



Research Paper

Sociological study of contemporary Iranian carpets using qualitative method

Maryam Motafakerazad^{1*}, Mohammad Abbaszadeh²

1. Assistant professor, Department of Art, Tabriz University of Islamic Arts, Tabriz, Iran

2. Professor, Department of sociology, University of Tabriz, Tabriz, Iran



<https://doi.org/10.22034/scart.2024.140089.1409>

Received: November 18, 2023

Accepted: May 3, 2024

Available Online: December 21, 2024

Keywords: Contemporary Iranian carpets, art sociology, contemporary, qualitative approach.

Abstract

Artistic reproduction based on contemporary sociocultural conditions is prominent among the elements of Iranian carpets in the present era. Consequently, comprehending and studying contemporary carpets necessitates understanding the theoretical foundations and sociocultural components of the current time. This study uses the qualitative method to delve into the sociological aspects of contemporary Iranian carpets. This research aims to explore the components of contemporary Iranian carpets derived from sociocultural conditions. The research question addressed is: What are the sociocultural dimensions of contemporary Iranian carpets? This study employs both qualitative and descriptive-analytical approaches. The research is timely, reflecting the contemporary period. The research findings highlight the emergence of transformation as the primary approach in contemporary carpets. Consequently, the sociocultural components have been molded under the influence of the modern and postmodern eras, transforming traditional Iranian arts, including carpets. The impact and interplay among the production factors, including designers and consumers, are evident in contemporary carpets' aesthetic and cognitive transformation. Hence, the significance lies in recognizing the role of production factors such as designers and the importance given to the diverse preferences of consumers, elements that are characteristic of the postmodern era. Remarkably, the attention to both general and specific consumers as an audience-centered approach holds significance in contemporary carpets. Consequently, the sociocultural transformation of contemporary Iranian carpets, brought about by changes in the roles of production factors such as designers, consumers, artistic producers, and distributors, has had a substantial influence on the aesthetic and cognitive dimensions of patterns and motifs, thereby contributing to the reproduction of contemporary carpets.

Motafakerazad, M., Abbaszadeh, M. (2024). Sociological study of contemporary Iranian carpets using qualitative method. *Sociology of Culture and Art*, 6 (4), 26-35.

Corresponding author: Maryam Motafakerazad

Address: Department of Art, Tabriz University of Islamic Arts, Tabriz, Iran

Email: mmotafakkerazad@yahoo.com

Extended Abstract

1- Introduction

The Persian carpet, an art form deeply rooted in Iranian tradition, has evolved in various visual expressions shaped by sociocultural circumstances over different periods. The field of art sociology examines how social institutions impact the creation, distribution, and interpretation of artwork, making carpets a significant subject of study. They reflect the social behavior and interaction between artists and audiences, embodying cultural identity and standing as both an artistic and industrial phenomenon. Achieving a harmonious blend of aesthetic and sociocultural elements is essential to this art due to its dual artistic and practical nature. In today's contemporary era, while preserving their traditional essence, Persian carpets require reevaluating their identity elements and developing a new artistic identity for reproduction. To thrive in the modern global era, they must undergo changes and transformations in their aesthetic and sociocultural components, drawing upon theoretical principles like modernism and postmodernism. The reproduction of Iranian art, including carpets, is influenced by the prevailing sociocultural conditions, resulting in a transformation of aesthetics and sociocultural dynamics. Comprehending and studying carpets, the collective product of collaborative efforts, becomes feasible by examining the significance and impact of contemporary sociocultural foundations and components on their evolution. From a sociological standpoint, carpet production involves various actors and production factors. Therefore, the changes and transformations witnessed in contemporary carpets hold great importance across various dimensions. As societies develop and undergo changes, aesthetic perceptions shift, leading to diverse new designs that cater to a broader range of domestic and international audiences. Consequently, considering the forces of globalization and the need to accommodate diverse audiences with varying tastes, it becomes crucial to recognize the need for change and transformation in contemporary carpet production, encompassing design, color, and production processes. The transformation of contemporary carpets can be realized by acknowledging the interconnectedness between traditional aesthetic components, such as pattern structures and motifs, and the influence of sociocultural factors.

2- Methods

This study employs qualitative methodology to focus on the sociological examination of contemporary Iranian carpets. The objective is to explore the sociological elements of these carpets, which are influenced by contemporary sociological conditions. By comprehending these sociological

components, the research aims to investigate and analyze the sociological aspects within this domain. To address the main research question - "What are the sociological dimensions of contemporary Iranian carpets?" - reliable sources from libraries and online databases were consulted to gather information on the subject's objectives, research methods, literature, and historical background. Consequently, various theoretical foundations relating to contemporary carpets, such as tradition, modernity, and postmodernity, were studied as they intersect with sociology and provide valuable perspectives in this field. Ultimately, a descriptive-analytical research method with a qualitative approach was utilized to analyze the collected data. This research is considered contemporary in terms of its timeframe.

3- Findings

The research findings highlight the importance of examining and analyzing the sociocognitive elements of modern Iranian carpets, which are closely intertwined with the characteristics of the contemporary era. In sociological investigations of contemporary Iranian arts, the role of social factors in shaping aesthetics becomes apparent. Consequently, in contemporary traditional arts, changes and shifts in approaches and traditional foundations, influenced by modernist and postmodernist ideologies, play a significant role in their artistic evolution. The study of transformation and innovation in Iranian carpets encompasses diverse sociological, geographical, and aesthetic aspects and a wide array of patterns and designs that can be explored. The approach to contemporary carpets in the transformation discourse is shaped by various aesthetic elements, including the arrangement of patterns, motifs, and the interplay of sociological dimensions that exert reciprocal influence on one another. Consequently, contemporary carpet research investigates the structure of Iranian carpets, which has been systematically developed and established through agreements. This research is based on traditional foundations while also considering the diversity and modifications that have occurred under the influence of modernist and postmodernist principles. These principles encompass innovation, transformation, pluralism, and considering varied audience preferences. As contemporary societies undergo changes and transformations that impact the aesthetic perspectives of both artists and audiences, globalization and other factors contribute to this phenomenon. As a result, traditional patterns are being replaced by new designs. Within this context, one can observe the presence of innovation and diversity in patterns and colors, aiming to cater to the diverse preferences of different audiences.

Motafakerazad, M., Abbaszadeh, M. (2024). Sociological study of contemporary Iranian carpets using qualitative method. *Sociology of Culture and Art*, 6 (4), 26-35.

4- Discussion & Conclusion

The extensive transformation and innovation within contemporary carpet designs are widespread, and they draw inspiration from various motifs found in both traditional and modern cultures. These motifs serve as a catalyst for creating new carpet designs that cater to today's specific needs and contemporary tastes. Designers can produce fresh and unique designs by incorporating a diverse range of motifs, including natural and animal patterns. The influence of transformation is evident in utilizing various patterns, such as geometric, abstract, and nature-inspired designs, within contemporary carpets. As a result, the approach to contemporary carpet design revolves around the transformation of different designs and the evolution of the sociocultural fabric within distinct regions where carpet weaving occurs. Consequently, transformation has emerged as the predominant approach in contemporary carpet design. The contemporary sociocultural elements have been molded by the modern and postmodern eras, leading to a transformation of traditional Iranian arts, including the art of carpet weaving. In this context, the impact and relationship between production factors, including designers and consumers, play a significant role in the aesthetic transformation of contemporary carpets. Thus, the importance of

designers and the consideration of diverse consumer preferences, particularly those of the general and specific target audiences, are emphasized as a consumer-centric approach stemming from postmodern influences in contemporary carpets. Consequently, the sociocultural transformation of Iranian contemporary carpets has accompanied the changes and evolution in the roles of production factors such as designers, consumers, artistic producers, and distributors. This transformation has profoundly affected the aesthetic structure of patterns and motifs and is crucial for reproducing contemporary carpets based on the artistic components of both the modern and postmodern eras.

5- Funding

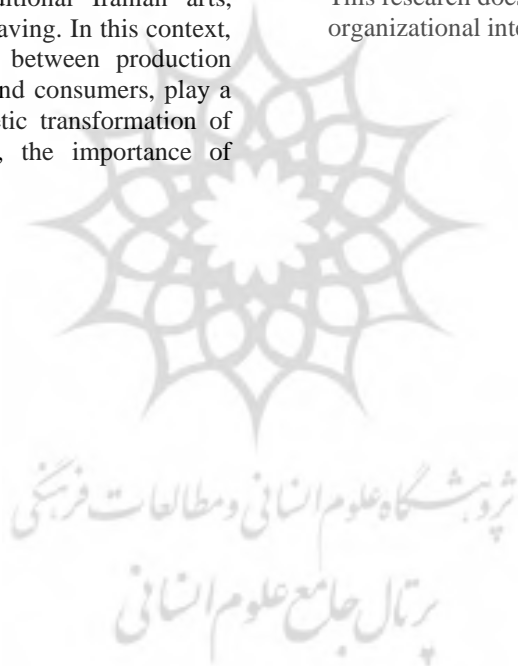
There is no funding support.

6- Authors' Contributions

The authors have written the paper in a shared way.

7- Conflict of Interests

This research does not conflict with personal or organizational interests.



مطالعه جامعه‌شناختی قالی معاصر ایرانی با روش کیفی

مریم متفکرآزاد^{۱*}، محمد عباس‌زاده^۲

۱. استادیار، گروه هنر، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول)

۲. استاد، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران


<https://doi.org/10.22034/scart.2024.140089.1409>

چکیده

از جمله مولفه‌های قالی ایرانی در عصر کنونی، بازتولید هنری برمبنای شرایط جامعه‌شناختی معاصر است. لذا شناخت و مطالعه قالی معاصر با شناخت اهمیت مبانی نظری و مولفه‌های جامعه‌شناختی معاصر میسر است. در این پژوهش به مطالعه جامعه‌شناختی قالی معاصر ایرانی با روش کیفی پرداخته شده است؛ از این رو هدف پژوهش حاضر مطالعه مولفه‌های قالی معاصر ایرانی برگرفته از شرایط جامعه‌شناختی معاصر است. لذا این پژوهش در پی پاسخ به این سوال که مولفه‌های قالی معاصر ایرانی از ابعاد جامعه‌شناختی چیست؟ با روش کیفی و به شیوه توصیفی-تحلیلی به بررسی موضوع پرداخته است. پژوهش حاضر از نظر زمانی پژوهشی معاصر می‌باشد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که امروزه تحول به عنوان رویکرد اصلی قالی معاصر مطرح است. از این رو مولفه‌های جامعه‌شناختی معاصر تحت تاثیر عصر مدرن و پست-مدرن شکل گرفته و هنرهای سنتی ایرانی و از آن جمله قالی را متحول ساخته است. در این راستا نحوه و میزان تاثیرگذاری و ارتباط بین مجموعه عوامل تولید که شامل طراحان و مخاطبان و غیره بر تحول زیبایی‌شناختی قالی معاصر نمایان است. از این رو اهمیت نقش عوامل تولید چون طراحان و توجه به کثرت سلیق مخاطبان که از مولفه‌های عصر پست مدرن محسوب می‌شود، به ویژه اهمیت مخاطبان عام و خاص به عنوان رویکرد مخاطب‌محوری در قالی معاصر مطرح می‌باشد. بر این اساس می‌توان گفت تحول جامعه‌شناختی قالی معاصر ایرانی که با تغییر و تحول در نقش عوامل تولید چون طراحان، مخاطبان، تولیدکنندگان هنری و توزیع‌کنندگان نمود یافته، بر ابعاد زیبایی‌شناختی طرح‌ها و نقش‌مایه‌ها تاثیرگذار بوده و در جهت بازتولید قالی معاصر حائز اهمیت است.

تاریخ دریافت: ۲۷ آبان ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴ اردیبهشت ۱۴۰۳

تاریخ انتشار: ۱ دی ۱۴۰۳

واژه‌های کلیدی: قالی ایرانی، جامعه-

شناسی هنر، معاصر، روش کیفی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

استناد: متفکرآزاد، مریم و عباس‌زاده، محمد (۱۴۰۳). مطالعه جامعه‌شناسی قالی معاصر ایرانی با روش کیفی. جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۶ (۴)،

۳۵-۲۶

* نویسنده مسئول: مریم متفکرآزاد

نشانی: گروه هنر، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران

پست الکترونیکی: mmotafakkerzad@yahoo.com

۱- مقدمه و بیان مسئله

قالی ایرانی به عنوان کالایی هنری- صنعتی نیازمند شناخت مولفه‌های زیبایی‌شناختی با توجه به کارکردهای جامعه‌شناختی (اجتماعی، اقتصادی و...) است، چرا که تحول قالی معاصر با توجه به ارتباط تنگاتنگ مولفه‌های زیبایی‌شناختی سنتی همچون نوع ساختار طرح و نقش‌مایه‌ها و تاثیر مولفه‌های جامعه‌شناختی با روش‌های کیفی آن میسر است. از آنجا که جامعه‌شناسی هنر در واقع تمرکز بر نحوه تاثیرگذاری «روابط» و «نهادهای اجتماعی» بر آفرینش، توزیع و درک آثار هنری است، قالی به عنوان یکی از مهمترین موضوعات جامعه‌شناسی به‌مثابه مطالعه زندگی و رفتار اجتماعی هنرمندان و مخاطبان و نیز کنش متقابل آنها، به عنوان وجهی از فرهنگ عامه و پدیده‌ای هنری قلمداد می‌شود. از منظر جامعه‌شناختی، قالی برآیند فعالیتی جمعی بوده که مجموعه گسترده‌ای از کنش‌گران و عوامل در تولید آن سهیم هستند؛ لذا مطالعه تحولات رخ داده در قالی به عنوان هنری معاصر حائز اهمیت است، چرا که توسعه جوامع امروزی و تغییر و تحولات رخ داده، موجب تغییر دیدگاه زیبایی‌شناسی انسان امروزی شده است؛ این مسئله موجب گردیده طرح‌های جدید مخاطب‌پسند، جایگزین نمونه طرح‌های سنتی شوند. با توجه به مقوله جهانی شدن و نیاز به توجه به سلايق مخاطبان بیشتر و متنوع، توجه به لزوم تغییر و تحول (در طرح و رنگ و روند تولید) در تولید قالی معاصر الزامی به نظر می‌رسد. براساس علم جامعه‌شناسی، در روند تولید قالی معاصر ارتباط و پیوستگی معنایی میان حوزه‌های مختلف مطالعاتی و مفاهیمی چون هویت معاصر، رویکردهای جامعه‌شناختی سنتی، مدرنیته، پست‌مدرنیته حائز اهمیت است. در این پژوهش با هدف شناخت مولفه‌های جامعه‌شناختی قالی معاصر ایرانی، به بررسی و مطالعه مولفه‌های جامعه‌شناختی معاصر پرداخته شده و قالی معاصر ایرانی با مولفه‌های موجود در این زمینه مورد مطالعه قرار گرفته است. در راستای پاسخ به سوال اساسی پژوهش که مولفه‌های قالی معاصر ایرانی از ابعاد جامعه‌شناختی چیست؟ از منابع موثق و معتبر کتابخانه‌ای و پایگاه‌های اینترنتی در زمینه اهداف، روش‌های تحقیق و تدوین ادبیات و پیشینه موضوع بهره برده شده است. لذا به منظور شناخت مولفه‌های قالی معاصر، مبانی نظری مختلفی چون سنتی، مدرن و پست‌مدرن مرتبط با قالی معاصر که ارتباط آن با جامعه‌شناسی و دیدگاه‌های قابل تامل در این زمینه را بیان می‌نمایند، مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. از این رو با روش تحقیق توصیفی- تحلیلی و به شیوه کیفی به تجزیه و تحلیل اطلاعات پرداخته شده است.

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱- پیشینه تجربی

مطالعه پیرامون قالی ایرانی و ابعاد جامعه‌شناختی آن در پژوهش‌ها، مقالات و کتب مرتبط در این زمینه در قالب موضوعات مختلف انجام یافته است. در زمینه قالی معاصر، ترکاشوند و همکاران در مقاله‌ای (۱۳۹۸) تحت عنوان «تاثیر ابزارها و روش‌های طراحی رایانه‌ای بر هنر-صنعت فرش معاصر ایران» به شناخت تاثیر ابزارها و روش‌های دیجیتال در طراحی سنتی در جهان مدرن و معاصر پرداخته‌اند. همچنین رحیم‌پناه و همکاران در مقاله‌ای (۱۳۹۴) با عنوان «جایگاه و میزان تاثیر رشته دانشگاهی فرش در بهبود اقتصادی فرش ایرانی در دوران معاصر» به بررسی روش‌های رونق قالی در بازارهای جهانی پرداخته است و در این راستا به عوامل تاثیرگذار بر سلايق جامعه اشاره نموده است. حسنعلی پورمند و همکاران در مقاله (۱۳۸۹) «نقش طرح‌های جدید در توسعه و گسترش فرش دستباف» بر اهمیت نگهداری بازار فرش دستباف به اندازه جنبه هنری تاکید نموده و بر حفظ تعادل بین جنبه هنری و زیبایی‌شناختی و توجه به بازار فروش فرش ایرانی تاکید می‌نمایند. ضمیری و همکاران در مقاله‌ای (۱۳۹۸) تحت عنوان «بررسی تاریخی تقابل سنت و مدرنیته در طرح و رنگ فرش دستباف شهری ایران» با مطالعه چهار منطقه شهری شامل (کرمان، اصفهان، تبریز و مشهد) تحولات فرش دستباف شهری ایران در توسعه حاصل از مدرنیته را مورد مطالعه قرار داده‌اند. رحمتی در مقاله‌ای (۱۳۸۷) تحت عنوان «آسیب‌شناسی طراحی فرش‌های رایج و نوآوری در آنها» به مقوله کیفیت طراحی فرش‌های ایرانی پرداخته است. در زمینه ارتباط تاثیر عوامل جامعه‌شناختی بر قالی معاصر، میرزایی و همکاران در مقاله‌ای (۱۳۹۵) تحت عنوان «تبیین جامعه‌شناختی علل تحول یا ثبات در نظام طراحی قالی معاصر ایران» به تبیین جامعه-شناختی نظام طراحی قالی معاصر ایران به منظور شناخت دلایل تداوم و تغییر در مکاتب قالی پرداخته است. تقوی و همکاران در مقاله‌ای (۱۳۹۷) تحت عنوان «خوانشی در باب معاصریت در هنر» به بررسی دوره معاصر در هنر پرداخته‌اند و به دیدگاه

بازمانی در معاصریت هنر اشاره می‌نمایند. در مقاله دیگری در حوزه جامعه‌شناسی قالی، با عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی دنیای هنر فرش (مورد مطالعه: منطقه اراک)»، راودراد و همکاران (۱۴۰۰)، با استفاده از نظریه هنر هوارد بکر به بررسی دنیای هنر اراک پرداخته‌اند. در این زمینه به موضوع جمعی بودن فرش تاکید شده و به این نتیجه رسیده‌اند که تولید فرش فعالیت هنری جمعی است و هر یک از مشارکت‌کنندگان در این دنیای هنر، بر روی محصول نهایی که فرش بوده، تاثیر دارند.

اهمیت مطالعه نتایج تحقیقات پیشین را در راستای شناخت ابعاد مختلف مطالعاتی این پژوهش و همچنین شناخت مفاهیم و نظریات سایر نویسندگان باید دانست. علی‌رغم توجه پژوهشگران به مبحث قالی ایرانی، این مطالعات از زاویه‌ای متفاوت و محدود به بررسی قالی در عصر معاصر پرداخته است. اهمیت این پژوهش در پرداختن به مفهوم معاصر و انطباق مولفه‌های آن با هنرهای سنتی چون قالی در ارتباط با مولفه‌های جامعه‌شناختی است که در تحقیقات پیشین به صورت موردی به آن پرداخته شده است. لذا در این پژوهش با نگاهی جامع به ابعاد جامعه‌شناختی قالی ایرانی (نقش عوامل تولید) و ارتباط مفاهیم سنتی با رویکردهای معاصر جهت بهره‌مندی طیف وسیعی از مخاطبان پرداخته شده است. این پژوهش از لحاظ جامعیت موضوع و توجه به رویکرد جامعه‌شناختی معاصر حائز اهمیت است.

۲-۲: ملاحظات نظری

با توجه به عنوان مقاله، لزوم توجه به قالی معاصر ایرانی از منظر جامعه‌شناسی هنر ضروری می‌نماید؛ جامعه‌شناسی هنر به عنوان یکی از حوزه‌های تخصصی جامعه‌شناسی، به بررسی و تبیین رابطه متقابل هنر و جامعه می‌پردازد. در جامعه‌شناسی هنر، کارکرد اجتماعی هنر، ارتباط و تعاملات متقابل میان جامعه و هنر، عوامل تأثیرگذار بر این ارتباط در مطالعات هنری، وجوه اجتماعی هنر اعم از پدیده‌های هنری، هنرمندان و شناخت انواع هنری، آثار هنرهای سنتی و معاصر، بسترهای ایجاد آثار هنری و در کل مباحث مرتبط با دنیای هنر در ابعاد درونی، بیرونی و ارتباط میان آن‌ها مطرح است. ابعاد مختلف جامعه‌شناسی هنر به ژرفکاوای در هنر، براساس زیبایی‌های واقعیت‌های درون و برون هنر و بیان تصویری آن پرداخته، از سویی نیز با دیدگاه فراسویی جامعه‌شناسی هنر، جامعه و مظاهر گوناگون زندگی اجتماعی را زیر نظر دارد و نهایتاً در سطحی فراتر، با وجهی علمی روابطی را که هنر با مظاهر اجتماعی دارد را مورد مطالعه قرار می‌دهد. (ترابی، ۱۳۷۹: ۱۵) بنابراین جامعه‌شناسی هنر که از انواع و اقسام رویکردهای مدرن به هنر شکل گرفته، بر فهم آن‌ها بر موقعیت اجتماعی و تاریخی‌شان تأکید دارد و آن‌ها را بر ساخته‌های شرایط و کنش‌های خاص تولید و دریافت می‌داند (ولف، ۱۳۸۹: ۳۷). در مطالعه تحولات هنری توجه به پس‌زمینه اجتماعی و فرهنگی (جامعه‌شناختی) بسیار مورد توجه است. به نحوی که «ماهیت شیء هنری تابعی از شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی است که شیء هنری در آن جای گرفته است» (جل، ۱۳۹۰: ۷۹-۸۰). از جمله مطالعات حوزه جامعه‌شناسی هنر، نظریه‌ها و رویکردهایی است که براساس آن‌ها اهمیت تأملات نظری قرن بیستم میلادی درباره جامعه‌شناسی هنر بیشتر مشهود است. ارائه نظریات مختلف در زمینه جامعه‌شناختی و ارتباط متقابل جامعه و هنر به عنوان امری اجتناب‌ناپذیر در هنر معاصر، توسط جامعه‌شناسان بزرگی مطرح شده است. برطبق نظر برخی از صاحب‌نظران «جامعه‌شناسی هنر رابطه‌ای است که هنر را با جامعه و مظاهر گوناگون زندگی اجتماعی پیوند می‌دهد ... و کنش و واکنش هنرمند و جامعه، جهان‌بینی و موضع فکری هنرمند، اثر و خلاقیت هنری او را در پیوند با مظاهر گوناگون حیات اجتماعی مورد مطالعه قرار می‌دهد» (معقولی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۱۷). در راستای فهم جامعه‌شناسی هنر این فرض وجود دارد که نمادها و نشانه‌ها (فرهنگی یا هنری) در خلأ شکل نمی‌گیرند، بلکه در ارتباط با عوامل جامعه‌شناختی و زمینه و بافتار بزرگ‌تر اجتماعی ایجاد شده‌اند و از آن تأثیر پذیرفته‌اند (آزادارمکی و همکاران، ۱۳۹۱: ۷۶). در عصر معاصر گستره آراء نظریه‌پردازان در حوزه مطالعاتی ارتباط هنر و جامعه و سه رهیافت متناظر با آن در سه نسل قابل مشاهده است؛ بنابراین بر طبق نمودار (۱) این سه نظریه را می‌توان چنین توصیف کرد: رهیافت اول (نسل اول) تحت عنوان «زیبایی‌شناسی جامعه‌شناختی» به مطالعه ارتباط میان «هنر و جامعه» می‌پردازد، رهیافت دوم (نسل دوم) «تاریخ اجتماعی هنر» را مورد مطالعه قرار می‌دهد و متمرکز بر تعیین جایگاه هنر در جامعه است و رهیافت سوم (نسل سوم) «جامعه‌شناسی پیمایشی» با اندیشه «هنر به مثابه جامعه» بر این اعتقاد است که مجموع کنش‌های متقابل کنشگران، نهادها و اشیاء به گونه‌ای با هم تحول می‌یابند تا آنچه عموماً هنر می‌نامند تحقق یابد (هینیک، ۱۳۹۱؛ یاسینی، ۱۳۹۵: ۱۶۶).

از میان نظرات مطرح شده می‌توان به آثار مهمی چون تاریخ اجتماعی هنر اثر آرنولد هاووزر که شالوده مباحث جامعه‌شناسانه هنر را رقم می‌زند، اشاره کرد. همچنین آرای نظریه‌پردازانی چون ژودانف، لوکاج، لویی آلتوسر و آرای دربارهٔ مکتب فرانکفورت چون آرای بنیامین و مارکوزه، در این حوزه شکل گرفته‌اند (غفاری، ۱۳۹۷: ۹۳). در این میان نظریه دنیای هنر بکر قابل توصیف بوده که معتقد است افراد در سه حوزه تولید، توزیع و مصرف کالای هنری فعال می‌باشند و به تولید اثر هنری به عنوان «فعالیتی جمعی» اشاره می‌نماید. وی به جایگاه مرکزی «هنرمند» اشاره می‌نماید (راودراد، ۱۴۰۰: ۵۷). در نهایت، نظریات جامعه‌شناختی اواخر قرن بیستم میلادی از دوگانگی رایج آن خارج شده و در این راستا با نظریه‌های نوآورانهٔ افرادی چون آنتونی گیدنز و پی‌یر بوردیو مواجه هستیم. این افراد با ارائهٔ راه میانه، جامعه را به مانند حوزه اجتماعی چون هنر تقسیم کردند؛ در این میان، گیدنز از نظریه‌پردازان متمایز جامعه‌شناسی معاصر است که نظرات خود را برحسب مسائل جامعه‌شناختی پی‌ریزی نمود و نظریهٔ ساختاری شدن (مؤلفهٔ مبانی نظری مدرنیسم) و همچنین جهانی‌شدن (مؤلفهٔ مبانی نظری پست‌مدرنیسم) را مطرح کرد. برطبق نظریه ساختاری گیدنز، حیطه اصلی مطالعه علم جامعه‌شناسی، اعمال اجتماعی است. «اعمال اجتماعی توسط عاملان انسانی که معرفت پذیرند، انجام می‌شود. عاملان انسانی... واجد قابلیت بازاندیشی در تعامل روزانه و دارای نوعی آگاهی ضمنی در مورد کنش خود هستند» (مقدس و همکاران، ۱۳۸۳: ۲). همچنین در این زمینه پی‌یر بوردیو عناوین و نظریه‌های مهم جامعه‌شناسی هنر و بازتعریفی از زیبایی‌شناسی را ارائه کرده است. «به نظر بوردیو، در تحلیل اجتماعی هر اثر هنری باید به تاریخ پیدایش میدان تولید اثر هنری و تاریخ پیدایش و ساختار میدان دریافتی که اثر هنری در آن آشکار می‌شود، به یک اندازه توجه کرد» (جرمی اف. لین، ۱۳۸۸: ۱۲۸). بنابراین بوردیو با طرح نظریه‌هایی چون میدان، سرمایه فرهنگی و ... شناخته شده است. به نحوی که در نظریهٔ سرمایه فرهنگی بوردیو طبقه‌بندی مخاطبان (که در مبانی هنر پست‌مدرنیسم حائز اهمیت بوده) به گروه‌های فرهنگی متفاوت صورت پذیرفته است. بوردیو از مؤلفهٔ پست‌مدرنیسم هنرهای امروزی چون دو نوع از مخاطبان و به تبع آن، دو نوع متفاوت از زیبایی‌شناسی که از مباحث مبانی نظری پست‌مدرنیسم بوده صحبت می‌کند (رهبرنیا و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۰۰-۱۰۱). بوردیو همچنین در مورد عامل مهم تأثیر سلايق مخاطبان معتقد است: «سلیقه یعنی گرایش و توانایی تصرف مقوله معینی از ایزه‌ها یا اعمال طبقه‌بندی شده و طبقه‌بندی کننده، زائیده سبک زندگی است، مجموعه متحدی از ترجیحات تمایز بخش که قصد ابرازگری واحدی را در منطق خاص هر خرده فضای نمادینی مانند مبلمان، ... به نمایش می‌گذارد» (بوردیو، ۱۳۹۳: ۲۴۳، یوسفی، ۱۴۰۱: ۱۵۵). از این رو یکی از ضرورت‌های شناخت مؤلفه‌های زیبایی‌شناختی و جامعه‌شناختی هنر معاصر، مطالعه در حیطه مبانی نظری مدرن و بیان مصادیق عینی آن است. از آنجا که دریافت مفاهیم هنر عصر پست‌مدرن، با مطالعه هنر عصر مدرن امکان‌پذیر است، بنابراین تغییر و تحولات هنر معاصر نیز برگرفته از مبانی نظری مدرنیسم و پست‌مدرنیسم بوده است. از این رو مطالعه هنرهای معاصر چونی قالی نیازمند شناخت تحولات رخ داده در ابعاد مختلف هنری و اجتماعی است.

مبحث تحول و نوآوری قالی ایرانی به عنوان بخشی از هنرهای معاصر، از جوانب مختلف جامعه‌شناختی، جغرافیایی و... تا انواع متنوع طرح و نقش قابل مطالعه است. بنابراین رویکرد قالی معاصر ایرانی را می‌توان در حیطه تغییر و تحولات ابعاد زیبایی‌شناختی چون ساختار، طرح‌ها و نقش‌مایه‌ها (نگاره‌ها) و همچنین ابعاد جامعه‌شناختی و تأثیرات متقابل آنها بر یکدیگر مطرح نمود. وجود سلايق مختلف در دنیای معاصر موجب گردیده نیاز گسترده‌ای به بازنگری و تجدید نظر بر طرح‌ها و نقشه‌های موجود براساس طرح‌های اصیل و سنتی انجام گردد. از این رو در ابعاد جامعه‌شناختی عصر مدرن، به دلیل اینکه قالی هنر و فعالیتی جمعی بوده، تغییر نقش عوامل تولید و تبعیت از سلايق مخاطبان و تلاش برای برآورده کردن نیاز مخاطبان مختلف معاصر با تغییر و تحول مداوم در طرح و رنگ قالی همراه خواهد بود، که موجب می‌شود تا سبک‌های متنوع طراحی قالی از طرح‌های سنتی فراتر بروند.

۳- روش پژوهش

روش و فرآیند پژوهش حاضر کیفی است. از جمله روش‌های پژوهش‌های کیفی، تحلیل محتوای کیفی است. از آنجا که تحلیل محتوا بیانگر رویکردهای تحلیلی گوناگون است، لذا راهبرد اصلی این پژوهش بر پایهٔ کارکرد جامعه‌شناسی هنر در قالی معاصر است. نوع پژوهش براساس هدف، در گروه تحقیقات کاربردی قرار دارد. جامعه آماری پژوهش حاضر قالی معاصر ایرانی است. از این رو روش جمع‌آوری اطلاعات و تدوین ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش به شیوهٔ کتابخانه‌ای انجام یافته است؛ لذا این پژوهش

با روش تحقیق توصیفی-تحلیلی به شیوه کیفی به تجزیه و تحلیل اطلاعات پرداخته شد. رویکرد روش‌شناسی تحقیق، رویکرد جامعه‌شناختی هنر معاصر است. نحوه برآورد اعتبار و پایایی یافته‌های پژوهش براساس نتایج پژوهش بیان شده است. از آنجا که «اعتبار به این موضوع می‌پردازد که آیا موضوعی که ادعا می‌شود، به طور واقعی بررسی شده است؟... در تحقیقات کیفی توجه به اعتبار تفاسیر است» (فلیک، ۱۳۸۵-عباس‌زاده، ۱۳۹۱: ۲۲). لذا از عوامل اعتباراین پژوهش، بازبینی محتوا توسط نگارنده و تأیید و همفکری با اساتید خبره حوزه جامعه‌شناسی هنر است.

۴- تحلیل یافته‌ها

در مطالعات جامعه‌شناختی هنرهای معاصر ایرانی نقش عوامل اجتماعی در تحول زیبایی‌شناختی با توجه به رویکردهای سنتی به همراه مولفه‌های عصر مدرن و نهایتاً پست‌مدرن بارز است. از این رو قالی ایرانی به عنوان هنری سنتی در عصر معاصر با تغییر در مؤلفه‌های هویتی و شکل‌گیری هویت جدید مواجه است. لذا جهت ادامه حیات در عصر جهانی شدن، نیازمند تغییر و تحول مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی و جامعه‌شناختی سنتی (عوامل تولید) با تکیه بر مبانی نظری معاصر چون مدرنیسم و در ادامه پست‌مدرنیسم است. زیرا در عصر معاصر به جای بررسی کلی روابط بین «هنر» و «جامعه» باید پیوندها و روابط بین جهان هنری و دیگر نهادهای اجتماعی مطالعه شود (انگلیس و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۹-۶۰). بنابر ساختار قالی ایرانی که در نظامی هدفمند و در چارچوب قراردادهایی شکل گرفته، مطالعه قالی معاصر بر مبنای مبانی سنتی به همراه تنوع و تحولات رخ داده براساس مبانی مدرن و پست‌مدرن که شامل نوآوری، تحول، تکثرگرایی، توجه به تنوعی از سلايق مخاطبان بوده، انجام می‌یابد. به نحوی که «طراح سنتی هنر را صحنه‌ای می‌دانست میان کسب تجربیات جمعی و افزودن آرایه‌های تزئینی به آن، به طوری که هویت اثر خویش را خارج از آن جستجو نمی‌کرد. اما طراح معاصر سعی دارد آثارش را براساس شیوه‌های جدیدی با چینش واحدهای متعارف از نقوش سنتی در ترکیب‌بندی‌های تازه بسازد» (جهانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۶). از آنجا که تغییر و تحول جوامع امروزی در دیدگاه‌های زیبایی‌شناختی هنرمندان و مخاطبان معاصر تاثیر داشته و عوامل مختلفی چون جهانی شدن نیز بر آن می‌افزاید، این مسئله موجب جایگزینی طرح‌های جدید، در ساختار طرح‌های سنتی شده است. اینجاست که نوآوری و تنوع در طرح و رنگ‌ها الزامی به نظر می‌رسد؛ لذا باید تاکید بیشتری بر انجام آن صورت بگیرد تا بتوان پاسخ‌گوی نیازهای گروه‌های مختلف مخاطبان بود (رحیم‌پناه و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۱). با توجه به اینکه قالی معاصر تحت تاثیر مولفه‌های مدرن و پست‌مدرن می‌باشد، رویکرد تحول یافته آن را می‌توان در انطباق مولفه‌های زیبایی‌شناختی و جامعه‌شناختی دانست. از این رو «در ابعاد جامعه‌شناختی، قالی نیز برآیند فعالیتی جمعی بوده که مجموعه گسترده‌ای از کنش‌گران و عوامل در تولید آن سهیم هستند و از دیدگاه جامعه‌شناختی و ابعاد اجتماعی هنر، کنش هنرمندان هیچ‌گاه در انزوا انجام نمی‌گیرد و همواره خلق هنر با شرایط اجتماعی ارتباط متقابل دارد» (تقا و تر، ۱۳۸۵: ۶۰). از این رو بحث تحول در ساختار نظام تولید قالی، نقش تولیدکنندگان قالی و از همه مهم‌تر طراحان و مصرف‌کنندگان و سلايق مخاطبان در مطالعات جامعه‌شناختی قالی معاصر مشهود است. از منظر مبانی مدرن و از جمله پست‌مدرن معاصر، رویکرد تحول در قالی معاصر به عنوان فعالیتی جمعی و هویت بخش، بر ساختار نظام تولید و تنوعی از سلايق طراحان و دیدگاه مخاطب هنری و ارتباط دوسویه تاثیر سلايق عوامل تولید و مخاطبان قالی معاصر تأکید دارند. چرا که جامعه‌شناسی هنر، دانشی میان رشته‌ای بوده که هنر را به مثابه جامعه می‌بیند و به بررسی هنر به عنوان ناب‌ترین عرصه کنش اجتماعی میان خالق اثر هنری، میانجی‌ها و مخاطبان هنری می‌پردازد» (طاهرپور، ۱۴۰۰: ۱۷). به نحوی که تاثیر مبانی نظری مدرن بر سلايق مختلف مخاطبان عصر معاصر در ابعاد زیبایی‌شناسی قالی معاصر مشهود است. بنابراین هنرمند باید بر نیروی خلاقیت و تحول به همراه آگاهی‌ها و دانسته‌های خویش از ارزش‌های سنتی تکیه نماید. بنابراین قالی معاصر به عنوان محصولی منطبق با سلايق عصر معاصر در میان انبوهی از طرح‌ها و رنگ‌ها نمود جدیدی می‌یابد. چرا که تنوع و تحول در طرح و رنگ و... می‌تواند کالایی متمایز را برای خریدار ایجاد کند (اکبری، ۱۳۸۰: ۷۵). تحولات رخ داده در مولفه‌های زیبایی‌شناختی قالی معاصر در راستای حفظ سنت‌ها و تحول آنها مهم و اساسی می‌نماید. اگرچه به دلیل مولفه‌های جامعه‌شناختی هنر معاصر، مقوله جهانی شدن و تجاری‌پردازی، پایبندی به سنت‌ها کمرنگ‌تر شده، ولی به دلیل اعتبار طراحان و توجه آن‌ها به سلايق مخاطبان همچنان قالی معاصر با طرح‌های شناخته شده نمود دارد. به نظر برخی قوی‌ترین و اصلی‌ترین عامل موثر در اعتبار

هنرهای سنتی به ویژه قالی را می‌توان در تنوع طرح و نقش دستبافته‌های ایرانی دانست (اربابی، ۱۳۸۷: ۵۸). امروز عامل تحول به عنوان رویکرد قالی معاصر را می‌توان در تنوعی از سلايق طراحان و مخاطبان دید. تحول قالی معاصر را می‌توان در چارچوب ساختار نظام تولید قالی بیان نمود که در این نظام طراحان به عنوان اصلی‌ترین عامل تولید و فعالان عرضه و تولید قالی شناخته شده‌اند؛ طراحان در تولید آثار خود مجموعه مولفه‌هایی را مدنظر دارند که با خواسته‌های نظام تولید و مهمتر از همه سلايق مخاطبان در سطح داخلی و جهانی مطابقت داشته باشد. چرا که علاوه بر نقش طراحان، رویکرد مخاطب محوری و ارتباط دوسویه میان طراحان و مخاطبان به عنوان یکی از مولفه قالی معاصر برگرفته از مبانی پست‌مدرن، به دلیل جنبه کاربردی و مصرفی آن حائز اهمیت است. در عصر حاضر رویکرد مخاطب‌محوری با مولفه‌هایی چون توجه به هنرهای کاربردی و عامه‌پسند، سلايق توده مردم به عنوان یکی از مهم‌ترین مولفه‌های جامعه‌شناختی قالی معاصر ایرانی است. بنابراین تنوع دیدگاه طراحان و مخاطبان موجب شکل‌گیری تحول در طرح‌های مختلف خواهد شد. چرا که بر مبنای تفکر طرفداران مدرنیسم تحول در ارزش‌ها و باورهای جوامع سنتی و جایگزینی ارزش‌های نوین معاصر عامل اصلی تحول آن جوامع است (فوزی تویسرکانی، ۱۳۸۰: ۱۸۴-۱۸۵). این تنوع و تکثر سلايق مخاطبان و مصرف‌کنندگان عصر پست‌مدرن تحت تاثیر تحول نقش عوامل تولید چون تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و...، چهارچوب و ساختار نظام تولید قالی معاصر را شکل می‌دهند. ارتباط دو سویه میان طراحان با مخاطبان را در تحول رویکردهای تصویری قالی معاصر که شامل نقش‌مایه‌های سنتی و تصویری معاصر است، می‌توان دید. همانطور که در نمودار (۲) مشخص شده است، تنوع و تحول بر مبنای دیدگاه مخاطبان معاصر در تنوعی از نقش‌مایه‌های سنتی به همراه معاصر مشهود است.



نمودار ۲: تحول قالی معاصر، ماخذ: نگارنده

در این ساختار اهمیت توجه به سلايق عوامل تولید از جمله طراحان و مخاطبان هنری در نمود تصویری مشهود خواهد بود. از جمله مباحث مهم عصر معاصر توجه به تنوع سلايق مخاطبان قالی براساس تقسیم‌بندی آنان به دو نوع مخاطبان «خاص و عام» است. در این زمینه بورديو مدلی سه وجهی را مطرح نموده که در بردارنده سه نوع سلیقه جامعه‌شناختی مخاطبان تحت عنوان سلیقه مشروع، سلیقه میان‌مایه و سلیقه عام است. سلیقه مشروع در میان بخش فرهیخته طبقه مسلط رواج دارد که تمایل زیبایی‌شناسی نامیده می‌شود و دو سلیقه بعدی شامل میان‌مایه در میان طبقه متوسط و سلیقه عامه‌پسند در طبقات کارگر رواج داشته که نمودی از مشارکت جهت پیوند هنر و زندگی است (صالحی امیری و سپهرنیا، ۱۳۹۴: ۲۵، یوسفی، ۱۴۰۱: ۱۵۵). بر مبنای مولفه عصر پست‌مدرنیسم که هدف جذب مخاطبان بیشتر و در عین حال تاکید بر اینکه تمامی محصولات فرهنگی در روابط پیچیده‌ی اجتماعی درگیر هستند؛ در قالی معاصر نیز شاهد تنوعی از کثرت مخاطب در دو نوع خاص و عام هستیم که تعامل و ارتباط تنگاتنگ نظرات آنان با نظام تولید و توزیع (شامل طراحان، مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و...) و جلوه بصری آن در نقش‌مایه‌های قالی حائز اهمیت است. براساس یافته‌های پژوهش علی‌رغم گرایش سنتی و پایدار قالی (علی‌الخصوص در جوامع سنتی)، ارتباط میان عوامل تولید قالی که در عصر معاصر به دلیل تاثیرات مدرنیسم و پست‌مدرنیسم (تحول به عنوان بخش مهمی از مولفه‌های این ادوار است)، دائما در حال تغییر و تحول می‌باشند، با اطلاع از سلايق متغیر مخاطبان در

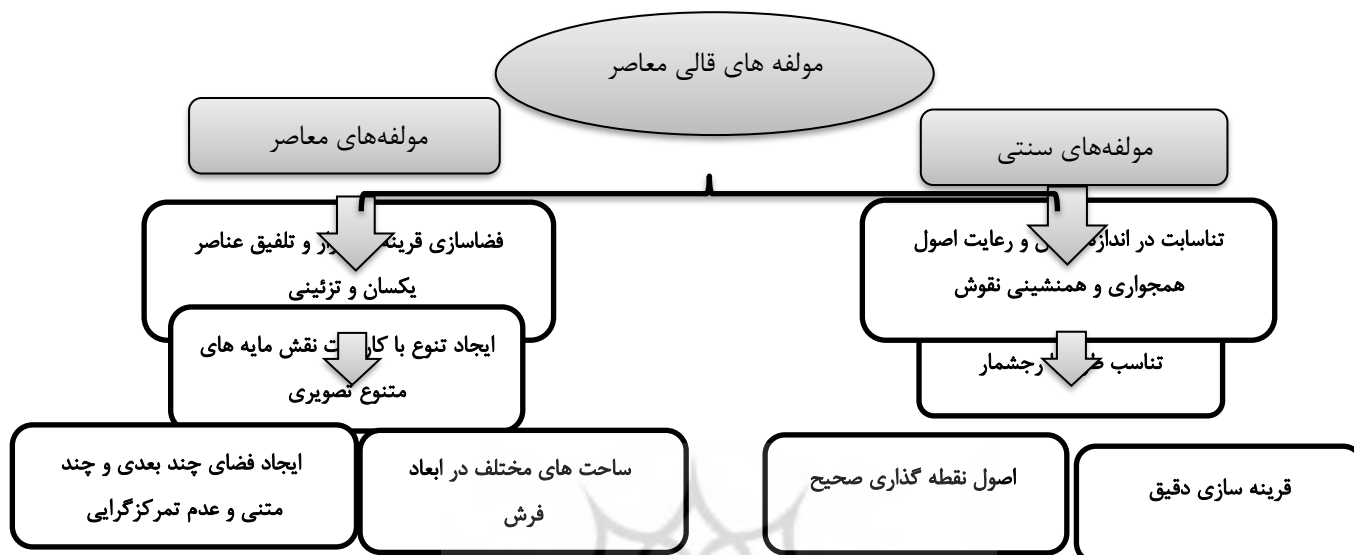
بروزرسانی مولفه‌های قالی میسر است، چرا که این روابط جدید شکل یافته، ابتدا شکل تکامل یافته نیروهای تولید سنتی و قدیمی هستند، که نهایتاً به زنجیره‌هایی تبدیل می‌شوند و در این زمان، دوران تحول اجتماعی فرا می‌رسد (فیشر، ۱۳۸۲: ۱۸۰-۱۸۲). از بعد زیبایی‌شناسی تحول و نوآوری در طرح‌های قالی‌های معاصر بسیار گسترده بوده و آرایه‌هایی از فرهنگ‌های سنتی یا مدرن می‌تواند دستمایه طراحی قالی‌های جدیدی برای مصارف خاص امروزی و معاصر باشد. با استفاده از تنوع نقش‌مایه‌ها و کاربرد نقوش طبیعی، حیوانی و ... طرح‌های تازه‌ای پدید آورد (رحمتی، ۱۳۸۷: ۶۷). همانطوری که در جدول شماره (۱) مشهود است، تاثیرات تحول قالی معاصر را در قالی‌های هفتاد سال اخیر با انواع متنوع طرح‌های هندسی، انتزاعی و طبیعت‌گرایانه می‌توان دید که اغلب طرح گلدانی، درختی، محرابی، قندیل‌دار، حیوانی، شکارگاه هراتی، ... خشتی یا قاب‌قابی، منظره‌بافی، قاب قرآنی و نقش‌های هندسی بوده، از کوچکترین تا بزرگترین اندازه‌های ممکن تولید و بافته شده‌اند (شعبانی خطیب، ۱۳۸۷: ۱۶۹).

جدول شماره ۱: انواع متنوع طرح قالی معاصر تبریز، ماخذ: نگارنده

		
تبریز- ۵۵ رج	تبریز- ذرع و نیم- ۱*۱/۵- ۵۰ رج	تبریز- قالیچه- ۱/۵*۲- استاد نامی ۵۰ رج-
		
تبریز- گلستانی- ۵۰ رج	تبریز- ۵۰ رج	تبریز- ۶ متری- ۴۰ رج

مولفه‌های قالی معاصر برمبنای مبانی نظری معاصر را می‌توان در یکنواختی و هماهنگی فضاها در کل زمینه متن فرش، ترکیب اجزای اسلیمی و ختایی، تلاش در جهت برجسته‌نمایی و عمق بخشیدن به نقوش و وحدت بین عناصر طراحی و فضا و رعایت اصول فنی طراحی قالی و از همه مهم‌تر تنوع و تلفیق عناصر سنتی با نقش‌مایه‌های سنتی و واقع‌گرا، گرایش به نشان داده تصویر واقع‌گرا و طبیعت‌پردازانه با استفاده از نقش‌مایه (گلفرنگ) گل و مرغ و اهمیت تصویرپردازی، همگامی هنرمندان با هنر مدرن

غرب، تلاش هنرمندان در تلفیق عناصر تصویری هنر مدرن غرب با سنت‌های تصویری ایرانی، استفاده از عناصر تصویری عامیانه، مذهبی و ملی، خلق آثاری که مخاطب- ایرانی- اروپایی با مشاهده عناصر تصویری آن به ایرانی و ملی بودن آن پی ببرد، ایجاد فضای چند بعدی و چند متنی، عدم تمرکزگرایی و ایجاد ساحت‌های مختلف در ابعاد فرش، ایجاد فضایی قرینه با تکرار و تلفیق عناصر یکسان و تزئینی و ایجاد تنوع با کاربرست نقش‌مایه‌های متنوع تصویری، پایبندی به سنت‌ها ملی، بومی و منطقه‌ای در رنگ‌بندی دانست.



نمودار ۳: مولفه‌های قالی معاصر ایرانی، ماخذ: نگارنده

در نمودار (۳) مولفه‌های قالی معاصر در دو بخش سنتی و معاصر قرار گرفته‌اند. بنابراین رویکرد قالی معاصر را می‌توان در تحول و تنوع نقش‌مایه‌های سنتی و افزوده شدن نقش‌مایه‌های جدید معاصر، تحول انواع طرح‌ها، تحول در ساختار جامعه‌شناختی مناطق مختلف قالی‌بافی بیان نمود. همانطوری که در جدول شماره (۲) ذکر گردیده مبانی نظری عصر معاصر در تحولات ساختار زیبایی‌شناسی و جامعه‌شناسی قالی معاصر حائز اهمیت هستند.

جدول شماره ۲: تحولات قالی معاصر ایرانی، ماخذ: نگارنده

تحولات قالی معاصر	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ تحول در ساختار طرح‌ها ❖ دگرگونی ساختار سنتی و تلفیق با ساختار معاصر 	تحولات زیبایی‌شناختی
<ul style="list-style-type: none"> ❖ تحول در نقش مایه‌های سنتی ❖ تلفیق نقش‌مایه‌های سنتی و مدرن 	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ تحول در نقش مایه‌های معاصر ❖ نگاره‌های تصویری و تلفیقی سنتی 	تحولات جامعه‌شناختی
<ul style="list-style-type: none"> ❖ تحول جامعه‌شناختی و ساختار اجتماعی ❖ تغییرات رخ داده در شرایط محیط و ساختار اجتماعی و کاهش نقش عوامل تاثیرگذار بر قالی تبریز و افزودن عوامل و مولفه‌های معاصر 	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ تحول بر اساس رویکردهای مدرن و پست مدرن ❖ افزوده شدن مولفه‌هایی چون کثرت‌گرایی، تنوع متن‌ها و تصویری شدن مفاهیم 	

۵- بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش به مطالعه جامعه‌شناسی قالی معاصر پرداخته شد. در این راستا با روش کیفی، تاثیر اصول و مبانی عصر مدرن و پست‌مدرن معاصر که مهم‌ترین آنها نوآوری و تحول بوده، بر تغییر و تحول نقش عوامل تولید مورد بررسی قرار گرفت. لذا تحول از جمله رویکرد اصلی قالی معاصر بنابر اهمیت آن در مبانی مدرن و پست‌مدرن مطرح می‌باشد. این تحول در ایجاد ارتباط دوسویه میان ساختار زیبایی‌شناسی و جامعه‌شناسی قالی معاصر حائز اهمیت است. با توجه به ویژگی‌های جامعه‌شناختی عصر معاصر، ابعاد زیبایی‌شناسی طرح‌ها و نقش‌مایه‌های قالی مناطق مختلف ایران در ارتباط با مفاهیم و رویکردهای عصر جهانی شدن قابلیت تغییر و تحول دارند. از این رو تحولات هنری معاصر در قالی ایرانی در دو بعد ارتباط میان ابعاد زیبایی‌شناسی و جامعه‌شناسی رخ نموده است. با توجه به اینکه قالی به عنوان فعالیتی جمعی مطرح بوده؛ نقش عوامل جامعه‌شناختی چون تولیدکنندگان، طراحان، مخاطبان و تنوع سلاقی، نظام توزیع، عوامل تاثیرگذار بر تحول قالی را شکل می‌بخشد. که نمود تصویری آن در تنوع و تحولی از ساختار زیبایی‌شناختی مشهود است. در این جا مفهوم تحول را می‌توان در نظرات و سلاقی طراحان، مخاطبان خاص و عام عصر پست‌مدرن با تنوع و تکثر سلاقی دید که تحت تاثیر تحول نقش عوامل نظام تولید قرار دارند. در عصر معاصر با تغییر و تحول در ساختار تولید قالی، طراحان و مخاطبان خود به عنوان نقطه مرکزی ایفای نقش می‌نمایند. در این میان اهمیت مخاطبان در دو نوع خاص و عام و ارتباط میان سلاقی طراحان و مخاطبان حائز اهمیت است. بنابراین براساس ساختار جامعه‌شناسی معاصر (تاثیرات دوران مدرن و پست‌مدرن) در راستای ایجاد تنوع و تحول در نظام سنتی قالی ایرانی و ایجاد ارتباط بین مولفه‌های سنتی و معاصر قالی ایرانی، تحول در نظام تولید، مصرف و مخاطب‌پسندی و... اهمیت داشته و ضروری می‌نماید. تحول در ساختار قالی معاصر در ارتباط دیدگاه طراحان و مخاطبان، با هنر جهانی است. در عصر جهانی شدن، هنرهای سنتی ایرانی باید در جهت تطبیق با تفکرات و رویکردهای معاصر و برآورده کردن نیازها و سلاقی مخاطبان امروزی طراحی و بازتولید شوند. از این رو نقش تغییر یافته این عوامل را در تلاش در جهت تطبیق نقش‌مایه‌های سنتی با عناصر تصویری هنر پست‌مدرن معاصر باید دید. از جمله در تنوع و تلفیق عناصر سنتی با نقش‌مایه‌های واقع‌گرای معاصر، گرایش به تصویر واقع‌گرا و طبیعت‌پردازانه با استفاده از نقش‌مایه (گلفرنگ) گل و مرغ و اهمیت تصویرپردازی، ایجاد فضای چند بعدی و چندمتنی، عدم تمرکزگرایی مشهود است. از این رو هدف از تحول قالی در ابعاد داخلی و جهانی شدن، جذب مخاطبان بیشتر و توجه به تکثر سلاقی بوده است. در این راستا با ایجاد تحول در عملکرد نظام تولید قالی و با بازتعریفی از نقش عوامل مختلف از جمله طراحان و مخاطبان عام و خاص قالی معاصر می‌توان رویکرد زیبایی‌شناختی قالی و همچنین روند تولید قالی معاصر را با مولفه‌های جامعه‌شناختی معاصر تطبیق نمود.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تامین شد.

مشارکت نویسندگان

مقاله محصول مشارکت مشترک نویسندگان است.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

منابع

آزادارمکی، تقی و مبارکی، مهدی (۱۳۹۱). تبیین جامعه‌شناختی علل تحول فرش ایرانی در دوره صفویه. *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*. ۴ (۱)، ۷۳-۹۲.

اربابی، بیژن (۱۳۸۷). ارزیابی شیوه‌های طبقه‌بندی طرح و نقش فرش ایران. *مجله گلجام*. ۴ (۱۱)، ۵۷ - ۷۴.

- اکبری، نعمت‌الله (۱۳۸۰). چگونگی تاثیر هنر و خلاقیت بر ایجاد تقاضا در بازار. مجموعه مقالات گردهمایی پژوهشی اقتصاد و توسعه هنر، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات هنر.
- انگلیس، دیوید و هاگسون، جان (۱۳۹۹). *جامعه‌شناسی هنر، شیوه‌های دیدن*. ترجمه جمال محمدی، تهران: نشر نی.
- پوردیو، پیر (۱۳۹۳). *تمايز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*. ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات ثالث.
- پورمند، حسنعلی؛ مهدوی‌نژاد، محمدجواد و ایمانی، الهه (۱۳۸۹). نقش طرح‌های جدید در توسعه و گسترش فرش دستباف. *مجله گلجام*، ۱۷، ۱۱-۲۶.
- ترابی، علی‌اکبر (۱۳۷۹). *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات: مثلث هنر*. تبریز: نشر فروغ آزادی.
- ترکاشوند، فاطمه؛ هوشیار، مهرا و کشاورز افشار، مهدی (۱۳۹۸). تاثیر ابزارها و روش‌های طراحی رایانه ای بر هنر- صنعت فرش معاصر ایران. *نشریه گلجام*، ۳۶، ۲۳-۴۲.
- تقا، احمدرضا و جرمی تنر (۱۳۸۵). *جامعه‌شناسی هنرمند*. تهران: نشر زيباشناخت.
- تقوی، ترنم؛ کفشچیان مقدم، اصغر و پهلوان‌نوده، محبوبه (۱۳۹۸). خوانشی در باب معاصریت در هنر. *نشریه هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی*، ۲۴ (۲)، ۵-۱۴.
- جرمی. اف. لین (۱۳۸۸). نقد و بررسی نظریه میدان‌های هنری پیرپوردیو چه زمانی هنر، هنر می‌شود؟. ترجمه مهسا رضوی. *فصلنامه هنر*. ۷۸: ۱۱۶-۱۳۹.
- جل، آلفرد (۱۳۹۰). *هنر و عاملیت، به سوی نظریه جدید انسان‌شناختی*. ترجمه احمد صبوری. تهران: فرهنگستان هنر.
- جهانی، مهدی؛ موسوی لر، اشرف السادات؛ حسن پورنامی، جواد و میرزایی، عبدالله (۱۳۹۰). نگرشی بر مفهوم هویت در طراحی قالی معاصر آران و اردبیل. *مجله گلجام*، ۷ (۱۹)، ۲۵-۴۲.
- راودراد، اعظم؛ چیت‌سازیان، امیرحسین و جلولی، اعظم (۱۴۰۰). تحلیل جامعه‌شناختی دنیای هنر فرش (مورد مطالعه: منطقه اراک). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۳ (۲)، ۷۷-۵۴.
- رحمتی، سید محمد حسین (۱۳۸۷). آسیب‌شناسی طراحی فرش‌های رایج و نوآوری در آنها. *گلجام*، ۱۰، ۶۷-۷۷.
- رحیم‌پناه، فاطمه و هوشیار، مهرا (۱۳۹۴). جایگاه و میزان تاثیر رشته دانشگاهی فرش در بهبود اقتصادی فرش ایرانی در دوران معاصر. *گلجام*، ۲۷، ۲۳-۳۹.
- رهبرنیا، زهرا؛ باقوتی، سپیده و مرسلی توحیدی، فاطمه (۱۳۹۶). تحلیل زیبایی‌شناسانه عمل عکاسی در بستر هنرهای زیبا با رویکردی به نظریه سرمایه فرهنگی پوردیو. *مبانی نظری هنرهای تجسمی*، ۲ (۱)، ۹۳-۱۰۶.
- شعبانی خطیب، صفرعلی (۱۳۸۷). *فرهنگ نامه تصویری آرایه و نقشه فرش‌های ایران*. قم: انتشارات سپهر اندیشه.
- طاهرپور، نصرت السادات (۱۴۰۰). *جامعه‌شناسی هنر ایران*. تهران: نشر علم.
- صالحی امیری، سیدرضا و سپهرنیا، رزیتا (۱۳۹۴). *الگوی ارتقای سرمایه فرهنگی در ایران*. تهران: انتشارات ققنوس.
- ضمیری، چکامه (۱۳۹۸). بررسی تاریخی تقابل سنت و مدرنیته در طرح و رنگ فرش دستباف شهری ایران. *مجله مطالعات هنر اسلامی*، ۱۵ (۳۳)، ۴۳-۲۴.
- فلیک، اووه (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- فوزی تویسرکانی، یحیی (۱۳۸۰). *مذهب و مدرنیزاسیون در ایران*. تهران: انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- فیشر، ارنست (۱۳۸۶). *ضرورت هنر در روند تکامل اجتماعی*. ترجمه فیروز شیروانلو. تهران: توس.
- عباس‌زاده، محمد (۱۳۹۱). تاملی بر اعتبار و پایایی در تحقیقات کیفی. *مجله جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۱ (۴۵)، ۱۹-۳۴.
- غفاری، ابوالحسن (۱۳۹۷). *فلسفه هنر و زیبایی*. تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی
- مقدس، علی‌اصغر و قدرتی، حسین (۱۳۸۳). نظریه ساختاری شدن آنتونی گیدنز و مبانی روش‌شناختی آن. *مجله علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*، ۱ (۴)، ۱-۳۱.
- معقولی، نادیا؛ شیخ‌محمدی، علی و قبادی، حسین علی (۱۳۹۱). تحلیل جامعه‌شناسانه هویت ملی و مولفه‌های آن. *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، ۴ (۲)، ۱۱۵-۱۳۴.
- میرزایی، عبدالله؛ پیربابایی، محمد تقی؛ راودراد، اعظم؛ عباس‌زاده، محمد و وندشعاری، علی (۱۳۹۵). تبیین جامعه‌شناختی علل تحول یا ثبات در نظام طراحی قالی معاصر ایران. *مجله گلجام*، ۱۲ (۲۹)، ۲۹-۴۴.
- ولف، جنت (۱۳۸۹). «ساختار اجتماعی و آفرینش هنری»، در *مبانی جامعه‌شناسی هنر*. ترجمه علی رامین، تهران: نشر نی.
- هینیک، ناتالی (۱۳۹۱). *جامعه‌شناسی هنر*. ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر. تهران: نشر آگه.

یاسینی، آرزو (۱۳۹۶). بررسی شیوه طراحی طبیعت‌گرا در نقشمایه‌های گیاهی طراحی فرش تبریز در دوره قاجار و ارائه یک طراحی مبتنی بر مطالعات. پایان‌نامه کارشناسی ارشد؛ ایران، تبریز، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، دانشکده فرش.
یوسفی، رسول؛ زارع‌خلیلی، فتح‌الله؛ مقنی‌پور، مجیدرضا و غروی منجیلی، فریبا (۱۴۰۱). تأثیر طبقه و سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی بر سلايق هنری (مورد مطالعه: شهر شیراز). *فصلنامه جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۴ (۱)، ۱۶۷-۱۴۷.

References

- Brown, K. (2016). *Interactive Contemporary Art: Participation in Practice*. London: I.B. Tauris.
Patton, P. (2015). *Postmodernism: philosophical aspects*. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioural Sciences* (PP.684-689). Elsevier.

