

معرفی سبک در محصولات کهن ایران^۱

بررسی موردی: ظروف خانگی قرون اول تا پنجم هجری

پدریس بهمنی*، سید رضا مرتضایی**

تاریخ دریافت: ۹۰/۶/۲۸

تاریخ تصویب: ۹۱/۳/۲۰

چکیده

طراحی محصولات از عوامل زیادی تأثیر می‌پذیرد و محصولات مختلف مراحل طراحی خاصی نیاز دارند و در این میان، پیش از هر چیز، طراح باید از فرهنگ و خواسته‌های جامعه هدف آگاهی داشته باشد. حجم گسترده محصولات تولیدی و تنوع بازار باعث شده است استفاده‌کننده دامنه انتخاب بسیار بالایی را تجربه کند و این انتخاب در نهایت از همخوانی باورها و هنجارهای او با محصولات مختلف در محیط زندگی ناشی می‌شود. اشیاء و لوازمی که مردم در زندگی روزمره استفاده می‌کنند، هنگام تحقیق در زندگی و فرهنگ ایشان اهمیتی خاص دارند؛ چنانکه از بررسی آنها می‌توان به شیوه زندگی، رفتار و اعتقادات مردم دست یافت. در این مقاله تلاش ما بر این است که ساختمان سبک در طراحی ظروف خانگی دوران اولیه اسلامی ایران را بررسی کنیم؛ به عبارتی، در این پژوهش، هدف اصلی بررسی سبک طراحی در دو گزینه عناصر مفهوم‌دار و ساختار زیبایی‌شناسی این ظروف است و در این میان از آنالیز گشتالت در عنصر ماکرو و میکرو استفاده می‌شود. ابتدا تعریف‌های مرتبط در مورد خلق و ابداع، سبک و زیبایی‌شناسی بیان می‌شود و سپس با معرفی ظروف خانگی قرون اولیه هجری ایران در جدول‌هایی با استفاده از این آنالیز، سبک یادشده تعریف می‌شود.

واژه‌های کلیدی: سبک، ظروف خانگی کهن ایران، قرون اولیه اسلامی.

۱. مقدمه و مبانی نظری

طراحی اشیاء بخشی از فعالیت حرفه‌ای طراحان صنعتی است. به نظر رودلف بک، طراحی صنعتی، اصلی‌ترین بخش از فصل مشترک چهار حوزه تخصصی هنر، ارتباطات، صنعت و فناوری را تشکیل می‌دهد (Pilditeh, 1970: p. 21). در این مقاله، هنرهای سنتی و طراحی صنعتی محورهای اصلی بحث را تشکیل می‌دهند. چنانکه می‌دانیم، طراحی صنعتی به ارتباطی

که میان انسان و محصول شکل می‌گیرد توجه خاص دارد و از سوی دیگر صنایع دستی، هویت و فرهنگ خاص جامعه را با خود حمل می‌کند. در این میان، اولین مرحله این کنش ارتباطی در شکل محصول نمایان می‌شود. در واقع، «مهمترین عامل در شناسایی هر محصول، شکل آن است. معنای صریح محصول همان کاربرد عملکردی آن [است]، و هر شیء که فرم آن به کاربردش اشاره کند، برای بیننده بامعنا خواهد بود. شناخت

۱. این مقاله از بخشی از مطالعات رساله دکتری پژوهش هنر با عنوان «مبانی طراحی و شکل‌گیری اشیاء در تمدن اسلامی» به راهنمایی دکتر صمد سامانیان و مشاوره دکتر محمد تقی آشوری و دکتر سید رضا مرتضایی در دانشگاه هنر برگرفته شده است.

* دانشجوی دکتری پژوهش هنر دانشگاه هنر تهران؛ bahmanip@iust.ac.ir

** استادیار دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه علم و صنعت ایران



تصویر ۱



تصویر ۲



تصویر ۳

سه نمونه از ظروف قرون اولیه اسلامی با سردیس بالای دسته به ترتیب از بالا: تنگ فلزی موزه ایران باستان بخش اسلامی (عکس: نگارنده)، تنگ شیشه‌ای (موزه آبگینه)، کاسه سفالی (GraBar, 1987)

کرده است: ابزارسازی، گروه زیستی، سخن گفتن، اندیشه‌ورزی (آریانپور، ۱۳۸۰: ص ۳۰). انسان موجودی است که وضع منظر دارد؛ یعنی می‌تواند سیر کند و از آنچه هست، به‌در شود و آنچه هست، نباشد (ریخته‌گران، ۱۳۸۰: ۱۳۷)؛ پس، از آنجا که از منظر سنتی انسان موجودی ذومراتب است، آنچه برای او ساخته می‌شود، باید نیازهای او را

عناصر و ساخت پیام در زبان اشیا موجب تاثیر آنها در ایجاد ارتباط بین فرم و عملکرد و معنی آنها می‌گردد.» (مقدم، ۱۳۸۸: ص ۷۷). این در حالی است که از تفاوت‌های بارز هنر سنتی با هنر مدرن این است که هنر سنتی ذاتاً کاربردی است؛ در حالی که، در هنر مدرن، از بین دو هنر محض و کاربردی، هنر کاربردی را برتر می‌شمارند؛ در حقیقت، در دوره پیش از مدرن هنر اساساً کاربردی بود و هنر غیر کاربردی کمتر یافت می‌شد (بهشتی، ۱۳۸۳: ص ۱۴۰). این اختلاف دیدگاه، درک نشانه‌ها و تزیینات به کار رفته در اشیا ی کهن را برای ما دشوار می‌سازد. در اشیا گذشته، هر کدام از نمادها و نقشمایه‌ها کارکردی معنایی داشت؛ اما محصولات دنیای امروز از این نمادها و نقشمایه‌های کارکردی بی‌بهره شده‌اند و یا کمتر به آنها توجه می‌شود.

تزیین^۱ در زبان انگلیسی در اصل به معنی تأمین تجهیزات ضروری است و در فن بلاغت نیز به آنچه برای ایجاد ارتباط بلیغ کلامی لازم باشد، تزیین می‌گویند. واژه دکوراسیون^۲ به معنای زینت نیز مشتق از دکوروم^۳ به معنای شایستگی است و بر چیزی دلالت می‌کند که برای شیء یا شخصی لازم است تا وظیفه‌اش را به‌درستی ادا کند. تزیین امری مرتبط با عالم هستی، یعنی امری ذاتی، و نه اضافی، است (همان، ص ۱۴۰)؛ به عنوان مثال، سردیس بالای دسته در پارچ‌ها و لیوان‌ها که ممکن است امروزه تزیینی به نظر آید، در گذشته دارای مفهوم خاص معنایی بوده است؛ چنانکه نیروی درونی آن سردیس را ناظر بر آشامیدنی می‌دانستند که باعث تقدس و پاکی و تبرک آن می‌شد؛ گذشته از اینکه محل خاص تعبیه آن، نوعی ویژگی ارگونومیک^۴ ایجاد می‌نمود که کمک می‌کرد بهتر بتوان ظرف را در چنگ گرفت (تصویرهای ۱ تا ۳).

چهار فعالیت انسان را از جانوران دیگر متمایز

1. Decoration
2. Esthetics
3. Decorum
4. ergonomic

در همهٔ مراتب برآورده سازد و از این‌رو، انسان در دنیای سنتی نباید به کارکردهای مادی اکتفا می‌نمود. «در هنر سنتی، تزیین و کاربرد در طول همند؛ زیرا در واقع مراتب مختلف کار کردند. کارکردهایی که هر یکی با یکی از مراتب وجود انسان تناسب دارد» (بهشتی، ۱۳۸۳: ص ۱۴۴۰). این تفکر را ایرانیان پیشین در طراحی اشیا مدنظر قرار می‌داده‌اند.

در همین راستا، بودریار از اشیای حرف‌های سخن می‌گوید؛ اشیایی که عملکرد آنها می‌تواند گواهی بر چیزی بودن، پول، انزوا و یا دلتنگی برای چیزی باشد. این اشیا به صورت نمادین^۱ و سنتی رفتار می‌کنند و بار معنایی بالایی دارند (Boudrilard, 2005: p. 77). وی برای این اشیا

سه ویژگی بر می‌شمرد:

الف. ارزش فضایی آنها وجه تاریخی است؛

ب. ارزش نمادین دارند؛ یعنی فقط خودشان را به تنهایی در نظر نمی‌گیریم بلکه آنها با چیزهای دیگر رابطه برقرار می‌کنند؛ پس وجهی عمیق‌تر دارند که فقط به ظاهرشان ختم نمی‌شود؛

ج. مالکیت: امکان ندارد که به یک شیء آنتیک علاقه داشته باشیم و نخواهیم آن را به صورت مجموعه نگهداری کنیم.

از دیدگاه بودریار، اینگونه اشیا را به دو طریق به وجود می‌آوریم: یا دلتنگی برای خاستگاه آنها و یا وسواس سندیت؛ یعنی می‌خواهیم به وسیلهٔ آنها به خودمان سندیت ببخشیم. در واقع، اشیا شکل گرفته‌اند تا من معنی داشته باشم؛ یعنی آنها جزیی از مشخصات و احساسات من هستند (همان، ص ۹۱). بودریار تا آنجا پیش می‌رود که می‌گوید هر شیء دارای دو عملکرد است: یکی برای استفاده و دیگری برای خودنمایی. وی می‌گوید: اشیا در رویارویی با افراد، یک گفتمان را شکل می‌دهند؛ زیرا ما بر روابط نظام‌مند^۲ تمرکز می‌کنیم و موضوع را به فراموشی می‌سپاریم (همان، ص ۱۱۴). وی همچنین در کتاب **نظام اشیا** تاکید می‌کند اشیای مصرفی

در ایجاد شیوهٔ دسته‌بندی و ساختار بخشیدن به رفتار تاثیر دارند. شیء از راه انتقال معنی خود به‌هنگام استفاده، بر مصرف‌کننده نیز تاثیر می‌گذارد (ساراپ، ۱۳۸۲: ص ۴۶).

اشیای هنری که ما در این مقاله دسته‌بندی می‌کنیم، هر سه ویژگی مورد نظر بودریار (وجه تاریخی، نمادین و مالکیت) را دارند و از این‌رو باید گفت امروزه نیز اگر محصولاتی با استفاده از نشانه‌ها طراحی شود، دارای همین ویژگی‌ها خواهند بود و وجه مالکیت آنها به خاطر ویژگی هویت‌بخشی که از دو بخش تاریخی و نمادین کسب می‌کنند، نمایانتر خواهد بود.

۲. خلق و ابداع و طراحی در دوران

جدید

کلمهٔ خلق در بسیاری زبان‌ها به معنی شکل دادن و ساختن آمده؛ البته نه به معنی خلق کردن از هیچ و پوچ و عدم صرف و تاریکی محض؛ بلکه معنی اصلی آن، نظام بخشیدن به چیزی بی‌شکل یا صورت‌بندی و ریخت‌دادن است. در زبان عربی برای آن چهارده معنی ذکر شده که یکی از آنها اندازه گرفتن قبل از بریدن است. در یونانی به معنی فعل و عمل است و کلمهٔ شعر نیز از همین ریشه است (فولادوند، ۱۳۸۴: ص ۲۲)؛ پس در این تحقیق نیز به همین معنا در طراحی به کار می‌رود و خلق شکل جدید به معنای ساختن فرم از هیچ نیست؛ بلکه همانطور که در روند تولید صنایع دستی به‌خوبی مشهود است، صورت‌بندی و نظام‌بخشیدن به فرم‌های موجود قبلی نیز خلق شکل است.

با این وجود، ماشینی‌شدن تولید در دوره معاصر با یکدست‌سازی محصول، به سرعت کمر به حذف صنایع دستی بست که بنیادش بر احترام به واقعیت ماده، ابزار کار و صنعتگر استوار بود. موریس می‌گوید: «آنچه من هنر واقعی می‌دانم، بیان انسان و بیان خوشبختی او از طریق کار است و باور نمی‌کنم کسی بتواند از کارش راضی باشد بی‌آنکه این سعادت را تجربه کند» (کپس، ۱۳۸۷: ص ۱۷۷). از این‌رو است که جنبش‌های مدرن طراحی اشیا، لحاظ نمودن احساس را از مقوله‌های مهم در

1. Symbolic
2. Ornament

کار تولید هنری به شمار می‌آورند. حرف اساسی و مکرر این دوره، آرزوی تداوم است: «هر روز چیزی نو». امروز سلیقه مردم اساساً از تبلیغات و اشیای مصرفی شکل می‌گیرد که از آنها می‌توان آموزش یافت یا به ابتدال کشیده شد (همان، ص ۷).

امروزه پیچیدگی تولید باعث شده نظر انسان اهمیت یابد. در دوره مدرن، تولید به علت فقدان درک اجتماعی، یعنی فقدان سمت‌گیری برنامه‌ریزی‌شده، غیر قابل استفاده می‌شد و به هدر می‌رفت. برای مقابله با این معضل، انسان در مقابل هر وظیفه جدید و پیچیده، شکلی را در گذشته می‌جوید که بتواند راهنمایی‌اش کند. «وقتی گروهی با مسائل پیچیده اجتماعی و فرهنگی روبه‌رو می‌شوند، اولین گام در جست‌وجوی راه‌حل، به عقب برگشتن و به عاریت خواستن خرد فرهنگ‌های گذشته است.» (همان، ص ۸۴). این امر نشان می‌دهد که هنرمندان صنایع دستی گذشته بیشتر اهل حکمت عملی بوده و در همان حال از حکمت نظری نیز به دور نبوده‌اند. در طراحی امروزی شاید فقر ابداع و خلق فرم‌های جدید از همین جدایی حکمت عملی از نظری باشد. امروزه «ماهیت تکنولوژی نسبتی را ایجاد کرده که در آن طبیعت به عنوان منبع ذخیره موجود انرژی برای مصرف در مقابل انسان نهاده شده است. در این دیدگاه جنبه سودرسانی و کارآرایی و مناسبت آن برای مصرف ملاحظه می‌شود. در این دیدگاه، طبیعت دیگر به عنوان قوه‌ای که از خود برمی‌دهد و چون غنچه شکوفا می‌شود نیست. پس دیگر شیء ظهور بطون نیست. بعد از قرون وسطی بشر چیزی را که در رتبه حس است و اقتضای رتبه حد و اندازه دارد، اصالت داد و دوره مدرن پدید آمد» (ریخته‌گران، ۱۳۸۰: ص ۳۲). جدایی حکمت نظری و عملی از اینجا پدید می‌آید.

وقتی علم شأن تکنولوژیک به خود گیرد، توجه از مقصد علم منصرف می‌گردد و چشم به نتیجه و محصول آن دوخته می‌شود. زمانی که چنین شد، حوزه نظر از عمل و این دو حوزه از ابداع ممتاز می‌شود و تفکیک پیش می‌آید (همان، ص ۱۷۶) و

نتیجه آن، در قالب شکل نگرفتن حس نزدیکی به اشیایی بروز می‌یابد که با این تفکر به وجود می‌آیند.

۳. سبک در طراحی

سبک در زبان فارسی به معنی گذاختن زر و نقره در کوره است؛ همچنین به قلم حکاکی سبک گفته می‌شود. سبک بر وحدتی دلالت می‌کند که در آثار یک فرد یا برهه‌ای از تاریخ نمایان باشد (فرهنگ معین).

ضیمران (۱۳۸۳) هفت تعریف برای سبک در دوره ما برمی‌شمارد: الف. انحراف از گزاره‌های منطقی؛ ب. انحراف از زبان معیار؛ ج. صورت بیرونی ذوق و قریحه هنرمند؛ د. هیئتی که روح هنرمند به یک اثر می‌دهد؛ ه. آرایش و ترتیب اندیشه؛ و. تداوم فرم؛ ز. بیان خاص هر فرد در فرامود عواطف و احساسات. فینچ می‌گوید: «به طور کلی سبک روش خاص انجام دادن هر کاری است. به طور مشخص تر سبک در هنر به معنی ویژگی‌هایی است که به بیننده اثر این امکان را می‌دهند تا بین یک اثر و دیگر آثار هنری رابطه برقرار کند.» (جنسن، ۱۳۸۴: ص ۱۷).

در یک جمع‌بندی می‌توان گفت سبک از سه مقوله فرم، موضوع، و محتوا تشکیل می‌شود.

۳-۱. ساختمان سبک

در بررسی ساختمان سبک دو مقوله حائز اهمیت اساسی هستند:

۱. عناصر مفهوم‌دار (سمانتیک)؛
 ۲. ساختار زیبایی‌شناختی (نحوه چیدمان عناصر مفهوم‌دار و زیباسازی آنها).
- با نگاهی به فرم و کارکرد محصولات متنوع می‌توان تنوع قابل ملاحظه‌ای را در ظاهر آنها مشاهده کرد و رابطه‌های متنوعی را استخراج نمود. طراح می‌تواند از این رابطه‌ها تصویری جهت خلق ارزش اجتماعی - فرهنگی استخراج کند و از این‌رو، ناگزیریم ارزش را نیز به مؤلفه‌های سنتی فرم محصول بیفزاییم. ارزش‌ها سیستم را با انتظارات اکتسابی، عادت‌ها و تجربه‌هایی همراه می‌سازند که سازنده ارتباط هستند و استفاده از محصولات

را شکل می‌دهند. در واقع، می‌توان گفت افلاطون حق داشت با زیبایی‌شناسی^۱ مخالفت کند و معتقد باشد اگر هنر صرفاً بر استتیک (افراد محسوس و مشهود و به قولی جهان تماشا) مبتنی باشد، دیگر در آن ظهوری از حقایق عالم معنوی، روحانی و مثالی نخواهد بود و به سانتیمانالیسم ختم خواهد شد. برای پرهیز از همین نقیصه است که علم نشانه‌ها در دو بعد آن اهمیت می‌یابد:

۱. سینتتیک^۲: بعد ظاهری (فرم، اندازه، رنگ)؛

۲. سمانتیک^۳: بعد معنایی (عناصر مفهوم‌دار که به درک قبلی گیرنده پیام وابسته‌اند).

پیش از حضور علم مدرن، سنت تقلید و آداب و رسوم مؤلفه‌های مؤثری در طراحی و ساخت اشیا بودند. این مؤلفه‌ها همچنین تصویر ذهنی طراح را از آنچه باید طراحی می‌کرد پر می‌کردند. در نتیجه، طی سالیان دراز محصولات به ندرت از نظر کاربرد مادی، روش تولید و فرم ظاهری تغییر می‌کردند و از این‌رو، محصولات در آن زمان خود به نماد تبدیل شده بودند و وظیفه صنعتگر این بود که آن نماد را به کمال رساند.

۱-۳-۱. زیبایی‌شناسی

از جمله مقوله‌های مهم در ارتباط با سبک، استتیک (زیبایی‌شناسی) است. واژه استتیک از لحاظ لغوی به معنای تحقیق در ماهیت ادارک حسی است؛ که نخستین بار الکساندر باوم گارتن آن را در سال ۱۷۵۰ در کتابی با همین عنوان جهت مفهوم خاص‌تر تجربه یا ادراک زیبایی به کار برد. درک زیباشناسانه از یک موضوع، از عوامل عاطفی و نیز عقلی متأثر است. در مبانی طراحی جدید، از جمله مسائل مهم در درک زیبایی‌شناسی، استفاده از سواد بصری است. شناخت به آنچه ارتباط بصری خوانده می‌شود، مانند یادگیری زبان، و در واقع خود نوعی زبان است؛ با این تفاوت که، این زبان تنها از تصویر تشکیل شده است و این تصاویر برای ملل مختلف، با زبان بصری خاص خودشان،

1. esthetics
2. Synthetics
3. Semantics

معنایی یکسان دارند. زبان بصری نسبت به زبانی که با آن صحبت می‌کنیم، محدودتر است؛ اما مسلماً ارتباطی مستقیم‌تر برقرار می‌کند و مثال بارز آن یک فیلم خوب است که اگر تصاویر بتوانند داستان را خوب بیان کنند، دیگر به استفاده از واژه‌ها نیاز نخواهد بود.

ارتباط بصری وسیله‌ای برای انتقال از یک فرستنده به یک دریافت‌کننده است که هیچ چیز نمی‌تواند جایگزین آن شود اما شرط اولیه آن دقیق بودن اطلاعات، عینیت داشتن علامت‌ها، وجود سیستم رمزگان واحد و نبود سوءتفاهم است. روشنی و سادگی موضوع، درکل یکی از تأکیدهای همیشگی در زبان بصری است. برای خلاصه‌سازی یک موضوع به زبان بصری تلاش فراوانی لازم است و برای اینکه اطلاعات دقیق‌تر ارائه شود، نباید با افزودن زواید اطلاعات را پیچیده‌تر کرد؛ بلکه اضافات را باید از بین برد.

انسان در کنار گرایش‌ها و تمایلات گوناگون، گرایش به زیبایی نیز دارد که هرچند غالباً با دیگر نیازهای انسان توأم می‌شود، مستقل از آنها است؛ مثلاً غذایی که انسان برای رفع نیاز بدن می‌خورد، اگر خوش رنگ و بو نیز باشد و در ظرف‌هایی تمیزتر، زیباتر و مرغوب‌تر عرضه شود، طبیعتاً انسان از آن لذت بیشتری خواهد برد (مصباح یزدی، ۱۳۸۴: ص ۲۰۴). قرآن کریم روی این موضوع هم مکرر تکیه کرده و به این خواست و گرایش فطری انسان توجه فرموده است. خداوند در برخی آیات، تمام آنچه را که روی زمین آفریده، زینت زمین معرفی می‌کند (همان، ص ۲۱۳).

۲-۱-۳. درک زیبایی‌شناختی

طراح صنعتی باید تولید صنعتی کاربردی را چنان زیبایی‌شناسانه طراحی نماید که مورد قبول تعداد زیادی از مصرف‌کنندگان مختلف قرار گیرد و استفاده‌کنندگان در جریان استفاده، محصول را بپسندند و آن را منطبق بر شخصیت اجتماعی خود بیابند.

درک آگاهانه کارکردهای زیبایی‌شناختی تولیدات، از گسترش شناخت‌های احساسی انسانها و آگاهی

او به توانمندی‌هایش نشأت می‌گیرد. تولید صنعتی برای ارزشی شدن، باید در مقایسه با محصولات عرضه‌شده معمول، اطلاعات بیشتری عرضه کند.

۳-۱-۳. ارزش زیبایی‌شناختی

کارکرد زیبایی‌شناختی تولیدات صنعتی مبنای خروجی معناهای ارزش‌های زیبایی‌شناختی آن است. به کلیه ارتباطات احساسی محصول با استفاده‌گر، کارکرد زیبایی‌شناختی آن محصول می‌گوییم؛ بنابراین، در یک بیان کلی باید گفت: توجه به عناصر گشتالت (از جمله جنس، رویه و فرم) و نیز چگونگی بیان و ساده یا پیچیده بودن ساختار آنها همگی از سبکی ناشی می‌شوند که طراح جهت ارائه محصول خود انتخاب می‌کند و این، جز با تسلط کامل به عناصر سواد بصری و ارتباط آنها به بازار هدف حاصل نمی‌شود.

۴. هویت‌سازی با بهره‌گیری از صنایع دستی

صنعت دستی هر قوم گوشه‌ای از هویت آن قوم را در گذشته تاریخی‌اش نشان می‌دهد و حضورش در دوران معاصر، حلقه واسط و رابط بین هویت گذشته و هویت کنونی این قوم و عرضه هویت گذشته قوم یا تاریخ وی به اقوام دیگر است؛ در نتیجه، یکی از عوامل اصلی و اساسی در معرفی اقوام به یکدیگر و نشان دادن عواطف و احساسات آنها، ظرافت‌ها، دقت‌ها، لطف‌ها، صفاها، و مهر و محبت‌هایی است که در یک قوم وجود داشته و دارد و در نقوش و رنگ‌ها و ترکیب آنها و چگونگی استفاده از وسایل و ابزار عرضه می‌شود و وجهه فرهنگی این صنایع و اهمیت آن در توسعه فرهنگی زمان ما و سهم و اثر آن در ایجاد تمدن و توسعه اقتصادی و اجتماعی زمان گذشته و تلطیف وضع کنونی توسعه ماشینی از این ویژگی‌ها ناشی می‌شود. صنعت دستی در گذشته، کم و بیش، گزارشگر کمال و جمال و حقیقتی بود که آدمی همواره در جستجوی آن است. توجه به این صنایع در حال حاضر نه تنها ما را با گذشته مردمان در هر منطقه پیوند می‌دهد، در حد مقدور

می‌تواند ما را در پیمان جو و محیطی قرار دهد که انسان ماشین‌زده امروز از آن جدا مانده است. صنایع قومی، محل انتقال هنجارها و ارزش‌های فرهنگی است. آگاهی‌های ما از چگونگی زندگی و انگاره‌های معیشتی و نظام‌های آیینی - عقیدتی اقوام و جوامع از میان‌رفته دوران کهن از مطالعه و بررسی آثار مادی و بازمانده از این قوم‌ها و جامعه‌ها، و نقش‌ونگارهای روی این آثار به دست آمده است.

اگر فرهنگ را مجموعه‌ای از نشانه‌ها و نمادها بگیریم که مردم جامعه برای ارتباط با یکدیگر در میان خود به کار می‌برند، این نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی در زندگی اقوام و جوامع اولیه به دو صورت از راه‌های عناصر مادی (ابزار و اشیا) و عناصر غیرمادی یا معقول (زبان و ادبیات) تجلی کرده است. در این جوامع، فرهنگ، صورتی همگن داشته و مجموعه رفتارهایی را در بر می‌گرفته که به تمام اعضای قوم یا جامعه متعلق بوده است.

در بسیاری از هنرهای سنتی گذشته، نوعی ارتباط با طبیعت و جهان هستی و امر قدسی مشاهده می‌کنیم؛ گویی، انسان طراح یا صنعتگر هنگام آفرینش صنعتی و هنری، خود را با طبیعت و جهان هستی و خالق کل جهان هستی در ارتباط قرار می‌داده است. در اشیای خانگی ایران کهن نیز این ویژگی مشاهده می‌شود. «هنرهای سنتی از زیبایی و دل‌آرایی طبیعت زنده و انسان سرزنده سرشار است و به همین خاطر هرچه را که برای زندگی مفید است «زیبا» می‌دانند.» (مددپور، ۱۳۸۷: ص ۱۴۱).

۵. معرفی اشیای خانگی قرون اول تا پنجم هجری

برای بررسی اشیای خانگی این دوران از آنالیز گشتالت استفاده کرده‌ایم. این آنالیز بر ساختار کلی اجسام در ارتباط با اجزای آنها تاکید دارد و اجزا را به دو بخش ماکرو (بزرگ) و میکرو (کوچک) تقسیم می‌نماید. ما در این تحقیق اشیای این دوران را با توجه به جنس، فرم، نقش‌مایه و رعایت مولفه‌های انسانی مورد بررسی قرار داده‌ایم و نتیجه آن در جدول‌های ۱، ۲ و ۳ خلاصه شده است.

جدول ۱: رابطه بین عملکرد ظرف و نقش

ظروف	فرم	نقش	مظروف
کاسه	استوانه‌ای، کراهی، دسته‌دار و بی‌دسته، لبه‌های کنگره‌ای	بز، مرغابی، ماهی، کبوتر، شاهین، انسان، برگ درخت، طاووس، خطاطی	انواع آش، آب، ماست
بشقاب	گرد	انسان، اسب، درخت، هدهد، برگ درخت، اردک، گوزن، سگ شکاری	انواع آش، میوه
پارچ و تنگ و صراحی	گردن باریک، کمرباریک	برگ‌های پهن، قرقاول، طاووس، خروس	آب، دوغ، شربت
لیوان و جام	پایه‌دار و ساده	ساده یا طرح‌های هندسی	آب، شربت، دوغ
ریتون	حاوی فرم‌های حیوانی	بز، پرنده، گربه، عقاب، خروس	عود، شربت، گلاب
دیگ و ظروف بزرگ	محدب	انسان، حیوان، درخت، پرنده	انواع آش و غذاهای نذری

جدول ۲: ظروف این دوران بر اساس نوع و رعایت ارگونومی

نوع ظرف	جنس	ارگونومی	شماتیک
کاسه	شیشه، فلز، سفال	زائده بالای دسته جهت چنگ زدن آسان در برخی موارد، بافت‌دار ردن رویه	
بشقاب	فلز، سفال	با عمق متناسب جهت نگهداری غذاهای مایع	
پارچ و تنگ و صراحی	شیشه، فلز	گردن دارای حلقه‌های افزوده جهت چنگ زدن آسان، و با زائده بالای دسته	
لیوان و جام	شیشه، سفال	پایه جهت ایستایی، دستگیره برای چنگ زدن با انگشت	
ریتون	شیشه، فلز	استفاده از انحنا طبیعی شکل جانور جهت ایستایی	
ظروف بزرگ و خمره	فلز، سفال	تعبیه چهار دسته در چهار طرف برای حمل بهتر بار در برخی موارد	

۱. طرح روی جلد (GraBar, 1987).

۲. لیوان شیشه‌ای قرون دوم تا سوم هجری موزه رضا عباسی عکاس: نگارنده.

۳. ریتون شیشه‌ای موزه ایران باستان بخش اسلامی

جدول ۳: ظروف این دوران بر اساس عناصر ماکرو و میکرو

نوع ظرف	عناصر ماکرو	عناصر میکرو
کاسه	لبه‌های کنگره‌دار، طراحی خطی بر بدنه، خوشنویسی، طرح بر وسط داخلی ظرف	برجستگی جانور مانند، بالای دسته، حاشیه‌بندی بر لبه بالایی، نقش‌های پر کننده فضاهای خالی
بشقاب	طرح اصلی وسط ظرف، فضاهای تقسیم‌بندی در وسط و حاشیه، حیوان، انسان یا پرنده بر وسط ظرف	نقش‌های حاشیه‌بندی در چند ردیف، بافت بال و بدن جانوران، میوه‌ها
پارچ و تنگ و صراحی	فرم کره‌ای پایین ظرف، فرم مخروطی در پارچ‌های کمرباریک، گردن باریک و کشیده و استوانه‌ای	دسته، جانوران بالای دسته، محل اتصال گردن به تنه، بافت افزوده گردن، دهانه، بافت لانه‌زنبوری بدنه
لیوان و جام	فرم کلی، پایه کوچک، لبه صاف	نقش‌های بدنه، دستگیره کوچک
ریتون	سر یا بدن جانور	گوش یا شاخ، بافت بدن
ظروف بزرگ	فرم کلی گرد، لبه برگشته	سه‌پایه کوچک، چهار دستگیره بر اطراف، حاشیه‌بندی بر شکم ظرف، نقوش بدنه

۶. نتیجه‌گیری

برای جمع‌بندی سبک طراحی اشیای خانگی در قرون اول تا پنجم هجری ایران، عناصر طراحی را بنا بر ساختمان سبک، در دو گروه عناصر مفهوم‌دار (سمانتیک) و ساختار زیبایی‌شناختی (نحوه چیدمان عناصر مفهوم‌دار و زیبا ساختن آن‌ها) قرار می‌دهیم.

تمامی نقش‌ونگارها و نماد و اسطوره‌های جلوه‌گر شده بر ساختار و فرم اشیای در گروه عناصر مفهوم‌دار قرار می‌گیرند. از جمله این عناصر می‌توان به نقوش و نمادهای هندسی، گیاهی، حیوانی و انسانی اشاره کرد: از نقوش هندسی، دایره جلوه و کاربرد بیشتری دارد؛ همچنین نقوشی به صورت خطاطی در ظروف استفاده شده است که این خطوط به شکل هندسی تزیین و آرایه شده‌اند. به طور کلی، در بسیاری از موارد نقوش گیاهی و حیوانی نه به صورت تک و مجزا بلکه به صورت حاشیه‌بندی در اطراف و دورادور ظروف مشاهده می‌شوند. با توجه به حیوانات نقش‌پرداز شده، به راحتی می‌توان با توجه به مفاهیم نمادین و اصلی آب و نور؛ باروری، حاصلخیزی و فراوانی، نور و پاک‌ی این حیوانات را در گروه‌های مشخصی قرار داد.

ساختار زیبایی‌شناختی در ارتباط هماهنگی میان کاربرد و تزیین قرار دارد؛ به گونه‌ای که رعایت مؤلفه‌های انسانی مانند ارگونومی در به چنگ گرفتن اشیاء، خود، حاکی از تفکری گسترده است. سردیس‌های بالای دسته در پارچ‌ها و برخی از کاسه‌ها نمونه‌ای از این موارد است که طراح آن، علاوه بر جنبه کاربردی به چنگ گرفتن آسانتر، به تقدس و امور معنوی در مظروف نیز توجه کرده است. همچنین ارتباط ظرف و مظروف و فرم و کاربرد از دیگر جنبه‌های برجسته در سبک طراحی این اشیاء است.

به طور کلی، در بسیاری از هنرهای سنتی گذشته نوعی ارتباط با طبیعت و جهان هستی و امر قدسی مشاهده می‌کنیم؛ گویی، انسان طراح یا صنعتگر هنگامی که به آفرینش صنعتی و هنری دست می‌یازد، خود را با طبیعت و جهان هستی و خالق کل جهان هستی در ارتباط قرار می‌دهد. در اشیای خانگی ایران کهن نیز چنین چیزی مشاهده می‌شود. از خصوصیات این سبک می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: تحریف در شکل، زیادی اشکال در تابلو و پرمودن جاهای خالی، نقوش اسلامی از انواع هندسی و گیاهی، استفاده از نمادهای رمزی در ارتباط با مظروف.

منابع تصویرها و شکل‌ها - موزه آبگینه و سفالینه‌های ایران، تهران.

- GraBar, Oleg (1987), **The Formation of Islamic Art**, Yale University, New Haven and London.

منابع

- آریان‌پور، امیرحسین (۱۳۸۰)، **جامعه‌شناسی هنر**، چ ۴، نشر گستره، تهران.
- آسایرگر، آرتور (۱۳۷۹)، **نقد فرهنگی**، حمیرا مشیرزاده، انتشارات باز، تهران.
- بهشتی، سید محمد (۱۳۸۲)، «زیبایی و کاربرد در هنر سنتی»، **فصلنامه فرهنگستان هنر**، صص ۱۴۰-۱۴۵.
- پیرنیا، حسن (۱۳۸۳)، **عصر اساطیری تاریخ ایران**، به اهتمام سیروس ایزدی، چ ۲، انتشارات هیرمند، تهران.
- جنس، چارلز (۱۳۸۴)، **تجزیه و تحلیل آثار هنرهای تجسمی**، ترجمه بتی آواکیان. سمت. تهران.
- ریخته‌گران، محمدرضا (۱۳۸۰)، **هنر، زیبایی، تفکر**. نشر ساقی، تهران.
- ساراپ، دادن (۱۳۸۲)، **راهنمایی مقدماتی برپایی ساختارگرایی و پست مدرنیسم**، محمدرضا تاجیک، نشر نی، تهران.
- ضمیران، محمد (۱۳۸۳)، **درآمدی بر نشانه‌شناسی هنر**، چ ۲، نشر قصه، تهران.
- فرای، ریچارد (۱۳۶۳)، **عصر زرین فرهنگ ایران**، مسعود رجب‌نیا، چ ۲، انتشارات سروش، تهران.
- فولادوند، محمد مهدی (۱۳۸۴)، **نخستین درس زیبایی‌شناسی**.
- کپس، جنورگی (۱۳۸۷)، **زبان تصویر**، فیروزه مهاجر، چ ۷، انتشارات سروش، تهران.
- مددپور، محمد (۱۳۸۷)، **تجلیات حکمت معنوی در هنر اسلامی**، چاپ و نشر بین‌الملل، تهران.
- مصباح یزدی، محمد تقی (۱۳۸۴)، **اخلاق در قرآن**، ج ۲، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، قم.
- مقدم، نسرین (۱۳۸۸)، «فرایند شناسایی محصول نشانه‌شناسی و معنی‌شناسی محصول»، **نشریه هنرهای زیبا**، ش ۳۷، صص ۷۷-۸۶.

- Baudrillard, Jean (2005), **The System of Objects**, VERSO, UK- USA.
- Cohen, David & Scott Anderson (2006), **A Visual Language: Elements of Design**, Herbert Press, London.
- Pilditch, James (1970), **Communication by design: A study in Corporate Identity**, Mcgraw Hill, London.
- GraBar, Oleg (1987), **The Formation of Islamic Art**, Yale University, New Haven and London.