

تبیین رویکرد و فرایند هم‌آفرینی در صنایع دستی بومی

حسین نوروزی قره‌قشلاق*
سمیه صالحی**

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۰۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۰۲

چکیده

صنایع دستی بومی در شرایط کنونی نیاز به مطالعات عمیق از منظر روش‌ها و فرایند تولید دارد. در دنیای مدرن، هم‌آفرینی به‌عنوان الگوی علمی و نتیجه‌بخش در بسیاری از فعالیت‌های مشارکتی بین متخصصان مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. به‌نظر می‌رسد این روش برای احیاء، حفظ و توسعه یک هنر-صنعت محلی نیز مفید واقع شود. بر این اساس، پژوهش حاضر درصدد است فرایند هم‌آفرینی در صنایع دستی را با تأکید بر الگوی پیشنهادی سندرز و استپرز مورد بررسی قرار دهد. به بیانی دیگر، پژوهش حاضر مراحل و چگونگی مشارکت طراحان و صنعتگران صنایع دستی را بر مبنای الگوی هم‌آفرینی تشریح خواهد کرد. مطالعه حاضر از نوع کیفی و بر مبنای روش پدیدارشناسی توصیفی انجام شده است. داده‌ها نیز به روش کتابخانه‌ای و از منابع اینترنتی گردآوری شده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که هم‌آفرینی در گام اول به‌عنوان یک ظرفیت برای ایجاد و انتقال دانش در حوزه صنایع دستی، بین افراد و سایر صنایع عمل می‌کند. یادگیری تجربی و دانشی که از طریق این نوع همکاری به‌دست می‌آید، عنصر مهمی در توسعه حرفه‌ای فعالین این حوزه است. همچنین نتایج بیانگر آن است که طراحان این حوزه می‌توانند به‌عنوان رابطان تغییر عمل کرده و از نظر فنی، اقتصادی و اجتماعی مؤثر واقع شوند؛ از طرفی صنعتگران نیز دانش تجربی و ضمنی خود را از این مسیر انتقال و گسترش خواهند داد. در نهایت، هم‌آفرینی می‌تواند به‌عنوان رویکردی الهام‌بخش برای توسعه صنایع دستی بومی بسیاری از مناطق ایران، مورد استفاده صنعتگران و طراحان این حوزه قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها:

هم‌آفرینی، صنایع دستی، طراح، صنعتگر، توسعه.

* استادیار، گروه صنایع دستی، دانشگاه اراک، اراک، ایران (نویسنده مسئول) / h-norouzi@araku.ac.ir

** مربی، گروه فرش، دانشگاه اراک، اراک، ایران / s-salehi@araku.ac.ir

۱. مقدمه

صنایع‌دستی بومی (سنتی، محلی)، بازتابی از رابطه انسان با محیط اطرافش در گستره تاریخ، فرهنگ و اجتماع است. به‌طور حتم اهداف صنایع‌دستی بومی با به‌کارگیری مواد اولیه از محیط اطراف، ابتدا، تولید محصولاتی جهت رفع نیاز و در ادامه، زمینه‌ای برای درآمدزایی بوده‌است. در عصر حاضر و با افزایش روند صنعتی‌شدن و ظهور مواد اولیه جدید، تولید محصولات همسان (یک‌شکل، مشابه) رونق بیش‌تری گرفت و به‌نوعی تقاضا برای صنایع‌دستی سنتی به شدت کاهش یافت. صنعتگران این حوزه، برای رقابت با محصولات تولید انبوه، به ناچار باید کارهای دست‌ساز خود را با قیمت‌های پایین‌تر بفروشند. در این راستا، گرین‌هالگ اذعان دارد که صنایع‌دستی بین هنر و تفکرات اقتصادی طراحی^۱ قرار دارد و اغلب بدترین‌های هردو جهان را دریافت می‌کند. هنرمندان به‌طور طبیعی از طریق فروش آثار هنری دست‌ساز خود با حاشیه سودآوری کسب درآمد می‌کنند و طراحان فعال در حوزه صنعت، با طراحی اشیائی که به تولید انبوه می‌رسند امرارمعاش می‌کنند. با توجه به این‌که محصولات صنایع‌دستی صنعتگران فاقد مؤلفه‌های لازم و اعتباری هنر است و از طرفی نیز ویژگی تکرارپذیری طراحی محصول را ندارد، صنعتگران این حوزه اغلب مجبورند آثار منحصربه‌فرد خود را با قیمت تولید انبوه به فروش برسانند. در عین حال، صنایع‌دستی بومی شامل روش‌ها و فرایندی است که ریشه در دانش محلی دارد و در طول زمان تقویت شده‌است و به گونه‌ای بخشی از میراث فرهنگی یک ملت محسوب می‌شود و از این‌رو ضرورت دارد که دانش، مهارت، تولیدات و به‌طور کلی ظرفیت‌های صنایع‌دستی بومی در ارتباط و پیوند با سایر زمینه‌های علمی و مهارتی، گسترش و توسعه یابد (Greenhalgh, 2003: 6).

هم‌زمان با ظهور گرایش‌های علمی بین‌رشته‌ای، محققان حوزه‌های مختلف در تلاش برای ارائه روش‌های جدید همکاری و تبادل اطلاعات هستند. به زعم آن‌ها توجه به رویکردها، الگوها و روش‌های جدید همکاری و مشارکت، موجب تقویت نقش علوم مختلف در عرصه‌های اجتماعی است. پیش از این دیدگاه، همکاری در قالب انتقال دانش از یک طرف به طرفی دیگر معنی پیدا می‌کرده‌است. اما در دوره جدید، هم‌آفرینی^۲ به‌عنوان روشی از همکاری به مفهوم حل مشارکتی مسائل از طریق برقراری یک رابطه نزدیک مطرح شده‌است (طاهرپور، ۱۴۰۰: ۱۳۷). در هم‌آفرینی، روابط افراد بر مبنای شریک‌بودن^۳ تعریف می‌شود. به‌زعم فورستر^۴ از مهم‌ترین دلایل اصلی مشارکت و همکاری افراد و نهادها با یکدیگر، تصاحب منابع ناهمگن و مختلف توسط هریک، و وابستگی به منابع یکدیگر است. بنابراین، تعامل، همکاری و گفت‌وگو نزدیک، اهمیت فزاینده‌ای در هم‌آفرینی و بهره‌وری از منابع یکدیگر دارد (Forsström, 2005: 18). از طرفی این نوع ارتباط، ابزاری برای تقویت و گسترش تعامل‌های اجتماعی محسوب شده و نتایجی از جمله افزایش بردباری در مقابل دیدگاه مخالف، تقویت گرایش به مشارکت و اقدام جمعی، رشد و بالندگی اندیشه جمعی و کشف مسیر جدید برای حل مسائل ارتباط ذهنی و عاطفی در فعالیت گروهی، تلاش و مسئولیت‌پذیری در دستیابی به اهداف گروه و ... را در پی خواهد داشت (طاهرپور، ۱۴۰۰: ۱۳۷).

هم‌آفرینی در زمینه و حوزه‌های مختلف اقتصادی، مدیریتی، فرهنگی، زیست‌محیطی، درمانی، تولیدی، تجاری و ... قابل اجرا و توجه بوده که هدف نهایی آن ارزش‌آفرینی، توسعه و بهبود شرایط است. یکی از مهم‌ترین روش‌های همکاری در بین صنعتگران هنرهای سنتی در جهان، مشارکت صنعتگران و طراحان در قالب هم‌آفرینی است (Groth & Arild, 2018: 2). به‌عنوان مثال، در بخش‌هایی از قاره آسیا، جنبش «یک روستا یک محصول»^۵ که منشأ آن در ژاپن است و در بسیاری از کشورهای آسیایی نیز ترویج می‌شود، ساکنان محلی را تشویق می‌کند تا محصولات متمایزی را از طریق همکاری با متخصصان در زمینه‌های مختلف و از جمله طراحان این حوزه تولید کنند. در کشور تایلند نیز با الهام از جنبش مذکور و در راستای ترویج و ارزش‌آفرینی منابع و محصولات محلی، برنامه «یک شهر یک محصول»^۶ پی‌ریزی شد. از اهداف این رویداد، تشویق همکاری‌های نتیجه‌بخش بین صنعتگران و طراحان، اعمال زیبایی‌شناسی آگاهانه در فرایند طراحی محصولات محلی و ایجاد آگاهی عمومی به صنایع‌دستی منطقه است (Suntrayuth, 2016: 2). در همین رابطه، سازمان‌هایی مانند یونسکو^۷، شورای جهانی صنایع‌دستی^۸، کمک به صنعتگران^۹، اقدام به آموزش، جذب و به‌کارگیری طراحان مختص این حوزه برای همکاری با گروه‌های صنعتگر در راستای توسعه محصولات جدید صنایع‌دستی در بازارهای نوظهور را انجام داده‌اند (Rana, 2008: 32).

به‌طور کلی در فرایند هم‌آفرینی، گروه‌های طراح و صنعتگران محلی، عمدتاً در زمینه و منطقه هنر بومی تعامل و مشارکت علمی و عملی در راستای شناسایی و خلق نوآوری بر پایه خلاقیت جمعی ایجاد می‌کنند. طراحان با همکاری صنعتگران این توانایی را پیدا می‌کنند تا شکاف بین ایده و عمل را پر کرده و عناصر هنری و خلاقانه را با نتایج عملی و قابل تحقق پیوند دهند. طراحان می‌توانند با پیوند دادن سنت با مدرنیته به

احیای صنایع دستی بومی کمک کنند و از این طریق به برآورده کردن خواسته‌های جامعه مدرن کمک کنند (UNESCO, 2005: 92-106). در این روش، تکنیک‌های تولید توسعه می‌یابد و سطح جدیدی از کیفیت زیبایی‌شناسی ارائه می‌شود و همچنین فرصت‌های نوظهور در عرصه تجارت برای هردو گروه و سایر ذی‌نفعان شکل می‌گیرد (Nurgraha & Siddiq, 2022: 764). از طرفی نیز این فرایند می‌تواند به‌عنوان پاسخی به ذهنیت پرسشگر و کنج‌کاو علم طراحی در خصوص نحوه حضور خود در صنایع دستی بومی باشد. استفاده از علم طراحی در صنایع دستی سنتی نه تنها می‌تواند مفاهیم فرهنگی و اهمیت قومی را افزایش دهد، بلکه فرصت‌ها و مدل‌های بیش‌تری را برای توسعه پایدار صنایع دستی سنتی ارائه می‌دهد (Li, Ho, & Yang, 2019: 2). شواهد ذکر شده نشان می‌دهند که هم‌آفرینی طراحان و صنعتگران، یک روش به‌طور گسترده موثر برای احیای صنایع دستی محلی و تحریک توسعه اقتصادی یک منطقه است (Bell & Jayne, 2003: 267).

با توجه به اهمیت رویکرد هم‌آفرینی و فعالیت‌های مشارکتی در عرصه توسعه و تولید صنایع دستی، و همچنین عدم توجه به چنین رویکردی در جامعه، پژوهش حاضر با هدف شناخت و تشریح رویکرد هم‌آفرینی در این حوزه و با تأکید بر مدل سندرز و استپرز^{۱۱} انجام شده است. به بیان دیگر، هدف آن است که روش هم‌آفرینی پیشنهادی سندرز و استپرز برای طراحان که به منظور کمک به جامعه صنعتگران محلی تبیین شده است، مورد بررسی، تشریح و تکمیل عملیاتی قرار گیرد و قابلیت‌های آن در توانمندسازی صنعتگران صنایع دستی بومی مشخص گردد. بر این اساس سوال اصلی تحقیق نیز چنین مطرح می‌گردد که هم‌آفرینی در صنایع دستی چگونه انجام می‌گیرد و این رویکرد چه نتایجی را دربر خواهد داشت؟ همان‌طور که بیان شد، این رویکرد در ایران تاکنون مورد توجه در عرصه نظر و عمل نبوده و این مسئله ضرورت انجام پژوهش حاضر را می‌رساند. از طرفی، طبق اظهارات صنعتگران، صنایع دستی در شرایط کنونی به افرادی نیاز دارد که از دانش روز در این حوزه برخوردار بوده و مشکلات تولید (از جنبه فنی و هنری) را شناسایی و راهکاری در جهت مرتفع ساختن آن ارائه دهند (نوروزی قره‌شلاق، زکریایی کرمانی و نصرافهانی، ۱۴۰۱: ۱۶۷).

این مسئله بیانگر آن است که هم‌آفرینی و مشارکت گروهی و با هدف تولید دانش جدید و نوآوری، می‌تواند به طیف گسترده‌ای از طراحان، تولیدکنندگان و به‌طور کلی ذینفعان حوزه صنایع دستی کمک کرده و راهکاری در خصوص رفع برخی مشکلات عرصه طراحی و تولید و به‌طور کلی توسعه صنایع دستی بومی باشد. لازم به ذکر است در ایران، دانشجویان و دانش‌آموختگان صنایع دستی به‌عنوان برنامه‌ریزان، هدایتگران و طراحان این حوزه شناخته می‌شوند که مهارت‌های علمی و عملی و اندیشه خویشت را در جهت رونق و بهبود کیفیت هنری و کاربردی محصولات صنایع دستی به کار می‌گیرند (قربانی، ۱۳۹۸: ۱۰۵). اما با توجه به این که رویکرد هم‌آفرینی در آموزش‌های رسمی صنایع دستی در ایران کمتر مورد توجه بوده است، شناخت دقیق مراحل کاربردی آن در حوزه صنایع دستی بسیار ضرورت دارد. بر این اساس به نظر می‌رسد تبیین و تشریح رویکرد هم‌آفرینی می‌تواند مورد توجه جدی و مورد استفاده جامعه مذکور قرار گیرد.

۲. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کیفی و از منظر هدف جزء تحقیقات کاربردی محسوب می‌شود که به روش پدیدارشناسی توصیفی^{۱۱} انجام شده است. داده‌ها و اطلاعات تحقیق نیز به روش کتابخانه‌ای و از منابع اینترنتی گردآوری شده‌اند. بر این اساس در تبیین و تشریح الگو و فرایند هم‌آفرینی در صنایع دستی و در واقع در تحلیل عملیاتی الگوی مذکور از روش پدیدارشناسی توصیفی استفاده شده است. به زعم اسپیکلبرگ^{۱۲} پدیدارشناسی توصیفی، کاوش، تحلیل و توصیف مستقیم یک پدیده خاص با هدف به حداکثر رساندن شناخت آن است. تجربه‌زیسته پژوهشگران نیز می‌تواند بر غنا، وسعت و عمق پدیده بیفزاید (محمدپور، ۱۳۹۲: ۲۷۶-۲۷۷). تحلیل و تشریح، مهم‌ترین مراحل این نوع از تحقیق است. در تحلیل، شناسایی ذات پدیده مورد بررسی، بر اساس داده‌های به‌دست آمده و نحوه ارائه داده‌ها بررسی می‌شود و در تشریح، ارتباط دادن و به نگارش درآوردن عناصر اساسی پدیده انجام می‌گیرد. تشریح، مبتنی بر طبقه‌بندی یا مرحله‌گذاری پدیده است (همان، ۲۷۷).

همان‌طور که بیان شد، فرایند تحلیل و تشریح در این روش اهمیت به‌سزایی دارد. در پژوهش حاضر، تحلیل به شناخت پدیده هم‌آفرینی در صنایع دستی (بخش ۴-۱) منجر شده است. در این بخش، شناسایی و شناخت پدیده هم‌آفرینی در صنایع دستی با تأکید بر الگوی سندرز و استپرز و همچنین بهره‌گیری از نظریات سایر پژوهشگران به‌دست آمده است. نقش تجربه پژوهشگران در تحلیل داده‌ها و مباحث مرتبط با تبیین الگو، ملموس است که از این منظر، در ارتباط با شناخت مؤلفه و پدیده «هم‌آفرینی در صنایع دستی» به پژوهش حاضر جنبه پدیدارشناسی بخشیده است. در بخش تشریح که فرایند هم‌آفرینی در صنایع دستی را شامل می‌شود (بخش ۴-۲)، عملاً تجربه نویسندگان در این حوزه مشهود

بوده و به کار گرفته شده است. با توجه به این که الگوی پیشنهادی سندرز و استپرز به کلیات اشاره دارد، در ادامه سعی شده با بهره‌گیری از تجربیات، الگوی مذکور با شرایط مورد نیاز در طراحی صنایع دستی منطبق و سازگار شود. بر این اساس و طبق مباحث ذکر شده، مرحله‌گذاری پدیده هم‌آفرینی در صنایع دستی و مراحل عملیاتی آن در این گام انجام شده است. به عبارتی دیگر، در این بخش هدف بر آن است که صرفاً به شناخت الگو و پیشنهاد آن اکتفا نشده و ابعاد مختلف الگو در عمل که برگرفته از تجربیات است، کاملاً مدون، مشهود و عملیاتی گردد. بر این اساس پژوهشگران از تشریح خام پدیده اجتناب کرده و سعی کرده‌اند مراحل الگوی مذکور را به شکلی عمیق و با رویکردی عملیاتی تشریح کنند.

۳. بررسی ادبیات نظری

۳-۱. ضرورت ارتباط آموزش با جامعه و هنر بومی

در طی دهه گذشته، مؤسسات آموزش عالی با ظرفیت خود در پرورش متخصص علمی سبب ایجاد محرک‌های نوآوری و تنوع در عمل حرفه‌ای در صنایع دستی شده‌اند. فعالیت و پژوهش‌های گروهی دانشگاهی که مبتنی بر عمل هستند، منبع مهمی از نوآوری در صنایع دستی به حساب می‌آیند. کاربرد مهارت و دانش فنی و نظری برای دستیابی به پیشرفت در ارائه خدمات جدید یا قدرت و تمرکز مورد نیاز برای هدایت حرفه‌ای شاغلین حوزه صنایع دستی از آموزش عالی نشأت می‌گیرد (Burns, Gibbon, Rosenberg, & Yair, 2012: 2). ارتباط دانشگاه با جامعه، صنعت و عرصه تولید از مسائل مهم آموزش عالی محسوب می‌شود. بسیاری از تولیدکنندگان صنایع دستی در کشور، افرادی هستند که از طریق آموزش‌های سنتی به کسب مهارت و تولید پرداخته‌اند و این مسئله ضرورت ارتباط دانشگاه با جامعه صنعتگر بومی را می‌رساند (نوروزی قره‌قشلاق و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۶۷). انگلند نیز این مسئله را مورد توجه قرار داده و اذعان می‌کند که توسعه شبکه‌های ارتباطی و مشارکت دانشجویان از طریق پروژه‌های مشترک در بیرون از دانشگاه، علاوه بر توسعه صنعت، سبب تقویت درک دانشجویی و توسعه مهارت‌های حرفه‌ای برجسته می‌شود (England, 2018: 3). بر این اساس لازم است ارتباط بین دانشگاه و جامعه بیش از پیش تقویت یابد. این امر به قدری مهم است که کشور هند رویکرد اصلی آموزش صنایع دستی را مبتنی بر توسعه هنرهای سنتی از طریق ارتباط با جامعه تولیدکننده سنتی می‌داند. هدف آموزش دانشگاهی هند، تغییر در صنایع دستی بومی با رویکردی علمی و هدفمند و در راستای حفظ جنبه‌های فرهنگی و بومی محصولات و ارج نهادن به آن‌هاست. به‌طور کلی آموزش عالی صنایع دستی هند با هدف «ارتباط گسترده با جامعه تولیدکننده سنتی» در صدد کشف ظرفیت واقعی صنایع دستی در محصولات نوآورانه و همچنین توانمندسازی جامعه تولیدکننده است. برای دستیابی به این اهداف، گروه‌های دانشجویان و اساتید به‌طور پیوسته خارج از کلاس و در مراکز تولید سنتی حضور دارند و مراحل همکاری، یادگیری و ایده‌پردازی را توسعه می‌دهند. با خلق ایده‌هایی منتج از این همکاری، صنعتگر نیز فرایند بهینه‌ای از طرح و مواد را در هنر خود به کار برده و سبب توسعه محصول می‌شود (نوروزی قره‌قشلاق، زکریایی کرمانی و نصرافهانی، ۱۴۰۰: ۳۸). به‌زعم کریمی، این دست فعالیت‌ها می‌توانند تجربیات مناسبی را در تمرین روش‌های حل مسئله، مدیریت، تصمیم‌گیری، مشارکت‌جویی، پژوهش، تفکر انتقادی و نیز تفکر خلاق در دانشجویان این رشته ایجاد کنند (کریمی، ۱۳۹۹: ۱۰).

۳-۲. شیوه‌های تولید صنایع دستی

بازارهای نوظهور صنایع دستی نشان می‌دهند در دنیای مدرن شرایط امیدوارکننده‌ای برای صنایع دستی سنتی به‌عنوان یک شغل درآمدزا وجود دارد. با این حال، مسیری طولانی در پیش است تا صنایع دستی بومی به یک گزینه شغلی مناسب تبدیل شود و در این راستا باید به مسائل متعددی در این حوزه توجه شود. در این خصوص، راتنام بر شناخت شیوه‌های تولید چندانگانه، مدرن‌سازی صنعتگران و همچنین بر التقاط خطوط بین صنایع دستی و طراحی تأکید می‌کند. شیوه‌های تولید صنایع دستی در زمان‌های مختلف ایستا نبوده و قادر به تکامل مداوم، دگرگونی و انطباق با شرایط کنونی جامعه مدرن است. با توجه به وجود حالت‌های مختلف تولید، راتنام یک سیستم تولید ترکیبی^{۱۳} را پیشنهاد می‌کند که در آن، مهارت و حس انسان و همچنین کارایی ماشین‌ها تجلیل می‌شوند (Ratnam, 2011: 97-102).

به‌کارگیری امکانات صنعتی و فناوری‌های مدرن با اصول و قواعد مشخص، ممکن است فرصت‌هایی را برای شاغلین صنایع دستی فراهم کند تا اشیاء منحصر به فردی را خلق و در عین حال بتوانند مقادیر کافی محصول را برای دستیابی به مدل‌های عملی پایدار تولید کنند. به بیان فعالان صنایع دستی، یک اتحاد مثبت فزاینده بین صنایع دستی و فناوری وجود دارد. روش‌های مدرن تولید مانند ریخته‌گری، برش لیزری و

نمونه‌سازی سریع در تلاش برای سازگاری با فرایندهای صنایع‌دستی و ارائه روش‌های جدید توسعه و اصلاح کارهای مجموعه‌ای کوچک یا بیش‌تر از یکی هستند (Harris, 2012: 93-95). به‌طور کلی، در حال حاضر صنعتگران به دنبال راه‌های جدیدی برای توسعه کار خود هستند تا بتوانند در خط مقدم رشته خود باقی مانده و با پیشرفت‌های فناوری جدید و سفارش‌سازی انبوه رقابت کنند و یا از این ویژگی موجود، به نحوی بهره ببرند (Niederer, 2009: 171). انعطاف‌پذیری و مقرون به‌صرفه‌بودن فناوری‌های تولید در راستای حساسیت‌های صنایع‌دستی می‌تواند راه‌های مناسب و مقرون به‌صرفه‌ای را برای تولید محصولات در اختیار صنعتگران حوزه صنایع‌دستی قرار دهد. در نتیجه حالت‌های متعدد تولید را با حفظ کیفیت‌های زیبایی‌شناختی امکان‌پذیر می‌سازد. این رویکرد، به صنعتگران سنتی صنایع‌دستی، ترکیب طیف وسیعی از روش‌های تولید و دانش فنی تولید را در کنار مهارت‌های صنایع‌دستی‌ای که از قبل دارند، ارائه می‌دهد. این تفکر، به نوبه خود به آنها کمک می‌کند تا در طیف گسترده‌ای از خلاقیت و قلمروهای کارآفرینی عمل کنند (Woolley, 2011: 15).

توانایی و صلاحیت طراحان صنایع‌دستی در تبیین تکنیک‌ها و روش‌های مدرن برای صنعتگران محلی می‌تواند فرصت‌های بالقوه زیادی را ایجاد کند. طراحان می‌توانند از طریق همکاری مشترک، صنعتگران محلی را برای بهره‌برداری از تکنیک‌های نوین تولید تشویق کنند و در نتیجه آنها را قادر سازند تا با فرایندها و نتایج به‌روزرشدن کنار بیایند (UNESCO, 2005: 92-106).

۳-۳. هم‌آفرینی

هم‌آفرینی ترجمه واژه «Co-creation» و خلاصه اصطلاح «Collaborative Creation» به‌معنای آفرینش جمعی و مشترک با استفاده از مهارت‌ها، خلاقیت‌ها، توانایی‌ها و دانش جمعی است. زمانی که قابلیت‌ها و توانایی‌های جدید، به‌وسیله افزایش اثرات متقابل، در یک زمینه جمع می‌شوند، هم‌آفرینی شناسایی می‌شود. به‌عبارتی، هم‌آفرینی هنگامی شکل می‌گیرد که افراد و گروه‌ها در یک تعامل نزدیک، دانش، توانایی، مهارت و منابع خود را به منظور دستیابی و خلق اهداف ارزشمند خود ترکیب کنند. بر این اساس، هم‌آفرینی را می‌توان به عنوان یک نظریه انباشتگی تلقی کرد (Forsström, 2005: 18-20).

هم‌آفرینی مفهومی چندبعدی و عمیق دارد که از اصطلاحاتی نظیر تعامل^{۱۴}، رابطه^{۱۵}، اتحاد^{۱۶}، وابستگی متقابل^{۱۷}، و درگیری^{۱۸} متمایز است. هم‌آفرینی فرایندی است که طی آن دو یا چند مشارکت‌کننده^{۱۹}، منابع خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند، به‌گونه‌ای که هریک از شرکا به اهدافی دست می‌یابد که به تنهایی قادر به رسیدن به آنها نبوده است. بنابراین مشارکت و تعامل، دو جزء اصلی هم‌آفرینی است. کریستنسون^{۲۰} (۲۰۰۸) بر تعامل، دیالوگ و گفتگو و درگیری نزدیک و بالاتین^{۲۱} (۲۰۰۴) بر فرایندهای یادگیری مشترک در جریان هم‌آفرینی تأکید دارند. فورستر (۲۰۰۵) نیز هم‌آفرینی را ناشی از دو پدیده تعامل و وابستگی متقابل^{۲۲} می‌داند (طاهریور، ۱۴۰۰: ۱۳۹).

تحقیقات بی و گانگ^{۲۳} (۲۰۱۲) نوعی از رفتار هم‌آفرینانه را با عنوان رفتار مشارکتی شناسایی کرده‌اند که در آن بر رفتار موردنیاز برای موفقیت هم‌آفرینی تأکید شده است. به زعم آنها، رفتارهای مشارکتی شامل چهار بُعد جستجوی اطلاعات، تسهیم اطلاعات، رفتارهای پاسخگو و تعامل فردی است. هم‌آفرینان، جستجوی اطلاعات را به منظور تعیین خدمات موردنیاز و در پاسخ به نیازهای شناختی صورت می‌دهند. در این مرحله، هم‌آفرینان در پی اطلاعاتی در خصوص وضعیت و ویژگی‌های فعالیت‌ها و خدمات موردانتظار هستند. علاوه بر این، آنها به اطلاعاتی در مورد نحوه وظایف خود و انتظارات سایر همکاران از آنها در فرایند هم‌آفرینی، نیازمند هستند. برای دستیابی به موفقیت، افراد باید اطلاعات و یافته‌ها را برای استفاده در فرایندهای مختلف هم‌آفرینی، تسهیم کنند. از این طریق، هم‌آفرینان در خصوص این که همکاران، خدمات را مطابق خواست و نیازهای ویژه‌شان ارائه خواهند داد، اطمینان کسب می‌کنند. اگر اطلاعات صحیح از سوی مشارکت‌کنندگان ارائه نشود، کیفیت فرایند هم‌آفرینی کاهش می‌یابد. رفتار پاسخگو نیز زمانی رخ می‌دهد که هم‌آفرینان، مسئولیت و وظایف خود را تشخیص داده و براساس آن عمل نمایند. به منظور موفقیت در هم‌آفرینی، هم‌آفرینان باید تشریک مساعی کرده، خط‌مشی‌ها و قوانین را رعایت کنند و راهنمایی‌های یکدیگر را بپذیرا باشند. تعامل فردی نیز به خصلت‌هایی هم‌چون حسن‌نیت، دوستی و احترام و به‌طور کلی روابط فردی بین هم‌آفرینان اشاره دارد که امری ضروری در موفقیت هم‌آفرینی است. هنگامی که محیط ارتباطی و اجتماعی بین هم‌آفرینان، مثبت، مطلوب، و دارای تجانس روحی بالایی باشد، به‌طور حتم هم‌آفرینی صورت واقعی‌تری را به خود می‌گیرد (Yi & Gong, 2012)؛ به نقل از طاهریور، ۱۴۰۰: ۱۳۹-۱۴۰).

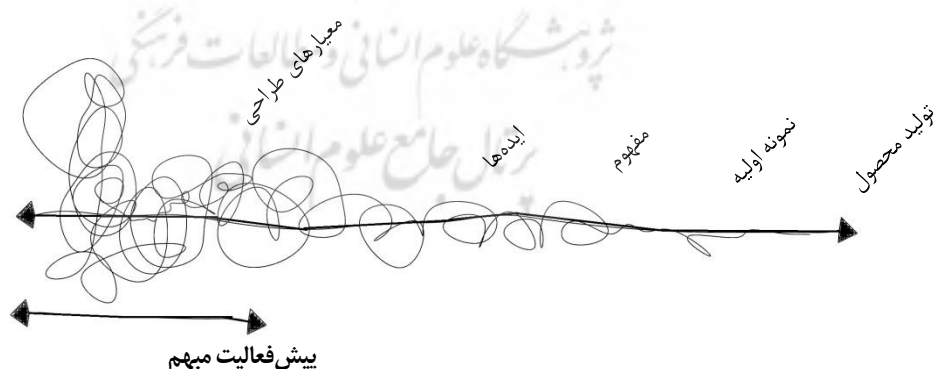
۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱. هم‌آفرینی در صنایع‌دستی

نوآوری در صنایع‌دستی بر استفاده مجدد از دانش موجود و ترکیب آن با روش‌های جدید و ابتکاری متکی است. دانش موجود یک پیشه و هنر-صنعت به شکل ضمنی وجود دارد، آن را باید در مهارت‌های تخصصی یک فرد یا در یک جامعه محلی که عنصری نهادینه شده است، جست‌وجو کرد. دانش ضمنی به این صورت توصیف می‌شود که «ما می‌توانیم بیش‌تر از آن‌چه می‌توانیم بگوییم، بدانیم». دانش ضمنی که صنعتگران محلی در اختیار دارند، از طریق تجربه گسترده کار با مواد و فرایندها به‌دست آمده و می‌توان آن را در درجه اول از طریق تماس عملی و شخصی بین استاد و شاگرد به‌دست آورد. تکنیک‌ها و سبک‌های صنایع‌دستی خاص ممکن است به‌صورت نسلی در خانواده‌ها یا یک جامعه نزدیک منتقل شوند (Chuenrudeemol, Boonlaor, & Kongkanan, 2012: 6).

طراحان صنایع‌دستی که هدفشان توسعه صنایع‌دستی محلی است، باید مستقیماً خود را در یک زمینه محلی از طریق تعامل و ایجاد مشارکت با جامعه صنعتگران درگیر کنند. در این شرایط است که زمینه‌های نوآوری مشترک بین این افراد شکل می‌گیرد. موارد متعددی از این گونه مشارکت وجود دارد که نشان می‌دهد چگونه گروه طراح و صنعتگر از این طریق محصولات جدیدی را توسعه داده‌اند (Murray, 2010: 3-8). روبنس استدلال می‌کند که طراحان و صنعتگران هر دو می‌توانند از توسعه صنایع محلی بهره ببرند. یکی از پروژه‌های او، که در آن طراحان با صنعتگران محلی بامبو در هند همکاری کردند، نشان می‌دهد که مجموعه مهارت و دانشی که هریک از طرفین در فرایند هم‌آفرینی به‌دست می‌آورند به حداکثر می‌رسد (Reubens, 2010: 12).

در هم‌آفرینی صنعتگران و طراحان، خلاقیت جمعی به‌عنوان رویکردی برای توسعه صنایع‌دستی محلی به‌کار گرفته می‌شود. این دیدگاه، با استدلال سندرز و استپرز مطابقت دارد که از طراحان دعوت می‌شود تا با چالش‌هایی که توسط افراد محلی به‌تنهایی قابل حل نیستند، مقابله کنند. به‌زعم این پژوهشگران، این الگو در معنای وسیعی به همکاری بین طراحان و افراد آموزش‌ندیده در حوزه طراحی (صنعتگران) برای شرکت در فرایند توسعه محصول اشاره دارد. فرایند هم‌آفرینی پیشنهادشده توسط سندرز و استپرز در حوزه طراحی را می‌توان در نمودار (۱) مشاهده کرد. این فرایند به‌عنوان یک مکانیسم یادگیری عمل می‌کند و صنعتگران و طراحان را قادر می‌سازد تا دانش و مهارت‌هایی را کسب کنند که مبتنی بر یک تجربه مشترک است. در این رویکرد، طراحان و متخصصان ترغیب می‌شوند تا از یکدیگر بیاموزند. همکاری این افراد را به‌گونه‌ای می‌توان به‌عنوان یک همکاری بین‌رشته‌ای در نظر گرفت که از طریق آن شرکت‌کنندگان می‌توانند مهارت‌ها و دانش‌های دیگری را تجربه کرده و فرا بگیرند و در نتیجه دانش خود را غنی سازند (Sanders & Stappers, 2008: 5-6).



نمودار ۱: الگوی هم‌آفرینی طراحان و صنعتگران (Sanders & Stappers, 2008: 6)

در تشریح الگوی پیشنهادی توسط سندرز و استپرز (۲۰۰۸) بیان شده که برای دستیابی به خلاقیت جمعی، همکاری هر دو گروه در مرحله مقدماتی با «پیش‌فعالیت مبهم»^{۲۴} و قبل از شروع فرایند طراحی آغاز می‌شود. این اصطلاح به ماهیت نامشهود، مبهم و آشفته این مرحله اشاره دارد. در این گام، همه شرکت‌کنندگان باید با یکدیگر همکاری کنند تا یک استراتژی طراحی روشن را تعیین کرده و ایده‌هایی را برای توسعه

فرایند همکاری تعریف کنند. در این مرحله مسیرهای واگرایی زیادی برای کاوش و بررسی وجود دارد. هدف از کاوش، کشف مشکلات موجود در طراحی و تولید محصول، شناسایی فرصت‌ها و همچنین تعیین رویکرد هم‌آفرینی و توسعه محصول است.

نمودار (۱) نمایی ساده از فرایند هم‌آفرینی را نشان می‌دهد. نکته قابل توجه، تأکید فزاینده روی قسمت پیش‌فعالیت است. این قسمت که قبلاً «پیش‌طراحی»^{۲۵} نامیده می‌شد، فعالیت‌های زیادی را توصیف می‌کند که به منظور آگاه‌ساختن و الهام‌بخشیدن، به فرایند کاوش می‌پردازد. در این مرحله، معمولاً سوالات بازطرح می‌شوند که افکار افراد مختلف را درگیر کند. در این قسمت، اغلب مشخص نیست که آیا نتیجه همکاری یک محصول، یک خدمت، یک نقطه ارتباط و تعامل و ... خواهد بود یا خیر. ملاحظات و بررسی‌های گسترده‌ای از جمله شناخت نیاز کاربران و زمینه‌های استفاده، کشف و انتخاب فرصت‌های فناورانه مانند مواد جدید و فناوری‌های اطلاعاتی و ... در این مرحله انجام می‌شود (ibid: 6). به‌طور کلی هدف از کاوش در این بخش، این است که مشخص شود چه چیزی باید طراحی شود و گاهی اوقات چه چیزی نباید طراحی و تولید شود.

بعد از مرحله پیش‌فعالیت مبهم، «فرایند توسعه طراحی»^{۲۶} دنبال می‌شود که در آن، معیارهای طراحی و هر آن‌چه که در بخش قبل به‌دست آمده، به ایده‌ها^{۲۷}، مفاهیم^{۲۸}، نمونه‌های اولیه^{۲۹} و سپس به محصولات^{۳۰} اصلاح‌شده منتج می‌شوند. در ادامه سعی شده است فرایند هم‌آفرینی براساس گام‌های ذکرشده در زمینه صنایع‌دستی تشریح شود. قابل ذکر است که هدف از این مطالعه به‌کارگیری و متناسب‌سازی الگوی مذکور در حوزه صنایع‌دستی است.

۲-۴. فرایند هم‌آفرینی در صنایع‌دستی

۱-۲-۴. پیش‌فعالیت مبهم

در این فرایند مشارکتی و در ابتدای «پیش‌فعالیت مبهم»، فعالیت‌های بسیاری وجود دارند که برای شناسایی مشکلات اساسی، توصیف فرصت‌ها و تعیین ظرفیت‌ها انجام می‌شوند. طبق تعاریف، واژه «صنایع‌دستی» به تولید محصولات صنایع‌دستی از طریق بهره‌گیری بسیار ماهرانه از ابزار ساده با مواد اولیه در دسترس محلی اشاره دارد. زمانی که طراحان برای هم‌آفرینی و توسعه یک محصول در منطقه و سبک خاصی ورود پیدا می‌کنند، در گام اول، تسلط کامل به محصولات و تکنیک‌های تولید صنایع‌دستی محلی، شناخت مواد طبیعی و محیط برای آن‌ها بسیار ضروری است (Murray, 2010: 5). بر این اساس، طراحان باید با صنعتگران و تولیدات صنایع‌دستی آن‌ها در یک محیط محلی آشنا شده و حداقل دانش اساسی از این مهارت و مواد محلی را داشته باشند. بر این اساس، چندین مرحله و اقدام را می‌توان برای این فعالیت‌ها در نظر گرفت:

- آشنایی با محیط محلی: بازدید از منطقه موردنظر و ایجاد ارتباط با جامعه تولیدکننده صنایع‌دستی، مصاحبه با تولیدکنندگان و سایر فعالان این حوزه از جمله تهیه‌کنندگان مواد اولیه و خرده‌فروشان محصولات تولیدی.
- آشنایی با تکنیک‌ها و محصولات صنایع‌دستی: مشاهده فرایند تولید صنایع‌دستی، برگزاری کارگاه آموزشی صنایع‌دستی مدنظر، بازدید از بازارهای خرده‌فروشی محصولات محلی.
- آشنایی با مواد بومی: بازدید از مکان‌های عمل‌آوری مواد اولیه و درک جریان نحوه پردازش و فرآوری مواد خام، شناخت علمی مواد اولیه و در صورت امکان انجام آزمایش‌ها و ایده‌پردازی اولیه، ترکیب ماده اولیه با سایر موارد در صورت امکان، ایده‌پردازی اولیه در خصوص ساخت اشکال و قطعات ترکیبی (مثلاً چوب و فلز).

در طول مرحله پیش‌فعالیت مبهم، دانش موردنیاز بیش‌تر در حالت استاد/کارآموز منتقل می‌شود. این گام به توسعه مشارکت بین صنعتگران، طراحان و سایر ذینفعان کمک می‌کند. دانش به‌دست‌آمده از چنین مشارکتی، شرایطی را برای شرکت‌کنندگان (طراحان و صنعتگران) فراهم می‌کند تا مشکلات و فرصت‌ها را شناسایی کنند. به‌عنوان مثال ممکن است در این مرحله ساختار و فرایند تولید موردبازبینی قرار گیرد. ازجمله معیارهای اساسی در این مرحله، تناسب منطقی بین میزان ماده اولیه، زمان موردنیاز و قیمت نهایی اثر است که از جنبه‌های گوناگون موردسنجش قرار می‌گیرد (Barker & Hall, 2009). معمولاً در تولیدات صنایع‌دستی محلی، قیمت نهایی اثر، تناسب منطقی با زحمت کار انجام‌شده ندارد. بر این اساس لازم است در این مرحله پیش‌طرح‌هایی در خصوص متناسب‌سازی مؤلفه‌های مذکور صورت گیرد. مثال آشکار

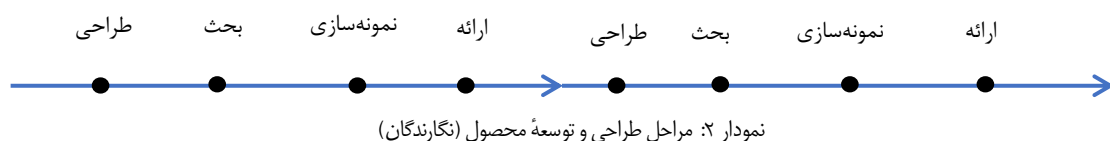
در این خصوص را می‌توان در هنر بومی حصیربافی در مناطق جنوبی ایران مشاهده کرد. طبق بررسی‌های انجام‌شده، تولید یک عدد حصیر به ابعاد ۲ در ۱/۵ سانتی‌متر به دو بافته و ۴ روز زمان نیاز دارد. میزان تقریبی زمان صرف‌شده و قیمت تمام‌شده این صنایع‌دستی تقریباً به شکل نابرابری در تعارض است. به‌طور کلی این مسئله سبب می‌شود اکثر تولیدکنندگان نتوانند خود را از نظر اقتصادی در بازار سنتی موجود حفظ کرده و از پیامدهای آن، کاهش تعداد صنعتگران ماهر در یک هنر - صنعت است.

نکته دیگری که در خصوص جامعه تولیدکننده هنر سنتی در ایران باید بدان اشاره کرد این است که اکثر آنان به لحاظ سنی در نیمه دوم عمر خود قرار دارند. این مسئله نشان می‌دهد که حلقه مفقوده‌ای در انتقال دانش هنر محلی از نسلی به نسل دیگر وجود دارد. بنابراین ممکن است این دانش بومی برای همیشه از بین برود. براساس قاعده تولید صنایع‌دستی، توسعه و ایجاد چندین روش مناسب تولید ممکن است این مشکل را کاهش داده و به حفظ صنایع‌دستی سنتی به‌عنوان یک گزینه شغلی در دنیای مدرن کمک کند. تکنیک‌های تولید مدرن و اجزای استاندارد شده^{۳۱} می‌توانند طیف وسیع‌تری از روش‌ها را برای ساده‌سازی و متناسب‌سازی فرایند تولید در اختیار صنعتگران قرار دهند. هم‌آفرینی متخصصان این حوزه ممکن است با ترکیب یک هنر صنعت با اجزاء و سایر مواد ساخته‌شده با تکنیک‌های مدرن، اقلام نیمه‌سفارشی‌شده را برای بازارهای کنونی تولید کنند (Schwarz & Yair, 2010: 34). محصولات نیمه‌سفارشی می‌توانند زمان و تلاش تولید مورد نیاز را کاهش دهند. یکی از ویژگی‌های مواد اولیه بومی این است که معمولاً در سایر مناطق کمتر وجود داشته و این مسئله طبق اصول توسعه، یک فرصت و اصل مهمی در فرایند توسعه محصول به حساب می‌آید. استفاده از تکنیک‌های جایگزین تولید، برای به حداکثر رساندن ارزش مواد خام سازگار با محیط‌زیست ارزش کاوش و بررسی دارند. بنابراین، یکی از مهم‌ترین اقدامات در این مرحله، بررسی فرایندهای روش تولید جایگزین برای استفاده حداقلی از مواد اولیه و افزایش ارزش مواد خام اولیه توسط صنعتگران و طراحان صنایع‌دستی است، به‌عنوان مثال ترکه‌های خاص مرورابافی ملایر می‌توانند فرصت‌هایی را برای صنعتگران آن ایجاد نمایند. شناسایی و به‌کارگیری روش‌های تولید جایگزین، علاوه بر استفاده حداقلی از ترکه‌های طبیعی و ماده برگرفته از طبیعت، سبب ارزشمندی این ماده نیز می‌شوند.

ویژگی‌های بصری و حسی مواد اولیه بومی که توسط بسیاری از مصرف‌کنندگان قابل درک است، می‌تواند به‌عنوان یک فرصت و ارزش قلمداد شود. این ویژگی‌ها شامل ادراک حسی و تحسین برانگیز افراد از لمس ماده طبیعی است. با توجه به وجود چنین دیدگاهی، لازم است محدودیت تولید در شکل و کاربرد صنایع‌دستی بومی را به کناری نهاد و طیف وسیع‌تری از اقلام مورد استفاده در دنیای کنونی را در تولیدات هنرهای بومی مدنظر قرار داد. براساس نظرسنجی انجام‌شده، بازار کلیدی برای تولیدکنندگان صنایع‌دستی، بازار لوازم خانگی است. علاوه بر لوازم خانگی، بازار لوازم جانبی مد نیز در حال رشد چشمگیری است (Hnatow, 2009: 4-5). بنابراین، تحت این دو بازار می‌توان محصولات جدیدی را از هم‌آفرینی صنعتگر و طراح برای برآوردن نیازهای بازار تولید نمود. تکنیک‌های تولید انعطاف‌پذیر به تولیدکنندگان اجازه می‌دهد تا کیفیت حسی صنایع‌دستی بومی را در محصولات خود ادغام کرده و رقابت‌پذیری آن را در تجارت افزایش دهند. لازم است در این مرحله، ظرفیت‌های گسترش صنایع‌دستی بومی با سایر صنایع برای ایجاد فرصت‌های باورسازی متقابل هم برای جامعه صنایع‌دستی و هم برای سایر صنایع بالقوه مورد بررسی قرار گیرند.

۴-۲-۲. فرایند توسعه طراحی

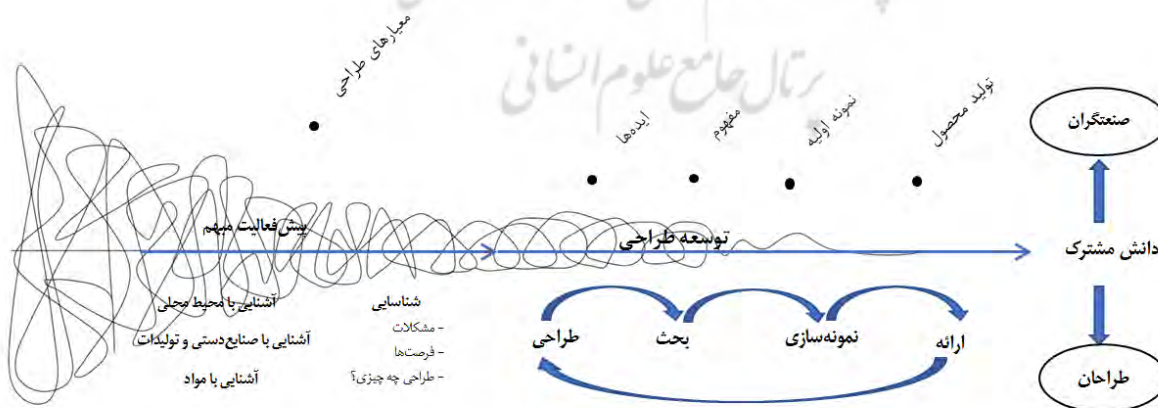
براساس نتایج حاصل از فعالیت‌هایی که در مرحله قبلی صورت گرفتند، آنچه که به‌عنوان مفاهیم و فعالیت‌های اصلی برای فرایند توسعه طراحی مورد استفاده است، شامل کشف و ایجاد خطوط و روش‌های تولید جدید و مناسب خواهد بود. همان‌طور که بیان شد در ایجاد محصولات جدید، باید فرصت‌های رشد و بازارهای نوین صنایع‌دستی مدنظر قرار بگیرند. آنچه که نیاز است در مرحله توسعه طراحی صورت گیرد، فرایند توسعه براساس یک رویکرد طراحی و توسعه محصول است. یکی از معمول‌ترین رویکردهای طراحی، که عموماً مورد استفاده قرار می‌گیرد، چهار مرحله طراحی، بحث، نمونه‌سازی و ارائه است (نمودار ۲).



در فرایند توسعه طراحی، ممکن است شکافی بین صنعتگران و طراحان از منظر پاسخگویی به ایده خلق محصولات جدید وجود داشته باشد. ممکن است صنعتگران با کاربرد مهارت‌های خود در محصولات سنتی عجین شده باشند. از سوی دیگر، ممکن است طراحان دانش کافی در رابطه با این هنر - صنعت را نداشته باشند، بنابراین احتمال دارد ایده‌هایی پیشنهاد کنند که غیرعملی باشد. از این رو در فرایند توسعه طراحی، مراحل تکراری ترسیم، بحث، و نمونه‌سازی به پرکردن این شکاف کمک می‌کند. پس از انجام اولین مرحله و تکرار مجدد آن، صنعتگران و طراحان به‌طور فزاینده‌ای درگیر فرایند خلق مشترک خواهند شد. علاوه بر این، رویکرد حاضر امکان برقراری ارتباط چهره‌به‌چهره را به‌طور منظم یا براساس نیاز فراهم می‌کند. ارتباط چهره‌به‌چهره مؤثرترین روش برای به‌دست‌آوردن دانش ضمنی است.

در مرحله توسعه طراحی، استفاده از تصاویر بصری در قالب طرح‌ها و نمونه‌های اولیه می‌تواند ارتباطات و ادغام تفکرات بین صنعتگر و طراح را تسهیل کرده و بهبود بخشد. در این مرحله، تیم طراحان مسئولیت اصلی ترسیم مفاهیم و تشریح ایده‌ها را به‌صورت بصری برعهده می‌گیرند. با تعریف بصری ایده‌های کاربردی، طرح‌ها به‌عنوان ابزاری مؤثر برای برقراری ارتباط و بحث درباره مفاهیم با صنعتگران عمل می‌کنند. براساس نتیجه بحث‌ها، نمونه‌های اولیه هم توسط صنعتگران و هم توسط طراحان ساخته می‌شوند. فرایند نمونه‌سازی مشترک، صنعتگران را قادر می‌سازد تا روش‌های تولید و مواد طراحی را درک کنند. درمقابل، طراحان نیز درک بهتری از صنایع دستی و نحوه ترکیب مدرنیته با یک صنعت بومی به‌دست می‌آورند. ساخت نمونه اولیه، این فرصت را برای صنعتگران و طراحان ایجاد می‌کند تا دانش را از طرف مقابل کسب کنند. از مهم‌ترین ویژگی‌های نمونه اولیه این است که می‌توان با حواس بینایی و لامسه درک عمیق‌تری را از چالش‌ها و فرصت‌های ارائه‌شده در محصول جدید به‌دست آورد. ادراک متفاوت افراد مختلف، نتایج بسیاری را در مرحله بعدی و اصلاح تدریجی اثر خواهد داشت. با ایجاد نمونه‌های اولیه مشترک، صنعتگران می‌توانند قابلیت‌های خلاقانه جدیدی را تشخیص دهند. زیرا از ظرفیت‌های طراحی در هنر سنتی خود آگاه شده‌اند. در همین حال، طراحان می‌توانند کاربردهای عملیاتی طراحی را از طریق درک و استفاده صحیح مواد و تکنیک‌های ساخت صنایع دستی به‌دست آورند. پس از تکمیل اثر و ساخت نمونه اولیه، اثر به ذینفعان (فروشنده‌ها، مصرف‌کنندگان و ...) ارائه می‌شود. نمونه اولیه به‌عنوان وسیله‌ای برای نشان‌دادن امکانات و ظرفیت‌های هنر بومی به ذینفعان عمل می‌کند. از این طریق می‌توان بازخورد آنان را به‌دست آورد. ارائه اثر، به‌عنوان ابزاری برای انتشار نتایج هم‌آفرینی و جلب‌نظر سایرین عمل می‌کند.

در مرحله اول از فرایند توسعه، تمرکز بر توسعه مفاهیم و نمونه‌های اولیه تجربی است. بر این اساس می‌توان استنباط کرد با گذر از این مرحله، ارتباط بین صنعتگران، طراحان و ذینفعان برقرار و تقویت شده است. تجربیات و بازخوردهایی که از این مرحله به‌دست آمده است، منجر به شروع مرحله دوم و اصلاح تدریجی اثر شده و نهایتاً تولید یک نمونه کامل و عملی با تکرار چهار مرحله قبلی به‌دست می‌آید. در طول فرایند، اشکال مختلف تجسمی که شامل طرح‌ها و نمونه‌هاست، به‌عنوان ابزاری ارزشمند برای کمک به شرکت‌کنندگان در دستیابی به درک متقابل و هم‌چنین در انتشار و ارائه نتایج طراحی به دیگران عمل می‌کند (نمودار ۳).



نمودار ۳: تجسم فرایند هم‌آفرینی در صنایع دستی با تأکید بر الگوی سندرز و استپرز (نگارندگان)

با توجه به هدف پژوهش که تبیین و شناخت عملیاتی رویکرد هم‌آفرینی در صنایع‌دستی با تأکید بر الگوی پیشنهادی سندرز و استپرز است و همچنین بخش اول سوال تحقیق که بر چگونگی انجام هم‌آفرینی در صنایع‌دستی تأکید دارد، به‌نظر می‌رسد مباحث مطرح‌شده در بخش‌های (۱-۴ و ۲-۴) پژوهش به هدف موردنظر تحقیق دست یافته و همچنین بخش اول سوال تحقیق مبنی بر چگونگی انجام فرایند هم‌آفرینی در صنایع‌دستی را پاسخ داده‌است. به‌اختصار باید بیان کرد که رویکرد هم‌آفرینی در صنایع‌دستی در دو بخش شناخت و تشریح عملیاتی آن و با تأکید بر الگوی سندرز و استپرز و همچنین تجربیات نویسندگان موردبررسی قرار گرفت و در ادامه به بخش دوم سوال تحقیق در خصوص نتایج هم‌آفرینی در صنایع‌دستی پاسخ داده می‌شود.

۳-۴. نتایج هم‌آفرینی در صنایع‌دستی

۱-۳-۴. تجربه و دانش مشترک

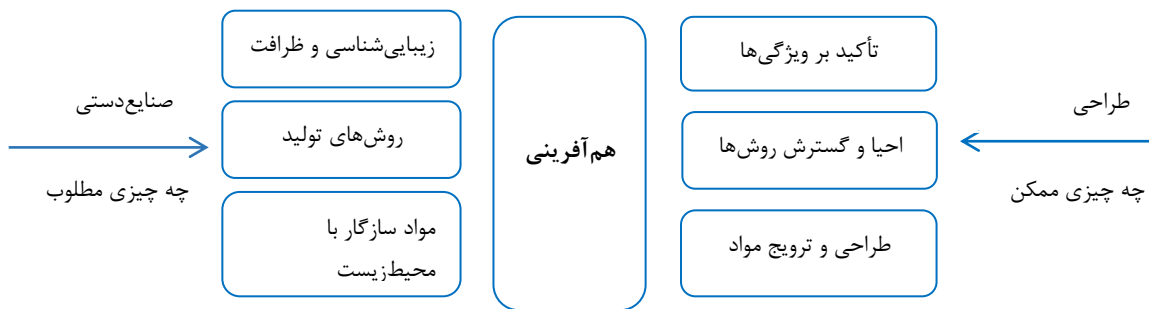
تیم مشترک طراح و صنعتگر به‌عنوان یک مکانیسم یادگیری متقابل عمل می‌کند. جایی که در آن هردو طرف برای افزایش توانایی حرفه‌ای، دانش خود را مبادله می‌کنند. هم‌آفرینی به شیوه‌ای سازنده، جامعه صنعتگر و طراح را به چالش می‌کشد. صنعتگران از طریق یادگیری تدریجی دانش طراحی در طول همکاری بهره خواهند برد. به بیانی دیگر، طراحان راه را برای کشف فرصت‌های جدید بازار برای جامعه صنعتگران هموار خواهند کرد. برای طراحان نیز فرصتی بدیع شکل می‌گیرد که دانش عملی و فرایند طراحی محصول را با ترکیب دانش موجود صنعتگران کشف کنند. ادغام صنایع‌دستی و طراحی به‌عنوان یک مدل کاربردی و یک استراتژی امیدوارکننده برای توسعه محصولات آینده، یک هنر-صنعت بومی است. ارائه دانش طراحان یا دانشجویان صنایع‌دستی در مورد صنایع‌دستی بومی، رویکردی مؤثر برای آزادسازی توانایی خلاقانه فردی آن‌هاست. علاوه بر این، یافته‌های حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که یک هنر-صنعت محلی می‌تواند به بستری برای ورود دانش از سایر صنایع محلی و منطقه‌ای و یا به‌عنوان منبعی از دانش برای انتقال به دیگران تبدیل شود. در این الگو، بهره‌برداری از همه منابع در دسترس بسیار مهم است.

۲-۳-۴. روش‌های تولید جدید

برای کاهش حجم کاری موردنیاز برای ساخت یک محصول، لازم است راه‌های ترکیب هنر-صنعت بومی با روش‌های تولید مدرن مورد بررسی قرار گیرد. ممکن است در این فرایند، ترکیب مواد و ساخت یک هنر بومی با مواد دیگری مانند چوب، سرامیک، فلز، شیشه، اکریلیک یا پلاستیک که با روش‌های مدرن تولید می‌شوند را مورد آزمایش قرار داد. انتخاب مواد جایگزین و تکنیک‌های مدرن، شیوه‌های متعدد تولید را در اختیار صنعتگران قرار می‌دهد، اما پیچیدگی تولید را نیز افزایش می‌دهد. استفاده از مواد جایگزین و فرایندهای تولید باید با بافت اجتماعی-اقتصادی و محیط‌زیستی منطقه مطابقت داشته باشد. به‌طوری که می‌توان استفاده از آن‌ها را تحت شرایط محلی منطبق و توسعه داد (UNESCO, 2005: 139). در فرایند تولید محصولات نیمه‌سفارشی جدید که حاصل فرایند هم‌آفرینی است و همچنین در راستای تسهیل فرایند تولید برای صنعتگران، می‌توان بخش‌هایی از فرایند تولید از جمله ریخته‌گری، برش لیزری و ... که در صنایع‌دستی معمول شده‌است را برون‌سپاری کرد. این اقدام، تلاشی برای نشان‌دادن عملی بودن تولید محصولات نیمه‌سفارشی در صنایع‌دستی است. بر این اساس، کشف تکنیک‌های جایگزین و تولید محصولات با سرعت بیش‌تر، از جمله نتایج و اهدافی است که از طریق آزمایش‌های متعدد در فرایند هم‌آفرینی به‌دست می‌آید.

۳-۳-۴. پاسخ به مطلوب‌ها و ممکن‌ها

رویکرد هم‌آفرینی برای توسعه محصولات صنایع‌دستی ترسیم «آن‌چه در صنایع‌دستی مطلوب است» و «آن‌چه از طریق طراحی امکان‌پذیر است» را ممکن می‌سازد. به این معنا که با مشارکت این دو گروه، قابلیت‌های طراحی براساس ویژگی‌های مطلوب هنر-صنعت کشف می‌شود. در پرتو این ویژگی‌های مطلوب، مفاهیم طراحی برای برجسته‌کردن ویژگی‌های صنایع‌دستی، احیای تکنیک‌های از پیش موجود، و به‌حداکثر رساندن استفاده از یک ماده بومی موردنظر قرار خواهند گرفت (نمودار ۴).



نمودار ۴: تجسم «در صنایع دستی چه چیزی مطلوب است؟» و «چه چیزی از طریق طراحی امکان‌پذیر است؟» (نگارندگان)

۴-۴-۴. بارورسازی متقابل

در فرآیند هم‌آفرینی برای گسترش کاربرد صنایع دستی بومی، لازم است تکنیک‌های تولید صنایع دستی در ترکیب با صناعی انجام گیرد که در منطقه موردنظر توسعه یافته‌است. طراحی محصولاتی که منجر به بهبود تجربه کاربر شود، بستر مناسبی را برای اعمال طرح‌های جدید در محصولات الکترونیکی مصرفی فراهم می‌کند. متعاقباً این استراتژی می‌تواند منجر به تمایز موفق محصول و ایجاد مزیت رقابتی شود. به‌عنوان مثال، شرکت ایسوس^{۳۲} بامبو را به‌عنوان یک ماده پایدار در محصولات الکترونیکی خود به‌کار برده‌است (تصویر ۱). این رخداد نه‌تنها حضور صنایع دستی را در بازار افزایش می‌دهد، بلکه به کیفیت و جنبه‌های طبیعی محصولات مصرفی الکترونیکی نیز ارزش می‌بخشد.



تصویر ۱: به‌کارگیری بامبو در لپ‌تاپ شرکت ایسوس (URL1)

۴-۴-۵. برجسته‌سازی ویژگی‌های هنر بومی

ارزش بسیاری از هنرهای بومی عمدتاً با مهارت قابل تحسین صنعتگران، ویژگی‌های طبیعی و ادراک حسی مواد و نقوش آن پیوند خورده‌است. این نقاط قوت نشان می‌دهد که ارزش یک صنعت بومی صرفاً در عملکرد سودمند رقابتی آن نیست، بلکه در خود آن نیز وجود دارد. محصولات صنایع دستی جدیدی که از این فرایند تولید می‌شوند، باید ارزش زیبایی‌شناختی موجود از صنایع دستی و هم‌چنین لذت حاصل از کیفیت حسی ماده طبیعی را برجسته‌تر کنند. این ویژگی‌های مطلوب می‌توانند محصولات نهایی را با مؤلفه اصالت همراه کنند. درنظرگرفتن اصالت، کیفیت حسی، ظرافت و جنبه‌های طبیعی مواد، تجربه استفاده بهتری را برای مصرف‌کنندگان آن به همراه خواهد داشت. به‌نظر می‌رسد ترکیب مواد و روش‌های سنتی صنایع دستی با حدودی از فناوری امروزی، عرصه‌ای برای اکتشاف بیش‌تر یک هنر بومی به‌وجود خواهد آورد و هم‌چنین ویژگی‌های آن هنر را با تولید محصولات جدید و کارآمد برجسته‌تر خواهد کرد.

۴-۴-۶. تأکید بر هویت مکانی خاص

هر هنر - صنعت محلی همیشه دارای یک هویت محلی متمایز بوده که عمده آن از مواد، روش‌ها، مفاهیم و مهارت‌های به‌کاررفته در آن نشأت می‌گیرد. این مؤلفه‌ها در شرایط کنونی می‌توانند یک مزیت رقابتی نیز محسوب شوند. با برجسته‌کردن تعمدی این مؤلفه‌ها، می‌توان به مصرف‌کنندگان در انتخاب کالاهای ارزشمند کمک کرد و درنتیجه، هویت منطقه‌ای را نیز حفظ کرد. از نظر استراتژی بازاریابی، محصولاتی که هویت یک منطقه را برجسته کنند، جایگاه مناسبی در عرصه اقتصادی ایجاد کرده و به‌گونه‌ای به موقعیت فروش منحصربه‌فرد خود کمک می‌کنند. طراحان با همکاری صنعتگران و با غوطه‌ورشدن در بافت یک منطقه، می‌توانند از اصالت یک صنعت محلی رونمایی جدیدی داشته باشند و هویت منطقه‌ای آن را از طریق طراحی جدید برجسته‌سازی کنند. این کار، نمونه‌ای از راه‌های بدیع برای استفاده از موقعیت‌های محلی است که می‌تواند برای نیروی کار آن منطقه نیز مفید واقع شود.

۴-۷. احیا و تلفیق تکنیک‌های موجود

احیاء برخی روش‌های تولید صنایع‌دستی که از قبل موجود بوده و تلفیق آن با روش‌های بالقوه ازجمله نتایج مثبت این همکاری است. این رویکرد، صنعتگران را ترغیب می‌کند تا برای مهارت‌ها و خلاقیت‌های خود ارزش افزون‌تری قائل شوند و همچنین نوآوری‌های بیش‌تری را در هنر دستی خود انجام دهند. یکی از عوامل مهم در دستیابی به محصولات فرهنگی موفق این است که تولیدکنندگان باید محصولات را با تنوع بیش‌تری ارائه دهند. برای تسهیل در متنوع‌سازی محصول و در پاسخ به یک بازار در حال تغییر، توجه به توانایی‌ها، مهارت‌ها و روش‌های تولیدکنندگان سنتی برای مداومت در خلق ایده‌های جدید برای طراحی محصول، بسیار مهم است. استفاده مجدد از تکنیک‌های موجود، و به‌روز رسانی آن‌ها، قابلیت‌های لازم برای ایجاد محصولات جدید در بین صنعتگران را افزایش می‌دهد.

۵. نتیجه‌گیری

این تحقیق مبتنی بر تشریح یک تئوری کاربردی در توسعه محصولات صنایع‌دستی بومی و همچنین بررسی امکانات تولید صنایع‌دستی به‌عنوان یک فعالیت اقتصادی معاصر است. در این مطالعه، فرایند هم‌آفرینی برای بازطراحی صنایع‌دستی بومی پیشنهاد شده‌است. هدف اصلی این تحقیق، شناخت رویکرد هم‌آفرینی و قابلیت‌های آن در توانمندسازی صنعتگران صنایع‌دستی بومی برای پیشبرد نوآوری‌های احتمالی و همچنین رهایی آن‌ها از تکرار غیرفعال بود. از مهم‌ترین نتایج این همکاری، ایجاد و انتقال دانش بین صنعت‌گر صنایع‌دستی، طراح و سایر صنایع مرتبط است. یادگیری تجربی و دانشی که از طریق همکاری به‌دست می‌آید، عنصر مهمی در توسعه حرفه‌ای فعالین این حوزه است. موضوع احیای صنعت بومی، نیازمند دانش به‌روز است. توانایی‌های یک طراح می‌تواند از نظر فنی، اقتصادی و اجتماعی مؤثر واقع شوند و به حل چالش‌های واقعی در جامعه امروزی کمک کنند. دانشجویان و فعالین صنایع‌دستی در این حوزه، می‌توانند به‌عنوان رابطان تغییر عمل کنند. این افراد می‌توانند با استفاده از دانش خود برای ایجاد برنامه‌های تجاری نوآورانه به صنایع‌دستی بومی کمک کنند. نتایج به‌دست‌آمده از این بررسی می‌تواند برای الهام‌بخشی به صنعتگران و طراحان برای توسعه صنایع‌دستی بومی ایران به‌کار آید. در این رویکرد، مشارکت‌کنندگان به‌طور مشترک، از دانش، مهارت، مواد و تکنیک‌های موجود و نحوه استفاده از این منابع برای ایجاد محصولات نوآورانه آگاه می‌شوند. این همکاری یک تجربه یادگیری برای هر دو گروه از افراد است. علاوه بر مفیدبودن این رویداد برای صنعتگران محلی، ادغام و به‌کارگیری صنایع‌دستی بومی در فعالیتهای درسی دانشجویان این رشته، با قراردادن آن‌ها در زمینه اجرا و عملیاتی، به‌طور مؤثر دانش آن‌ها را در زمینه‌های ناآشنا غنی می‌کند. از طرفی، این همکاری به طراحان فرصتی در خصوص یادگیری نحوه استفاده از مواد بومی در ساخت محصولات جدید می‌دهد و این امر باعث می‌شود دیدگاه‌های طراحی و تولید خود را گسترش دهند. به‌طور کلی فرایند هم‌آفرینی با ترکیب ویژگی‌های محلی متمایز و ایده‌های بدیع، جان تازه‌ای را به محصولات هنرهای بومی می‌بخشد. این مدل از هم‌آفرینی ممکن است سطح مناسبی از توجه طراحان، صنعتگران بومی و سایر بخش‌های مربوطه را به خود جلب کند. بسط عملیاتی هم‌آفرینی صنایع‌دستی در پژوهش حاضر، مهم‌ترین تمایز نتایج این تحقیق را با سایرین و خصوصاً الگوی پیشنهادی سندرز و استیوز رقم زده‌است. تشریح دقیق مراحل هم‌آفرینی در صنایع‌دستی، الگو را کاملاً عملیاتی و مورد استفاده برای فعالین این حوزه کرده‌است. از طرفی با توجه به این‌که تاکنون در ایران پژوهش مدونی در این خصوص صورت نگرفته‌است، فرایند متناسب‌سازی، عملیاتی کردن و بیان جزئیات مراحل الگو با بهره‌گیری از تجربه نویسندگان در این حوزه رقم خورده‌است که این مسئله به‌نوعی از محدودیت‌های تحقیق به‌شمار می‌آید. بر این اساس، و با توجه به آن‌چه حاصل شده‌است، استفاده از الگوی هم‌آفرینی ارائه‌شده برای همکاری طراحان و تولیدکنندگان در راستای ارتقا و تسهیل در تولیدات صنایع‌دستی بومی بسیاری از مناطق ایران پیشنهاد می‌شود. از طرفی دانشجویان رشته صنایع‌دستی نیز با بهره‌گیری از این روش، می‌توانند فرایند تولید و توسعه صنایع‌دستی بومی در عمل را تجربه کرده و دانش خود را غنی سازند. علاوه بر این به پژوهشگران این حوزه نیز پیشنهاد می‌شود که نمونه‌ای از صنایع‌دستی بومی مناطقی از ایران را با این فرایند مورد مطالعه قرار دهند. نویسندگان پژوهش حاضر نیز، در آینده نزدیک هدفی مبنی بر اجرای عملیاتی هم‌آفرینی در یک نمونه از هنرهای بومی مناطق ایران خواهند داشت. این الگوها می‌تواند بسیاری از طراحان حرفه‌ای و دانشجویان صنایع‌دستی و صنعتگران مختلف را جذب کرده و موجب به‌روز رسانی یادگیری هریک از افراد جامعه مذکور شده و در نهایت حفظ و توسعه هنرهای بومی یک منطقه را موجب شود. آن‌چه از نتایج نهایی هم‌آفرینی قابل استنباط است، توجه بیش‌تر مردم به صنایع‌دستی و تولید پایدار صنایع‌دستی بومی در یک منطقه است. امیدواریم دانش و تجربیات به‌دست آمده از این مطالعه توسط سایر پژوهشگران به‌عنوان محرکی برای تحقیقات بیش‌تر مورد استفاده قرار گیرند.

پی‌نوشت‌ها

۱. واژه طراحی در این پژوهش بر مفهوم دیزاین (Design) دلالت دارد (رک: قربانی، ۱۳۹۸ الف: ۶۷).

- | | |
|---|--------------------------------|
| 2. Co-creation | 17. Interdependency |
| 3. Partnership | 18. Involvement |
| 4. Forsström | 19. Partner |
| 5. One Village One Product (OVOP) | 20. Kristensson |
| 6. One Town One Product | 21. Ballantyne |
| 7. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization | 22. Interdependence |
| 8. World Crafts Council | 23. Yi & Gong |
| 9. Aid to Artisans | 24. Fuzzy front end |
| 10. Sanders and Stappers | 25. Pre-Design |
| 11. Descriptive Phenomenology | 26. Design development process |
| 12. Spiegelberge | 27. Ideas |
| 13. Hybrid | 28. Concepts |
| 14. Interaction | 29. Prototypes |
| 15. Relationship | 30. Products |
| 16. Alliance | 31. Modular |
| | 32. ASUS |

منابع

- طاهرپور، فاطمه. (۱۴۰۰). طراحی و اعتباریابی سنجه اندازه‌گیری هم‌آفرینی در دانشگاه. چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۱۲ (۱)، ۱۳۵-۱۵۵.
doi:10.48308/jpap.2021.1008
- قربانی، شعبانعلی. (۱۳۹۸ الف). شناخت‌شناسی واژه دیزاین (طراحی) با رویکرد پدیدارشناسانه. نامه هنرهای تجسمی و کاربردی، ۱۲ (۲۶)، ۸۴-۶۵.
- (۱۳۹۸ ب). مطالعه میزان تطابق محتوای واحدهای درسی رشته صنایع‌دستی در مقطع کارشناسی با مفهوم دیزاین. نامه هنرهای تجسمی و کاربردی، ۱۲ (۲۳)، ۱۰۳-۱۲۲.
- کریمی، ساغر، پورمند، حسنعلی، ذاکر صالحی، غلامرضا، و افهمی، رضا. (۱۳۹۹). آموزش مبتنی بر توسعه پایدار در آموزش عالی با تأکید بر صلاحیت‌های پایداری دانش‌آموختگان (مطالعه موردی: دوره کارشناسی صنایع‌دستی). آموزش عالی ایران، ۱۲ (۱)، ۳۱-۱.
doi:20.1001.1.20088000.1399.12.1.4.1
- محمدپور، احمد. (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی، ضدروش ۱ (منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی). تهران: نشر جامعه‌شناسان.
- نوروزی قره‌قشلاق، حسین، زکریایی کرمانی، ایمان، و نصر اصفهانی، احمدرضا. (۱۴۰۰). بررسی تطبیقی شایستگی‌های حرفه‌ای صنایع‌دستی در چند کشور و تبیین وجوه مغفول آن در برنامه درسی دوره کارشناسی ایران. باغ نظر، ۱۸ (۹۸)، ۳۳-۴۴.
doi:10.22034/bagh.2021.239586.4605
- (۱۴۰۱). شناسایی و ارزیابی شایستگی‌های حرفه‌ای مورد نیاز دانش‌آموختگان دوره کارشناسی صنایع‌دستی. مبانی نظری هنرهای تجسمی، ۱۷ (۱)، ۱۵۶-۱۷۰.
doi:10.22051/JTPVA.2022.38379.1357
- Barker, T., & Hall, A. (2009). Go Global: How can contemporary design collaboration and e-commerce models grow the creative industries in developing countries? In Proceedings of the 3rd IASDR Conference on Design Research (pp. 2227-2236). Seoul, Korea: Korean Society of Design Science.
- Bell, D., & Jayne, M. (2003). Assessing the role of design in local and regional economies. *International Journal of Cultural Policy*, 9(3), 265-284.
- Burns, J., Gibbon, C., Rosemberg, C., & Yair, K. (2012). *Craft in an Age of Change*. London: UK Crafts Council.

- Chuenrudeemol, W., Boonlaor, N., & Kongkanan, A. (2012). Design process in retrieving the local wisdom and communal identity: A case study of Bangchaocha's bamboo basketry crafts. Proceedings of the 6th International Conference of Design Research Society. Bangkok, Thailand: Chulalongkorn University.
- England, L. (2108). Crafting professionals - professional development and entrepreneurship in UK crafts higher education. *Making Futures*, 5, 1-9.
- Forsström, B. (2005). Value Co-creation in Industrial Buyer- Seller Partnerships - Creating and Exploiting Interdependencies. An Empirical Case Study. Retrieved from http://www.impgroup.org/uploads/dissertations/dissertation_19.
- Greenhalgh, P. (2003). *The persistence of craft*. London: A & C Black.
- Groth, C., & Berg, A. (2018). Co-creation in professional craft practice. Design Research Society Conference, Limerick, Ireland. doi:10.21606/dma.2017.256.
- Harris, J. (2012). Digital practice in material hands: How craft and computing practices are advancing digital aesthetic and conceptual methods? *Craft Research*, 3 (1), 91-112.
- Hnatow, M. (2009). Aid to Artisans: Building profitable craft businesses. Retrieved from <http://egateg.usaid.gov/sites/default/files/Aid%20to%20Artisans%20Notes%20from%20the%20Field%204%20final.pdf>
- Li, W., Ho, M., & Yang, Ch. (2019). A Design Thinking-Based Study of the Prospect of the Sustainable Development of Traditional Handicrafts. *Sustainability*, 11 (18), 4823. doi: 10.3390/su11184823.
- Murray, K. (2010). Outsourcing the hand: An analysis of craft-design collaborations across the global divide. *Craft + Design Enquiry*, 2, 1-23.
- Niedderer, K. (2009). *Sustainability of craft as a discipline?* In Proceedings of the 1st Making Futures Conference (pp. 165-174). Devon, UK: Plymouth College of Art.
- Nurgraha, R. M., & Siddiq, A. M. (2022). Analysis of Co-creation experience and development of the ability of creativity and innovation in creating opportunities in the Indonesian handicraft industry. *Linguistics and Culture Review*, 6 (S1), 761-772.
- Rana, E. C. (2008). Sustainable local development through one town one product (OTOP): The case of OTOP movement in Mindanao, Philippines. *Journal of OVOP Policy*, 1, 31-38.
- Ratnam, A. (2011). Traditional occupations in a modern world: Implications for career guidance and livelihood planning. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 11 (2), 95-109.
- Reubens, R. (2010). Bamboo canopy: Creating new reference-points for the craft of Kotwalia community in India through sustainability. *Craft Research*, 1 (1), 11-38.
- Sanders, E. B. N., & Stappers, P. J. (2008). Co-creation and the new landscapes of design. *CoDesign*, 4 (1), 5-18.
- Schwarz, M., & Yair, K. (2010). *Making value: Craft & the economic and social contribution of makers*. London: Craft Council.
- Suntrayuth, R. (2016). Collaborations and Design Development of Local Craft Products: Service Design for Creative Craft Community. *International Journal of Creative and Arts Studies*, 3 (2), 1-12.
- UNESCO. (2005). *Designers meet artisans*. New Dheli, India: Craft Revival Trust.
- Woolley, M. (2011). Beyond control: Rethinking industry and craft dynamics. *Craft Research*, 2 (1), 11-36.

منبع اینترنتی

URL 1 : <https://news.softpedia.com/news/ASUS-039-Bamboo-Laptop-Gets-Priced-98917.shtml>

مجموعه
پژوهش‌های
ایران

تبیین رویکرد و فرایند
هم‌آفرینی در صنایع دستی
بومی، حسین نوروزی
قره‌قشلاق و سمیه صالحی،
۱۷۴، ۱۵۷

Explaining the Approach and Process of Co-creation in Indigenous Handicrafts

Hossein Norouzi Ghara Gheshlagh

Assistant Professor, Handicrafts Department, Arak University, Arak, Iran. (Corresponding Author)/
h-norouzi@araku.ac.ir

Somaye Salehi

Instructor, Carpet Department, Arak University, Arak, Iran/ s-salehi@araku.ac.ir

Received: 06/23/2023

Accepted: 24/09/2023

Introduction

The creation of indigenous handicrafts by using raw materials from the surrounding environment firstly aims not only at producing a product to meet the needs but also at forming a basis for income generation. The process of industrialization and the emergence of new raw materials in the present era has greatly reduced the demand for indigenous handicrafts. It seems necessary to examine the knowledge, skills, and capacities of indigenous handicrafts in connection with other scientific fields. Today, co-creation has been proposed as a collaborative method in solving problems. Based on this, the current research has been conducted with the aim of identifying and explaining the co-creation approach in this field, with special reference to the model of Sanders and Stappers. In other words, in the present study the co-creation method proposed by Sanders and Steppers for indigenous designers and artisans will be investigated and described operationally, and its capabilities in empowering indigenous handicraft artisans will be determined.

Research Method

The current research used a qualitative and descriptive-phenomenological method. Data collection was based on the library method. Analysis and description are the most important steps in descriptive phenomenology. In the analysis, the identification of the essence of the phenomenon is investigated; that is, the basic elements of the phenomenon are classified, and the relationships among them are described. At the analysis stage, the identification and understanding of the phenomenon of co-creation in handicrafts was carried out according to Sanders and Stappers's model as well as other researcher's ideas. In the description section, by emphasizing the experience of the authors, the pattern of co-creation was compared with the conditions required in indigenous handicrafts. At this stage, the phenomenon of co-creation in handicrafts was staged, and its operational steps were described. In other words, a crude description of the phenomenon was avoided and the stages of the mentioned model were explained in depth and with an operational approach.

Research Findings

The results showed that co-creation in handicraft works as a learning mechanism which enabled artisans and designers to acquire knowledge and skills based on a shared experience. In the description of the mentioned model, the cooperation of both groups begins in the preliminary stage with 'fuzzy front end' and before the beginning of the designing process. This term refers to the invisible, ambiguous, and chaotic nature of this stage. In this step, all participants should work together to define a clear design strategy and ideas for developing the collaborative

مجله صنایع
بهره‌های ایران

دوفصلنامه علمی هنرهای صناعی ایران

سال هفتم، شماره ۱، پیاپی ۱۲

بهار و تابستان ۱۴۰۳

۱۷۱

process. When designers came to co-create and develop a product in a certain region and style, several stages could be considered for them: familiarization with the local environment, with handicraft techniques and products, and with native materials. During the vague fuzzy front end, the required knowledge was mostly transferred in the master/apprentice mode.

After the fuzzy front end, the 'design development process' follows, in which the design criteria and everything obtained in the previous section lead to ideas, concepts, prototypes, and, then, modified products. What needs to be done in the design development stage is the development process based on a product design and a development approach. One of the most common design approaches, which are generally used, is the four-stage of: design, discussion, prototyping, and presentation.

In the design development process, there may be a gap between manufacturers and designers in terms of responsiveness to the idea of creating new products. It is possible that the artisans are stuck in their traditional skills, and the designers do not have enough knowledge related to that art. Therefore, in the design development process, the repeated stages of drawing, discussion, and sampling help fill this gap. After completing the first stage and repeating it again, manufacturers and designers became increasingly involved in the co-creation process. By passing this stage, the relationship between artisans, designers, and stakeholders is established and strengthened. The experiences and feedback obtained from this stage led to the beginning of the second stage and the gradual modification of the effect; finally, the production of a complete and practical sample is obtained by repeating the previous four stages. The joint prototyping process enables the industrialists to understand the production methods and design materials; the designers also gained a better understanding of the local industry and of the way to combine modernization with it.

Conclusion

This research is based on the description of a practical theory in the development of indigenous handicraft products and also the investigation of the possibilities of handicraft production as a contemporary economic activity. In this study, a co-creation process has been proposed for redesigning indigenous handicrafts. One of the most important results of this cooperation is the creation and the transfer of knowledge among handicrafts makers, designers and other related industries. The experiential learning and knowledge gained through cooperation form an important element in the professional development of the activists in this field. Students and craft designers in this field can act as change agents. These people can help local handicrafts by using their knowledge to create innovative business plans. This cooperation is a learning experience for both groups of people. In addition to the usefulness of this event for local artisans, the integration and application of indigenous handicrafts in the academic activities of the students of this field, due to its implementing and operational nature, effectively enriches their knowledge of unfamiliar fields. The results obtained from this survey can be used to inspire the artisans and designers to develop the indigenous handicrafts of Iran. In general, the process of co-creation by combining distinct local characteristics and novel ideas gives a new life to local art products. Based on this, and according to what has been achieved, it is suggested that the presented co-creation model should be used for the cooperation of designers and manufacturers in order to promote and facilitate the production of local handicrafts in many regions of Iran. Furthermore, by using this method, the students of handicrafts can experience the process of production and development of indigenous handicrafts in practice and enrich their knowledge.

Keywords: co-creation, handicrafts, designer, artisan, development.

References

- Barker, T., & Hall, A. (2009). Go Global: How can contemporary design collaboration and e-commerce models grow the creative industries in developing countries? In Proceedings of the 3rd IASDR Conference on Design Research (pp. 2227-2236). Seoul, Korea: Korean Society of Design Science.
- Bell, D., & Jayne, M. (2003). Assessing the role of design in local and regional economies. *International Journal of Cultural Policy*, 9 (3), 265-284.
- Burns, J., Gibbon, C., Rosemberg, C., & Yair, K. (2012). *Craft in an Age of Change*. London: UK Crafts Council.
- Chuenrudeemol, W., Boonlaor, N., & Kongkanan, A. (2012). Design process in retrieving the local wisdom and communal identity: A case study of Bangchaocha's bamboo basketry crafts. Proceedings of the 6th International Conference of Design Research Society. Bangkok, Thailand: Chulalongkorn University.
- England, L. (2108). Crafting professionals – professional development and entrepreneurship in UK crafts higher education. *Making Futures*, 5, 1-9.
- Forsström, B. (2005). Value Co-creation in Industrial Buyer- Seller Partnerships – Creating and Exploiting Interdependencies. An Empirical Case Study. Retrieved from http://www.impgroup.org/uploads/dissertations/dissertation_19.
- Ghorbani, Sh. (2019 a). The Epistemology of the Word 'Design' with a Phenomenological Approach. *JOURNAL OF VISUAL AND APPLIED ARTS*, 12 (26), 65-84. [In Persian].
- Ghorbani, Sh. (2019 b). Study of the Amount of Accordance of Educational Units in the Handicrafts Discipline in Bachelor's Degree with the Concept of "Design". *JOURNAL OF VISUAL AND APPLIED ARTS*, 12 (23), 103-122. [In Persian].
- Greenhalgh, P. (2003). *The persistence of craft*. London: A & C Black.
- Groth, C., & Berg, A. (2018). Co-creation in professional craft practice. Design Research Society Conference, Limerick, Ireland. doi:10.21606/dma. 2017. 256.
- Harris, J. (2012). Digital practice in material hands: How craft and computing practices are advancing digital aesthetic and conceptual methods? *Craft Research*, 3 (1), 91-112.
- Hnatow, M. (2009). Aid to Artisans: Building profitable craft businesses. Retrieved from <http://egateg.usaid.gov/sites/default/files/Aid%20to%20Artisans%20Notes%20from%20the%20Field%204%20final.pdf>
- Karimi, S., Pourmand, H., Zakersalehi, G., & Afhami, R. (2020). Sustainable Development-Based Education in Higher Education with Emphasis on Sustainability Competencies of the Graduates (Case Study: Bachelor course of Handicrafts). *ihej*; 12(1) :1-31. [In Persian].
- Li, W., Ho, M., & Yang, Ch. (2019). A Design Thinking-Based Study of the Prospect of the Sustainable Development of Traditional Handicrafts. *Sustainability*, 11 (18), 4823. doi: 10.3390/su11184823.
- Mohammadpour, A. (2012). *Qualitative research method, anti-method 1 (logic and design in qualitative methodology)*. Tehran: Sociologists Publications. [In Persian].
- Murray, K. (2010). Outsourcing the hand: An analysis of craft-design collaborations across the global divide. *Craft + Design Enquiry*, 2, 1-23.
- Niedderer, K. (2009). *Sustainability of craft as a discipline?* In Proceedings of the 1st Making Futures Conference (pp. 165-174). Devon, UK: Plymouth College of Art.
- Norouzi Gharagheshlagh, H., Zakariaee Kermani, I., & Nasr Esfahani, A. (2021). A Comparative Study of Professional Competencies of HandiCrafts in a Few Countries and Explaining Its Neglected Aspects in the Iranian Undergraduate Curriculum. *The Monthly Scientific Journal of Bagh-e Nazar*, 18 (98), 33-44. [In Persian].
- (2022). Identifying and Evaluating the Required Professional Competencies for Bachelor Grade Graduates in Handicrafts. *Theoretical Principles of Visual Arts*, 7 (1), 156-170. [In Persian].

- Nurgraha, R. M., & Siddiq, A. M. (2022). Analysis of co-creation experience and development of the ability of creativity and innovation in creating opportunities in the Indonesian handicraft industry. *Linguistics and Culture Review*, 6 (S1), 761-772.
- Rana, E. C. (2008). Sustainable local development through one town one product (OTOP): The case of OTOP movement in Mindanao, Philippines. *Journal of OVOP Policy*, 1, 31-38.
- Ratnam, A. (2011). Traditional occupations in a modern world: Implications for career guidance and livelihood planning. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 11 (2), 95-109.
- Reubens, R. (2010). Bamboo canopy: Creating new reference-points for the craft of Kotwalia community in India through sustainability. *Craft Research*, 1 (1), 11-38.
- Sanders, E. B. N., & Stappers, P. J. (2008). Co-creation and the new landscapes of design. *CoDesign*, 4 (1), 5-18.
- Schwarz, M., & Yair, K. (2010). *Making value: Craft & the economic and social contribution of makers*. London: Craft Council.
- Suntrayuth, R. (2016). Collaborations and Design Development of Local Craft Products: Service Design for Creative Craft Community. *International Journal of Creative and Arts Studies*, 3 (2), 1-12.
- Taherpour, F. (2021). Developing and Validation of Co-creation Questionnaire. *Public Administration Perspective*, 12 (1), 135-155. [In Persian].
- UNESCO. (2005). *Designers meet artisans*. New Dheli, India: Craft Revival Trust.
- Woolley, M. (2011). Beyond control: Rethinking industry and craft dynamics. *Craft Research*, 2 (1), 11-36.

URL:

URL1: <https://news.softpedia.com/news/ASUS-039-Bamboo-Laptop-Gets-Priced-98917.shtml>