاد، زهرا، ۱۳۹۵، نقش صنایع دستی در کارآفرینی زنان و توسعه اقتصادی، فصل‌نامه علمی ترویجی جلوه هنر، شماره ۱۵، صص ۲۹-۴۳
- خلیلیان اشکذری، محمدجمال، ۱۳۷۸، نقش ارزش‌ها در فرآیند توسعه اقتصادی، فصل‌نامه علمی پژوهشی معرفت، شماره ۲۸، صص ۱۸-۳۰
- دانشگر، احمد، ۱۳۷۶، فرهنگ جامع فرش، تهران، مؤسسه چاپ و انتشارات یادواره‌ی اسدی
- سریع‌القلم، محمود، ۱۳۶۹، توسعه‌ی جهان سوم و نظام بین‌الملل، تهران، انتشارات سفیر
- سعیدی کیا، مهدی، ۱۳۸۲، آشنایی با کارآفرینی، تهران، نشر سپاس
- سلجوقی، خسرو، ۱۳۸۸، فرهنگ کارآفرینی، کارآفرینی فرهنگی: اهمیت، ضرورت و جایگاه، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۲۳، صص ۵۸-۷۵
- شش‌جوانی، حمید، ربانی، ۱۳۸۶، بررسی پتانسیل کارآفرینی اجتماعی در فعالیت‌های اقتصادی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، سومین همایش دوسالانه اشتغال و نظام آموزش عالی کشور، دانشگاه تربیت مدرس
- شش‌جوانی، حمیدرضا، ۱۳۹۱، کارآفرینی فرهنگی و اقتصاد هنر، اصفهان، نشر طراحان هنر
- گروه مؤلفان، ۱۳۹۲، آشنایی با صنایع دستی ایران، چاپ ششم، تهران، انتشارات شرکت چاپ و نشر.
- مردوخ، بابزید، ۱۳۸۶، اقتصاد هنر در ایران (چارچوبی برای مطالعه)، دوماهنامه‌ی تحلیلی پژوهشی آینده‌ی خیال، شماره ۳، صص ۱۳۱-۱۲۶

- مردوخ، بایزید، ۱۳۸۶، اقتصاد هنر در ایران (چارچوبی برای مطالعه)، دوماهانامه‌ی تحلیلی پژوهشی آینده‌ی خیال، شماره ۳، صص ۱۳۱-۱۲۶

- Ashomre, C, 2004, Criteria for youth entrepreneurship, Edaction Columbus
- Lindsay, Noel, 2005, Toward a cultural model of Indigenous nascent entrepreneurial attitude, Academy of Marketing Sciences Review. Vol.5
- Sandeep, M., et al. (2007). The risk of self-employment in rural china: Development or Disaster? World Development Vol. 35, No.1, pp.163-181.

پی نوشت:

1. Felt

۲. ماهنامه سفر، ۱۳۸۶، رشته‌های صنایع دستی در یک نگاه، سال شانزدهم، شماره ۱۳، صفحه ۳۷

۳. یکی از نظام‌های اقتصادی نوظهور که شواهد فراوانی دال بر نوزایی آن وجود دارد، "اقتصاد خلاق" است. از منظر آنکثاد۳ اقتصاد خلاق یک مفهوم در حال تکامل مبتنی بر درایی‌های خلاق است که می‌تواند موجد رشد و توسعه‌ی اقتصادی باشد. می‌تواند تولید درآمد و ایجاد شغل کند و درآمدهای ارزی کشورها را افزایش دهد در حالی که به تنوع فرهنگی و توسعه‌ی انسانی نیز کمک می‌کند. یک گزینه‌ی دست‌یافتنی مهم برای توسعه است که نیاز به سیاست‌گذاری‌های نوآورانه‌ی بین رشته‌ای و چند رشته‌ای دارد. این اقتصاد که ویژگی‌های بسیار متمایز و متفاوتی با اقتصادهای رایج دارد، بر پایه مفهوم "نوآوری" و بر اساس رویکرد خلق فرصت و جایگاه ایجاد نیاز در بستری کاملاً فرآیندی شکل می‌گیرد. ضمن آنکه اثرات فرهنگی، اجتماعی، بسیار مهم‌تر از اثرات اقتصادی این نظام نوظهور می‌باشد. اصطلاح اقتصاد خلاق، نخستین بار در سال ۲۰۰۱ در کتاب جان هاوکینز۳ درباره‌ی رابطه‌ی بین خلاقیت و نظام اقتصادی پدیدار گشت. اقتصاد خلاق حوزه‌های مختلفی هم‌چون « هنرهای بومی و کاربردی، صنایع دستی، معماری، هنر، طراحی، مد، فیلم، موسیقی و هنرهای نمایشی را شامل می‌شود» (Howkins, 2001, p.88). در واکاوای اقتصاد خلاق به این اصل اساسی یعنی خلق ثروت هوش‌مندانه در ظرف کم‌ترین زمان ممکن با بهترین روش، رهنمون می‌شویم. اقتصاد خلاق بر مبنای سرمایه‌های خلاق تعریف می‌شود. بر طبق تعاریف فوق که در ارتباط با اقتصاد خلاق آمد و همچنین با نگاه به قابلیت‌ها و ظرفیت‌های وجودی در دست‌بافته‌های ایرانی که در گستره‌ی اقتصاد خلاق تعریف شده‌است، می‌توان نتیجه گرفت که ماهیت اقتصادی دست‌بافته‌های عشایری (قشقایی)، منطق و در چهارچوب تعاریف و مفاهیم اقتصاد خلاق است. در واقع، پدیدآورندگان اقتصاد خلاق (نمدمالان و نمدکاران) که خود نمودی از سرمایه‌های خلاق هستند، می‌توانند از محصولات نمدی به‌عنوان بخشی از صنایع خلاق، اقتصاد خلاق را در بستر تولیدات خلاقانه، رونق ببخشند. اقتصاد خلاق دو ویژگی خاص دارد. یکی ارزش افزوده آن ناشی از فعالیت‌های خلاق ذهن و پردازش فکر است. دوم این که در این نوع اقتصاد، صنایع با برداشت کم‌تر از طبیعت و محیط‌زیست، آسیب به مراتب کمتری را نسبت به اقتصاد کلاسیک در طبیعت ایجاد می‌کنند. بنابراین به آن‌ها اقتصاد سبز هم اطلاق می‌شود. اندیشه‌ی اقتصاد خلاق به‌ویژه در جهان در حال توسعه، نگاه‌ها را به سمت درایی‌های خلاق و منابع ثروت فرهنگی معطوف می‌کند.

۴. بنی‌طالبی دهکردی، احمد، ۱۳۹۰، مقدمه‌ای بر شناخت شهرکرد، صفحه ۴۵

۵. نیکزاد امیرحسینی دهکردی، ۱۳۵۷، شناخت سرزمین چهارمحال

۶. صادرات محصولات نمدی به آمریکا و اروپا در سال ۲۰۰۹، ۹۴ هزار دلار ارزآوری برای کشور داشت و تلاش می‌شود تا در سال‌های آینده بتوان سهم صادرات محصولات این هنر - صنعت را افزایش داد (به‌نقل از مهرداد رئیسی معاون هنرهای سنتی و صنایع دستی، سازمان میراث- فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان چهارمحال و بختیاری، خبرگزاری جمهوری اسلامی، ۹۵/۵/۱۷).

۷. اینگونه نمدها در دو سمت دارای نقش‌های رنگین و زیبایی هستند. زمینه اصلی بیش‌تر نمدهای ترکمن به رنگ‌های سیاه یا قهوه‌ای تند است.

۸. در پارهای از آبادی‌ها یا روستاهای کوهستانی مناطق شمال ایران به‌ویژه گرگان، علاوه بر آن که روی نمدها را با دادن نقش‌های زیبایی تزئین می‌کنند، با الهام گرفتن از ریشه‌های دو سمت قالی و قالیچه به لبه حاشیه‌های بیرونی نمد ریشه می‌دهند و به این طریق به جلال و زیبایی آن می‌افزایند.