

قالی ایران یا باغ همیشه بهار

قالی ایران یا باغ همیشه بهار

○ پاتریس فونتن

○ ترجمه: اصغر کریمی

○ انتشارات معین - انجمن ایرانشناسی فرانسه



پاتریس فونتن
ترجمه: اصغر کریمی

مقطوع برای شرکت سهامی فرش ایران یا فرش فروشی و کار مستقل. فصل سوم را نیز به بافت فرش اختصاص داده است و به وسایل بافت، روند بافت فرش (محصول نهایی اندازه‌های فرش و کیفیت گره‌های فرش) پرداخته و دقت و مهارت خود را در شیوه ارائه مطالب و طرح‌ها نشان می‌دهد.

بخش پایانی به نقش قالی اختصاص یافته و موضوعاتی چون اصطلاحات، که ترکیب کلی نقش‌ها و رنگ‌هاست بررسی شده و علاوه بر نقش‌های اصلی (نقش ماهی، نقش‌های بوته‌ای و...) در خصوص مشخصات، ویژگی‌ها و پیدایش سایر نقش‌ها و طرح‌های قالی منطقه اراک، نیز توضیحاتی ارائه داده است. پاتریس فونتن در شیوه پژوهش خود و در تمامی بخش‌های کتاب از انواع طرح‌ها، جدول‌ها و نمودار، نقشه‌ها و دسته‌بندی‌ها استفاده کرده است و جنبه‌های مختلف قالی و ارتباط آن را با شئون زندگی، اجتماعی مردم مورد توجه قرار می‌دهد.

وی همچنین به نقش نمادین فرش اشاره می‌کند که گاهی موضوع احترام ستایش‌آمیز جمعی است و گاهی خارج از تنوع ظاهری نقش‌ها، نشانگر زندگانی خوب است. مکانی است که با گل افشان‌ها و برگ‌افشان‌ها و مملو از درخت و حیوانات بهشت را متصور می‌کند و مکانی خیالی می‌سازد.

کتاب در پایان با پیوست‌هایی همراه است. از جمله پرسشنامه‌ای که به منظور تعیین چارچوب ساده‌ای جهت مطالعات میدانی است و شامل پرسش‌هایی در ارتباط با زمینه‌های اقتصادی، زیبایی‌شناسی و فنی است. جدول داده‌های جغرافیایی و کتابشناسی نیز به ارزش کتاب می‌افزاید.

پاتریس فونتن پژوهش حاضر را طی اقامت در ایران در سال‌های ۱۳۵۶ و ۱۳۵۷ فراهم کرده است. نگارنده به دلیل وقوع انقلاب اسلامی ایران، به ناچار جهت تکمیل اطلاعات خود از اسناد و مدارک موجود در کتابخانه‌ها، موزه ویکتوریا و آلبرت لندن و آرشیوهای وزارت امور خارجه استفاده کرده است. وی پژوهش‌های صورت گرفته توسط پژوهشگران اروپایی را فاقد نگرش اجتماعی و اقتصادی می‌داند و به این نکته اشاره می‌کند که اکثر کتاب‌ها، مقالات و کاتالوگ‌های منتشره، به فرش‌های یک حوزه جغرافیایی پرداخته‌اند که در مجموعه‌های عمومی و خصوصی گردآوری شده‌اند و یا کتاب‌هایی هستند که جنبه زیبایی کتاب بیشتر مطرح بوده است.

وی در این اثر سعی کرده است وجوه تاریخی، اقتصادی، فن شناختی و زیبایی شناختی فرش‌بافی را از دیدگاهی مردم نگارانه بیان کند؛ یعنی بیشتر به شرح و توصیف امور و نشانه‌های فرهنگی مشاهده شده می‌پردازد و جنبه‌های تحلیلی آن کمتر مورد نظر قرار می‌گیرد. وی در راستای نشان دادن بهتر این امور و نشانه‌ها، اقدام به طراحی و نقشه نگاری نموده است.

کتاب ابتدا تحت عنوان سرزمین و مردم ایران به چشم‌انداز کلی منطقه اراک، شرایط اقلیمی، توزیع جمعیت، گروه‌های قومی و زبانی و... پرداخته و با مبحث فن قالیبافی به بررسی مردم شناسانه‌ای در باب گسترش صنعت فرش، فرش‌بافی امروز، کار و مسائل دستمزد، و... می‌پردازد. چنانکه در مورد وضعیت اقتصادی و اجتماعی پس از پژوهش و بررسی منطقه اراک سه الگوی عمده قابل تفکیک را بر می‌شمارد: کار با دستمزد ماهیانه ثابت، کار سفارشی در مقابل دستمزد

شرکت در نمایشگاه و تهیه فرش با قیمت مطلوب‌تر و ارائه سرویس‌های بهتر، حضور نمایندگان شرکت‌های بزرگ فرش، نوید توجه ویژه‌ای را نسبت به فرش ایران می‌داد. صدور روادید برای داوطلبان خارجی و فراهم آوردن امکانات در جهت تسهیل صدور فرش از جمله استقرار نمایندگان گمرک، بانک، بیمه و شرکت‌های حمل و نقل در محل نمایشگاه تصمیم‌گیری برای صادرکنندگان را آسان می‌کرد. آنچه در این نمایشگاه مورد نظر و دقت قرار گرفت مسئله رقابت با کشورهای تولیدکننده‌ای بود که با طرح‌های ایران در عرصه بازار جهانی حضور داشتند. البته نقاط ضعفی نیز در این دوره مشاهده می‌شد از جمله اینکه:

- با توجه به بازدید انبوه مردم از نمایشگاه، درصد بسیار کمی خریدار فرش بودند و حتی این جمعیت تماشاچی، مانع خرید انبوه شرکت‌های خارجی می‌شدند.

- علی‌رغم تلاش برای سرویس‌دهی به بازدیدکنندگان خارجی، هنوز ضعف‌هایی دیده می‌شد. جایگاه ویژه خدمات در کشورهای صنعتی نشان می‌داد که مثلاً در سال ۱۳۷۳ شرکت‌کنندگان ایرانی در نمایشگاه اورتفا نزدیک به پنج میلیون مارک هزینه خدمات (نمایشگاه، حمل و نقل، پرسنل و تبلیغات) به شرکت‌های آلمانی پرداخت کرده بودند به نحوی که محاسبه کلی نشان می‌داد که این شرکت‌های آلمانی به همان مقدار سود صاحبان فرش، سود برده‌اند. بنابراین نکته اساسی در این نمایشگاه این مسئله بود که توقع کسانی که در نمایشگاه سرمایه‌گذاری می‌کنند، تنها به این دلیل است که برای آنها شرکت کردن در نمایشگاه خارجی سهل است، و اگر برگزارکنندگان نمایشگاه به این مهم توجه نکنند نمی‌توانند به اهداف خود دست یابند.

پنجمین نمایشگاه

در این نمایشگاه فرش‌های بزرگ پارچه در جلب توجه اشراف و رجال جهانی مؤثر واقع شد و نتیجه این حرکت در نمایشگاه، منجر به فروش تعدادی از این فرش‌های بزرگ و سفارش بزرگ‌ترین فرش جهان و تولید مجدد این فرش‌ها در مناطق مختلف جهان شد. در این دوره متوجه کاهش بازدیدکنندگان خارجی می‌شویم، چیزی که به عنوان پشتوانه نمایشگاه مطرح بود. از طرفی هنرمندانی که پنج سال آثار هنری خود را به نمایش گذاشته بودند، کاری جدید و حرفی نو برای ارائه نداشتند. و این سوال در ذهن هنرمندان به وجود آمد که «بعد چه» و در پی آن درصدد پیدا کردن رابطه بین سالن‌های هنرمندان با سالن‌های تجارت برآمدند. این مسئله‌ای بود که می‌توانست به صورت مشکلی اساسی مطرح شود.

ششمین نمایشگاه

آنچه در نمایشگاه ششم مطرح بود سوق دادن سیاست‌های نمایشگاه در جهت کاربردی کردن و ارائه طرح‌هایی بود که جنبه‌های کیفی و تجاری نمایشگاه را بالا ببرد که این امر بیش‌ترین نیاز دست‌اندرکاران نمایشگاه بود. تنزل صادرات فرش، تعدد قوانین و رکود فرش در اروپا بسیاری از شرکت‌کنندگان را در خرید با