

دگردیسی فرش از یک ابژه هنری به یک سوژه مفهومی: مطالعه‌ای جامعه‌شناسانه پیرامون تغییر کارکرد فرش دستباف در جامعه معاصر

ایمان زکریایی کرمانی^{۱*}، زهرا کارگر^۲

۱- نویسنده مسئول*، دانشیار دانشکده صنایع‌دستی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران. رایانه: i.zakariaee@aui.ac.ir
 ۲- دانشجوی دکتری هنرهای اسلامی، گروه هنرهای اسلامی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران. رایانه: z.kargar@aui.ac.ir

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>هدف پژوهش: هنر فرش دستباف در تاریخ خود همواره دارای دو وجه کاربردی و زیبایی‌شناسانه بوده و کارکردهای متعددی در حوزه‌های مختلف اجتماعی ایفا کرده است. با این حال در دوران معاصر، این هنر با دگرگونی‌های عملکردی و معنایی مواجه شده که آن را از یک هنر کاربردی-زیبا به هنری صرفاً زیبایی‌شناسانه در جایگاه واقعی هنر تبدیل کرده است. در نتیجه، فرش دستباف بازتابی فراتر از کاربرد سنتی خود یافته و در قالب هنر مفهومی (کانسپچوآل آرت) در جامعه معاصر بازنمایی می‌شود. پرسش اصلی پژوهش آن است که از منظر جامعه‌شناسی فرهنگی، چه عواملی در تغییر جایگاه و کارکرد فرش دستباف و تبدیل آن به یک سوژه مفهومی مؤثرند؟</p> <p>روش پژوهش: پژوهش حاضر با رویکرد توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر تحلیل محتوای کیفی انجام شده است. چارچوب نظری پژوهش، جامعه‌شناسی فرهنگی است و با تکیه بر شاخص‌های این رویکرد به تحلیل الگوهای مفهومی فرش دستباف پرداخته شده است. نمونه‌های مورد مطالعه به‌صورت هدفمند شامل ۸ مورد از آثار مجموعه هنری نامیرا، تولید هنرمند معاصر محسن موسوی سیرت است. بر اساس این قسمت هنری می‌توان به بررسی فرش به عنوان یک سوژه مفهومی پرداخت و آن را به این حوزه تعمیم داد. جمع‌آوری اطلاعات بر اساس منابع مکتوب، منابع تصویری و در جهت شناسایی عوامل مؤثر بر تغییر کارکرد فرش دستباف در جامعه معاصر ایران، با ۱۳ نفر از خبرگان در این حوزه مصاحبه نیمه ساختاریافته صورت پذیرفته است.</p> <p>یافته‌ها: یافته‌ها نشان می‌دهد که مؤلفه‌های هویت، تکنولوژی، قدرت، نهادها، تقابل و مقاومت فرهنگی، و نوآوری و رسانه فرهنگی به‌عنوان شش عامل اصلی از منظر جامعه‌شناسی فرهنگی بر تغییر کارکرد فرش دستباف تأثیر گذارند.</p> <p>نتیجه‌گیری: این عوامل می‌توانند در سطوح جمعی و فردی، نقش کلیدی در بازتعریف فرش دستباف به‌عنوان یک سوژه مفهومی ایفا کنند. استفاده آگاهانه از این عوامل توسط کنشگران این حوزه، می‌تواند به ارتقای جایگاه جهانی این هنر بینجامد.</p>	<p>نوع مقاله: پژوهشی</p> <p>تاریخچه مقاله: دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۱۷ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۱۸ انتشار: ۱۴۰۴/۰۹/۱۷</p> <p>کلید واژه‌ها: فرش دستباف معاصر، جامعه‌شناسی فرهنگی، نمایشگاه نامیرا، هنر مفهومی.</p>

استناد: زکریایی کرمانی، ا. کارگر، ز. (۱۴۰۴). دگردیسی فرش از یک ابژه هنری به یک سوژه مفهومی: مطالعه‌ای جامعه‌شناسانه پیرامون تغییر کارکرد فرش دستباف در جامعه معاصر، *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، ۱۴(۲)، ۱۴۷-۱۲۵. تمامی حقوق انتشار این اثر، متعلق به نشریه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه تبریز می‌باشد.

این مجله تابع سیاست دسترسی باز از نوع CC BY: 4 است.



[10.22034/jeds.2025.68041.1877](https://doi.org/10.22034/jeds.2025.68041.1877)



مقدمه

هنر فرش دستباف در جامعه معاصر با تغییرات بنیادینی به لحاظ فرم، محتوا و مفهوم همراه شده است. لذا از دید مخاطبان و علاقه‌مندان این حوزه، زاویه دید خلاقانه و جدیدی را می‌توان نسبت به این هنر تجربه کرد. این جایگاه نو و خلاقانه سبب شده تا فرش دستباف از یک هنر صرفاً کاربردی_زیبا به یک عنصر مفهومی تبدیل شود که ترکیبی از هنرهای اصیل ایرانی است. حوزه جدید ایجادشده در هنر فرش دستباف مورد توجه اکثریت قرار گرفته و در این پژوهش سعی می‌شود تا از دیدگاه جامعه‌شناسی فرهنگی بتوان عنصر مفهومی فرش دستباف را مورد مطالعه و بررسی قرارداد. فرش دستباف با وجود سابقه تاریخی و قدمتی که در سرزمین ما دارد اما گاهی به دلایل پنهان و آشکار گنجانده‌شده در یک فرهنگ می‌تواند دچار تغییر صورت شده و در پی تغییرات ایجادشده در ظاهر و ساختار آن، معنا و مفهوم آن نیز تغییر کند. یک اثر هنری به جهت حفظ نمودن جایگاه و فعلیت خود در مسیر تاریخ، مستلزم سیال بودن، پویایی و حرکت، متناسب با شرایط هر دوره است. این تغییر و تحول است که می‌تواند یک پدیده را در هر حالتی پابرجا و فعال باقی بگذارد. در جوامع امروزی فرش دستباف به عنوان یک نشانه مفهومی تحت تأثیر خلاقیت و نوآوری هنرمندان ارائه می‌شود. فرش دستباف یک هنر ملی است که ریشه‌ی عمیقی در تاریخ، فرهنگ و تمدن ایرانیان دارد. حوزه‌ی هنر فرش دستباف همانند دیگر حوزه‌ها، تا حدود زیادی با مشکلاتی روبروست. در چند دهه‌ی اخیر، فرش دستباف و اقتصاد آن در بازارهای داخلی و خارجی با چالش‌های متعددی روبرو بوده است. شواهد و نتایج پژوهش‌ها در حوزه‌ی فرش دستباف تا به امروز به دلایل متفاوتی اشاره می‌کنند که شاید مهم‌ترین آن‌ها سنت‌گرایی در ابعاد مختلف فرش، مدیریت ناکارآمد در تولید، خریدوفروش و همچنین رکود اقتصادی در بازارهای هدف باشد (ایمانی، ۱۳۹۲: ۷۶). از دیدگاه جامعه‌شناسی، هر پدیده‌ی فرهنگی را می‌توان به‌عنوان بازتابی از ساختارهای اجتماعی، نظام‌های معنا و الگوهای کنش جمعی در نظر گرفت. جامعه‌شناسی فرهنگی با تأکید بر پیوند میان فرهنگ و کنش اجتماعی در تلاش است تا نشان دهد که چگونه نمادها، ارزش‌ها و سنت‌های فرهنگی در بازتولید و تداوم زندگی اجتماعی نقش آفرینند. در این چارچوب فرش دستباف نه صرفاً به‌مثابه کالایی هنری یا اقتصادی، بلکه به‌عنوان متنی اجتماعی و فرهنگی قابل ارزیابی است. متنی که در بطن خود حامل معناها، باورها و ارزش‌های جامعه‌ی تولیدکننده است. بنابراین برای فهم عمیق‌تر جایگاه فرش دستباف در جامعه‌ی معاصر ابتدا باید مبانی نظری جامعه‌شناسی فرهنگی و دیدگاه‌های مربوط به مفهوم فرهنگ را مرور کرد؛ تا بتوان ارتباط آن را با بخش‌های مختلف در حوزه‌ی فرش دستباف روشن ساخت. جامعه‌شناسی فرهنگی شاخه‌ای از جامعه‌شناسی است که به شناخت و تحلیل عوامل فرهنگی و عوامل متأثر بر مسائل فرهنگی می‌پردازد. نظام فرهنگی پکیجی از ساختارهاست و ساختارها به‌صورت متفاوت در زمینه‌های مختلف ظاهر می‌شوند. در جامعه‌شناسی فرهنگی از طریق شناخت همین ساختارها و چارچوب‌ها می‌توان به شناخت عمیقی از آن حوزه و تغییرات ایجادشده در آن‌ها دست‌یافت (Alexander, 2020: 3). فرهنگ زمینه و حوزه‌ای است که تمامی کنش‌ها و رفتارهای اجتماعی در داخل آن اتفاق می‌افتد. این کنش‌ها شامل باورها، آداب، رسوم و ارزش‌های ذاتی و رفتاری اشخاص است (گنجه، ۱۳۹۶: ۱۰۹). فرهنگ به‌عنوان یک مقوله و مفهومی که در جامعه و علوم اجتماعی نهادینه‌شده است، از ابتدا تا به امروز کاربردها و معانی گوناگونی به خود اختصاص داده است (تامپسون، ۱۳۷۷: ۲۰). جامعه‌شناسی فرهنگی یکی از علوم نهادینه‌شده در حوزه جامعه‌شناسی است که به بررسی و نقد کنش‌هایی که از کنش‌گران موجود در آن جامعه رخ می‌دهد، می‌پردازد. تاریخچه و شکل‌گیری جامعه‌شناسی فرهنگی از اواسط دهه ۱۹۸۵ شروع شد (Alexander, 2008). جامعه‌شناسی فرهنگی رهیافت نو و جدیدی است که از بستر جامعه‌شناسی فرهنگ، پس از تحولاتی که حول محور فرهنگ ایجاد شد؛ پدید آمده است (نبوی، ۱۳۹۲: ۲۷). در جامعه معاصر ایران، کارکرد و کاربرد هنر فرش دستباف در رخدادها و نمایشگاه‌ها با تغییراتی بنیادین همراه بوده و امروزه فرش دستباف بیشتر به عنوان یک عنصر فعال اجتماعی در جامعه خودنمایی می‌کند. در این مقاله ضمن شناسایی الگوهای فرهنگی در جامعه‌شناسی، به بررسی عوامل و نشانه‌هایی که هنر فرش دستباف را تبدیل به یک سوژه مفهومی و مدیوم کرده است؛ پرداخته می‌شود. پژوهش حاضر در تلاش است تا بتواند به این پرسش اصلی در راستای اهداف پژوهش پاسخ دهد که بر اساس رویکرد جامعه‌شناسی فرهنگی چه عواملی می‌توانند در تغییر جایگاه و کارکرد فرش دستباف

و تبدیل آن به یک سوژه مفهومی دخیل باشند؟ با تکیه بر جامعه‌شناسی فرهنگی؛ روابط میان کنشگران با هسته فرهنگی مشترک در دوران معاصر چگونه است؟ ضرورت انجام این پژوهش در جهت جستجو کردن عوامل و پیشران‌هایی است که سبب تغییر در کاربرد و کارکرد هنر فرش دستباف شده و آن را از یک ابژه کاربردی به یک سوژه فعال اجتماعی تبدیل کرده است. لذا با شناسایی و مطالعه عوامل مؤثر بر تغییر این جایگاه در جامعه معاصر می‌توان آن‌ها را در هنر فرش دستباف به کار گرفت و هر کدام یک از عوامل را در گسترش دادن این حوزه به عنوان یک هنر اصیل ایرانی، به سهم خود دخیل نمود.

ادبیات پژوهش

مفهوم سوژه و ابژه در جامعه‌شناسی

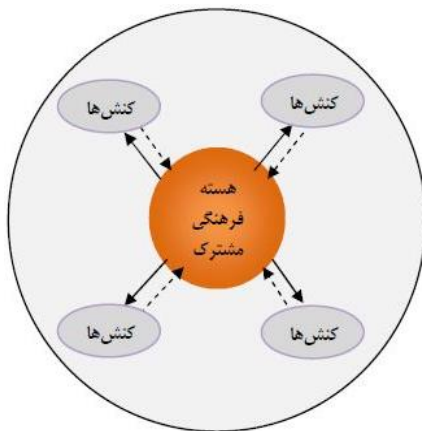
به‌طور کلی جامعه‌شناسی یکی از زیرشاخه‌های علوم انسانی^۱ است؛ هم‌چنین جامعه‌شناسی فرهنگی مربوط به مقوله‌ها و مفاهیمی است که از مرکزی‌ترین بخش مربوط به یک جامعه و فرهنگ مرتبط با آن جامعه الگو گرفته است. مفاهیم حیاتی و مهمی که در حوزه جامعه‌شناسی فرهنگی درونی شده‌اند؛ سوژه^۲، ابژه و فردیت هستند (Znaniecki, 1927). دو مفهوم سوژه و ابژه به‌طور کلی مفاهیمی هستند که می‌توان آن‌ها را به مثابه اشیاء و انسان در یک جامعه در نظر گرفت. به‌طور کلی مفهوم سوژه موجودی خودآگاه است که کنش گر می‌باشد و توانایی انجام فعالیت‌ها، اعمال ارادی و انتخاب‌های آگاهانه. هوشمندانه را دارا می‌باشد. سوژه در حوزه‌ی جامعه‌شناسی فرهنگی و در اجتماع یک فرهنگ بدین صورت عمل می‌کند؛ که در ابتدا تجربه‌های ذهنی و آگاهانه را به‌صورت مستقیم درک و تجربه می‌کند و در عین حال، همواره در ارتباطی معنادار با موجودات و اشیائی قرار می‌گیرد که مستقل از او در جهان خارج نیز وجود دارند. به‌بیان‌دیگر مفهوم سوژه به هر شخص، فرد و ناظری نسبت داده می‌شود که دارای ادراک، کنش و معنابخشی در تعامل با جهان اطراف خود باشد. به‌طور کلی نقش سوژه در جوامع اجتماعی به مثابه یک کنشگر است که مؤلفه‌ی بالقوه‌ای را بالفعل می‌کند و کنش اجتماعی را پدید می‌آورد (Butler, 1987: 530). مفهوم ابژه^۳ در جامعه به‌گونه‌ای است؛ که هر فرد اجتماعی دارای برساختی ویژه و منحصر به فرد از جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند می‌باشد. که این برساخت ارتباط مستقیم با عادت واره‌های هر شخص دارد و بایدها و نبایدهایی ناشی از آن عادت واره‌ها برای هر شخصی ایجاد می‌شود. فرد به دلیل فاعلیت و ارزش اجتماعی که دارد، خود به ابژه‌ای تبدیل می‌شود که توسط جامعه و فرهنگ حاکم بر آن جامعه شناخته و ارزش‌گذاری می‌شود (Butler, 1987: 530). افراد و گروه‌ها بر اساس ارزش‌های اجتماعی مشخص که برای خود ایجاد کرده‌اند تبدیل به ابژه‌هایی در جامعه می‌شوند. به‌طور کلی می‌توان ذکر کرد که نقش ابژه در مفهوم و بطن یک جامعه به‌صورت منفعل است و معمولاً عوامل و قوانین حاکم بر آن جامعه است که ابژه را به مثابه یک انسان هدایت و رهبری می‌کند. تا زمانی که انسان به عنوان یک کنشگر اجتماعی فرمان‌بردار باشد کنشی به عنوان یک کنشگر خلاق نداشته باشد، ابژه است. به‌بیان‌دیگر ابژه در حوزه جامعه‌شناسی یک پدیده فرهنگی است که از پارامترهای انسان گرایانه برخوردار می‌باشد؛ به دلیل اینکه ابژه به مثابه شیء نیازمند به تجربه و درک یک سوژه‌ی آگاه است تا بتواند در جامعه‌ی مورد نظر بالفعل شود. (de Libera, 2008; Pippin, 2005; Thiel, 2011).

سازوکار عمل فرهنگ در جامعه قدیمی و معاصر

فرهنگ مقوله‌ای است که در پیوستار زمان دارای تغییر و تحول است و هم‌چنین تعریف فرهنگ نیز در طول زمان به سوی تخصصی‌تر شدن حرکت می‌کند و از کلی‌گرایی‌های عامیانه‌ای که تمامی پدیده‌های اجتماعی معنوی و مادی را پوشش می‌دهد، از آن سلب می‌شود و معنایی مترادف با تمدن از آن حاصل نمی‌شود و به برداشتی کلی بر معانی و نمادها محدودیت نمی‌یابد (اسمیت، ۱۳۸۷: ۱۷-۱۸؛ باکاک، ۱۳۸۶: ۴۰-۴۴). چنان که چلبی نقل می‌کند: «در جهان اجتماعی هر چیزی دارای صبغه اطلاعاتی و معرفتی است و این نباید موجب آن شود که همه‌چیز را فرهنگ دانست. چنین تعریف وسیعی از فرهنگ

1. Humanistic Sciences
2. Subject
3. Object

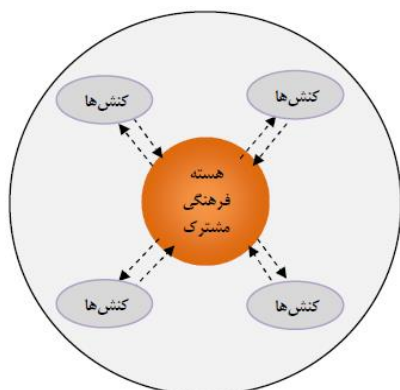
کاربردی نیست و منزلت تحلیلی آن را تنزل می‌دهد. بنابراین تقسیم فرهنگ به دو جزء مادی و معنوی تمایزی بیهوده است» (چلبی، ۱۳۸۵: ۵۸). الگوهای مشترکی که سبب ایجاد فرهنگ در یک جامعه می‌شوند همواره در حال تغییر و تحول‌اند و همراه با تحولات موجود در جامعه تغییر می‌کنند؛ در این بخش دو الگوی روابط فرهنگ و کنش در جامعه قدیمی و جامعه معاصر ارزیابی می‌شوند تا بتوان به مفهوم و مؤلفه‌های جدید در عصر مدرن پی برد و محاسبه کرد که رابطه‌ی کنشگران نسبت به هسته‌های مشترک فرهنگی در جوامع قدیم و جدید چگونه بوده است. هسته فرهنگی در هر جامعه‌ای به طور ایده آل و ذهنی، پکیجی همگن و منسجم است. اما دریافت فکری و ذهنی کنشگران از این هسته فرهنگی به میزان دیدگاه‌ها و زاویه‌های هر کنش‌گر می‌تواند متفاوت باشد. به بیان دیگر کنشگران تفسیرهای مختلفی از این هسته فرهنگی مشترک انجام می‌دهند که همین تمایزات و تغییرات سبب شکل‌گیری میانی‌ها و گفتمان‌های فکری مختلف شده است. هسته مشترک فرهنگی در جامعه، از سازوکارها و مواد و مصالح‌های گوناگونی ساخته شده است. گیدنز، دو مورد اساسی را تشکیل دهنده ساختارهای اصلی فرهنگ می‌داند که از نظر وی قواعد و منابع هستند (Scott, 2007: 88). بر اساس این نظریه؛ درست است که قواعد و منابع می‌توانند در شکل‌گیری ساختارها تا حدودی دخیل باشند اما با ارجاع به آثار متأثر از دورکیم؛ وجوه دیگری در هسته فرهنگی وجود دارند که آن «حافظه جمعی» است. با تأکید بر دیدگاه‌های آنان؛ وجهی از فرهنگ یک جامعه متأثر از شرح، روایت، وقایع گذشته و اسطوره‌ای ساختن آن‌هاست (اسمیت، ۱۳۸۴: ۱۵۸-۱۲۳). الگوی اول شاخص روابط فرهنگ و کنش را در جوامع قدیمی نشان می‌دهد. در این نوع جوامع هسته فرهنگی به حدی سخت است که به کنشگران این اجازه را نمی‌دهد که هر کنش‌گر بتواند برداشت و تفسیرهای خود را از این فرهنگ داشته باشد و به نحوی پیاده‌سازی می‌شود که تأثیر یک طرفه از فرهنگ، به کنش کنشگران اتفاق می‌افتد. به‌طورکلی در این نوع جوامع خلاقیت و نوآوری کاهش پیدا می‌کند و یک روند و رویه‌ای عادی در جامعه حاکم است. هم‌چنین با وجود افراد خلاق در هر جامعه‌ای، کنش افراد تأثیر بسیار کمی بر هسته فرهنگی حاکم بر آن جامعه دارد؛ لذا تغییرات در جامعه به کندی و آهستگی صورت می‌پذیرد. هم‌چنین می‌توان اشاره کرد که تغییر نکردن و یا به آهستگی تغییر کردن فرهنگ در این جامعه، ناشی از روند کند تحولات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی نیز هستند. هسته فرهنگی در این نوع جوامع تا حدودی در پاسخ به نیازهای افرادی که در روند حاضر در حال حرکت‌اند؛ منفعل نیست اما نسبت به کنشگران خلاق امری منفعل و حاکم محسوب می‌شود و این هسته فرهنگی بر جامعه مورد نظر حاکم و غالب است و تأثیر مستقیم بر کنشگران و رفتارهای آنان دارد. به عکس تأثیرات از کنشگران بر هسته فرهنگی در چنین جوامعی ناچیز یا بسیار روند آهسته‌ای دارد (کاشانی و پرویز، ۱۳۹۳: ۴۷-۴۸). نباید این واقعیت را هم نادیده گرفت؛ درست است که فرهنگ و هسته فرهنگی در چنین جوامعی بسیار سرکوب‌گر هستند و اکثریت کنش کنشگران را تحت شعاع قرار می‌دهند، اما کنشگران خلاق نیز هستند که در فضاهای بسته، کنشی خلاق را حاصل می‌کنند و به عبارتی امری برجسته و آشنایی‌زدایی^۱ را ایجاد می‌کنند.



نمودار شماره ۱: الگوی کلی روابط فرهنگ و کنش در جوامع قدیمی (کاشانی و پرویز، ۱۳۹۳: ۴۹).

در جوامع معاصر هسته فرهنگی به سختی جوامع قدیمی نیست و الگوهای موجود در آن هسته در جامعه معاصر بازتر است و از حالت متسجد، سخت و سنگی فاصله بیشتری گرفته است. در این نوع جوامع هسته فرهنگی شکل‌پذیر و تغییرپذیر است و در تقابل با کنش‌گران همانند خمیری نرم حالت‌پذیر است. لذا می‌توان نتیجه گرفت که در این نوع جوامع خلاقیت و نوآوری‌ها از سوی کنشگران بیشتر اتفاق می‌افتد و در نتیجه می‌توان جامعه‌ای خلاق تر را تجربه کرد. بر اساس نظرات گیدنز، رفتار کنشگران در این نوع جوامع به دو دسته آگاهی عملی و آگاهی گفتگویی تفکیک می‌شود (گیدنز، ۱۹۸۶). طبق نظر آرچر رفتار کنشگران در جوامع معاصر می‌تواند ناشی از بازاندیشی ارتباطی، بازاندیشی خودمختار، فرا بازاندیشی و باز اندیشی گسیخته اشاره کرد (Archer, 1995).

بر اساس این دو نظریه می‌توان دریافت که گیدنز^۱ به آگاهی داشتن و یا عدم آگاهی باز اندیشانه در کنش کنشگران اشاره می‌کند ولی مارگارت آرچر^۲ به بازنمون و شیوه‌های بروز این بازاندیشی‌ها می‌پردازد. در جامعه معاصر کنش‌ها و یا رفتارهای اجتماعی انسان‌ها می‌تواند ناشی مؤلفه‌هایی باشد که در لایه‌های درونی آن جامعه مخفی شده‌اند و یا فرد بر اساس تمایلات و عاداتی که همیشه دارد آن‌ها را از خود بروز دهد؛ یکی از آن کنش‌ها در سطح اجتماعی، کنش عادی است. یکی دیگر از کنش‌ها؛ کنش‌های ابزاری - استراتژیک است. هسته مرکزی این نوع کنش‌ها عقلانیت و خرد ابزاری است که این کنش در مکتب فرانکفورت، نظریه‌های هابرماس و تئوری‌های ماکس وبر^۳ به خوبی قابل توجه و اهمیت قرار گرفته است (پیوزی، ۱۳۸۴: ۱۰۶). هدف این کنش‌ها ترغیب فرد به انجام کنش‌ها و رفتارهای جدید و در غایت نهایی؛ رسیدن فرد به موفقیت فردی است. با تکیه بر برداشت‌های هابرماس از تمایز کنش‌های ابزاری با استراتژیک می‌توان ذکر کرد که کنش ابزاری با کمک کنترل تکنولوژی و مسائل غیرشخصی موفقیت فردی را دنبال می‌کند اما کنش استراتژیک؛ یک نوع کنش ابزاری است که به دنبال به دست آوردن سود و موفقیتی برخوردار از خرد و عقلانیت است. نوع بعدی از انواع کنش‌ها؛ کنش ارتباطی است که مبنای این نوع کنش هم عقلانیت ارتباطی است. به‌طور کلی کنش ابزاری در پی به دست آوردن و کسب موفقیت است و کنش عقلانی در جستجوی رسیدن به تفاهم است. به‌طور کلی کنش‌های ارتباطی ناشی از گفت‌وگوها و گفتگوهای آزاد در بطن جامعه شکل می‌گیرند (کاشانی و پرویز، ۱۳۹۳: ۵۴). دسته آخر کنش‌ها؛ کنش‌های ناشی از میل شخصی و فردی است که برگرفته از قوه‌های تخیل، عواطف و احساسات و امیال بشری نشاءت می‌گیرند؛ یعنی قوه‌هایی که فارغ از مادیوم‌های فرهنگی و اجتماعی هستند (زیمل، ۱۳۸۰).



نمودار شماره ۲: الگوی کلی روابط فرهنگ و کنش در جوامع معاصر (کاشانی و پرویز، ۱۳۹۳: ۴۹).

فرش دستباف و مبانی فرهنگی در جامعه معاصر

ذهنیت و مبانی فکری کنشگران برخلاف ساختارگرایان به نحوی است که آن‌ها یک ساختار فرهنگی - اجتماعی از پیش تعیین شده را به عنوان پیش‌فرض قطعی و مسلم تلقی نمی‌کنند؛ بلکه از نظر آن‌ها جامعه و مؤلفه‌های مربوط به آن به وسیله رفتارها و کنش‌های فردی کنشگران ایجاد می‌شود و در محدوده‌ای خارج از امر کنش نمی‌توان فرضی به نام جامعه تصور کرد (Edgar & sedwick, 2002: 230).

نظریه‌های جامعه‌شناسی در دهه‌های اخیر به‌گونه‌ای بوده است که نظریات یک جانبه و یک سوگرایانه در حوزه علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی را مورد نقد قرار داده است. اکثر جامعه‌شناسان معاصر بر این اصل معتقدند که مناسبات موجود در یک جامعه پیچیدگی‌های خاص خود را دارند و باید با روابط‌های چندجانبه‌ای که نسبت به یکدیگر دارند، بررسی شوند. در پی این امر تئورسین‌های معاصر تلاش کردند تا بتوانند نظریاتی را ساخته و پرداخته کنند که در آن‌ها به‌صورت هم‌زمان به مؤلفه‌های مختلفی نظیر؛ نظم و ترتیب، ایستایی و پویایی، عاملیت و ساختار و در کل به روابط‌های پیچیده توجهی دوچندان شود (Calhonn et al, 2007). از زاویه دید این نظریه‌پردازها، فرهنگ نه عامل بیرونی از کنشگران است که تأثیر مستقیم بر کنش آن‌ها داشته باشد و نه صرفاً یک عامل درونی است. فرهنگ می‌تواند هم بیرون از کنش وجود داشته باشد و هم به کنش کنشگران جهت دهد. به عبارت دیگر عاملی بسیار سیال، پویا و دینامیک است. فرهنگ همان‌طور که می‌تواند در یک

1. Anthony Giddens
2. Margaret Archer
3. Max Weber

جامعه به عنوان عامل ثابت شناخته شود؛ می‌تواند عامل اصلی تغییرات و تمایزات موجود در یک جامعه باشد. بوردیو، گیدنز، هابرماس و آرچر از جمله این نظریه‌پردازها هستند (Johnson, 2008). به عبارت دیگر از نظر آن‌ها؛ فرهنگ به مثابه یک ساختار کلی منسجم، مقدم بر رفتار کنشگر نیست بلکه در کنش افراد جامعه و در معانی که کنشگران به کنششان می‌دهند؛ مفهوم می‌یابد. به طور کلی مقوله فرهنگ به ظن نمادگرایان شامل پکیجی از اصول ثابت نیست؛ بلکه به طور پیوسته در جریانات کنش‌های روزمره در حال تغییر و تحول است (کوش، ۱۳۸۱: ۱۰۳). در جامعه معاصر، فرش از وضعیت یک ابژه عینی و کالای مصرفی فراتر رفته و به یک سوژه اجتماعی-هنری تبدیل شده است. از دیدگاه جامعه‌شناسی هنر، این تغییر موقعیت فرش ناشی از بازتعریف معنا و ارزش‌های نمادین در چارچوب تحولات فرهنگی و جهانی‌شده است (Zolberg, 2011; Herrero, 2009). فرش اکنون حامل روایت‌های هویتی، تجربه‌های زیبایی‌شناختی و بازنمایی‌های فرهنگی است که توسط مخاطب تجربه و تفسیر می‌شوند (Eyerman, 2006). در این معنا، فرش دیگر صرفاً یک شیء فیزیکی نیست، بلکه به عنوان یک موضوع تجربه اجتماعی و فرهنگی عمل می‌کند که هم معرف تغییرات اجتماعی و هم محملی برای تولید و بازتولید معناهای فرهنگی است، و جایگاهش به عنوان سوژه، پیوندی مستقیم با تحولات اجتماعی و نگرش‌های معاصر به هنر و فرهنگ برقرار می‌کند (Zolberg, 2011). در این پژوهش تمرکز پژوهشگران بر حوزه فرش دستباف و مفهوم فرش به عنوان یک سوژه فعال اجتماعی در جامعه معاصر است. می‌توان براساس نظریه‌های فوق دریافت که کنشگران خلاق و نوآوری‌هایی که در جامعه هنری این حوزه صورت می‌پذیرد؛ رویدادهای تأثیرگذار و جریان‌های تازه‌ای را در این حوزه پایه‌گذاری کرده است. به عبارت دیگر؛ فرش دستباف و کارکردهای امروزی آن در بازارها و جامعه هدف، بر اساس جامعه‌شناسی فرهنگی در عصر حاضر شکل می‌گیرد. لذا عوامل متعددی حول محور این علم هستند که هرکدام به خودی خود می‌توانند در سوژگی فرش دستباف و دکوراتیو شدن بخش کاربردی آن تأثیرگذار باشند.

پیشینه تحقیق

از آنجایی که هسته اصلی پژوهش برمدار جامعه‌شناسی فرهنگی و بازتاب آن در حوزه فرش دستباف حرکت می‌کند؛ لذا در بخش پیشینه پژوهش به بررسی پژوهش‌هایی پرداخته‌شده که ارتباط زیادی با جامعه‌شناسی، جامعه‌شناسی فرهنگی و فرش دستباف داشته باشند. چیت‌سازیان و همکاران (۱۴۰۰) در بخشی از مقاله "تحلیل جامعه‌شناختی دنیای هنر فرش" که بر اساس نظریه دنیای هنر هوارد بکر پیش رفته است؛ به شناسایی ارتباط میان جامعه‌شناسی و جامعه‌شناسی هنر فرش پرداخته‌اند. در این مقاله تأکید فراوانی بر جمعی بودن حوزه هنر در اجتماع شده است و لازم به ذکر است که برای درک بهتر آثار هنری از منظر جامعه‌شناسی باید به هنر به صورت یک حوزه جمعی توجه و بررسی کرد. جوادی (۱۴۰۰) در بخشی از مقاله "جامعه‌شناسی فرش دستباف معاصر ایران با رویکرد رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی" به جایگاه فرش دستباف ایرانی از مناظر مختلف فرهنگی و بازتاب آن در حوزه جامعه‌شناسی پرداخته است. نتایج پژوهش نشان دهنده این امر مهم است که بررسی جامعه‌شناسی فرش دستباف در جوامع مدرن امروزی؛ همانند رسانه‌های جمعی و اجتماعی بسیار مهم و حائز اهمیت است ولی این امر مهم در میان کنشگران فعال در حوزه فرش دستباف موردتوجه قرار نمی‌گیرد. وندشعاری و همکاران (۱۳۹۵) در بخشی از مقاله "تبیین جامعه‌شناختی علل تحول یا ثبات در نظام طراحی قالی معاصر ایران" به تبیین جامعه‌شناسی فرش ایران به جهت دستیابی به تداوم و تغییر در حوزه طراحی قالی پرداخته‌اند. چارچوب نظری پژوهش مذکور نظریه جامعه‌شناسی آنتونی گیدنز است؛ که بر اساس آن مؤلفه‌های هویتی در تداوم و تغییر طراحی قالی‌ها مشخص شدند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که اجزای مختلف در هنر فرش دستباف به یکدیگر پیوستار هستند و به‌گونه‌ای که مؤلفه‌ها و اصول موجود در حوزه طراحی متغیر باشد و دیگر اجزا و عوامل هم تأثیرگذار خواهد بود. کاشانی و پرویز (۱۳۹۳) در بخشی از مقاله "کندوکاو نظری _ مفهومی درباره توسعه فرهنگی از منظر جامعه‌شناسی" در تلاش است تا با یاری جستن از اندیشه‌ها و نظریات جامعه‌شناسان بتواند به تبیین و چگونگی روابط عمل و فرهنگ در جوامع قدیمی و معاصر بپردازد. این

تلاش نظری به جهت رسیدن و کشف الگویی است که بتوان بر اساس آن حوزه‌های فرهنگی موجود در هسته مشترک فرهنگی جامعه را توسعه داد و بر اساس همین الگوی شناسایی‌شده؛ بتوان به چگونگی تغییرات فرهنگی از منظر جامعه‌شناسی پرداخت. چیت‌سازیان (۱۳۷۹) در بخشی از مقاله "فرس بررسی زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مؤثر در گسترش هنر فرس در کاشان" یکی از راهکارهای جلوگیری از وابستگی به دیگر کشورها و بیگانگان؛ عدم شناخت و آگاهی کافی نسبت به شاخص‌ها و معیارهای اصیل فرهنگی و می‌داند. همچنین می‌توان بیان داشت که پیوندهای عمیقی میان کنشگران در بطن جامعه با حوزه‌های مختلف هنری وجود دارد که فرس دستباف یکی از آنهاست. لذا می‌توان با بررسی این هنر از مناظر مختلف فرهنگی و اجتماعی، تا حدودی به شناسایی و بررسی جامعه با جامعه هنر پی برد.

پس از بررسی پیشینه می‌توان دریافت که اکثر پژوهش‌ها به بحث جامعه‌شناسی یا فرهنگ موجود در جامعه در حوزه هنر و فرس دستباف پرداخته‌اند. تعداد مقالات شناسایی‌شده و نظریه‌های تئوری در باب جامعه‌شناسی؛ سهل‌کننده و روشن‌کننده مسیر پژوهش حاضر هستند. ابعاد متمایزکننده در پژوهش حاضر نسبت به پژوهش‌های پیشین در باب چرایی و چگونگی تبدیل شدن فرس دستباف از جایگاه قبلی خود به یک هنر مفهومی در جامعه‌ی معاصر است. به بیان دیگر در این پژوهش تلاش شده تا مؤلفه‌های بسیار مهم و حیاتی در رابطه با بازنمون فرس دستباف به عنوان یک سوژه فعال اجتماعی شناسایی شوند؛ تا کنشگران فعال در حوزه هنری فرس دستباف به مؤلفه‌های شناسایی‌شده توجهی مضاعف داشته باشند. وجه تمایز این پژوهش با سایر تحقیق‌ها؛ نگاهی جدید به سوژه بودن فرس دستباف و تبدیل شدن آن به یک هنر مفهومی در جامعه‌ی معاصر از منظر جامعه‌شناسی فرهنگی است.

روش شناسی

پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت کیفی و از نظر هدف توسعه‌ای است. روش بکارگرفته‌شده در این پژوهش توصیفی - تحلیلی از نوع تحلیل محتوای کیفی است. رویکرد مورد استفاده در این پژوهش؛ جامعه‌شناسی فرهنگی است که با تأکید بر الگوی روابط فرهنگ و کنش در جامعه معاصر، به بررسی و شناسایی مؤلفه‌های تحقیق پرداخته‌شده است. الگوی مذکور در هر جامعه؛ دارای یک محوریت فرهنگی منسجم است که ذیل آن اصول، روش‌ها، کنش‌های اجتماعی و مبانی فکری مخصوص به خود را دارا می‌باشد. همچنین این هسته مرکزی دارای حافظه‌ای جمعی است که وحدت کنش‌گران را در ساختار یک جامعه ممکن می‌سازد. در ادامه افراد با توجه به شناخت، خلاقیت و نوآوری‌های خود به نحوی تفسیری در کنش‌های اجتماعی دخیل هستند. روش گردآوری اطلاعات به دو روش اسنادی و میدانی است؛ که روش اسنادی شامل منابع اینترنتی، مقالات و در روش میدانی به جهت تکمیل اطلاعات، از امر مصاحبه بهره گرفته‌شده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش مصاحبه نیمه سازمان‌یافته است. در امر مصاحبه، داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز پژوهش از طریق ارتباط مستقیم و تماس تلفنی پرسشگر با پاسخگویان انجام گرفته است؛ که در این روش سوالات مرتبط با اهداف تحقیق توسط مصاحبه‌گر از مصاحبه‌شوندگان پرسیده می‌شود (حافظ‌نیا، ۱۳۸۷: ۱۹۹).

جدول شماره ۱: مشخصات نمونه‌های انتخاب‌شده به جهت انجام مصاحبه


کد	تخصص مصاحبه‌شوندگان	سن	جنسیت	تحصیلات	سابقه	نوع مصاحبه	تاریخ مصاحبه
A01	تولیدکننده	۵۷	مرد	دیپلم	۲۰	تلفنی	۱۴۰۳/۱۰/۰۷
B02	هیئت علمی	۴۸	مرد	دکتری	۱۵	تلفنی	۱۴۰۳/۱۱/۰۱
B03	هیئت علمی	۶۳	مرد	دکتری	۲۵	حضور	۱۴۰۳/۱۱/۰۳
A04	تولیدکننده	۵۸	مرد	ارشد	۱۸	تلفنی	۱۴۰۳/۱۱/۰۸
A05	تولید و بازرگانی فرس دستباف	۲۴	مرد	ارشد	۹	شبکه‌های اجتماعی	۱۴۰۳/۱۱/۰۴
B06	هیئت علمی	۳۹	مرد	دکتری	۱۲	شبکه‌های اجتماعی	۱۴۰۳/۱۱/۰۷

یافته‌های پژوهش

مجموعه آثار هنری نامیرا

شرکت سامسونگ در سال ۲۰۰۰ به فکر تغییر مفهوم تلویزیون‌های تولیدی خود افتاد؛ در پی این امر به سراغ مخاطب‌ها رفت و از آن‌ها پرسید که تلویزیون محبوب شما به چه شکل است؟ نظر مصاحبه‌شونده‌ها به نحوی بود که باید کیفیت تصویر و مؤلفه‌های مربوط به تلویزیون موردتوجه قرار بگیرد. اما وجه غالب‌تر در تمامی نظرات این بود که تلویزیون بخشی از دکوراسیون منزل است؛ لذا باید صورت ظاهری آن به نحوی باشد که فضای دکوراتیو منزل را زیباتر نشان دهد (Youngjin, & Kyungmook, 2015). در ابتدا صحبتی از این نظرسنجی ذکر شد که بیان شود فرش دستباف هم بخش مهمی از دکوراسیون منزل است و صرفاً نباید وجه کاربردی آن موردتوجه قرار بگیرد؛ لذا این مسئله اهمیت موضوع را برای جامعه‌ی فرش دو چندان می‌کند که ابعاد زیبایی‌شناسانه 'در هنر فرش دستباف باید بر وجه کاربردی‌اش غالب باشد؛ همانند مجموعه نامیرا، آثار محسن موسوی سیرت که بر ابعاد زیبایی‌شناسانه فرش دستباف به عنوان هنری مفهومی توجه کرده است. در پژوهش حاضر نمونه‌های مورد مطالعه مجموعه آثار نمایشگاه نامیرا در حوزه فرش دستباف است که به مطالعه و شناسایی آن‌ها پرداخته شده است. تا بتوان با بررسی و مطالعه آن‌ها به مؤلفه‌هایی دست پیدا کرد؛ که سبب تغییر جایگاه فرش دستباف از وجه کاربردی به وجه زیبایی‌شناسانه شده‌اند و فرش دستباف را به سمت یک هنر مفهومی هدایت کرده‌اند.



جدول شماره ۲: معرفی ۸ نمونه از آثار مجموعه نامیرا

عنوان	تکنیک	روایت	تصویر
باغ ملکوت	تکه‌دوزی فرش دستباف و آینه‌کاری _ ابعاد: ۲۱۴ * ۱۵۷ _ سال خلق اثر: ۱۴۰۲ Handmade Persian Patchwork Rug	درون آینه روبرو چه می‌بینی تو ترجمان جهانی بگو چه می‌بینی تویی برابر تو چشم در برابر چشم در آن دو چشم پر از گفت‌وگو چه می‌بینی پیش از خرقه تهی کردن، باغ ملکوت بشویم. بهشت بشویم.	
رخشان	تکه‌دوزی فرش دستباف _ ابعاد: ۱۹۶ * ۱۵۰ _ سال خلق اثر: ۱۴۰۳ Handmade Persian Patchwork Rug	رخشان: درخشان و تابناک. ایرانیان اولین مردمی بودند که اسب را رام کردند، آنان اسب را نماد خیر و روشنی می‌دانستند. رخش نام اسب رستم، و چنانچه مشهور است بدن رخس دارای لکه‌های قرمز و زرد و گل‌های کوچک بود و از زیر دم تا گردن و چشم تا دهان سفید بود.	

ادامه جدول شماره ۲

عنوان	تکنیک	روایت	تصویر
فرشته فرش	<p>تکه‌دوزی فرش دستباف</p> <p>ابعاد: ۱۹۰ * ۳۵۰</p> <p>سال خلق اثر: ۱۴۰۳</p> <p>Handmade Persian Patchwork Rug</p>	<p>فرش در باور ایرانیان نماد عرش است. محلی ازلی و ابدی که در آن مفاهیمی چون زمان و زوال راه ندارد. از این رو گل‌های فرش گل‌هایی نامیراست و یادآور آوردن بهشت به خانه‌ها، فرش گلستان بی‌خزانی است.</p> <p>* این اثر یادی است از آن فرشته و الهام.</p>	
سروش	<p>تکه‌دوزی فرش دستباف</p> <p>ابعاد هر بال: ۱۰۵ * ۲۲۱</p> <p>سال خلق اثر: ۱۴۰۳</p> <p>Handmade Persian Patchwork Rug</p>	<p>چه گویمت که به میخانه دوش مست و خراب سروش عالم غییم چه مژده‌ها دادست لسان‌الغیب حافظ شیرازی سروش عالم غیب: فرشته آسمانی سروش یا سرنوشه در اوستا به معنی اطاعت و فرمان‌برداری و مخصوصاً پیروی از اوامر خداوندی است. و از آن ریشه اوستائی "سرو" به معنی شنیدن آمده.</p>	
فخر کیان	<p>تکه‌دوزی فرش دستباف</p> <p>ابعاد: ۱۳۷ * ۲۲۰</p> <p>سال خلق اثر: ۱۴۰۲</p> <p>Handmade Persian Patchwork Rug</p>	<p>جان ایران‌زمین با یگانه‌پرستی، نور و میترا بیسم و نماد آن‌ها گره‌خورده است. بهره‌مندی از نقش خورشید به عنوان نماد نور و میترا و شیر سمبل حفاظت و روشنایی در ایران باستان نیز رونق فراوان داشته است. با ورود اسلام به ایران و با سلسله صفویه؛ شیر علاوه بر نماد میترا بودن در تناسب با لقب "شیر خدا" نیز قرار گرفت و سال‌ها بعد شمشیر نیز برای دفاع از کیان ملی به ترکیب استثنایی و بی‌مانند شیر و خورشید افزوده شد. در همین دوره برای خطاب قراردادن یا سخن گفتن از ایران آن را "فخر کیان" می‌نامیدند.</p>	
بالا بلند	<p>تکه‌دوزی فرش دستباف</p> <p>ابعاد: ۵۸ * ۱۵۸</p> <p>سال خلق اثر: ۱۴۰۳</p> <p>Handmade Persian Patchwork Rug</p>	<p>بالا بلند عشوه‌گر نقش باز من کوتاه کرد قصه زهد دراز من دیدنی دلا که آخر پیری و زهد و علم با من چه کرد دیده معشوقه باز من لسان‌الغیب حافظ شیرازی</p>	

ادامه جدول شماره ۲

عنوان	تکنیک	روایت	تصویر
سی مرغ	<p>تکه‌دوزی فرش دستباف</p> <p>ابعاد: ۱۱۰ * ۲۰۳</p> <p>سال خلق اثر: ۱۴۰۲</p> <p>Handmade Persian Patchwork Rug</p>	<p>سی راه، سی دل، سی مرغ رفتن و در مقام طلب برآمدن، خود رسیدن است. چنانکه فریدالدین عطار نیشابوری این قلندر شعر پارسی در منطق‌الطیر خویش شرح سفر سالکان و از خود رستن و به او رسیدن و از من و مایی جستن و او شدن را به تمامی به رشته تحریر درآورده است.</p>	
رخساره	<p>تکه‌دوزی فرش دستباف</p> <p>ابعاد: ۲۸ * ۱۳۲</p> <p>سال خلق اثر: ۱۴۰۳</p> <p>Handmade Persian Patchwork Rug</p>	<p>دوش می‌آمد و رخساره برافروخته بود تا کجا باز دل غم‌زده‌ای سوخته بود رسم عاشق‌کشی و شیوه شهرآشوبی جامه‌ای بود که بر قامت او دوخته بود جان عشاق سپند رخ خود می‌دانست و آتش چهره بدین کار برافروخته بود لسان‌الغیب حافظ شیرازی</p>	

تنظیم (نگارندگان)

در این خصوص مصاحبه‌ای با موسوی سیرت صورت پذیرفته است. «من و پدرم حدود ۷۰ سال است که در حوزه فرش هستیم و تخصص اصلی ما طراحی و تولید فرش‌های تصویری است. ایشان تخصص‌های اولیه در حوزه فرش دستباف را در ابتدا از پدرشان فراگرفتند و بعد در محضر اساتیدی چون آیدین آغداشلو و ایرج شافعی به ادامه کسب آموزش پرداختند. موسوی سیرت افزود؛ همیشه دوست داشتم با فرش‌های فرسوده و قدیمی آثاری را خلق کنم که بتوانم با آن آثار بیان کنم که فرش‌های دستباف هرگز از بین نمی‌روند. عنوان نمایشگاهی که من که تحت عنوان نامیرا برگزار کردم دقیقاً با همین مبانی فکری است که فرش‌ها نمی‌میرند و زنده می‌مانند. آثار ارائه‌شده در این نمایشگاه تلفیقی از فرش‌هایی بود که به هر دلیل غیر قابل‌استفاده شدند و نگارگری ایرانی و دیگر المان‌ها که در مجموع تبدیل به هنری مدرن و جدید و قاب‌هایی منحصر به فرد از جنس فرش شدند. وی در ادامه گفت: در خلق این آثار که تکه‌دوزی تصویری نام دارد و برای اولین بار صورت گرفته، تلاش شد تا ادای احترامی به فرش دستباف ایرانی، آینه‌کاری و نگارگری ایرانی صورت پذیرد و در اختیار علاقه‌مندان قرار بگیرد (خبرگزاری اسپوتنیک ایران).^۱ موسوی سیرت افزود؛ من صنایع‌دستی و نقاشی خواندم و همیشه یکی از دلایل‌هایی که به انجام کارهای نوگرایانه و خلاقانه در حوزه فرش دستباف تشویق می‌شدم؛ برانگیختن و ایجاد ذوق و علاقه مخاطبان نسبت به این هنر اصیل ایرانی است. درست است که به هنر فرش دستباف می‌توان از جنبه‌های مختلف

نگاه کرد اما اگر زاویه‌های مختلف در این هنر برای مخاطب ایجاد ذوق نکند و علایق مخاطب با دیدنش دو چندان نشود؛ عملاً کاری صورت نپذیرفته است. موسوی سیرت با اشاره بر اینکه کاش تمامی تاجرها و تولیدکنندگان در این حوزه به جای اینکه به فکر وجه اقتصادی و تولید ثروت شخصی باشند؛ تا حدودی به ابعاد زیبایی شناسانه آن اهمیت می‌دانند و جریاناتی را راه‌اندازی می‌کردند که هرگز کسی آن‌ها را انجام نداده است. به گفته وی اکثر کسانی که در این حوزه هستند فقط به فکر سود خود و به لحاظ صرفاً مالی هستند و وجه هنری را از فرش دستباف گرفته و صرفاً آن را به صورت یک کالا سودمند به بازار عرضه می‌کنند. در صورتی که فرش دستباف ماتقدم بر تمامی ابعادی که دارد باید وجه زیبایی‌اش به چشم مخاطب و جهانیان برسد. موسوی سیرت افزود: مردم ایران به صورت ذاتی و بالقوه تصویری از فرش دستباف را در کهن‌الگوهای خود دارند؛ چون فرش دستباف ایرانی را اکثریت در خانه‌های اجدادی‌شان بوده و آن‌ها را لمس کرده‌اند لذا به این دلیل در ذهنیت مردم ایران جایگاه ویژه‌ای دارد. اما با تولید بی‌رویه و بی‌فکر تاجران و تولیدکنندگان و عرضه بیش از حد فرش به بازارهای هدف، مخاطبان به یک اشباع تکاملی رسیده و دیگر با دیدن فرش‌ها هیچ‌وجه احساسی و تلنگری در وجودشان ایجاد نمی‌شود. کسانی که به نمایشگاه نامیرا می‌آمدند ذکر می‌کردند که ما نسبت به فرش دستباف هیچ شناخت و علاقه‌ای نداشتیم ولی با دیدن آثار شما علاقه‌مان به فرش نیز دوچندان شده است. این بیان از دیدگاه مخاطبان عام است و از دیدگاه مخاطبان خاص می‌تواند جایگاه برتر و والاتری نیز داشته باشد. سیرت در ادامه افزود: سنت‌گراها و دیدگاه‌های سنتی تا به امروز ضربات زیادی به این حوزه وارد آورده است اما در دوره پست‌مدرن که هنر به مثابه یک جیغ است و نمی‌توان با برخی از جریانات به صورت سنتی برخورد کرد باید دیدگاهی نوآورانه و سنت‌شکن داشته باشیم تا دانشجویان این حوزه و کسانی که ادامه‌دهندگان راه ما و هنر فرش دستباف هستند بتوانند از این نمونه‌ها الگوسازی کنند و شروع به کارکردن کنند. هم‌چنین اساتید دانشگاه باید با نگاهی نو و جدید در محیط‌های آکادمیک دانشجویان را به انجام امور خلاقانه و نوآورانه تشویق کنند و آن‌ها را به امور فی‌ذاته سنتی محدود نکنند. چون در این دوره دیگر نمی‌توان ذهنیت مخاطبان و دانشجویان را نادیده گرفت و آن‌ها را مجبور به انجام کارهایی کرد که نباید. به جهت اینکه این هنر زنده و ادامه‌دار باقی بماند؛ لازم است تا با دیدگاه‌ها، رویکردها و زوایای نو و خلاقانه برای آن برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی کرد» (موسوی سیرت، مصاحبه شخصی، ۱۴۰۳).

مطالعه و تحلیل داده‌های مصاحبه‌شوندگان در دگردیسی مفهومی فرش دستباف معاصر

در این بخش، دیدگاه‌ها و اظهارات مصاحبه‌شوندگان درباره‌ی دگردیسی فرش دستباف معاصر مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است. هدف از این تحلیل، آشکار ساختن نحوه‌ی بازتعریف جایگاه فرش از یک ابژه‌ی صرفاً هنری به یک سوژه‌ی مفهومی در بستر تحولات فرهنگی و اجتماعی معاصر است. داده‌های مصاحبه‌ها پس از بازخوانی و تفسیر، در قالب مفاهیم و مقوله‌هایی دسته‌بندی شده‌اند که هر یک بازتاب‌دهنده‌ی بخشی از این دگردیسی معنایی‌اند. جدول زیر، خلاصه‌ای از این مفاهیم و مقولات را به منظور نمایش ساختار کلی معنا در روایت مشارکت‌کنندگان ارائه می‌کند.

جدول شماره ۳: مطالعه و تحلیل داده‌های مصاحبه‌شوندگان

مقولات کلان	مقوله‌ها	مفاهیم
قدرت	- نقش قدرت بر تعریف اثر	- غلبه قدرت بر خواتش اثر توسط مخاطبان. (مصاحبه‌شونده‌های کد B08-A01)
	- قدرت بخشیدن به اثر در جوامع	- سیاست دیده شدن در عرصه بین‌المللی. (مصاحبه‌شونده کد B03)
	- نقش قدرت فرهنگی	- غلبه قدرت فرهنگی بر سوژگی فرش دستباف. (مصاحبه‌شونده‌های کد A07-B03)
	- دانش قدرت	- اعمال قدرت و بازتولید آن توسط اثر هنری. (مصاحبه‌شونده‌های کد C10-B07)
		- دانش - قدرت در معنای اثر هنری. (Foucault, 1980, p. 52- C13)

ادامه جدول شماره ۳

مقولات کلان	مقوله‌ها	مفاهیم
تکنولوژی	- شبکه‌های اجتماعی	- جهانی شدن هنرمندان در رسانه‌های اجتماعی. (مصاحبه‌شونده‌های کد A05- B09)
	- نقش تکنولوژی در آزمون‌وخطا	- بر ساخته شدن فرش توسط تکنولوژی. (مصاحبه‌شونده‌های کد A04- C10)
	- نقش تکنولوژی در مدیا ^۱	- نقش هوش مصنوعی در سوژگی فرش. (مصاحبه‌شونده‌های کد C13- B02)
	- فرش، مدیوم و مدیا	- تقویت مخاطبان دیجیتال فرش در دنیا. (مصاحبه‌شونده‌های کد B06- C11- B02)
	- تغییر کانسپت ^۲ به کمک تکنولوژی	- نقش تکنولوژی در تبدیل فرش به یک مدیا. (مصاحبه‌شونده‌های کد A05- C10) - تأثیرگذاری تکنولوژی در تغییر دیدگاه تولیدکنندگان. (مصاحبه‌شونده کد A04) - فرش نه صرفاً شیئی تزئینی، بلکه رسانه است. (مصاحبه‌شونده‌های کد B09- B02)
هویت	- نقش هویت افراد در سوژگی فرش	- هویت سنجی مخاطبان از طریق کارکرد اثر. (مصاحبه‌شونده‌های کد A01- B07)
	- پویایی هویت در ادوار مختلف	- هویت در گفتمان‌های مختلف ساخته و بازسازی می‌شود. (مصاحبه‌شونده کد C11)
	- هویت ملی فرش دستباف	- تقویت هویت فرش دستباف در عرصه جهانی. (مصاحبه‌شونده‌های کد B12- C10)
	- غلبه هویت جمعی بر بازتولید اثر	- تقابل هویت سنتی فرش و مخاطب پست‌مدرن. (مصاحبه‌شونده‌های کد B03- B09)
نوآوری و رسانه فرهنگی	- بیان روایت‌های فرهنگی	- خلاقیت هنرمندان معاصر در بیان روایت حاکم بر اثر. (مصاحبه‌شونده‌های کد B12- C10)
	- فرش، زبان گفت‌وگو	- تغییر فرش از بازنمون سنتی به کانسپتی در بستر گفت‌وگو. (مصاحبه شونده کد B08)
	- فرش، زبان بصری جدید و نو	- تعامل مخاطب با فرش به عنوان یک سوژه مفهومی. (مصاحبه‌شونده کد A05)
	- فرش بخشی از یک رسانه	- ایجاد نوآوری در کانسپت و خوانش فرش معاصر. (مصاحبه‌شونده‌های کد A05- C11)
	- فرش به عنوان یک رسانه	- به‌کارگیری مکرر فرش به عنوان یک مدیوم هنری. (مصاحبه‌شونده‌های کد A05- B07) - تفسیر و معرفی فرش به‌مثابه‌ی یک زبان بصری حامل معنا. (مصاحبه‌شونده کد B06)
تقابل و مقاومت فرهنگی	- مقاومت فرهنگی در تغییر هویت	- کالایی کردن فرش و فاصله گرفتن از خلوص هنری. (مصاحبه‌شونده‌های کد C10- C13)
	- فرش	- مقاومت اکثریت در تغییر کارکرد فرش دستباف. (مصاحبه‌شونده‌های کد A05-B03-B12)
	- عدم موافقت در تغییر کارکرد	- تقابل میان زیبایی‌شناسی سنتی و زبان هنر معاصر. (مصاحبه‌شونده‌های کد B03-B07)
	- داشتن مبانی فکری سنتی	- تلاش در جهت نگه‌داشتن هویت و مفهوم سنتی. (مصاحبه‌شونده‌های کد A01- A04) - عدم تمایز مبانی فکری سنتی و مدرنیستی. (مصاحبه‌شونده کد B09)
مؤسسات و نهادها	- نقش متصدیان در معرفی فرش	- فرش در جامعه معاصر و معرفی آن توسط گالری دارها. (مصاحبه‌شونده‌های کد A05-C13)
	- حمایت نهادهای خصوصی	- حضور فعال تعدادی از حامیان و تولیدکنندگان این حوزه. (مصاحبه‌شونده کد B06)
	- تأثیر موزه‌ها و گالری‌ها	- تلاش موزه‌ها و گالری‌ها در به نمایش گذاشتن فرش به عنوان هنری مفهومی. (B12)
	- عنصر خلاق در تولید	- مشروعیت بخشی تعداد محدودی از تولیدکنندگان در تبدیل فرش به Art. (B06-B12)

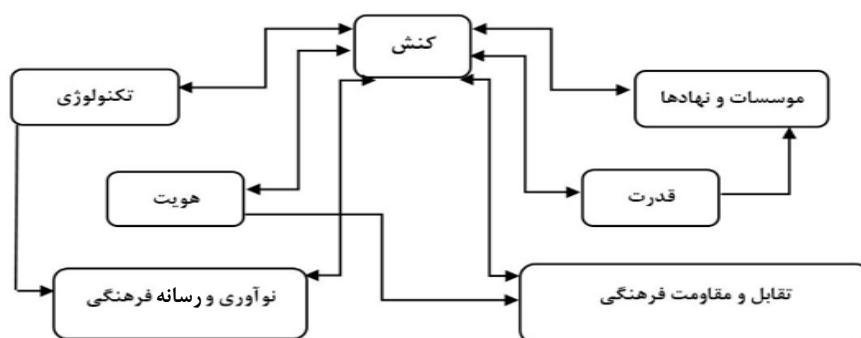
تنظیم (نگارندگان)

الگوی جزئی روابط فرهنگ و کنش در جوامع معاصر

سوژه‌های مدرن در جامعه معاصر، تأثیر بسزایی در شکل‌گیری فرهنگ مرکزی آن جامعه داشته‌اند. انسان‌گرایی، عقل‌گرایی، عقلانیت و خرد موارد بسیار ارزشمند و تأثیرگذاری هستند که در ایجاد خلاقیت و نوآوری‌های فرهنگی نقش بسزایی دارند. لذا همین ویژگی‌های مدرن به عنوان الگویی مؤثر بر شکل‌گیری جوامع تابع تأثیرگذار خواهند بود. صنعتی شدن و تقسیم‌کارها به جزئی‌ترین حالت خود، تأثیر مهمی در تخصص‌گرایی افراد داشته و همین امر سبب شده تا جامعه به لحاظ

1. media
2. concept

فرهنگی از آن یکنواختی و یکدستی خارج شود و به نوبت خود سبب پیشرفت الگویی مدرن و تأثیرگذار گردد. تمامی این عوامل در کنار یکدیگر سبب شده‌اند؛ که ارتباط بین فرهنگ و کنش را در جامعه معاصر پررنگ‌تر کنند. در مرکزی‌ترین هسته فرهنگی این جوامع که ذیل آن انسان‌گرایی، عقل‌گرایی، قدرت اختیار و تخصص‌گرایی است؛ تمامی این‌ها عواملی است که سبب قدرت بخشیدن به نقش کنش فردی در اجتماع شده و کنش‌هایی که تحت تأثیر یک فرهنگ و گفتگویی غالب صورت پذیرفته است، سبب ایجاد فرهنگ‌های جدیدی در حیطه جامعه‌شناسی فرهنگی خواهند شد. در این حوزه قواعد و مبانی موجود در هسته فرهنگی برخلاف الگوی اولیه خود، تأثیر خلاقیت و بازاندیشی کنشی را به هسته مرکزی فرهنگی نه تنها مجاز می‌دانند بلکه تقویت می‌کنند و قدرت می‌بخشند. در این نوع جوامع سرعت تغییر و تحولات زیاد است و تحولات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در بطن جامعه هویدا است. همین تغییرات سبب شده که هسته فرهنگی به صورت پیوسته در حال تحول و بازسازی باشد. مارکس «در جوامع معاصر، هسته فرهنگی سخت و استوار جوامع قدیمی دود می‌شود و به هوا می‌رود و جایگزین آن هسته فرهنگی جدید است که حالت خمیری شکل دارد و مدام در جریان تحولات اجتماعی و کنش روزمره در حال شکل‌پذیری و تغییر است» (مارکس و انگلس، ۱۹۸۴). با این اوصاف تداوم حیات اجتماعی در جامعه مورد نظر مستلزم انسجام و سازگاری‌های نسبی در هسته فرهنگی مشترک است. ویژگی‌های این جوامع به گونه‌ای است که قواعد و مبانی دستوری در رابطه با مشخصات و جزئیات امور زندگی به صورت کمتری مشاهده می‌شود و معانی فرهنگی و الگوهای تأثیرپذیرفته از فرهنگ در آن جامعه غالب‌تر است. در این جوامع بر اساس تمایزات ایجادشده المان‌های متعددی در قالب سوژه در آن فرهنگ اتفاق می‌افتد که این بدان معنی است که هسته فرهنگی به صورت کلی در حال تغییر و استحاله است و انسان‌ها بر اساس مؤلفه‌های مذکور همانند عقل‌گرایی و خرد، سلیق، نیازها و عوامل تأثیرگذار دیگر می‌توانند به نحوی بر جامعه تأثیرگذار باشند (کاشانی و پرویز، ۱۳۹۳: ۵۲).



نمودار شماره ۴: الگوی جزئی روابط فرهنگ و کنش در جوامع معاصر (تنظیم نگارندگان)

قدرت^۱

میشل فوکو در رابطه با دو مفهوم قدرت و حقیقت سخن گفته است. بر اساس این پژوهش، چارچوب نظری و مبانی فکری افراد، اصول غالب و حاکم بر هسته فرهنگی مشترک در هر جامعه‌ای متناسب با فرهنگ‌های طبقه حاکم آن جامعه می‌باشد. در فرهنگ و کنش فرهنگی جوامع زیستی، این چارچوب محتمل است که صاحبان قدرت در جامعه کسانی باشند که ارتباط زیادی با فرهنگ‌ها و دسته‌های فرهنگی مشترک بر جامعه داشته باشند (Foucault, 1977, p. 27). زمانی که هسته‌های فرهنگی یک جامعه با این واقعیت روبرو شود؛ بدان معنی است که افرادی بر جامعه مورد نظر حاکم هستند دارای فرهنگی به جز فرهنگ حاکم بر حوزه مدنی و کنش زیست جهانی کنش‌گران بوده‌اند. باید این نکته را در نظر گرفت که مناسب‌های سیستمی بر مناسبات زیست جهانی غالب شده است. ارتباط فرهنگ زیست جهانی با قدرت حاکم به معنای هماهنگی

1. Power

حاکمان با هسته‌های فرهنگی، مورد تأیید اکثریت جامعه است و از آنجایی که هسته‌های فرهنگی در یک جامعه مدام در حال تغییر و تحول است؛ تغییر متناسب حاکمان نیز موجبیت می‌یابد. به بیان دیگر شرط لازم برای دموکراتیک شدن در حوزه فرهنگی؛ دموکراتیک شدن در حوزه سیاسی و اقتصادی را می‌طلبد. در پی این امر افرادی که دارای قدرت سیاسی و اقتصادی در هر جامعه‌ای هستند می‌کوشند تا با تکیه بر امکانات سیستمی و مدیریت تغییرات فرهنگی، قدرت و جایگاه خود را حفظ کنند (مصاحبه‌شونده‌های کد A01-A07-C10). این امر بدیهی است که همیشه اعمال قدرت با مقاومت مواجه بوده است. در جوامع معاصر این مقاومت ابعاد مختلف و متکثری دارد و شامل دسته‌های مختلفی از کنشگران و نیروهای اجتماعی است. در جوامع امروزی مقاومت به دو صورت انجام می‌گیرد؛ سیستمی و زیست جهانی. در مقاومت سیستمی، کنشگران و نیروهای اجتماعی خواهان تغییرات فرهنگی هستند و با تکیه و کمک گرفتن از ابزارهای سیستمی مثل قدرت و ثروت تغییرات مدنظر خود را در هسته فرهنگی اعمال می‌کنند و نظرات خود را بیان می‌کنند. مقاومت زیست جهانی شامل مخالفت‌ها و مقاومت‌هایی است که به شکل آگاهانه و یا ناآگاهانه در میدان کنش واقع می‌شود. این مقاومت‌ها به صورت بازنمون رفتارها، نمادها، بازتفسیر کنشگران و معانی فرهنگی اتفاق می‌افتند؛ به طوری که نظر استوارت هال حاوی این پیغام است که رمزگشایی پیام‌ها و رسانه‌های گروهی از طریق دستگاه آموزش رسمی به شکلی متکثر و در بسیاری از موارد متناسب با شرایط فردی صورت می‌پذیرد (هال، ۱۳۸۲). به طور کلی؛ مؤلفه‌ی قدرت می‌تواند جزو یکی از مهم‌ترین پیشران‌ها در بحث فرهنگ و جامعه‌شناسی فرهنگی باشد؛ چون از گذشته تا به امروز قدرت نقش پررنگی در بروز دادن و بازنمون معیارها و هنرها به شکلی ویژه داشته است. به بیان دیگر می‌توان ذکر کرد که مفهوم قدرت می‌تواند یک مفهوم کلی و اساسی باشد و دیگر مؤلفه‌ها را در زیر مجموعه خود قرار دهد. همان‌طور که در بررسی روابط الگوی بالا مشاهده می‌کنید؛ قدرت یکی از مؤلفه‌هایی است که می‌تواند تأثیر مستقیمی بر مؤسسات و نهادها داشته باشد (مصاحبه‌شونده کد B07). در مبانی هنری و حوزه فرش دستباف در جوامع معاصر می‌توان اهمیت دوچندانی برای این مؤلفه در نظر گرفت. لذا شکستن چارچوب‌ها، سنت‌های غلط، اداره کردن و برپایی نمایشگاه‌ها به جهت ارائه آثار هنری و حتی نقدینگی؛ نیازمند وجود قدرت است و داشتن قدرت در ابعاد مختلف را می‌طلبد.

تأثیر تکنولوژی^۱ بر فرش

حرکت شتابان تکنولوژی سبب تغییراتی گسترده در حوزه فرهنگی شده و تا حدودی ابعاد اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی را دستخوش تغییر قرار داده است. با تغییر هسته فرهنگی مشترک در هر جامعه می‌توان دریافت که تمامی عوامل ریز محیطی به صورت تدریجی تغییر خواهند کرد و این عدم همراهی با تکنولوژی و تغییرات سریع آن می‌تواند بر تمامی حوزه‌ها تأثیرگذار باشد. در حوزه فرش دستباف می‌توان این‌گونه ذکر کرد؛ که اگر مؤلفه‌های تأثیرگذار بر این حوزه غالب نشوند و سنت‌های گذشته تا به امروز حاکم باشند، دیگر هنر فرش حرف جدیدی برای گفتن و دیده شدن نخواهد داشت و آسیب‌های جبران‌ناپذیری بر این عرصه وارد می‌شود. تغییر کردن و دیده شدن در عرصه‌های جهانی در حوزه فرش دستباف؛ نیازمند به فعالیت در رسانه‌های اجتماعی و بهره گرفتن از تمامی امکانات تکنولوژی است. عصر مدرن امروزی یک دنیای الکترونیکی است که اگر با آن همسو نشد چالش‌های بسیار زیادی ناشی از آن عدم همراهی پدید می‌آید (زکریایی کرمانی و کارگر، ۱۴۰۳: ۲). تغییرات دوره‌ها در جوامع معاصر و مدرن نیازمند تغییرات اساسی در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی است. بر فرض مثال یک مؤلفه‌ی مهم مانند تکنولوژی را نمی‌توان نادید گرفت و از امکانات آن بهره نجست. همچنین بسترهای بسیار مهم و تأثیرگذاری مانند AI را نباید نادیده گرفت و در بهره جستن از آن مقاومت کرد. لذا برای رشد و ارتقا باید همسو با آن‌ها پیش رفت (مصاحبه‌شونده‌های کد C13- B02). به بیان دیگر اگر در راستای تکنولوژی و بهره گرفتن از آن در عرصه‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی پیش نرفت؛ تزلزل در هسته فرهنگی یک جامعه به وجود می‌آید و این گسستگی بر

تمامی ابعاد جامعه و حوزه‌های هنری تأثیرگذار خواهد بود. رسانه‌ها همیشه به‌گونه‌ای نیستند که حامل پیام باشند؛ برخی از آن‌ها خودشان، پیام محسوب می‌شوند (McLuhan, 1964, p. 23). امروزه فرش دستباف به عنوان یک مدیا، خود حامل پیام و معنا است. تکنولوژی عامل بسیار مهمی در دیده شدن و معروفیت یک هنر در فضای جهانی دارد و می‌توان به عنوان یکی از عوامل قدرت در جامعه از آن یاد کرد. لازم به ذکر است اگر تمامی مؤلفه‌های مذکور وجود داشته باشند و امر تکنولوژی وجود نداشته باشد، جوامع مدرن معاصر پیشرفتی نخواهند داشت و هنر و بازنمون آثار هنری نمی‌تواند در فضای جهانی حرفی برای گفتن داشته باشد (مصاحبه‌شونده‌های کد A04-A05-C10). در این میان تکنولوژی نه تنها به‌عنوان ابزاری در خدمت تولید و بازنمایی هنری عمل می‌کند، بلکه در معادله‌ی قدرت نیز نقشی تعیین‌کننده دارد؛ زیرا امکان کنترل جریان‌های اطلاعاتی، شکل‌دهی به افکار عمومی و بازتعریف مرزهای خلاقیت را فراهم می‌سازد. لازم به ذکر است؛ زمانی که آثاری و هنری دیده نشود تا حدودی ارزش خود را از دست خواهد داد؛ لذا به واسطه‌ی در معرض دید قرار گرفتن آن هنر توسط مخاطب عام و خاص است که آن حوزه می‌تواند تغییرات زیادی را در لایه‌های بنیادین خود رقم بزند و ساختارهای جدیدی را برای خود تعریف کند (مصاحبه‌شونده کد B09). همان‌طور که در بررسی روابط در الگوی مذکور مشاهده می‌کنید؛ تکنولوژی یکی از عواملی است که می‌تواند تأثیر مستقیمی بر نوآوری و رسانه فرهنگی در جامعه داشته باشد.

هویت‌سازی در فرش^۱

مؤلفه هویت در هسته فرهنگی مشترک در جوامع معاصر می‌تواند به نوبه خود مهم و حیاتی باشد. وقتی از حوزه هنر و فرش دستباف صحبت به میان می‌آید؛ در ابتدا بحث اصالت و هویت آن مطرح می‌شود و در ذهن مخاطب یادآور این مؤلفه خواهد بود. فرش دستباف یک هنر با هویت شناسنامه‌دار است که قرن‌هاست بازنمون آن در جامعه هویدا است. لذا سوژه‌ای که می‌خواهد در این حوزه فعالیت جدی رقم بزند؛ باید بر روی مؤلفه هویت تمرکز ویژه‌ای داشته باشد تا بتواند روح مخاطبان را به این هنر پیوست و الصاق کند (مصاحبه‌شونده‌های کد B03-B09). لازم به ذکر است که فرش دستباف به طور فی‌ذاته خود یک هنر اصیل سنتی است. به طور مثال در مجموعه آثار نامیرا؛ موسوی سیرت علاوه بر در نظر گرفتن عوامل مذکور در تولید و بازنمون آثارش، بحث هویت را عاملی بسیار جدی تلقی کرده است و آن را حائز اهمیت دانسته است. چرا که از دل فرش‌ها و تکه فرش‌های کهنه توانسته آثاری را خلق کند و بیان داشته باشد که فرش دستباف هرگز نمی‌میرد و از اثری به اثر دیگری تبدیل می‌شود. لذا هنرمند معاصر توانسته از دل فرش‌ها و هویت‌های چندسالشان نامیرایی را خلق کند تا بتواند ذوق و شوق مخاطبان را برانگیزد. لاجرم مخاطب در برخورد با این آثار ترکیبی - مفهومی زیبا نسبت به خود فرش دستباف در ابعاد کاربردی‌اش، ارتباط محکم‌تری برقرار می‌کند (مصاحبه‌شونده‌های کد C11- A01- B07). همان‌طور که در الگوی بالا مشاهده می‌کنید مؤلفه هویت تأثیر مستقیمی بر تقابل و مقاومت فرهنگی دارد. لازم به ذکر است که برخی افراد حاضر و کنشگران هستند که مقوله نوآوری را با هویت درگیر می‌کنند و نظرشان این است که اگر قرار باشد که هویت یک هنر حفظ شود باید آن‌ها را بر اساس سنت‌ها و اصول و قواعد خودشان تعریف کرد. در صورتی که می‌توان با حفظ سنت‌ها و بازنمون هویت یک هنر، خلاقیت و نوآوری را در آن پیاده‌سازی کرد.

نقش نوآوری و رسانه فرهنگی^۲

از آنجا که شرایط زیست‌محیطی در یک جامعه خصوصاً در جوامع معاصر مدام در حال دگرگونی و تغییر است به پیروی از آن، الگوهای فرهنگی موجود در یک جامعه نیز مرتباً در حال استحاله‌اند. کنش کنشگران می‌تواند عامل مهمی در ایجاد و منشأ تغییرات فرهنگی در الگوی یک جامعه باشد (زیمل، ۱۳۸۰). در دهه‌های مختلف در جوامع معاصر به دلیل پیشرفت صنعت مد

1. Identity

2. Innovation and Cultural Change

و تغییرات بنیادین در دیگر حوزه‌ها، الگوهای فرهنگی موجود در یک جامعه در استحاله و دگرگونی به سر می‌برند. از آنجا که رسانه‌های اجتماعی^۱ و مباحث مربوط به امر تکنولوژی بسیار وسیع و گسترده هستند و در رتبه جهانی پیشرواند، لذا تکنولوژی مؤلفه‌ای است که ارتباط مستقیم بر نوآوری و رسانه فرهنگی دارد. در پی این امر نوآوری‌ها می‌توانند در فضای مجازی دیده شوند و تیپ مخصوص مخاطبان خود را داشته باشند یا با تجاری‌سازی همراه شوند. اگر ایده‌ها در حد تفکر و تصور باقی بمانند به آن‌ها خلاقیت و اگر در سطح تجاری‌سازی قرار بگیرند به آن‌ها نوآوری می‌گویند (مصاحبه‌شونده‌های کد A05-B06-B07). لازم به ذکر است زمانی که در یک جامعه نوآوری‌های تازه‌ای پیاده‌سازی می‌شوند؛ بر حوزه‌های دیگر تأثیرگذار خواهند بود و به خصوص تأثیر ویژه‌ای بر حوزه‌های هنری دارند. فرش دستباف از میان دیگر رشته‌های هنری، هنری است که می‌توان آن را پیشبرد و همسو با حوزه‌ی مد حرکت داد و به دلیل زیبایی خارق‌العاده‌اش می‌توان کانسپت‌های بسیار خلاقانه و نوآورانه را برایش تعریف کرد. به بیان دیگر فرش دستباف پتانسیل بسیار قوی در صنعت دکوراسیون، چیدمان و تبدیل‌شدن آن به سوزه‌ها و مدل‌های مفهومی را دارا می‌باشد (مصاحبه‌شونده‌های کد C11-B08-B12). در عصر حاضر، فرش دستباف به دلیل وجود تکنولوژی، معرفی و دیده شدن خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها مسیر جدیدی را برای خود هموار کرده است و افراد تولیدکننده در این حوزه اگر مبانی فکری، اصول و قواعدهای سنتی را تغییر ندهند؛ به ندرت غریبالگری شده و افرادی می‌توانند در این حوزه باقی بمانند که حرفی برای عرضه و گفتن به مخاطب عصر مدرن را داشته باشند. می‌توان دریافت که در مجموعه آثار نامیرا؛ فرش‌ها به صورت فی‌ذاته دارای زیبایی هستند و کانسپت پشت اثر که توسط تولیدکننده بیان شده زیبایی آثار را مضاعف کرده است. اگر فرش دستباف بتواند به معنای واقعی هنر (Art) دارای خلاقیت و نوآوری باشد می‌تواند پابرجا باقی بماند. در جوامع معاصر فرش دستباف به صورت یک هنر یونیک، هنر خاص و هنر مفهومی خودش را به مخاطبان عرضه می‌کند و به دلیل وجود تکنولوژی و بازتاب نوآوری‌ها در عرصه‌های متفاوت است که این حوزه هنری توانسته تا حدودی مسیر رو به جلویی را در پیش بگیرد.

تقابل و مقاومت فرهنگی^۲

همان‌طور که در الگوی بالا مشاهده می‌کنید تقابل و مقاومت فرهنگی ارتباط مستقیمی با مؤلفه هویت دارد. این بدان معنی است که این دو مؤلفه می‌توانند بر روی یکدیگر تأثیرگذار باشند اما باید این نکته را در نظر داشت که این دو مقوله باید با یکدیگر ترکیب نشوند. نکته قابل توجه این است که فرش دستباف فی‌ذاته یک هنر اصیل سنتی است که دارای هویتی پرآوازه و چندین هزارساله است. متأسفانه امروزه در جوامع معاصر بسیاری از کنشگرانی که در حوزه فرش دستباف به فعالیت می‌پردازند گمان می‌کنند که چارچوب شکنی^۳ در حوزه‌های اصیل سنتی سبب هویت زدایی شده و آن هنر به دلیل خارج شدن از چارچوب‌ها دیگر نمی‌تواند دارای هویت باشد. در پی این امر است که افراد و کنش‌گران در مقابل با تغییرات، رویکردها و دیدگاه‌های جدید مقاومت می‌کنند و نمی‌گذارند که آن هنر در راستای ارتقا فرهنگی بازنمون زیبایی شناسانه‌ای در جوامع معاصر از خود نشان دهد. لذا همین مبانی فکری و کنش‌های غلط است که سبب می‌شود تا یک حوزه در عرصه جهانی عقب بماند و حرفی برای گفتن نداشته باشد (مصاحبه‌شونده‌های کد A05-B07). در جوامع سنتی امر زیبا صورتی است که دارای فضیلت باشد اما در جوامع مدرن امروزی، ملاک‌های زیبایی شناسانه نیز تغییر کرده است و امر زیبا صورتی است که دارای برجستگی و تفاوت باشد؛ به بیان دیگر آثاری باشند که شبیه ندارند، یونیک و یکتا هستند. با وجود سپری کردن در عصر حاضر، باز هم مقاومت‌های فرهنگی بسیاری در حوزه‌های هنری از جمله حوزه فرش دستباف وجود دارد. مقاومت‌هایی که هم از زاویه دید بازاری‌ها و هم از دیدگاه آکادمیسین‌ها ادامه‌دار است. همین تکیه کردن به سنت‌های خشک

1. social media

2. Cultural Conflict and Cultural Resistance

3. avant-garde

و اصول فکری غلط است که راه افراد خلاق و بروز خلاقیت را در این حوزه خشکانده است و چالش‌های بسیاری را برای این هنر اصیل هویت دار نیز به وجود آورده است. اگر نگاه نو و جدیدی به حوزه فرش دستباف نشود نمی‌تواند در اوج ابعاد زیبایی شناسانه خودش در جامعه بین‌المللی بازتاب داشته باشد (مصاحبه‌شونده‌های کد C10-C13-B12). تقابل و مقاومت فرهنگی به نوبه خود یک عامل منفی و بازدارنده است؛ اما توجه و اهمیت دادن پژوهشگران در شناسایی و بررسی این مؤلفه مذکور بدان جهت است که گاهی اوقات یک عامل منفی تکرار شونده می‌تواند سبب جرقه و شکوفایی رویدادی شود که بتواند مسیر جدیدی را برای آن حوزه هموار کند. به عبارت دیگر کنشگران فعال و خلاق در حوزه فرش دستباف باید به این مؤلفه و پیامدهای مخرب ناشی از آن توجه ویژه داشته باشند، تا بتوانند ایدئولوژی خلاقانه و مدرن معاصر را جایگزین ایدئولوژی سنتی کهنه و چندین ساله خود کنند.

مؤسسات و نهادها^۱

حامیان هنری یکی از مقوله‌های مؤثر و حیاتی در جهت خلق آثار هنری هستند؛ به این جهت است که هنرمند نمی‌تواند به تنهایی قادر به خلق هنر و شناساندن آن در جامعه باشد. با بررسی روند خلق یک اثر هنری می‌توان دریافت که عوامل متعددی مانند هنرمند، حمایت‌کننده و بسترهای فرهنگی و اقتصادی نیز دخیل هستند. در طول تاریخ و در تاریخ هنر، هنرمند و قوه‌ی تخیل آن به عنوان مهم‌ترین عنصر خلق آثار هنری محسوب می‌شدند. لازم به ذکر است که حامی و حمایت‌کننده نسبت به خلق یک اثر هنری همیشه و در طول تاریخ عامل بسیار مهمی بوده است. هرگز نمی‌توان نقش فردی و جمعی حامیان را در زمینه‌های هنری نادید گرفت؛ چون حامیان‌اند که سبب ترقی در زمینه‌های هنری در طول تاریخ شدند (کشاورزی، ۱۳۹۸: ۳۳). مؤسسات و نهادها یکی از مؤلفه‌هایی است که با قدرت ارتباط مستقیم دارد و به بیان دیگر اگر در شرایطی عامل قدرت وجود داشته باشد؛ مؤسسات و زیر مجموعه آن‌ها می‌توانند در حوزه‌های هنری حرفی برای گفتن داشته باشند. در جوامع معاصر و عصر مدرنیته حامی و حمایت‌کننده در حوزه هنر؛ نهاد اشرافیت، گالری‌ها، حراجی‌ها و نهادهای قدرتمند هستند که می‌توانند با هزینه‌هایی که در راستای خلق یک اثر و دیده شدن آن می‌کنند، بازتاب فاخری را در سطح جهانی به همراه داشته باشند. میزان نقدینگی در تعیین میزان قدرت نقش بسیار مهمی دارد و باید به این نکته توجه کرد که برخی آثار هنری با وجود فاخر بودنشان، اگر قدرت و امکانات این را نداشته باشند که آن را ارائه کنند و در معرض دید همگان قرار دهند، شاید تعداد کمی از کنشگران از آن مطلع شوند و یا اصلاً به طور قطعی دیده نشوند (مصاحبه‌شونده‌های کد A05-B06-B12). پس قدرت مؤسسات و نهادها یک امر بسیار مهم و جدی در خلق آثار هنری و بازنمون آن‌ها در سطح فرهنگی یک جامعه است. تا موسسه و نهادی پشتوانه هنرمند نباشد و پشتیبان مالی به جهت خلق آثار هنری‌اش وجود نداشته باشد؛ نمی‌توان کاری را پیش برد. در اکثر اوقات آثار هنری خلق شده، اما اگر نهادهایی مانند نمایشگاه‌ها، گالری‌ها و حراجی‌ها نباشند و کار را برای مخاطب ارائه ندهند؛ مخاطبان به آن آگاهی فرهنگی نسبت به آن حوزه هنری که در اجتماع است دست پیدا نمی‌کنند (مصاحبه‌شونده کد C13). پس می‌توان بیان داشت که عامل حمایت‌کننده یکی از عامل‌های مهم در خلق و نمایش آثار هنری از گذشته تا به امروز است و این مؤلفه می‌تواند در جامعه مدرن امروزی از اهمیت ویژه‌تری نسبت به قبل برخوردار باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

فرش دستباف با هویتی چندین هزارساله و درخشان، در جوامع معاصر امروزی مسیر جدیدی را برای خود هموار کرده است. مبحث مهم و اصلی پژوهش حاضر؛ سوژه شدن فرش دستباف به عنوان یک عنصر فعال اجتماعی و تبدیل شدن آن به یک هنر مفهومی است. به گونه‌ای که فرش دستباف تا حدود زیادی وجه کاربردی خویش که صرفاً به عنوان مفروش کردن است

را از دست داده و به جهتی حرکت کرده است؛ که در وهله اول وجه زیبایی شناسانه آن مورد رضایت و تأیید مخاطبان قرار گرفته است و علاوه بر ابعاد زیبایی شناسانه، دارای وجه کاربردی - تزئینی نیز باشد. این رویدادها^۱ است که می‌توانند فرش دستباف را در جوامع مدرن امروزی پایدار باقی بگذارند و از آن به عنوان یک مدیوم^۲ جهانی در عصر حاضر تعریف کنند. امروزه بخش اعظمی از حوزه هنر فرش دستباف وارد جریان نو و خلاقانه‌ای شده و دیگر نمی‌توان با همان روش و رویکردهای گذشته و سنتی به آن نگاه کرد. به عبارت دیگر فرش دستباف در جامعه معاصر دچار یک عملیات غربالگری شده و آن‌هایی که به همان روند قبلی ادامه حیات می‌دهند از بین می‌روند و به فراموشی سپرده می‌شوند. امروزه اگر فرش دستباف به عنوان یک هنر اصیل ایرانی، پویایی اجتماعی‌اش را به جهانیان نشان ندهد و به معنای واقعی منحصر به فرد و یونیک نباشد؛ اشباع شده و به فراموشی سپرده می‌شود. در این میان هنرمندانی نیز هستند که با ترکیب و تلفیق فرش دستباف با دیگر هنرهای ایرانی توانسته‌اند؛ ذوق و سرزندگی این هنر را به خوبی به تصویر بکشند و همچنین علاقه‌ی مخاطبان عام و خاص را نسبت به هنر فرش دستباف زنده نگاه‌دارند. در میان این روندهای یکسان و یکنواختی که از اکثر تاجران و تولیدکنندگان سر می‌زند، خلاقیت و نوآوری می‌تواند قابل توجه و اهمیت فراوان باشد؛ تا بتوان مسیر حرکت این هنر را به جهتی هدایت داد، که وجه دکوراتیو و زیبایی شناسانه آن بر وجه کاربردی‌اش غالب شود. این بدان معنا نیست که فرش دستباف عدم وجه کاربردی باشد و یا ابعاد کاربردی‌اش حذف شود؛ بلکه باید کاربردی بودنش در امتداد وجه زیبایی شناسانه آن قرار بگیرد. فرش دستباف یک هنر سنتی است؛ اما اگر امروزه با روش‌های سنتی در زنجیره ارزش^۳ این هنر به فعالیت پرداخت؛ به یقین در آینده‌ای نه چندان دور حوزه فرش دستباف رو به زوال خواهد رفت. هنر فرش در جامعه معاصر باید در معنای واقعی هنر یکتا، بی‌بدیل و منحصر به فرد باشد و خود را با ابعاد جدیدی در عرصه نمایش جهانیان قرار دهد. در این پژوهش تلاش شد تا با بررسی آثار محسن موسوی سیرت از مجموعه نامیرا به مؤلفه‌ها و عناصری دست پیدا کرد؛ که بتوان آن‌ها را به جامعه فرش دستباف و حوزه هنر تعمیم داد. به بیان دیگر مجموعه آثار نامیرا به عنوان یک الگوی موفق در جهت رسیدن به سؤالات و اهداف تحقیق مورد مطالعه و بررسی پژوهشگران قرار گرفت. با بررسی و مطالعه الگوهای کنش و فرهنگ در جوامع قدیمی و جوامع معاصر، بررسی نمونه‌های مطالعاتی و تحلیل نظرات صاحب‌نظران؛ ۶ مؤلفه مهم و تأثیرگذار به سوژگی فرش دستباف در جوامع امروزی شناسایی و مطالعه شدند. که این ۶ عنصر فعال در هسته فرهنگی مشترک در جامعه تحلیل و بررسی شد و روابط آن‌ها با یکدیگر مورد مطالعه قرار گرفت. همان‌طور که در الگوی جزئی روابط فرهنگ و کنش در جوامع معاصر مشاهده کردید؛ تمامی این مؤلفه‌ها ارتباط دو سویه‌ای با کنشگران فعال در میدان‌ها دارند و از یکدیگر تأثیر مستقیم می‌پذیرند. در ادامه؛ روابط هر کدام از ۲ مؤلفه‌ها با یکدیگر نیز مورد مطالعه قرار گرفت که قدرت بر مؤسسات و نهادها، هویت بر تقابل و مقاومت فرهنگی، تکنولوژی بر نوآوری و رسانه فرهنگی تأثیرگذار هستند. همان‌طور که در توضیحات ذکر شد؛ عامل قدرت می‌تواند به عنوان مهم‌ترین عامل، گستردگی حمایتی خود را بر دیگر مؤلفه‌ها داشته باشد. لازم به ذکر است که مؤلفه‌های دیگر تا حدودی وابسته به مؤلفه قدرت می‌باشند. از آنجایی که در جوامع امروزی رابطه بین کنشگران و هسته فرهنگی مشترک در جامعه به صورت متقابل است، کنشگران می‌توانند با رفتارهای فردی و گروهی بر این هسته فرهنگی تأثیرگذار باشند. لذا حاضران و فعالان موجود در حوزه فرش دستباف می‌بایستی ۶ عامل شناسایی شده را در زنجیره ارزش این حوزه مورد توجه قرار دهند؛ به گونه‌ای که بتوان از آن ۶ مؤلفه در جهت گسترش این هنر بهره گرفت. موسوی سیرت تولیدکننده‌ای است که در حوزه فرش دستباف با توجه به مؤلفه‌های مورد نظر، به گونه‌ای خلاقانه و متبحرانه فرش دستباف را به عنوان یک هنر در عرصه نمایش جهانیان قرار دهد و ذکر کند که با وجود اینکه فرش ذاتاً سنتی است؛ اما می‌توان بازتاب خلاقانه و شکوهمندانه‌ای را از آن در معرض عموم قرارداد. همین حرکت‌ها و رویدادها است که می‌تواند

1. events
2. Medium
3. Value Chain

به پایداری این هنر در جامعه داخلی و خارجی کمک بسیاری کند. در غیر این صورت فرش دستباف ایران از قافله رقبا عقب‌مانده و به فراموشی سپرده می‌شود.

سپاسگزاری

بدین‌وسیله از جناب آقای محسن موسوی‌سیرت، خالق مجموعه آثار ارزشمند نامیرا که با گشودگی و دقت‌نظر در گفت‌وگویی پژوهشی، بینش‌ها و تجربه‌های هنری خود را در اختیار این جانب قرار دادند صمیمانه قدردانی می‌کنم.

منابع

- ایمانی، ا. (۱۳۹۲). راهکار رقابت‌پذیری فرش دستباف و افزایش سهم آن از بازار فروش فرش. *نشریه پژوهش هنر*، شماره ۱(۲)، ص ۷۵-۸۰.
- اجتهاد نژاد کاشانی، س.، پرویز اجلائی، ج. (۱۳۹۳). کدو کاو نظری - مفهومی درباره توسعه فرهنگی از منظر جامعه‌شناسی، *نشریه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی*، پیاپی ۶۴، ص ۳۵-۷۲.
- اسمیت، د. (۱۳۸۴). *برآمدن جامعه‌شناسی تاریخی*، ترجمه سیدهاشم آقاجری، چاپ چهارم، تهران، انتشارات مروارید.
- اسمیت، ف. (۱۳۸۷). *درآمدی بر نظریه فرهنگی*، ترجمه حسین پویان، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- کشاورزی، ا. (۱۳۹۸). مطالعه تطبیقی حامیان هنری دوره‌های ایلخانی و تیموری، *نشریه پژوهش در علوم انسانی*، شماره ۴ (۲۳)، ص ۳۱-۴۴.
- باکاک، ر. (۱۳۸۶). *صورت‌بندی‌های فرهنگی جامعه مدرن*، ترجمه مهران مهاجر، تهران، نشر نی.
- پیوزی، م. (۱۳۸۴). *یورگن هابرماس*، ترجمه احمد تدین، تهران، انتشارات هرمس.
- تامیسون، ج. (۱۳۷۷). *مفهوم فرهنگ*، ترجمه علی قاسم نژاد و بهروز گرانپایه فرهنگ و جامعه، تهران، شریف جواد، م. (۱۴۰۰). "جامعه‌شناسی فرش دستباف معاصر ایران با رویکرد رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی"، *نشمین کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی، اجتماعی و سبک زندگی*. <https://civilica.com/doc/1251157>
- جهانبخش گنجه، ص. (۱۳۹۶). بررسی تطبیقی مکاتب مطالعات فرهنگی و جامعه‌شناسی فرهنگی، *فصلنامه مطالعات میان فرهنگی*، شماره ۳۲ (۱۲).
- جلالی، رستم. (۱۳۹۱). نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی، *مجله تحقیقات کیفی در علوم سلامت*، شماره ۱ (۴).
- چلبی، م. (۱۳۸۴). *جامعه‌شناسی نظم*، چاپ سوم، تهران، نی.
- چیت‌سازیان، ا. (۱۳۷۹). فرش بررسی زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مؤثر در گسترش هنر فرش در کاشان از دیدگاه دست‌اندرکاران صنعت فرش. *نشریه فرهنگ اصفهان*، شماره ۱۶، ص ۹۴-۱۰۱.
- چیت‌سازیان، ا.، جلولی، ا.، راودراد، ا. (۱۴۰۰). تحلیل جامعه‌شناختی دنیای هنر فرش. *نشریه فرهنگ و هنر*، شماره ۳(۲)، ص ۵۴-۷۷.
- حافظ نیا، م. (۱۳۸۷). *مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی*، چاپ چهاردهم، تهران، انتشارات سمت.
- زکریایی کرمانی، ا.، کارگر، زهرا. (۱۴۰۳). آسیب‌شناسی فروش فیزیکی فرش دستباف در جوامع امروزی با رویکرد الگوی آسیب‌شناسی سازمانی هاریسون. *نشریه هنرهای صناعی ایران*. doi:10.22052/HSI.2024.254424.1167
- زیمیل، گ. (۱۳۸۰). *تضاد فرهنگ مدرن*، ترجمه هاله لاجوردی، ارغنون، ۲۲۵-۲۴۹.
- کوش، دنی. (۱۳۸۱). *مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی*، ترجمه فریدون وحید، تهران سروش.
- لش، ا. (۱۳۸۴). *جامعه‌شناسی پست‌مدرنیسم*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران مرکز.
- میرزایی، ع.، پیربایی، م.، راودراد، ا.، عباس زاده، م.، وندشعاری، علی. (۱۳۹۵). تبیین جامعه‌شناختی علل تحول یا ثبات در نظام طراحی قالی معاصر ایران. *گلجام*، شماره ۱۲(۲۹)، ص ۲۹-۴۴.
- نبوی، ح. (۱۳۹۲). به سوی درک زیبا شناختی از فرهنگ: نظریه‌ی «برنامه قوی» در جامعه‌شناسی فرهنگی جفری الکساندر، *مطالعات جامعه‌شناختی*، دوره ۲۰(۲)، ص ۹-۴۳.

هال، جیمز. (۱۳۸۲). *فرهنگ نگارهای نمادها در هنر شرق و غرب*، ترجمه رقیه بهزادی، چاپ هفتم، تهران: انتشارات فرهنگ معاصر.
خبرگزاری اسپوتنیک <https://spnfa.ir> . 2025/09/06 _ Sputnik Iran Media
مارکس، ک.، انگلس، ف. (۱۹۸۴). *مانیفست حزب کمونیست*. بازیابی در ۲۰۱۱. از فهرست آثار مارکس و انگلس.
<http://marxengels.public-archive.net/fa/ME0190fa.html>
موسوی سیرت، م. (۱۴۰۳). *مصاحبه نیمه ساختاریافته*، اصفهان، ۲۰ خرداد ۱۴۰۳.

References

- Alain de Libera, "When Did the Modern Subject Emerge?", *American Catholic Philosophical Quarterly*, Vol. 82, No. 2, 2008, pp.181–220.
- Archer, M. S. (1995). *Realist Social Theory: the Morphogenetic Approach*. Cambridge University press.
- Bocock, Robert. (2007). *Cultural Formations of Modern Society*. Trans. Mehran Mohajer. Tehran: Ney. [In Persian]
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Butler, Judith (1987), *Subjects of Desire: Hegelian Reflections in Twentieth-Century France*, New York: Columbia University Press.
- Calhoun, C. J. Gerteis, J, & Moody, J. (2007). *Contemporary Sociological theory*. Malden: Blackwell.
- Chelabi, Masoud. (2005). *Sociology of Order*. 3rd ed. Tehran: Ney. [In Persian]
- Chitsazian, Amirhossein. (2000). Cultural, Social and Economic Background of the Expansion of Carpet Art in Kashan. *Nashriyeh-ye Farhang-e Esfahan*, 16, 94–101. [In Persian]
- Chitsazian, Amirhossein; Jalouli, Azam; Ravadrad, Azam. (2021). Sociological Analysis of the Art World of Carpet. *Nashriyeh-ye Farhang va Honar*, 3(2), 54–77. [In Persian]
- Edgar, A, & Sedgwick, P. (2002). *Cultural Theory, The Key Thinkers*. London and New York: Routdge.
- Ejtehad Nejad Kashani, Seyyed Salar; Ejlali, Parviz; Hosein. (2014). Theoretical-conceptual exploration of cultural development from a sociological perspective. *Nashriyeh-ye Olum-e Ejtemaei*, 64, 35–72. [In Persian]
- Eyerman, R. (2006). *Sociology and the art object: perspectives and debates*. *Sociology Compass*, 3(6), 911–919.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison* (A. Sheridan, Trans.). New York: Pantheon Books.
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972–1977* (C. Gordon, Ed.). New York: Pantheon Books.
- Georg, Simmel. (2001). The Conflict of Modern Culture. Trans. Haleh Lajevardi. *Arghanoon*, 225–249. [In Persian]
- Giddens, A. (1986). *The Constitution of Society: Outline of The Theory of Structuration*. University of California Press.
- Hafeznia, Mohammad Reza. (2008). *Introduction to Research Methodology in Humanities*. 14th ed. Tehran: Samt Publications [In Persian]
- Hall, James. (2003). *Dictionary of Subjects and Symbols in Eastern and Western Art*. Trans. Roghieh Behzadi. 7th ed. Tehran: Farhang-e Moaser. [In Persian]
- Herrero, M. (2009). *Art markets, sociology and the emotional art object*. *Sociology Compass*, 3(6), 911–919.
- Imani, Elaheh. (2013). Strategies for the competitiveness of hand-woven carpets and increasing their market share. *Nashriyeh-ye Pazhuhesh-e Honar*, 1(2), 75–80. [In Persian]
- Jahanbakhsh Ganjeh, Sadegh. (2017). A Comparative Study of Cultural Studies and Cultural Sociology Schools. *Faslnameh-ye Motale'at-e Miyanfarhangi*, 32(12). [In Persian]
- Jalali, Rostam. (2012). Sampling in Qualitative Research. *Majalleh-ye Tahghighat-e Keyfi dar Olum-e Salamat*, 1(4). [In Persian]
- Johnson, P. D. (2008). *Contemporary Sociological Theory: an Integrated Multi-Level Approach*. New York: Springer.
- Keshavarzi, Elham. (2019). A Comparative Study of Art Patrons during the Ilkhanid and Timurid Periods. *Pazhuhesh dar Olum-e Ensani*, 4(23), 31–44. [In Persian]
- Khosh, Denis. (2002). The Concept of Culture in Social Sciences. Trans. Fereydoon Vahida. Tehran: Soroush. [In Persian]

- Lash, Scott. (2005). Jame'e-shenasi-ye postmodernism [Sociology of Postmodernism]. Trans. Hassan Chavoshian. Tehran: Markaz. [In Persian]
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Mirzaei, Abdollah; Pirbabaie, Mohammad Taghi; Ravadrad, Azam; Abbaszadeh, Mohammad; Vandshari, Ali. (2016). Sociological Explanation of the Causes of Change or Stability in Contemporary Iranian Carpet Design System. *Goljam*, 12(29), 29–44. [In Persian]
- Nabavi, Seyyed Hossein. (2013). Toward an Aesthetic Understanding of Culture: The “Strong Program” in Jeffrey Alexander’s Cultural Sociology. *Motale'at-e Jame'e-shenakhti*, 20(2), 9–43. [In Persian]
- Peuzey, Michael. (2005). Jürgen Habermas. Trans. Ahmad Tadayon. Tehran: Hermes. [In Persian]
- Robert B. Pippin, *The Persistence of Subjectivity*. On the Kantian Aftermath, Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
- Scott, J. (2007). *Giddens and Cultural Analysis*. In T. Edwards, Cultural Theory. SAGE Publications, (pp. 83-107).
- Smith, Dennis. (2005). The Rise of Historical Sociology. Trans. Seyyed Hashem Aghajari. 4th ed. Tehran: Mowarid. [In Persian]
- Smith, Philip. (2008). Cultural Theory: An Introduction. Trans. Hossein Pouyan. Tehran: Daftar-e Pazhuheshhaye Farhangi. [In Persian]
- Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Thompson, John. (1998). The Concept of Culture. Trans. Ali Ghasem Nejad & Behrouz Garanpayeh. Tehran: Sharif. [In Persian]
- Udo Thiel, The Early Modern Subject. *Self-Consciousness and Personal Identity from Descartes to Hume*, New York: Oxford University Press, 2011.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Yoo, Youngjin, & Kim, Kyungmook. (2015). *How Samsung Became a Design Powerhouse*.
- Zakariaei Kermani, Iman; Karegar, Zahra. (2024). Pathology of Physical Sales of Handmade Carpets in Modern Societies with Harrison's Organizational Pathology Approach. *Honarhaye Sanaei-ye Iran*. [In Persian]
- Znaniecki, F. (1927). The object matter of sociology. *American Journal of Sociology*, 32(4), 529–544. <https://doi.org/10.1086/214184>.
- Zolberg, V. L. (2011). *Studying the art object sociologically*. In Constructing a Sociology of the Arts (pp. 45–65). Cambridge University Press.

The Metamorphosis of Carpet from an Artistic Object to a Conceptual Subject: A Sociological Study on the Changing Functions of Handmade Carpet in Contemporary Society

Iman Zakariaee Kermani¹ *  | Zahra Kargar² 

1. Corresponding Author*, Associate Professor, Faculty of Handicrafts, Isfahan Art University, Isfahan, Iran. Email: i.zakariaee@au.ac.ir

2. PhD Student in Islamic Arts, Department of Islamic Arts, Isfahan University of Art, Isfahan, Iran. Email: z.kargar@au.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:

Research Paper

Article History:

Received: 08 July 2024

Accepted: 09 November 2025

Published: 08 Desember 2025

Keywords:

Contemporary Handmade Carpet, Cultural Sociology, Namira Exhibition, Conceptual Art.

ABSTRACT

Introduction: Throughout its history, the art of handmade carpet has embodied both functional and aesthetic dimensions, serving various roles across different social domains. However, in contemporary times, this art form has undergone significant transformations in both function and meaning, shifting from a utilitarian-aesthetic craft to an object of pure aesthetic appreciation within the realm of *art* proper. As a result, the handmade carpet now transcends its traditional function and is increasingly represented as a form of conceptual art in the contemporary cultural context. The central question of this study is: from a cultural sociology perspective, what factors contribute to the transformation of the handmade carpet's status and function, turning it into a conceptual subject?

Methodology: This research employs a descriptive-analytical approach and is based on qualitative content analysis. The theoretical framework is grounded in cultural sociology, and the study analyzes conceptual patterns in handmade carpets using indicators derived from this framework. The purposive sample includes eight artworks from the *Namira* collection, created by contemporary artist Mohsen Mousavi Seirat. These works serve as case studies for examining the handmade carpet as a conceptual subject, allowing for broader generalization within this field. Data were collected from written and visual sources, along with semi-structured interviews conducted with 13 experts in the field to identify the key factors influencing the changing function of handmade carpet in contemporary Iranian society.

Results: The findings reveal six principal components, from the perspective of cultural sociology, that impact the transformation of the carpet's function: identity, technology, power, institutions, cultural confrontation and resistance, and cultural innovation and change.

Conclusions: These factors, operating at both individual and collective levels, play a pivotal role in redefining the handmade carpet as a conceptual subject. The conscious utilization of these factors by stakeholders in this field may contribute to elevating the global status of this art form.

Cite this article: Zakariaee Kermani, I., Kargar, Z. (2025). The Metamorphosis of Carpet from an Artistic Object to a Conceptual Subject: A Sociological Study on the Changing Functions of Handmade Carpet in Contemporary Society. *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 14 (2), 125-147.



© The Author(s). Publisher: University of Tabriz Press.



[10.22034/jeds.2025.68041.1877](https://doi.org/10.22034/jeds.2025.68041.1877)