

## آسیب‌شناسی فرش معاصر مشهد از دید صاحب‌نظران با تاکید بر حوزه طراحی

عبداله میرزایی<sup>۱</sup>، مریم شهیریاری<sup>۲</sup>، علی وند شعاری<sup>۳</sup>، مهدی صحراگرد<sup>۴</sup>

۱- دانشیار دانشگاه هنر اسلامی تبریز (نویسنده مسئول)

۲- کارشناسی ارشد پژوهش فرش، دانشگاه هنر اسلامی تبریز

۳- دانشیار دانشگاه هنر اسلامی تبریز

۴- استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد، مشهد، ایران

### چکیده

فرش شهری مشهد به عنوان یکی از سبک‌های اصلی شهری فرش ایران، از دوره تیموری در قرن نهم هـ. ق. تا به امروز تحولات مختلفی را به خود دیده است. بعد از سپری شدن عصر طلایی فرش مشهد در دوران تیموری و صفوی، در اواخر دوره قاجار و اوایل پهلوی همزمان با احیای فرش بافی در سرتاسر ایران، فرش شهری مشهد نیز پس از پشت‌سر گذاشتن دوران فترت دویست‌ساله، در پی بازیابی گذشته باشکوه خود برآمد. در این دوره با پیشگامی تجار و تولیدکنندگان مهاجر آذربایجانی و کرمانی، فرش‌های بزرگ‌پارچه و نفیسی با حفظ ویژگی‌های هویتی و تاریخی فرش اصیل مشهد تولید شدند. با گذشت زمان و بازاری شدن تولید، فرش شهری معاصر مشهد، شکوه و عظمت گذشته را از دست داده است. فرش دست‌بافت به عنوان یک فرآورده فرهنگی، بازتاب‌دهنده سنت‌ها و باورهای جوامع تولیدکننده است و برای هویت‌بخشی به جغرافیای تولید، نقش مؤثری دارد؛ از این‌رو مسئله اصلی پژوهش حاضر، مطالعه عوامل زمینه‌ای مؤثر در این پدیده با تأکید بر جمع‌بندی نظرات صاحب‌نظران میدانی این حوزه است. سؤال اصلی پژوهش معطوف به شناسایی آسیب‌های فرش معاصر مشهد و عوامل زمینه‌ای فرهنگی و اقتصادی این آسیب‌ها از منظر صاحب‌نظران این حوزه است. این پژوهش از نوع کیفی است که به شیوه توصیفی و تحلیلی و با استفاده از تحلیل محتوای مصاحبه با تعداد ۱۰ نفر از فعالان و صاحب‌نظران بازار فرش مشهد به انجام رسیده است. نتایج نشان دادند نوسانات اقتصادی، تغییر در سبک زندگی مصرف‌کنندگان، موانع صادراتی متعدد، عدم شناخت سلیقه بازار و مثنی‌برداری از طرح‌های بازارپسند، از مهم‌ترین آسیب‌های فرش معاصر مشهد به شمار می‌روند.

واژگان کلیدی: فرش مشهد، آسیب‌شناسی، طراحان فرش، تولیدکنندگان.

1- Email: A.mirzaei@tabriziau.ac.ir

2- Email: shahryari@tabriziau.ac.ir

3- Email: a.vandshoari@tabriziau.ac.ir

4- Email: m.sahragard@mshdiau.ac.ir

این مقاله برگرفته از پایان‌نامه نویسنده اول با عنوان «مطالعه تطبیقی طرح و نقش قالی‌های دو دهه اخیر مشهد با دوره پهلوی» و با راهنمایی استاد راهنمای اول آقای دکتر میرزایی، آقای دکتر وندشعاری و مشاوره آقای دکتر صحراگرد در دانشگاه هنر اسلامی تبریز - دانشکده فرش می‌باشد.



## Pathology of Mashhad carpet design in the contemporary period from the experts` viewpoint

Abdollah Mirzaei<sup>1</sup>

Maryam Shahryari<sup>2</sup>

Ali vandshoari<sup>3</sup>

Mahdi Sahragard<sup>4</sup>

1. Ph.D. Associate Professor, Tabriz Islamic Art University (Corresponding Author)

2. Master of Carpet Research, Tabriz Islamic Art University

3. Ph.D. Associate Professor, Tabriz Islamic Art Unive

4. Ph.D. Assistant professor, Islamic Azad University, Mashhad Branch, Mashhad, Iran

### Abstract

Mashhad city carpet as one of the significant urban styles of Iranian carpet from the Timurid period (in the 9th AH/ 14th A.D) until now has been changed alot. The golden age of Mashhad carpets ended in the Safavid period and after two hundred years, Mashhad carpets in the late Qajar and early Pahlavi period, which coincided with the revival of carpet weaving throughout Iran, regained some of its glorious era. During this period, with the initiative of Azerbaijani and Kermani immigrant merchants and producers, large and exquisite carpets were produced while preserving the identity and historical features of the original Mashhad carpet. However, in recent years, due to a purely commercial approach, the contemporary urban carpet of Mashhad has lost its former glory. As a cultural product, Mashhad carpet reflects the traditions and beliefs of producing communities and plays an effective role in giving identity to the geography of its production. Therefore, the main problem of this research is to study the main factors that create this phenomenon through summarizing the opinions of experts in this field. The main question of this research is to know the damages of contemporary carpets of Mashhad and to know the economic and cultural contexts of these damages from the perspective of experts. The research is qualitative in a descriptive and analytical manner and using the categories obtained from the content analysis of interviews with 10 active experts in the Mashhad carpet market. he results show that economic fluctuations, changes in consumers' lifestyles, numerous export barriers, lack of understanding of market tastes, and copying of popular designs have been among the most important damages of contemporary carpets in Mashhad.

**Keywords:** Mashhad carpet, carprt designers, contemporary carpet, Manufacturers.

- 
1. Email: A.mirzaei@tabriziau.ac.ir
  2. Email: shahryari@tabriziau.ac.ir
  3. Email: a.vandshoari@tabriziau.ac.ir
  4. Email: m.sahragard@mshdiau.ac.ir



## مقدمه و بیان مساله

فرش دستباف به عنوان محصولی کاربردی در طی ادوار گوناگون تحول و تکامل یافته و با وجود تحولات فرهنگی فراوانی که جهان تجربه کرده است، همچنان به عنوان کالایی ارزشمند به منظور استفاده یا تزئین، مبادله می‌شود و از این حیث نقش مهمی در اقتصاد سرزمین‌ها و کشورهای مختلف دارد. ایران که سرزمینی است با سابقه چند هزارساله در صنعت فرش، همواره از کشورهای سرآمد و برتر در تولید فرش بوده و تا چندی پیش نیز این کالا به عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر صادرات غیرنفتی نقش مهمی در اقتصاد ایران ایفا می‌کرده است.

قالی دستباف ایران را با توجه به خصوصیات موجود در قالی‌های متعلق به مناطق مختلف ایران، به سه دسته اصلی تقسیم می‌کنند که شامل قالی‌های عشایری (بلوچ، بختیار، افشار و ...)، روستایی (همدان، ملایر، اراک، چهارمحال و ...) و شهری (کرمان، اصفهان، تبریز، مشهد، کاشان و ...) است. با توجه به تحولات گسترده در ساختارهای فرهنگی و اجتماعی جوامع شهری، سبک شهری قالی ایران متأثر از این تحولات با سرعت بیشتری نسبت به سبک‌های روستایی و عشایری در حال دگرگونی است.

یکی از انواع فرش‌های شهری ایران، فرش مشهد است که با توجه به مرکزیت مشهد به عنوان مرکز خراسان و مهم‌ترین شهر شرق کشور از دوره صفوی، اهمیت وافری یافته است. قبل از دوره صفویه، اطلاعات زیادی در مورد فرش‌بافی مشهد وجود ندارد. با ظهور صفویان و با افزایش آبادانی در مشهد و با رسمیت‌یافتن مذهب تشیع، اهمیت شهر مشهد افزایش یافت. گسترش شهر و ساختمان‌های آن باعث نیاز مردم به قالی شد و سبب شد فرش‌بافی برای مردم از رشته‌های مهم اقتصادی شود. به دستور شاه‌عباس در بعضی از نقاط ایران، از جمله مشهد، کارگاه‌های فرش‌بافی دایر شد (کمندلو، ۱۳۹۴: ۶۰-۵۹).

در بازه زمانی بین سقوط دوره صفویه تا تشکیل سلسله قاجاریه، هنر و فرهنگ و اقتصاد ایران که در سطح جهانی دارای مقام برتر و شایسته بود، رشد و شکوفایی خود را از دست داد.

در این دوران که مصادف با حمله افغان‌ها، سلطنت پرتلاطم نادرشاه و درگیری جان‌نشینان کریم‌خان برای قدرت‌طلبی بود، از هم‌گسیختگی فرهنگ ملی و اقتصاد، آنچنان زیاد بود که دیگر جایی برای رشد و گسترش در زمینه اجتماعی، فرهنگی و به خصوص اقتصاد نبود (طاحونی و ملایی، ۱۳۹۸: ۱۳۲). سلاطین قاجار، به حرم مطهر رضوی توجه خاصی داشتند و فرش از جمله وسایلی بود که انواع گران‌بهای آن به حرم مطهر رضوی هدیه می‌شد. به گفته آرمین وامبری در ۱۸۶۳ م. / ۱۲۸۰ ق. فرش‌های نفیسی در اطراف مقبره امام‌رضا (ع) قرار داشت (کمندلو، ۱۳۹۵: ۱۳۱). همچنین در روزنامه سفر خراسان که توسط میرزا قهرمان امین لشکر و در سال ۱۸۸۳ / ۱۳۰۰، تألیف شده، نقل قولی از قالی‌های نفیس رواق دارالتوحید کرده است و در مطلبی دیگر به وجود فرش سجاده‌ای اشاره می‌کند که بعد از واردشدن ناصرالدین‌شاه به ضریح مبارک و در کنار چراغی گسترده بودند. بر طبق ذکری که در تحف اهل بخارا آمده است، بیشتر این قالی‌ها ظریف و از جنس ابریشم بوده‌اند که بیشتر آثار به مرور زمان از بین رفته‌اند (کمندلو، ۱۳۹۵: ۱۳۳). در واقع در دوران حکومت ناصرالدین‌شاه، شهر مشهد به نوعی به عنوان مرکزی برای جمع‌آوری قالی از سراسر استان خراسان شناخته می‌شد که از آنجا به دیگر مناطق صادر می‌شده است. بهترین اطلاعات را در مورد قالی مشهد در کتاب از خراسان تا بختیاری، نوشته هانری رنه آلمانی می‌توان مشاهده کرد (کمندلو، ۱۳۹۴: ۶۰). در برهه زمانی پیش از جنگ جهانی دوم صادرات قالی مشهد به آمریکا و اروپا بیشتر بود؛ اما با پایان جنگ جهانی دوم، بازار اروپا بر روی قالی مشهد بسته شد و صادرات قالی مشهد متزلزل شد و باعث شد که فرش مشهد اهمیت خود را از دست بدهد (مهدیخانی، ۱۳۹۵: ۱۵)؛ زیرا خریداران در این زمان سراغ فرش‌های ارزان‌تر می‌رفتند و این دلیل باعث شد قالی‌بافان فرش مشهد کیفیت فرش خود را برای کاهش قیمت و خریدن از سوی دولت‌های خارجی، کاهش دهند (حاجی‌زاده، ۱۳۸۷: ۵۱).

گویا دلیل اصلی رونق فرش مشهد، حضور بازرگانان و تولیدکنندگان تبریزی بوده است؛ زیرا تاجران تبریزی

همزمان با رونق گرفتن تجارت در اروپا، در شهرهای مختلف ایران، از جمله مشهد شروع به تأسیس کارگاه‌های فرش‌بافی کردند که البته همین حضور هم منجر به رواج گره متقارن یا ترکی در فرش‌های شهر مشهد شد (کمندلو، ۱۳۹۵: ۱۳۷). تبریزی‌ها در اواخر دوره قاجار شروع به تأسیس کارگاه‌های متعدد قالی‌بافی و اعزام بافندگان تبریزی به این خطه کردند و موجبات رونق این حرفه قدیمی را در این منطقه فراهم آوردند (حاجی‌زاده، ۱۳۸۷: ۵۴).

قالی‌هایی که برادران اوغلی، محمدابراهیم مخملباف و حاج‌علی خامنه‌ای می‌یافتند، از جمله مهم‌ترین قالی‌های این دوره مشهد است. به بیان دیگر این سه نفر از بنیان‌گذاران قالی‌های معاصر مشهد محسوب می‌شوند؛ بنابراین مهاجران آذربایجانی و افراد غیربومی نقش زیادی در شروع قالی‌بافی مشهد ایفا کردند (اکبری، ۱۳۹۱: ۱۰۷؛ مصباحی، ۱۳۹۴: ۱۰۹).

تأسیس کارگاه‌های تولید فرش در دوره پهلوی از سوی برخی مؤسسات خصوصی و دولتی، به‌خصوص تأسیس کارگاه آستان قدس رضوی به افزایش حجم تولیدات و کیفیت قالی‌ها کمک زیادی کرد. با این حال امروزه محصولات بافته‌شده در مشهد تنوع چندانی ندارد و نقشه‌های مورد استفاده همچنان دنباله‌رو همان طرح‌هایی است که نزدیک به دو قرن استفاده می‌شده است و اثری از فرش‌های ظریف و پرکار بافته‌شده به سبک بافته‌های عمو اوغلی در سبک مشهد یافت نمی‌شود (ضمیری، ۱۳۹۵: ۳۸)؛ در نتیجه فرش مشهد نیز مانند دیگر عرصه‌های فرش‌بافی ایران تحت تأثیر شرایط سیاسی و اجتماعی و اقتصادی فراز و فرود زیادی داشته است. در طی سال‌های اخیر، متأثر از شرایط سیاسی و اقتصادی، تغییرات فرهنگی و اجتماعی و گسترش ابزارهای ارتباطی جدید، فرش مشهد در عرصه طراحی، بسیار آسیب دیده است. بررسی علل و چرایی این آسیب‌ها به منظور توسعه و رونق بازار فرش مشهد ضروری است.

برای شناخت این آسیب‌ها و چگونگی رفع آن‌ها، روش‌های مختلفی می‌توان اتخاذ کرد؛ از مطالعات نظری اجتماعی، اقتصادی و سیاسی گرفته تا بررسی‌های میدانی؛ اما به نظر می‌رسد برای یافتن پاسخ، بهترین راه، مراجعه به تولیدکنندگان

و طراحان فرش به عنوان خیرگان میدانی فرش مشهد است تا از نزدیک شرایط و علل این مسئله از دیدگاه کسانی که نزدیک‌ترین رابطه را با تولید و بازار دارند، بررسی شود. بدین منظور در این پژوهش با مراجعه به تعدادی از طراحان و تولیدکنندگان فرش مشهد و مصاحبه (جدول ۱) با آنان، کوشش شده است مهم‌ترین عوامل آسیب‌زا در حوزه فرش مشهد، مورد مطالعه قرار گیرد. سؤالات تحقیق عبارت‌اند از:

۱. آسیب‌های فرش معاصر مشهد از دید صاحب‌نظران کدام‌اند؟
۲. عوامل زمینه‌ای آسیب‌رسان به فرش معاصر مشهد از دیدگاه صاحب‌نظران کدام‌اند؟

### پیشینه تحقیق

در ارتباط با موضوع این تحقیق، پژوهشی که به طور مستقیم به آسیب‌شناسی فرش مشهد پرداخته باشد، وجود ندارد. اکثر تحقیقات انجام‌شده به طور گسترده به قالی ایران اختصاص دارد و عموماً جنبه‌های اقتصادی صرف را در بر می‌گیرد. این تحقیقات عمدتاً به دلایل رکود بازارهای جهانی قالی ایران یا بررسی وضعیت بازار فرش ایران در ارتباط با شیوه‌های نوین تجارت اختصاص دارد. با توجه به دامنه موضوع، پیشینه پژوهش در دو بخش الف. پژوهش‌های انجام‌شده با موضوع فرش مشهد و ب. پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه آسیب‌شناسی فرش، مطالعه و گزارش شد.

در بخش پژوهش‌های انجام‌شده با محوریت فرش مشهد، نوری و موسی‌نژاد (۱۳۹۷) در تحقیق خود به موضوع «بررسی مکتب قالی هرات در قالی‌های مشهد، قبل و بعد از نفوذ قالی‌بافان تبریز» پرداخته‌اند. آن‌ها نتیجه گرفتند قالی‌های مشهد با ورود هنرمندان دیگر شهرها، به‌خصوص شهر تبریز، تحولات بسیاری پذیرفت و طرح‌ها و نقوش آن متعدد و متنوع شد؛ گل‌ها، برگ‌ها و اسلیمی‌ها با ظرافت و تنوع رنگ بیشتری بافته شدند. اکبری (۱۳۹۱) در پایان‌نامه خود به موضوع «معرفی و طبقه‌بندی قالی‌های دوره صفوی و دوره قاجار موجود در موزه فرش آستان قدس رضوی» پرداخته است. در این پژوهش با بررسی قالی‌های دو دوره قاجاریه و صفویه، نتیجه گرفته شده است که قالی‌بافی دوره قاجار

تحت تأثیر قالی‌بافی دوره صفویه از لحاظ طرح و نقش، رنگ و مضامین بوده است. ژوله (۱۳۷۵) در کتاب برگی از قالی خراسان، ضمن مرور تاریخ فرش مشهد و معرفی نمونه‌های شایان توجه از تولیدات فرش‌بافی خراسان، توضیحاتی درباره روش و چگونگی تولید قالی در خراسان به مرکزیت مشهد در دوره قاجار آورده است. کمندلو (۱۳۹۴) در مقاله خود به «معرفی قالی‌های مشهد» پرداخته است. در این مجموعه در کنار آثار چشمگیر و بدون امضا، می‌توان دست‌بافته‌های افراد صاحب‌نامی همچون علی‌خان عمو اعلی، حاج‌عبدل مؤمن قالیباف، صابر و مشیری را مشاهده کرد. محمدمامین حاجی‌زاده (۱۳۸۷) در پایان‌نامه «بررسی تحولات نقش فرش مشهد در یک‌دهه اخیر» به بررسی و طبقه‌بندی نقوش فرش‌های آستان قدس پرداخته است. اردلان جوان و جهان اینانلو (۱۳۷۱) در کتابی با عنوان نگاهی به موزه آستان قدس رضوی، به برخی تولیدات فرش مشهد که در موزه آستان قدس رضوی نگهداری می‌شوند، پرداخته‌اند. برخی از این آثار، تولیدات فرش‌بافان آذری ساکن مشهد و برخی نیز از تولیدات اصیل مشهد است.

در ادامه، پژوهش‌های مهم انجام‌شده در حوزه آسیب‌شناسی فرش معرفی شده‌اند. رضوانی و دیگران (۱۳۹۲) در مقاله «شناخت و تحلیل عوامل مؤثر بر رکود صنعت قالی‌بافی در نواحی روستایی (مطالعه موردی: شهرستان ملایر)»، مهم‌ترین علت رکود صنعت قالی‌بافی در این روستاها را گرایش خانواده‌های روستایی به سبک، شیوه و فرهنگ زندگی شهری و دورشدن از شیوه معیشتی سنتی در روستا دانسته‌اند؛ البته عوامل دیگری مثل مشکلات بهداشتی قالی‌بافی سنتی در خانه هم هرچند کم؛ اما در این امر بی‌تأثیر نبوده است. عزمی و دیگران (۱۳۹۰) در مقاله «دیدگاه تجار اردبیل درباره علل کاهش صادرات فرش دست‌باف ایران»، به روش میدانی به بررسی علل رکود و کاهش صادرات فرش ایران با تأکید بر فرش اردبیل پرداخته‌اند و عوامل اقتصادی و ضعف مدیریت را از عوامل اصلی این امر دانسته‌اند. حق‌شناس و سعیدی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «سنجش عوامل مؤثر بر وفاداری مشتریان فرش ایرانی»، شاخص‌های

سهم بازار، تجارت الکترونیک، خلق دانش، اعتبار صنعت و مهارت تجار را به عنوان مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عوامل بر رقابت‌پذیری فرش دست‌باف شناسایی کرده‌اند. در پژوهشی دیگر نیز جعفرنژاد و دیگران (۱۳۸۸) به بررسی موانع تجارت الکترونیک در زمینه صادرات فرش ایرانی پرداخته‌اند که مشکلات و موانع مربوط به زیرساخت‌های اطلاعاتی و مشکلات مربوط به زیرساخت‌های قانونی، حقوقی و امنیتی، از مهم‌ترین موانع شناسایی شد. احمدی (۱۳۷۸) در مقاله «بررسی تأثیر سیاست‌های کلان اقتصادی در صادرات فرش دست‌باف» نشان داده است که سیاست‌های ارزی و پولی در دوره اعمال سیاست‌های تعدیل، موجب افزایش صادرات و اعمال سیاست‌های کنترلی، کاهش صادرات را در پی داشته است. دهقانی فیروزآبادی (۱۳۷۷) در پژوهشی، مشکلات صنعت فرش را از نظر بازاریابی جهانی بررسی کرده و نشان داده است که صادرکنندگان به شیوه سنتی وارد بازار هدف می‌شوند و قبل از ورود، توجه چندانی به محدودیت‌های بازرگانی و وضعیت اقتصادی بازارهای هدف ندارند.

بتولی (۱۳۷۱) در «بررسی نقش فرش در اقتصاد ایران و الگوی صادرات آن» نشان داده است که تشکیل شرکت‌های تعاونی، مهم‌ترین اقدام برای افزایش اشتغال، ایجاد درآمد و حفظ و توسعه صنعت فرش بوده است؛ زیرا این شرکت‌ها امکان جمع‌شدن سرمایه‌های کوچک را فراهم می‌کنند و همچنین به این نتیجه رسیده که بالابودن قیمت تمام‌شده فرش، یکی از مشکلات صنعت فرش دست‌باف است و تعاونی‌ها تا حدی این مشکل را رفع خواهند کرد.

یافته‌های پژوهش‌های فوق ضمن در اختیار قراردادن اطلاعات زمینه‌ای در موضوع پژوهش، نشان می‌دهند که پژوهش حاضر به لحاظ تمرکز بر آسیب‌شناسی فرش معاصر مشهد و روش میدانی اتخاذشده، دارای نوآوری بوده و مستقل از پژوهش‌های پیشین دنبال شده است.

### روش تحقیق

این تحقیق به دنبال کشف علل رکود و آسیب‌های وارده به فرش مشهد است؛ پس از نوع تحقیقات علی است. روش



گردآوری اطلاعات در گام اول، به صورت کتابخانه‌ای با ابزار فیش‌برداری برای بخش ادبیات و پیشینه تحقیق و در گام بعدی به صورت میدانی و با ابزار مصاحبه‌های کیفی برای گردآوری اطلاعات از خبرگان است. به منظور آسیب‌شناسی فرش مشهد در دوره معاصر و شناخت نقاط ضعف آن ضمن بهره‌گیری از نتایج تحقیقات گذشته،

مصاحبه‌های کیفی با گروهی از متخصصان این عرصه صورت گرفت. مصاحبه‌شوندگان شامل پنج نفر از طراحان فرش مشهد و پنج نفر از تولیدکنندگان فرش مشهد بودند (جدول ۱). معیار انتخاب افراد برای مصاحبه، برخورداری از جایگاه، شهرت و خبرگی در حوزه فعالیت خود بود.

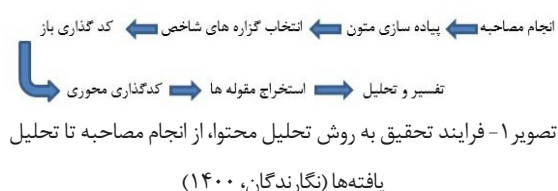
جدول ۱. جامعه آماری تحقیق و اطلاعات عمومی مصاحبه‌شوندگان (نگارندگان، ۱۴۰۰)

کد	نام و نام خانوادگی	سن	سابقه کار	حوزه فعالیت	سوابق اجرایی علمی
۱	محمد فرزین فرشچی	۵۳	۳۱ سال	تولید فرش	کارشناس رسمی اتحادیه صنف فرش دستباف خراسان رضوی، کارشناس رسمی فرش دادگستری
۲	امیر حاجی آبادی	۴۵	۲۵ سال	تولید فرش	شرکت در نمایشگاه‌های داخلی فرش دستباف
۳	حسن جوراچیان	۶۷	۴۴ سال	تولید و صادرات فرش	شرکت در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی فرش دستباف
۴	محمود احدیان	۸۰	۵۵ سال	تولید و صادرات فرش	شرکت در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی فرش دستباف
۵	جابر موسوی	۳۶	۱۷ سال	طراحی و نقاشی فرش	مدیر طراحی شرکت سهامی فرش ایران، مدرس دانشگاه، کارشناسی ارشد رشته فرش/گرایش رنگرزی و مواد اولیه
۶	علی عجم	۴۹	۲۵ سال	طراحی فرش	کسب مقام اول طراحی منطقه شرق کشور در دومین جشنواره سراسری طرح و نقش سال ۹۲، کسب مقام اول و طراح فرش نمونه استان سال ۱۳۸۹
۷	جواد براتی	۴۷	۲۰ سال	طراح و مدرس فرش	مدرس دوره‌های طراحی فرش، دارای مدرک درجه ۱ هنری در طراحی فرش و مدرک کارشناسی طراحی فرش
۸	احمد بهپوری	۷۷	۶۰ سال	طراحی فرش	مدیر طراحی و تولید شرکت فرش آستان قدس رضوی
۹	مجتبی بزمی	۵۱	۳۶ سال	تولید فرش	شرکت در نمایشگاه‌های داخلی فرش دستباف
۱۰	سیدمحمد حسینی (جوهر قلم)	۷۲	۵۲ سال	طراحی فرش	طراح سنتی نقشه‌های اصیل و قدیمی مشهد

با توجه به کیفی بودن مصاحبه‌ها و پاسخ‌های توصیفی، مصاحبه‌ها پیرامون دو سؤال اصلی پژوهش شکل گرفتند. این سؤالات عبارت بودند از: ۱. به نظر شما فرش مشهد در دوره معاصر دچار چه آسیب‌هایی است؟ ۲. به نظر شما چه عوامل زمینه‌ای در وقوع این آسیب‌ها مؤثر هستند؟ داده‌های حاصل پس از پیاده‌سازی با استفاده از قابلیت‌های روش تحلیل محتوا مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

۲۲۶). در روش تحلیل محتوا، کدگذار به دنبال شناخت مضامین و مقوله‌های زیربنایی است. مضمون‌ها بارزترین واحدهایی هستند که در تجزیه و تحلیل محتوا باید مدنظر قرار گیرند و منظور از مضامین، معنای خاصی است که از یک کلمه یا جمله یا پاراگراف مستفاد می‌شود. به طور کلی می‌توان گفت، دروازه ورود به مباحث روش تحقیق کیفی، روش تحلیل محتوا و استفاده از قابلیت‌های آن است. با توجه به مباحث طرح‌شده، فرایند انجام پژوهش حاضر در تصویر ۱ نشان داده شده است.

با توجه به ماهیت پژوهش‌های کیفی و روش تحلیل محتوای کیفی به‌کارگرفته‌شده در تحلیل داده‌ها، محقق اظهارات مصاحبه‌شوندگان را در قالب جدولی ویژه و مبتنی بر فرایند کدگذاری و استخراج کدها تا مقوله‌سازی، خلاصه‌سازی می‌کند. این خلاصه‌سازی به سوی عناوین کلی‌تر ادامه می‌یابد تا تعداد پاسخ‌ها به حداقل ممکن تقلیل یابد (حافظ‌نیا، ۱۳۸۸):





در این پژوهش ابتدا متن مصاحبه‌ها پس از ثبت، مورد ارزیابی و بازبینی قرار گرفت و به منظور سهولت در تحلیل، کدگذاری شد. بدین منظور به هر یک از مصاحبه‌کنندگان یک کد عددی از ۱ تا ۱۰ داده شد. سپس متن مصاحبه‌ها آنالیز شد و هر گزاره که از طرف مصاحبه‌شونده در پاسخ به سؤالات بیان شده بود، به صورت یک مفهوم کلی در ستون دوم جدول بیان شد؛ مفاهیم به دست آمده، در واقع صورت ساده‌شده و چکیده‌ای از گفته‌های مصاحبه‌شوندگان است (جدول ۲).

جدول ۲. مقولات مستخرج از مصاحبه‌ها همراه با مفاهیم و کدگذاری‌ها (نگارندگان، ۱۴۰۰)

مقوله‌های شاخص	مفاهیم/ کدگذاری باز	مقوله‌ها/ کدگذاری محوری	مقوله‌های کلان/ کدگذاری گزینشی
گزاره منتخب/ گزاره‌های شاخص	مفاهیم/ کدگذاری باز	مقوله‌ها/ کدگذاری محوری	مقوله‌های کلان/ کدگذاری گزینشی
امروزه نقشه‌های اصیل از بین رفته است. از دوران پهلوی به بعد کپی طرح نایین، کرمان، اصفهان و در حال حاضر هم تیریز بافته می‌شود (کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹ و ۱۰) و تولیدکنندگان حاضر به هزینه برای تهیه نقشه جدید نیستند (کدهای ۳، ۵، ۶، ۷، ۹ و ۱۰)	- دور شدن از اصالت و گرایش به کپی‌بافی طرح مناطق دیگر با کیفیت پایین به منظور پایین آوردن هزینه‌های تولید (حذف هزینه طراحی)	رویکرد کمی به تولید فرش و عدم نگاه کیفی به منظور کاهش هزینه‌ها	کدگذاری گزینشی
به طور کلی اکثر تولیدکنندگان حال حاضر خراسان حاضر نیستند که خودشان را منطبق بازار روز کنند و طرح‌های جدیدی انجام دهند. همه از طرح‌های قدیم پیروی می‌کنند (کدهای ۵، ۶ و ۷).	- بازبافی طرح تکراری و عدم نوآوری بر پایه اصالت که در نتیجه حذف طرح صورت گرفته است.		
تولیدکنندگانی که رجشمار ریزتر تولید می‌کردند هم به رجشمار درشت رو آوردند (کد ۵ و ۹).	- تولید فرش ارزان قیمت در پاسخ به نیاز بازار		
تولیدکنندگان قدیمی وقتی دیدند که در کاشمر و نیشابور بافنده زیاد است، طرح‌های خودشان را می‌آوردند و می‌بافتند؛ اول با کیفیت و به نام خودشان عرضه می‌کردند و بعد کیفیت پایین آمد و چون خریدار داشت، باز هم تولید می‌کردند (کدهای ۶ و ۹) تولید در گذشته با هدف بوده است. زمانی که تولید انبوه شد، طرح‌ها هم بی‌هدف شدند. نقشه‌های جدید صنعتی شدن طرح‌ها درشت‌بافی همان بافنده که رجشمار بالا بافته است، حالا دارد درشت‌باف می‌بافد. طرح مراکشی تک‌رنگ سفید یا کلا دورنگ	- تولید فرش ارزان قیمت در پاسخ به نیاز بازار - تولید فرش ارزان قیمت و بی‌محتوا با هدف فروش بیشتر - عدم رعایت کیفیت در تولید		
مهم‌ترین مسئله فرش مشهد این بود که ۹۰٪ فرش قدیم، رنگ گیاهی بود. سخت‌ترین کار رنگ‌رزی بود. در خراسان حساسیت شدید روی رنگ داشتند که گیاهی باشد (کدهای ۱، ۳ و ۶).	عدم استفاده از مواد اولیه باکیفیت به منظور پایین آوردن هزینه تولید	تورم و گرانی حاکم بر جامعه	کدگذاری گزینشی
در طراحی فرش نیز مانند دیگر کارهای هنری اگر شرایطی فراهم باشد تا با صبر و آرامش بهتری انجام شود، قطعاً کارهای قوی‌تری می‌شود؛ اما با وضعیت اقتصاد فعلی و تورم، تا حدودی طراح باید سریع‌تر از حد معمول کار را انجام دهد تا در تأمین مخارج خانواده دچار مشکل نشود (کد ۳، ۴، ۶ و ۷).	وضعیت نامساعد اقتصاد و وجود تورم		
نسل جدید حوصله بافت ندارد و نسل قدیم هم به قدری درگیر مشکلات ریه و چشم شده‌اند که نمی‌توانند ببافند؛ هر چند اگر دستمزد خوب باشد، بافنده ماهر هم هنوز می‌بافد (کد ۳، ۴ و ۹).	عدم تناسب دستمزد بافنده با نوع نقشه به منظور کم کردن هزینه‌های تولید		
در گذشته تولیدکنندگان هر مبلغی که در پایان طراحی اعلام می‌شد را می‌پرداختند و ارزش خاصی برای نقشه قایل بودند. حالا اصلاً حاضر به هزینه کردن نیستند و فقط سعی در تولید فرش ارزان دارند (کد ۱۰).	عدم تناسب قیمت‌گذاری و بهای واقعی طرح	تأثیر منفی اقتصاد	کدگذاری گزینشی

ستون سوم به مقوله‌های خرد اختصاص دارد که عبارت است از تجمیع مفاهیم مرتبط و نزدیک به هم. به سخن دیگر در مقوله‌های خرد، مفاهیمی که به نظر می‌رسد به جنبه مشترکی اعم از اقتصاد، اصالت، مشکلات طراحی و... اختصاص دارد، در ذیل یک مقوله قرار گرفته است. ستون آخر مربوط است به مقوله‌های کلان که در واقع مقوله‌های خرد تحت تأثیر آن‌ها پدید آمده و مربوط است به مسائل و مشکلات کلان جامعه در دوره معاصر.

بی ثباتی و نوسانات اقتصادی	کاهش تقاضای داخلی	امروزه نسبت به قبل فرش خیلی لوکس شده است و هر کسی نمی تواند در منزل استفاده کند (کد ۷).	خاص شدن مشتری و در نتیجه بی رونقی بازار
		در داخل هم با وجود قیمت های بالا، مردم فقط فرش ماشینی می توانند بخرند (کد ۳).	قیمت بالای فرش دست باف به دلیل افزایش قیمت مواد اولیه
		در حال حاضر باید دو قشر را تأمین کرد؛ یکی قشر مرفه را که تبریز تهیه می کند؛ مانند قالی های دو بیست میلیونی؛ دیگری قشر متوسط به بالا را. قشر اصلی الان فرش ماشینی را به زحمت می توانند تهیه کنند به همین دلیل هم تولید کم شده است. در ۱۵ سال گذشته تولید فرش در هر استان خیلی کم شده است و بافنده ها کار را رها کرده اند (کد ۳).	عدم توان مالی مشتری داخلی
		حالا کارخانه فرش ماشینی، فرش ابریشم قم می بافد. ژاپن و چین عاشق ابریشم و سیلک هستند و در نتیجه ماشین اختراع کردند که ابریشم بافد. قالیچه تمام ابریشم ماشینی قم را در خارج می بافند و عرضه می کنند. نام فرش ایران را هم از بین برده اند. قالی شناسنامه دار را گران تر می خردند؛ ولی از ایرانی نمی خردند (کد ۳).	جایگزینی فرش ماشینی با بهای ارزان تر و طرح های متنوع به میزان فراوان ظهور انواع کفپوش ها و زیراندازهای جایگزین
کاهش شدید صادرات	مشکل در صادرات فرش به به بازارهای بین المللی به علت تحریم های بانکی و نشناختن بازار	عدم مشتری خارجی و سفارش دهندگان خاص. صادرات و تحریم ها و عدم بافت در مجتمع های قالی بافی پیشرفتی نداشته؛ بلکه دچار افول شده است (کدهای ۶ و ۸).	نبود مشتری خاص وجود تحریم های مستقیم و غیر مستقیم
		فرش های قدیم در ابعاد بزرگ و برای استفاده در کاخ ها و موزه ها و به سفارش اشخاص خاص بودند. سفارش دهندگان خاص به شاخص شدن طرح در قدیم کمک کرده اند (کد ۶).	نیاز به مشتری خاص
		دومین مسئله به بازار جهانی برای به دست آوردن جایگاه واقعی فرش خراسان (فرش مشهد) برمی گردد. باید ببینیم آن زمان چه داشتیم که حالا نداریم. امروزه صادرات نداریم. امثال منبه خارج از کشور فرش بردیم و نفروختیم و باید برگردانیم. پس صادرات نیست و مصرف داخلی است (کد ۱ و ۳).	فاصله گرفتن از بازار جهانی
		تولیدکننده های قدیم دو دسته بودند سری کار یا تولید یکی دو خصوصی باف و تجاری باف تولیدکننده های زمان پهلوی یا تولید تیراژی داشتند یا تکی مطابق با علاقه و سلیقه خودشان (کد ۴)	وجود مشتری های خاص و عام در دوره قدیم
عدم تناسب تولیدات معاصر با سلیقه و خواست و نیاز مشتریان (بازارسنجی)	عدم انطباق با خواست و نیاز بازار و هماهنگی با ذائقه مشتری	همه از طرح های قدیم پیروی می کنند و همان ها را تولید می کنند و در مواردی حتی ضعیف تر از قبل کار می کنند. به درشت بافی با طرح تکراری و بدون خلاقیت و نوآوری گرایش دارند که البته غیر قابل قبول برای فضای مشتری و جذب مشتری است (کد ۳، ۴، ۵، ۸ و ۹).	عدم تناسب تولیدات معاصر با سلايق روز
		به طور کلی اکثر تولیدکنندگان حال حاضر خراسان حاضر نیستند خودشان را مناسب بازار روز کنند و طرح های جدیدی انجام دهند (کد ۴).	عدم آگاهی از سلیقه بازار و نیاز روز بازار
	کلیات طرح های اصیل، همان کارهای قبلی است؛ فقط مقداری در رنگ تغییر انجام می دهند؛ یا یک گل زیبا را از نقش اصیل برمی دارند و جایگزین یک گل دیگر با نقش های دیگر می کنند و تغییرات جزئی است. کلیات حفظ و در رنگ نوآوری می شود (کد ۹).	نبود خلاقیت در طراحی	
	متأسفانه تولیدکنندگان مشهد در زمینه نقشه اشکال دارند و حاضر نیستند نقشه را عوض کنند. با وجود اینکه طی ۳۰ سال گذشته همه چیز عوض شده است، آن ها حاضر به تغییر نیستند (کد ۳).	عدم درک سلیقه مشتری و مصرف کننده	





خلأ مدیریتی و ساختاری	فقدان اهمیت و توجه بخش حمایتی دولت	نبود صنف واحد یا انجمن طراحان در مشهد	در حوزه طراحی هم تا زمانی که یک تشکل وجود نداشته باشد و انجمن یا گروه دولتی یا غیردولتی ایجاد نشود، مشکل وجود دارد. چون انجمن طراحان خراسان به ثبت نرسید، گروه طراحان فرش خراسان از هم پاشید و تا زمانی که یک گروه متشکل از طراح نقشه کار و ... تشکیل نشود، بازار طراحی فرش همین خواهد بود (کد ۷).
		نبود صنف متخصص برای طراحان عدم بانک اطلاعاتی طراحان فرش مشهد	باید یک صنف واحد باشد که طراحان آن جا ثبت شده باشند و هم تولیدکننده داخل و هم خارج به آن دسترسی داشته باشد. بانک اطلاعاتی کاملی برای هر دو گروه ایجاد شود. پرسشنامه پیشنهادات و نظرات برای جمع‌بندی طراحان تنظیم شود که شیوه و روش آن‌ها حرف خواسته‌های بازار باشد. باید تنوع‌آوری و خلاقیت وجود داشته باشد تا طرح اصیل خراسان شناخته شود (کد ۱۰).
		نبود اتاق ارزیابی فنی و کیفی فرش مشهد	برای جلوگیری از تخلفات تولید و فروش، ایجاد یک واحد صنفی می‌تواند تا حدودی مؤثر باشد (کد ۱۰).
	نواقص ساختاری و قانونی در پیشگیری از تخلفات آسیب‌رسان به فرش	تقلب مارک در دوره معاصر فروش به قیمت غیرواقعی	فروش فرش تا ۱۵۰ درصد بالاتر از قیمت واقعی آن در سه سال قبل؛ در هفته دو تا سه بافت مارک‌های تقلبی (صابر تقلبی، خدیوی تقلبی و ... برای ما می‌آید (کد ۹).
		بی‌عملی و انفعال ارگان متولی فرش	نبود متخصص در رأس فرش مشهد؛ کسانی که هستند یا تخصص ندارند و یا نمی‌خواهند انجام بدهند (کد ۹).
جهانی‌شدن و توسعه فناوری ارتباطات	وجود اینترنت و تأثیر شبکه‌های اجتماعی	ارتباطات، عامل تنوع‌طلبی	مثل همه رشته‌های هنری، بازار تلاطم زیادی داشته است؛ چه در تولید و چه در صادرات. طراحان هم به دلیل پارامترهای مختلف نتوانستند خودشان را هماهنگ کنند. در حوزه طراحی فرش به دلیل گسترش بازارهایی که در یک برهه افزایش پیدا کرد، تنوع‌طلبی زیاد شد؛ رابطه‌ها بیشتر شد و در نتیجه نقوش به هم ریخت. هر چند هنوز هم افرادی هستند که طرح اصیل تولید می‌کنند؛ اما طرح‌های عامه‌پسند هم تولید می‌شود (کد ۷).
		افزایش مراودات و تبادل‌های مالی و ارتباطات	در گذشته طراح و تولیدکننده در رأس هرم بودند؛ اما امروزه بازار در رأس هرم است. در دوره‌ای در تولیدات مشهد نوع گل‌ها، تنوع انشعاب شاخه‌ها، حاشیه و لچک‌ترنج‌ها یک قالب و سبک خاص داشتند و در عین اینکه تنوع داشتند مشخص بود که مثلاً یک فرم، فرمی است که مال شمال شرق خراسان یا مشهد است؛ ولی حالا مراودات و تبادل‌های مالی و جنسی بین بازرگانان، دلالت و تجار باعث شده است که این نزدیکی‌ها بیشتر شود. در مشهد فرش قم، اصفهان و تبریز نیز بافته می‌شود (کد ۷).
	نفوذ و تأثیر تکنولوژی	وجود اینترنت و گستردگی روابط، عامل کپی‌کردن	امروزه طراحی که نظر و ایده داشته باشد، وجود ندارد. متأسفانه طراحان جدید با توجه به فضای اینستاگرام، به اصفهان و شهرهای دیگر نگاه می‌کنند و کپی می‌کنند. طراح خلاق نداریم. از زمانی که اینترنت رایج شده است، طرح‌ها ناخودآگاه روی ذهن کسی هم که خلاقیت دارد، تأثیر می‌گذارد (کد ۹).
		تأثیر منفی و نفوذ کامپیوتر بر طراحی سنتی	طرح‌هایی را که سال‌هاست برای تولیدکننده کشیده‌ام، با کامپیوتر و اسکن، رنگ و نقطه و کدگذاری می‌کنند و دیگر طرح مدادی سفارش نمی‌دهند. در برابر تکنولوژی هم که نمی‌توان ایستاد (کد ۱۰).
	ریات‌بافی، عامل ازبین‌رفتن جنبه هنری فرش	در حال حاضر، نقشه‌ها کامپیوتری شده است و به بافنده شماره می‌دهند. بافنده ربات شده است. قبلاً حال و هوا و روحیه بافنده در بافت معلوم بود (کد ۹).	

جهانی‌شدن و توسعه فناوری ارتباطات	تغییر سبک زندگی	تغییر سلیقه مردم در گذر زمان	طرح‌ها به مرور زمان فرق کرده که به این دلیل است که سلیقه مردم فرق کرده است. در کاشمر لاک می‌بافتند با نقش زیرخاکی؛ اما به مرور به سمت بافت کار نایین رفتند؛ چون ضخامت آن کمتر بود. یکی از خصوصیات فرش نایین این است که بسیار ظریف است. در مشهد دیگر نقشه‌های قدیم و لچک‌ترنج لاک می‌داشتند. عده‌ای هم به بافت گبه روی آوردند؛ چراکه گل‌های قدیم مشهد زیاد بود و چشم خسته می‌شد (کد ۳).
		کوچک‌شدن ساختمان‌های مسکونی	تغییر ابعاد هم می‌تواند عامل مهمی باشد. قدیم ابعاد بزرگ و طرح‌های پرکار بافته می‌شد (کد ۳).
		پایین‌آمدن سطح اقتصاد و تغییرات اجتماعی	امروزه ابعاد کوچک‌تر شده است. بافت‌های اصیل، ابعاد بزرگ‌تری داشتند و قطعاً نقشه‌های خاص و پرکارتری. به لحاظ اقتصادی و اجتماعی هم منازل کوچک‌تر شده است (کد ۷).

### مؤلفه‌های تأثیرگذار در افول فرش مشهد

جدول آسیب‌های وارده به طراحی فرش مشهد در دوره معاصر از نگاه صاحب‌نظران حاصل چند مؤلفه کلان است که این مؤلفه‌ها و نحوه تأثیرگذاری آن‌ها بر رکود و نزول کیفی فرش مشهد بدین شرح است:

- بی‌ثباتی و نوسانات اقتصادی: بی‌ثباتی اقتصادی در تعریف تخصصی هم تکانه‌های ناشی از شوک‌ها را در بر می‌گیرد و هم تغییرات غیرمعارف برخی متغیرهای اقتصادی همچون بالابودن نرخ تورم را شامل می‌شود. در مقالات مختلف، وقوع شوک‌ها و بحران‌های اقتصادی، نوسان‌ها و انحرافات متغیرهای اقتصادی، عدم امنیت اقتصادی و غیره به عنوان بی‌ثباتی مطرح شده‌اند (دهقان منشادی، ۱۳۹۲: ۱۷۲). این شرایط در ایران عمدتاً تحت تأثیر افت و خیزهای سیاسی روی داده و موجب شده است که اولاً نگاه کمی به تولید فرش جای نگاه کیفی را بگیرد؛ زیرا در شرایط ناپایدار اقتصادی، تولید آثار کیفی با توجه به بالا رفتن هزینه‌های تولید و خروجی دیر هنگام محصولات، به ضرر و زیان تولیدکننده منجر می‌شود؛ بنابراین بنا به نظر مصاحبه‌شوندگان، تولیدکننده به ناچار برای پایین‌آوردن هزینه‌های تولید، ترجیح می‌دهد به جای پرداخت هزینه طراحی به طراح خبره، از طرح‌های شهرهای دیگر کپی برداری کند؛ در نتیجه طرح‌ها تکراری شده است (کدهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۹ و ۱۰).

همچنین تورم و گرانی مواد اولیه در کنار توقع خریدار از ارائه محصولات مطابق با قیمت‌های قبل موجب شده است تولیدکننده‌ها اولاً به سراغ استفاده از طرح‌های جدید نروند

و ثانیاً به جای استفاده از مواد اولیه مرغوب، به مواد درجه دوم روی بیاورند یا به جای استفاده از رنگ‌های طبیعی درجه یک، از رنگ‌های شیمیایی بی کیفیت استفاده کنند تا شاید بتوانند بخشی از هزینه‌های بالای تولید را کاهش دهند (کد ۱، ۳ و ۶). از تأثیرات منفی دیگر بی‌ثباتی اقتصادی، عدم تطابق درآمد تولیدکنندگان، اعم از طراح و بافنده با شرایط اقتصادی است که نتیجه آن، کاهش انگیزه بافندگان و طراحان در تولید آثار نفیس و باکیفیت است (کد ۳، ۴، ۶ و ۷).

نوسان مستمر و بعضاً شدید قیمت نفت در بازارهای جهانی، رفتارهای مالی بی‌ثبات و غیرتقارنی را در اقتصاد کشور شکل می‌دهد. این رفتارها ناشی از آن است که در شرایط افزایش قیمت نفت، انبساط مالی و تعدیل با قیمت‌های بالا به صورت سیاستی و بعضاً خودبده‌خودی محقق می‌شود؛ در حالی که در شرایط افت قیمت نفت، نه تنها انقباض مالی متناسب محقق نمی‌شود؛ بلکه این امر، نامطلوب تلقی می‌شود و به این دلیل فشار بر بازارهای مالی و بخش خصوصی مضاعف می‌شود (دهقان منشادی، ۱۳۹۲: ۷۶).

در بازار فرش نوسان قیمت‌ها علاوه بر تولیدکنندگان و طراحان بر شرایط خریداران نیز تأثیر منفی زیادی گذاشته است و همین امر نیز به طور غیرمستقیم بر کاهش کیفیت تولیدات تأثیر می‌گذارد. برخی از مصاحبه‌شوندگان عقیده دارند که نوسانات اقتصادی در درجه اول موجب کاهش قدرت خرید مردم می‌شود؛ در نتیجه بازار فرش با رکود مواجه می‌شود و وضعیت نابسامان بازار موجب نزول کیفیت تولیدات خواهد شد (کدهای ۳ و ۷). بی‌ثباتی اقتصادی بر قیمت مواد اولیه نیز

تأثیر می‌گذارد و موجب افزایش بهای فرش دستباف می‌شود و این بدان معنی است که همان اندک مشتریان سابق نیز برای رفع نیاز خود، از قالی‌های ماشینی استفاده کنند (کد ۳) و این شرایط زمینه رکود بازار فرش دستباف مشهد را مهیا می‌کند. عدم وجود صادرکنندگان توانمند بومی که بتوانند بازارهای صادراتی جدید و متنوعی را برای فرش مشهد شناسایی کنند نیز عامل دیگری است که مخاطبان فرش مشهد را محدود به بازارهای داخلی کرده است و به دلیل ضعف اقتصادی موجود، تولیدات فاخر و بدیع توجیه اقتصادی پیدا نمی‌کنند؛ به‌ویژه که در مطالعه وضعیت برخی از حوزه‌های نسبتاً موفق تولید فرش ایران، از جمله آذربایجان، قم و اصفهان مشاهده می‌شود که صادرکنندگان توانمند و تنوع‌طلب، محرک و مشوق اصلی نوآوری در طرح و رنگ قالی‌های این مناطق هستند. تقلید و مثنی‌برداری از طرح و رنگ قالی‌های فاخر تبریز، در مشهد و حومه، با هدف تولید نسخه‌های ارزان‌تر این فرش‌ها نیز این موضوع را تأیید می‌کند.

**- کاهش شدید صادرات فرش:** در کشورهایی مثل ایران که اقتصاد متکی بر فروش نفت بوده، گسترش و رونق صادرات کالاهای غیرنفتی همواره مورد تأکید متخصصان اقتصاد بوده است. تحقیقات نشان می‌دهد با توجه به وضعیت اقتصادی ایران متغیرهای واردات کالاهای سرمایه‌ای، شاخص ادغام تجاری و نرخ ارز، تأثیر مثبت و معناداری در بلندمدت بر صادرات کالاهای غیرنفتی دارد؛ اما از طرفی نرخ تورم تأثیر منفی و معناداری در بلندمدت بر صادرات غیرنفتی می‌گذارد (محمدزاده اصل و محمدی، ۱۳۹۱: ۲۶-۲۷). فرش ایران و به طور خاص فرش مشهد نیز به منزله یکی از مهم‌ترین کالاهای غیرنفتی می‌تواند با توسعه صادرات رونق یابد و بر اثر این رونق در زمینه طراحی نیز رشد پیدا کند و مشکلاتی که در داخل بر اثر ناپایداری اقتصادی بدان وارد شده است، به این روش ترمیم شود؛ اما طبق نظر کارشناسان، با وجود اهمیت زیاد فرش به عنوان یک کالای صادراتی و همچنین شهرتی که فرش ایران در بازار جهانی دارد، بر اثر تحریم‌های اقتصادی و عدم امکان مبادله کالا و پول، برای صادرات با مشکلات مختلفی مواجه است. ازدست‌رفتن بازار

جهانی تأثیرات منفی بر طراحی گذاشته است. به گفته متخصصان قبلاً مشتریان خارجی به عنوان مشتری خاص در نظر گرفته می‌شدند و طراحان بیشترین کوشش را در طراحی آثار بدیع و نفیس به کار می‌بستند. ازدست‌رفتن مشتریان خاص موجب رکود در بازار فرش شده و کاهش تولید فرش‌های نفیس باعث تغییر در سلیقه عمومی شده است (کد ۴ و ۶ و ۸). همچنین فاصله‌گرفتن از بازار جهانی باعث شده است طراحان سلیقه روز بازار جهانی را به‌درستی نشناسند و خود موجب می‌شود در مواردی که گاه فرصتی برای صادرات فرش در قالب نمایشگاه‌های سالانه به وجود می‌آید، تولیدات ارسال شده به بازار، بدون مشتری بماند و عمدتاً به ایران بازگردد (کد ۱ و ۳).

**- عدم بازاریابی:** در فرایند توسعه یک محصول، شناخت بازار و حتی زمان ورود به آن بسیار ضروری است. به نظر متخصصان یکی از عوامل اصلی رکود بازار فرش مشهد، عدم توجه به این موضوع است که موجب شده است تولیدات معاصر با سلیق و خواست و نیاز مشتریان همراه نباشد (کد ۳، ۴، ۵، ۸ و ۹). تلاش برخی از طراحان برای حل این موضوع موجب واردآمدن ایراداتی اساسی به طراحی فرش مشهد شده است؛ زیرا این طراحان به سبب عدم خلاقیت در طراحی (کد ۹)، صرفاً با حفظ کلیت طرح‌ها و استفاده از همان طرح‌های سنتی و قدیمی و فقط با تغییر در رنگ یا جایگزین کردن گل‌های فرش مشهد با گل‌های مناطق دیگر و بعضاً مثنی‌برداری‌های ناقص از طرح‌های قالی‌های بازارپسند مناطقی چون تبریز، خواسته‌اند تغییر و تحولی در فرش مشهد ایجاد کنند که همین نگاه و روش سطحی موجب نزول کیفیت فرش مشهد شده است (تصویر ۲).

یکی دیگر از عوامل عدم تطابق با بازار، عدم تمایل تولیدکنندگان به سفارش طرح‌های جدید است. تولیدکنندگان احتمالاً به منظور کسب سود بیشتر و یا کم‌کردن هزینه‌های تولید، حاضر به سفارش طرح جدید نیستند و گاه یک تولیدکننده سی سال است که یک طرح را تولید می‌کند (کد ۳). این امر در نتیجه عدم درک سلیقه مشتری صورت گرفته و نتیجه آن، فاصله‌گرفتن از بازار و رکود هر چه بیشتر فرش مشهد شده است.



تصویر ۲- فرش معاصر بافت مشهد به تقلید از طرح‌های فرش تبریز، ۲/۵ در ۳/۵ متر، ۴۰ رج، بازار فرش مشهد (نگارندگان: ۱۴۰۰)

**– خلأ مدیریتی و ساختاری:** در زمینه پدیده مهمی چون فرش به عنوان کالای صادراتی و مصرفی که نقش مهمی در اقتصاد خانوارهای روستایی و شهری دارد، وجود نظام مدیریتی کارآمد و به‌روز، بسیار ضروری است. به گفته متخصصان خلأ مدیریت کارآمد در عرصه فرش یکی از عواملی است که به طور غیرمستقیم، اما مؤثر بر نزول کیفی طراحی فرش تأثیر گذاشته است. نخستین نتیجه خلأ مدیریتی، عدم حمایت بخش دولتی و بی‌توجهی به فرش است. یکی از این حمایت‌ها می‌تواند تأسیس اتاق ارزیابی فنی و کیفی فرش مشهد باشد که در سایه بی‌توجهی دولت انجام نشده است (کد ۱۰). همچنین تدوین بانک اطلاعاتی طراحان فرش و به طور خاص فرش مشهد، می‌تواند عامل مؤثری در ایجاد فضای رقابتی و هنری در عرصه طراحی باشد (کد ۱۰).

تأثیر دیگر خلأ مدیریتی وجود نواقص جدی ساختاری و قانونی در پیشگیری از تخلفات آسیب‌رسان به حوزه فرش است؛ مثلاً تقلب در مارک و فروش به قیمت غیرواقعی، یکی از عوارض این امر است. همچنین تقلب در طرح و استفاده از مارک‌های تقلبی از دیگر عوارض این خلأ است (کد ۹).

**– تأثیرات منفی جهانی شدن:** یکی از دیگر عوامل مؤثر در نزول کیفی طراحی فرش مشهد، تأثیرات منفی گسترش ارتباطات و به عبارتی جهانی شدن است. در تعریف جهانی شدن میان صاحب‌نظران اختلاف نظر است؛ اما در بیانی کلی جهانی شدن عبارت است از فرایندی که در آن مرزهای اقتصادی میان کشورها هر روز کمرنگ‌تر و تحرک روزافزون

منابع، تکنولوژی، کالا، خدمات و سرمایه و حتی نیروی انسانی در ماورای مرزها سهل‌تر صورت می‌گیرد و در نتیجه به افزایش تولید و مصرف در کشورها می‌انجامد (به‌کیش، ۱۳۸۰: ۲۲). جهانی شدن به علل مختلفی همچون گسترش حمل‌ونقل، گسترش و توسعه وسایل ارتباطی، اعم از تلفن و تلویزیون، گسترش و رواج توریسم و جهانگردی فرهنگی و اقتصادی و در سال‌های اخیر بر اثر گسترش فوق‌العاده اینترنت در زندگی مردمان جهان رشد کرده است. در دهکده جهانی، مردم سرزمین‌های مختلف از رویدادهای جای‌جای جهان به سرعت مطلع می‌شوند که این امر موجب اختلاط فرهنگی و نزدیک شدن سلیق و رفتار مردمان جهان شده است (جاوید صباغیان و سیداحمدی زاویه، ۱۳۹۲: ۱۷-۱۴).

مهم‌ترین عامل منفی تأثیرگذار بر طراحی فرش مشهد، استفاده نادرست از اینترنت و شبکه‌های ارتباطی است. به گفته صاحب‌نظران، شبکه‌های ارتباطی جهانی از یک سو موجب تنوع‌طلبی فوق‌العاده مشتریان و از بین رفتن سلیقه واحد در میان مردمان شده (کد ۷) و از طرف دیگر موجب دسترسی راحت طراحان به طرح‌های سرزمین‌های دیگر و حتی شیوه‌های هنری دیگر شده است. این امر موجب شده است اصالت طرح فرش مشهد با ورود عناصری از فرش دیگر مناطق مثل اصفهان، نایین و ... به آن از بین برود (کد ۹). از نتایج دیگر جهانی شدن، گسترش شیوه‌های کامپیوتری طراحی و جایگزین شدن طراحی دست با طراحی کامپیوتری است (کد ۱۰). نتیجه این امر از بین رفتن خلاقیت و آزادی عمل در طراحی است. همچنین نقشه‌های کامپیوتری موجب شده‌اند که بافنده در بافت، آزادی عمل نداشته باشد و اثری از حال و هوا و روحیه بافنده در فرش نیز دیده نمی‌شود.

### نتیجه‌گیری

فرش مشهد به عنوان یکی از گسترش صنایع رشد کرد. گونه‌های فرش شهری ایران وجود نیروی انسانی ارزان و در دوره پهلوی بر اثر عوامل مواد اولیه در دسترس، باعث مختلفی مثل تشکیل نهادهای مهاجرت سرمایه‌گذاران دیگر دولتی و همچنین رونق و مناطق، از جمله خاندان‌های



تبریزی به مشهد شده و برقراری کارگاه‌های تولیدی قالبی بافی در این شهر از عوامل دیگر رشد و توسعه فرش مشهد در طی قرن گذشته بوده است. تکیه بر اصالت‌های تاریخی فرهنگی و جغرافیایی باعث شد تولیدات این دوره فرش مشهد از نظر طراحی، استمرار سبکی باشد که از دوره تیموری در هرات شکل گرفته بود؛ سبکی بر پایه طرح‌های افشان از گل‌های شاه‌عباسی درشت با ساقه‌های باریک و ظریف و بافت باکیفیت مطلوب فنی.

با این حال پس از انقلاب اسلامی و بر اثر تحریم‌های اقتصادی، بازار جهانی فرش به تدریج از دست رفت. رکود در عرصه تجاری و صادراتی باعث کاهش توجه به حفظ کیفیت فرش‌ها شد و طراحی و بافت فرش مشهد از اصالت و پویایی بازماند و دچار آسیب‌های جدی شد.

در این پژوهش ضمن بررسی تاریخچه مختصر فرش مشهد و ویژگی‌های سبکی آن، با مراجعه به تولیدکنندگان و طراحان معاصر، از آنان درباره آسیب‌های فرش معاصر مشهد و عوامل زمینه‌ای ایجادکننده این آسیب‌ها سؤال شد. با توجه به ماهیت مصاحبه‌های کیفی، مصاحبه با یک سؤال کلی شروع شد و متناسب با پاسخ‌های ارائه‌شده، مصاحبه‌ها بدون جهت‌دهی توسط محققان پیش رفت. نتایج حاصل از گفت‌وگو با این افراد نشان داد، از نظر مصاحبه‌شوندگان، آسیب‌های فرش معاصر مشهد در قالب مقوله‌هایی چون عدم شناخت و تطابق با سلیقه بازار، عدم خلاقیت در طراحی و رنگ‌بندی، عدم تناسب قیمت با توان مصرف‌کننده، قابل طرح است. از طرفی عوامل زمینه‌ساز و تشدیدکننده این وضعیت از نگاه خبرگان فرش مشهد در قالب مقوله‌هایی چون تغییر سبک زندگی، عدم حمایت‌های دولتی و مدیریتی، فقدان اصناف قوی و تأثیرگذار، فقدان صادرات و نوسانات اقتصادی قابل طرح است. در پایان می‌توان گفت طراحان دوره معاصر با توجه به تغییرات بازار فرش و تأکید تولیدکنندگان بر طرح مناطق دیگر، با کپی

از طرح مناطقی همچون تبریز و با تکرار طرح‌های قدیمی، از خلق آثار جدید امتناع می‌کنند. به منظور پویایی و پیشرفت طراحی فرش مشهد، خلق نقشه‌های جدید بر مبنای سلیقه بازار داخلی و خارجی فرش امری ضروری است؛ اما آنچه در جریان این تحقیقات مشاهده شد، دورشدن اصالت و هویت فرش مشهد و کپی از مناطق دیگر است. تمایل تولیدکنندگان به بازبافی بعضی از طرح‌های قدیمی، به منظور کاهش هزینه تولید، موجب عدم سفارش طرح جدید از طرف تولیدکننده شده و نتیجه آن عدم نوآوری و تولید طرح جدید شده است. از طرفی عدم تولید طرح‌های جدید و رکود هنری، چرخه باطلی ایجاد کرده که نتیجه آن عدم ریسک‌پذیری تولیدکنندگان در سفارش طرح جدید بر مبنای حفظ اصالت است؛ در نتیجه روند بازبافی بعضی از طرح‌های قدیمی یا کپی‌بافی طرح‌های مناطق دیگر با رجشمار پایین‌تر، آسیب اساسی فرش به شمار می‌رود. عامل دیگر کاهش سفارشات طراحی در دهه‌های اخیر، دست‌کشیدن برخی از تولیدکنندگان فرش از تولید و مبادرت به تجارت، خرید و فروش فرش بوده است. بعضی هم همچنان خواستار تولید همان نقشه‌های قدیمی تکراری مثل افشان‌های گل‌درشت هستند؛ در نتیجه در میان تولیدکنندگان، تنوع نگرش نسبت به طراحی وجود دارد که تنها وجه اشتراکشان بی‌علاقگی به سفارش طرح جدید است؛ البته عامل اصلی این دیدگاه متأثر از عوامل متعددی مانند شرایط اقتصادی و اجتماعی حاکم بر جامعه است. بدین ترتیب در صورتی که دولت و مدیران بخواهند در جهت توسعه و شکوفایی فرش مشهد، چه در عرصه اقتصادی و چه در عرصه هنری گام بردارند، لازم است در اصلاح موارد ذکرشده بکوشند تا شاید بشود در آینده شاهد رشد کیفی فرش مشهد بود.

توجه به موارد فوق و تحلیل‌های کارشناسان و متولیان فرش مشهد پیرامون این مقوله‌ها می‌تواند در تدوین برنامه‌های حمایتی در جهت رشد و توسعه فرش مشهد مؤثر واقع شود.

## فهرست منابع

۱. احمدی، وحید. (۱۳۷۸). «تأثیر سیاست‌های کلان اقتصادی بر صادرات فرش دست‌باف (طی برنامه اول و دوم)». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده معارف و اقتصاد، دانشگاه امام‌صادق (ع).





۲. اردلان جوان، سیدعلی؛ اینانلو، جهان. (۱۳۷۱). نگاهی به موزه آستان قدس رضوی، مشهد: اداره کل موزه‌های آستان قدس رضوی.
۳. اکبری، مهدیه. (۱۳۹۱). «معرفی و طبقه‌بندی قالی‌های دوره‌های صفوی و قاجار موجود در موزه فرش آستان قدس رضوی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد.
۴. بتولی، فرهاد. (۱۳۷۱). «نقش فرش در اقتصاد ایران و الگوی صادرات آن». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده معارف و اقتصاد، دانشگاه امام صادق (ع).
۵. به‌کیش، محمدمهدی. (۱۳۸۰). اقتصاد ایران در بستر جهانی شدن. تهران: نشر نی.
۶. جاوید صباغبان، مقداد؛ سیداحمدی زاویه، سیدسعید. (۱۳۹۲). «درآمدی بر هنر تطبیقی در مقام یکی از گونه‌های مطالعاتی حوزه پژوهش هنر». نامه هنرهای تجسمی، شماره ۵، ۲۱۶.
۷. جعفرنژاد، احمد و دیگران. (پاییز ۱۳۸۸). «بررسی موانع و ارائه راهکارهای به‌کارگیری تجارت الکترونیکی در زمینه توسعه صادرات فرش دست‌باف ایران». پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۵۲، ۳۴۱.
۸. حاجی‌زاده، محمدمامین. (۱۳۸۷). «بررسی تحولات نقش فرش مشهد در یکصد سال اخیر». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده پردیس باغ ملی، دانشگاه هنر.
۹. حافظ‌نیا، محمدرضا. (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: سمت.
۱۰. حق‌شناس کاشانی، فریده؛ سعیدی، نیما. (۱۳۹۰). «رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری صنعت فرش کشور با روش تاپسیس فازی». تحقیقات بازاریابی نوین، شماره ۱، ۱۵۴۱۲۷.
۱۱. دهقان منشادی، محمد. (پاییز ۱۳۹۲). «رابطه بین بی‌ثباتی اقتصاد کلان و رشد اقتصادی در ایران». پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، شماره ۶۷، ۱۹۲۱۷۱.
۱۲. دهقانی فیروزآبادی، رضا. (۱۳۷۷). «بررسی علل افت سهم بازار جهانی فرش ایران نسبت به رقبای ارائه راهکارهای مناسب جهت بهبود آن». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده علوم اداری و اقتصادی.
۱۳. رضوانی، محمدرضا و دیگران. (۱۳۹۲). «شناخت و تحلیل عوامل مؤثر بر رکود صنعت قالی‌بافی در نواحی روستایی (مطالعه موردی: شهرستان ملایر)». مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال سوم، شماره ۱۱، ۵۱۳۵.
۱۴. ژوله، تورج. (۱۳۷۵). برگی از قالی خراسان. تهران: شرکت سهامی فرش ایران.
۱۵. ضمیری، چکامه. (۱۳۹۵). «سنت‌گرایی و سنت‌گریزی در طرح و رنگ فرش دست‌باف ایران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر، دانشکده هنرهای کاربردی.
۱۶. طاحونی، پوران؛ ملایی، مصطفی. (۱۳۹۸). «بررسی عوامل و چگونگی احیا و رونق صنعت فرش در دوره قاجار. تاریخ اسلام و ایران (دانشگاه الزهرا (س)، سال بیست و نهم، شماره ۴۳، ۱۵۵۱۳۱.
۱۷. عزمی، آئیژ و دیگران. (فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۰). «دیدگاه تجار فرش شهر اردبیل درباره علل کاهش صادرات فرش دست‌باف ایران». پژوهش‌های بازرگانی، شماره ۴۶، ۱۱۳۱۰۱.
۱۸. کمندلو، حسین. (تابستان ۱۳۹۴). «معرفی قالی‌های مشهد». در آستان هنر، شماره ۱۳، ۷۰۵۸.
۱۹. \_\_\_\_\_ . (۱۳۹۵). «بازشناسی فرش مشهد در عصر قاجار: نمونه موردی: قالی محرابی پرده‌ای دورو (محرابی افشان شاه‌عباسی قندیل‌دار موزه فرش آستان قدس رضوی)». مطالعات تاریخ فرهنگی؛ پژوهش‌نامه انجمن ایرانی تاریخ، سال هشتم، شماره ۲۹، ۱۴۷۱۲۷.
۲۰. محمدرزاه اصل، نازی؛ محمدی، فرناز. (۱۳۹۱). «بررسی عوامل مؤثر بر صادرات غیرنفتی ایران با تأکید بر جهانی شدن». علوم اقتصادی، ویژه شماره ۱، ۳۰۷.

۲۱. مصباحی، شکوفه. (۱۳۹۴). «نقش و طرح در قالی‌های عمو اوغلی». انجمن علمی فرش ایران، شماره ۲۷، ۱۱۳۹۹.
۲۲. مهدیخانی، توران (۱۳۹۵). مطالعه تأثیر سلیقه و سفارش‌های شخصی در تحولات طرح و نقش فرش دوره قاجار. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه هنر، دانشکده هنرهای کاربردی.
۲۳. نوری، اکرم؛ موسی‌نژاد، هما. (۱۳۹۷). «بررسی مکتب قالی‌های هرات در قالی‌های مشهد، قبل و بعد از نفوذ قالی‌باخان تبریز». در مجموعه مقالات همایش ملی فرش و نیازهای معاصر (دانشکده فرش دانشگاه هنر اسلامی تبریز)، ۳۰ آبان، ۸۵۷۵.

