

تحلیل جامعه‌شناختی دنیای هنر فرش (مورد مطالعه: منطقه اراک)

اعظم راودراد*^۱

امیرحسین چیت سزایان^۲

اعظم جلولی^۳

چکیده

در این مقاله تلاش شده است که با استفاده از نظریه دنیای هنر هوارد بکر، دنیای هنر فرش اراک شناسایی و تحلیل شود. بکر معتقد است برای فهم جامعه‌شناسانه هنر، باید هنر را فعالیتی جمعی ببینیم. در اینجا نیز موضوع جمعی بودن فعالیت هنری، در مورد هنر فرش منطقه اراک مورد توجه قرار گرفته است. روش پژوهش، کیفی بوده و گردآوری داده‌ها به شیوه اسنادی و میدانی، از طرقی مانند مشاهده، گفتگو، عکس‌برداری و یادداشت‌برداری از منابع مکتوب و اسناد فرهنگی انجام شده است. علاوه بر آن، نقوش فرش اراک نیز به‌لحاظ شکلی و سبکی تحلیل شده است. همچنین مناسبات و روابط اجتماعی پیرامون فرش به‌عنوان یک محصول فرهنگی در فرایند تولید، توزیع و مصرف آن، بر اساس اطلاعات گردآوری شده، تشریح شده است. یافته‌ها نشان داد که نه‌فقط تولید فرش، یک فعالیت هنری جمعی است، بلکه هر یک از مشارکت‌کنندگان در این دنیای هنر به اندازه سهم خود بر روی محصول نهایی که همان فرش است، اثر گذاشته و شکل و معناهای نهفته در آن را تعیین می‌کنند.

کلید واژگان: دنیای هنر، فرش اراک، تولید هنر، توزیع هنر، مصرف هنر.

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۱۴ - 2021/03/04

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۲۹ - 2021/05/19

۱. استاد علوم ارتباطات اجتماعی، گروه ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

(ravadrad@ut.ac.ir)

۲. دانشیار گروه مطالعات عالی هنر، دانشکده معماری و هنر، دانشگاه کاشان، ایران.

۳. کارشناسی ارشد، گروه مطالعات عالی هنر، دانشکده معماری و هنر، دانشگاه کاشان، ایران.

مقدمه

در این مقاله تلاش شده است که با استفاده از نظریه دنیای هنر هوارد بکر، دنیای هنر فرش اراک شناسایی و تحلیل شود. یکی از هنرهایی که از گذشته دور همواره با فرهنگ و مسایل اجتماعی و زندگی انسان ایرانی عجین بوده، هنر صناعی فرش است. منطقه اراک از دیرباز از مراکز مهم در حوزه تولید فرش ایران بوده است. در اواخر قرن نوزدهم به دلیل تهیه قالی مرغوب و ارزان شهرت جهانی پیدا کرده است. همچنین قالی‌های این منطقه به دلیل داشتن شاخصه‌هایی در طرح، نقش و رنگ دارای جایگاه ویژه‌ای در دنیای فرش است. فرش به عنوان تولید فرهنگی و هنری، تبلور آیین، آداب، رسوم و اعتقادات جامعه تولیدکننده خود نیز هست. با این‌همه پژوهش‌هایی که در عرصه فرش انجام شده بیشتر به حوزه فناوریانه و زیباشناسانه فرش پرداخته است. لذا پژوهش حاضر با رویکرد انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی هنر تلاش کرده است تا بخشی از زمینه گسترده اجتماعی و فرهنگی فرش اراک را واکاوی کند، و این درست مسئله‌ای است که در اکثر پژوهش‌های صورت گرفته درباره فرش اراک مغفول واقع شده است.

ارتباط و پیوستگی مردم منطقه اراک با فرهنگ فرشبا‌فی، طرح‌ها و نقوش آن تنگاتنگ بوده و همین امر سبب گشته که فرش در زندگی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مردم نقش پررنگی بازی کند. در گذشته در اکثر خانه‌های اراکی دار قالی برپا بود و زنان هم برای تفنن و هم به‌عنوان کارخانگی سودآور به بافت آن مشغول بودند. همین‌طور نوعی علاقه و اشتیاق عمومی به تصاحب قالی و استفاده داخلی از آن وجود داشت. اما در دهه‌های اخیر به دلیل روند صنعتی‌شدن منطقه اراک و تغییر شیوه زیست اجتماعی، حضور فرش به‌عنوان یک عنصر هویت‌بخش جمعی و ارزشمند در میان مردم کم‌رنگ‌تر شده است و به‌همان‌نسبت ارتباط حسی نسل جدید با ارزش‌های زیبایی‌شناختی، معنایی و بار فرهنگی که همواره با تولید و مصرف فرش دست‌بافت در میان مردم بازتولید می‌شد، دچار گسست گردیده است. عاملی که در نهایت باعث فراموشی و از میان رفتن این میراث فرهنگی و اجدادی خواهد شد. شناختی که از مطالعه و تحلیل فرش منطقه اراک در زمینه اجتماعی و فرهنگی آن حاصل می‌شود علاوه بر غنابخشیدن به مبانی نظری این حوزه، می‌تواند این هنر بومی و اصیل را بیشتر به حوزه توجه اندیشمندان آورده و به حفظ آن کمک کند.

پیشینه تجربی تحقیق

پژوهش‌های پیشین مرتبط با پژوهش حاضر بر دو دسته هستند. دسته اول آن‌هایی است که به رابطه میان آثار هنری عامه با فرهنگ پیرامونشان پرداخته‌اند که از این منظر به رویکرد مردم‌شناسی هنر نزدیک هستند (ایزدی جیران، ۱۳۸۸ و ۱۳۹۱؛ قانی، ۱۳۹۲؛ زکریایی کرمانی، ۱۳۹۱؛ احمدی، ۱۳۹۱؛ سهرابی، ۱۳۹۶؛ رضوی، ۱۳۹۱؛ جمالی، ۱۳۸۸ و رنجبر، ۱۳۹۱). دسته دوم آن‌هایی است که با رویکرد جامعه‌شناسی هنر، دنیای هنر بعضی از انواع هنرهای زیبا و هنرهای عامه را مطالعه

کرده‌اند که تعدادشان محدود است. در هر دو مورد، رابطه میان هنر و فرهنگ و جامعه پیرامون آن مورد توجه بوده است.

از پژوهش‌های دسته اول می‌توان به پژوهشی با عنوان «مردم‌نگاری ورنی‌های قره داغ آذربایجان» (ایزدی جیران: ۱۳۹۱) اشاره کرد که در آن تلاش شده است دست‌بافته‌های منطقه در زمینه اجتماعی و فرهنگی آن‌ها فهم شود. نویسنده به این نتیجه رسیده است که این آثار، تجسمی از فرهنگ یا همان شیوه بودن و عمل کردن مردم این منطقه در جهان اجتماعی‌شان هستند. در پژوهش دیگری با عنوان «تحلیل فرهنگی قالی خشتی چالستر با رویکرد انسان‌شناسی هنر» (قانی، ۱۳۹۲)، به تبیین و توضیح قالی خشتی بر مبنای فرهنگ بومی و ساختارهای کالبدی آن پرداخته شده است. یافته‌های این پژوهش نشان داد که فرهنگ در شکل‌گیری فرم و محتوی نقوش، پیدایش سبک هنری ویژه و بومی منطقه و نوع برخورد مردم با هنر دخیل است. همچنین هنر و اقتصاد در این جامعه را نمی‌توان از هم جدا کرد زیرا یکی از دلایل رواج هنر و تداوم آن، بعد اقتصادی این قالی بوده است. اغلب سایر پژوهش‌های این دسته علاوه بر تحلیل شکلی دست‌بافته‌های مورد مطالعه خود، رابطه میان آن‌ها با فرهنگ و اقتصاد جامعه را هم شناسایی کرده‌اند. اما یکی از آن‌ها که به دلیل مطالعه فرش اراک بیشتر به پژوهش حاضر نزدیک است، پژوهشی است با عنوان «تحلیل محتوای نقوش فرش دست‌بافت ساروق اراک با تأکید بر بازنمایی هویت فرهنگی» (رنجبر، ۱۳۹۱) که در آن به شناخت علایم و عناصر، سنن، آداب و رسوم، میزان تأثیرات فرهنگی و باورهای بومی بر شکل نقش‌مایه‌های فرش ساروق اراک و دستیابی به دلایل و معانی به‌کارگیری آن‌ها پرداخته شده است.

در دسته دوم سه پژوهش وجود دارند که با کاربرد نظریه دنیای هنر هوارد بکر تلاش کرده‌اند، به ترتیب دنیای هنر تئاتر، سفال و فرش ایران را مطالعه و تبیین کنند. راودراد در مطالعه دنیای هنر تئاتر (۱۳۹۶)، با تشریح نظام تولید تئاتر در ایران، سه گونه تئاتر را از هم تمیز داده و آن‌ها را با عناوین «تئاتر بدنه»، «تئاتر آزاد» یا همان تئاتر گلریز و «تئاتر بدنه آزاد» نامگذاری کرده است (ص: ۶۵). همچنین راودراد و فاضل در مقاله پژوهشی خود (۱۳۹۴) نشان داده‌اند که سه حوزه تولید، توزیع و مصرف در دنیای هنر سفال ایران از چه عناصری تشکیل شده و چگونه تحولات به وجود آمده در این عناصر موجب شده است که در طول زمان سفال، از صنعت به هنر تبدیل شود. سرانجام پژوهش میرزایی و همکاران (۱۳۹۵) در باره عوامل مؤثر بر تغییر و تحول در طراحی قالی معاصر ایران، با مقاله حاضر ارتباط بیشتری دارد. در این مقاله نویسندگان با مقایسه دو دنیای هنر قالی در اصفهان و تبریز نشان داده‌اند که دنیای هنر قالی، به مانند یک کل منسجم و به هم پیوسته عمل می‌کند به نحوی که «هرگونه تغییر در قواعد و منابع انجام کنش در هر یک از مکاتب طراحی قالی ایران، تغییر در کلیت آن نظام را در پی خواهد داشت» (ص: ۲۹). به همین دلیل است که ثابت ماندن قواعد و منابع کنش در دنیای هنر قالی اصفهان موجب تداوم مکتب طراحی کلاسیک ایران

در این شهر و سیالیت قواعد و منابع در تبریز، باعث تغییرات و تحولات متوالی در طراحی قالی در تبریز شده است.

جمع‌بندی پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که اگرچه در مقایسه با تحلیل‌های شکلی و سبکی، تعداد کمتری از پژوهش‌های مرتبط با فرش در ایران به زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی این هنر در شهرهای مختلف، توجه داشته‌اند، اما کمتر از این تعداد، به فرش به عنوان یکی از انواع هنر عامه نگاه کرده و با رویکردی جامعه‌شناختی، دنیای هنر فرش را مورد مطالعه قرار داده‌اند. به همین دلیل مقاله حاضر می‌تواند نقشی در تکمیل حوزه جوان مطالعات دنیای هنر عامه در ایران داشته باشد.

نظریه دنیای هنر بکر

بکر معتقد است در تولید هنر افراد زیادی نقش دارند و این افراد در سه حوزه تولید، توزیع و مصرف هنر فعال هستند. بنابراین اگرچه به نظر می‌رسد این هنرمند است که اثر هنری را به وجود می‌آورد، بکر با نظریه تحلیلی خود و مصادیق متعددی که ارائه می‌کند، نشان می‌دهد که این ظاهر قضیه است و در حقیقت تولید هنر امری جمعی است. البته بکر در نظریه خود جایگاه مرکزی هنرمند را به رسمیت می‌شناسد، ولی او را به تنهایی قادر به مادیت بخشیدن به آنچه در ذهن دارد و رساندن آن به دست مخاطب نمی‌داند. همین کمک‌هایی که در این فرآیند لازم است، خود در محصول نهایی یعنی اثر هنری تأثیر می‌گذارد و شکل و محتوای آن را، در مقایسه با آنچه در ذهن هنرمند است، تغییر می‌دهد.

دنیای هنر بکر به شکل استعاری از دایره‌های متحدالمرکزی تشکیل شده است که لایه‌های زیادی دارد. در بخش مرکزی، نظام تولید قرار دارد؛ بخش میانی به نظام توزیع و بخش انتهایی به نظام مصرف اختصاص دارد. در حوزه نظام تولید، سه محور تقسیم‌کار، روابط همکاری یا محدودیت‌ها و امکانات و قراردادهای مورد توجه بکر است. در محور اول، تأکید بکر بر هنرمندان و نیروهای پشتیبانی است که با به کارگیری شکلی از تقسیم‌کار با هم فعالیت می‌کنند تا اثر هنری به وجود آید. تمام اشکال هنری بر تقسیم کار تکیه دارند. عده‌ای کار خلاقه بیشتری انجام می‌دهند. آن‌ها، به تعبیر بکر، نیروهای مرکزی هستند و در مرکز ساخت اثر هنری قرار گرفته‌اند. برخی، در جایگاه نیروهای پشتیبانی، در خلق اثر هنری یاری می‌رسانند. به عبارت دیگر در دنیاهای هنر، شاهد نوعی درجه‌بندی از حیث میزان هنری بودن فعالیت عاملان، از مرکز تا نیروهای پشتیبانی هستیم (الکساندر، ۱۳۹۰: ۱۲۳). نیروهای پشتیبانی در خلق اثر هنری یاری می‌رسانند؛ آن‌ها ویژگی‌های هنری کمتری دارند و به همان اندازه از نظر هنری کمتر درخور توجه‌اند.

محور دوم در حوزه تولید، روابط همکاری یا محدودیت‌ها و امکانات است. الگوهای متفاوت محدودیت‌ها و امکانات در هر جامعه می‌تواند به شکل‌گیری برخی از انواع هنرها و مغفول ماندن

برخی دیگر منجر شود. سوم، محور قواعد یا قراردادهای زیبایی‌شناختی است که هم انواع هنرها را مشخص کرده و آن‌ها را از هم متمایز می‌کنند و هم در مورد هر هنر خاص، تولید و فهم آن را ممکن می‌کنند. این قواعد و قراردادهای هستند که اصلاً و اساساً تولید هنر توسط هنرمندان و نهادهای هنری را ممکن می‌سازند و به مخاطب در فهم آن یاری می‌دهند. بدون قراردادها و قواعد هنری، هنر نه می‌تواند به وجود آید و نه می‌تواند فهم شود (الکساندر، ۱۳۹۰: ۱۲۷).

در حوزه نظام توزیع، بکر معتقد است که توزیع هنر متضمن فعالیت‌هایی است که هنر را به مخاطبان آن می‌رساند. اما، توزیع اثر هنری در بین مردم کافی نیست. بخشی از فعالیت جمعی هنر مستلزم آن است که کسی منطقی را، که بر اساس آن اثر هنری معنادار و ارزشمند تلقی می‌شود، بسازد و استمرار بخشد. نظام زیبایی‌شناختی به افراد کمک می‌کند که اثر هنری را دریابند. این کار نوعی میانجی‌گری میان تولید و مصرف است که به نظام توزیع مربوط می‌شود.

در آخرین لایه از دنیای هنر، مصرف‌کنندگان شامل مخاطبان خاص و عام قرار دارند. مخاطبان خاص، شامل منتقدان هنر و هنرشناسانی است که به قواعد زیبایی‌شناختی هنر مسلط هستند و آن‌ها را برای مخاطبان عام توضیح می‌دهند و به مخاطبان در شناخت بهتر هنر و دریافت و مصرف آن یاری می‌دهند. مخاطبان عام، خریداران و بازدیدکنندگان آثار هنری هستند که کمتر به قواعد زیبایی‌شناختی هنر آگاهی دارند و بیشتر با آن ارتباط احساسی برقرار می‌کنند. آنچه را به دست گروه تولیدکنندگان ساخته می‌شود، این گروه دریافت و مصرف می‌کنند. در این مقاله سعی شده است سه نظام تولید، توزیع و مصرف در دنیای هنر فرش اراک به تفکیک تشریح شوند تا شناخت کامل‌تری از این هنر و رابطه متقابل آن با جامعه، حاصل آید.

روش تحقیق

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی انجام شده است. در تحقیقات کیفی بیشتر از مسیرهای غیر خطی و دورانی استفاده می‌شود. مسیر دورانی آنچنان هموار نیست. محقق بعضی مراحل را قدم به قدم طی می‌کند. گاهی به عقب برمی‌گردد یا به چپ و راست جاده قدم می‌گذارد. این مسیر پیش از آن‌که بر روی یک خط مستقیم برای طی مراحل مطرح در پژوهش‌های کیفی حرکت کند حالت مارپیچی به سمت بالا دارد و به آرامی به جلو حرکت می‌کند و در هر دور یا تکرار، پژوهشگر داده‌های جدیدی را جمع‌آوری و بینش‌های جدیدی کسب می‌کند (صدوقی، ۱۳۸۶: ۵۸). دو روش کیفی مورد استفاده در این پژوهش، روش اسنادی و روش میدانی بوده است. در واقع روش اسنادی پیش نیاز تحقیق میدانی است. همان‌طور که ارل بی (۱۳۸۱) می‌گوید در تحقیق میدانی، همچون سایر روش‌های تحقیق، توصیه می‌شود که ابتدا «به جستجوی مطالب مرتبط با موضوع پردازید، اطلاعات خود را درباره آن بیشتر کنید و از آنچه دیگران درباره آن نظر داده‌اند اطلاع حاصل نمایید (ص: ۶۰۰). در مرحله بعد است که محقق، برای تکمیل اطلاعاتی که در میان اسناد به دست

نمی‌آید، وارد میدان تحقیق می‌شود. سپس با یادداشت‌برداری از مشاهدات خود در ابعاد مختلف موضوع و گفتگو با افراد مطلع یا به قول بیبی «آگاهگران»^۱، درباره موضوع، این اطلاعات را تکمیل می‌کند. در این پژوهش نیز ابتدا در بخش اسنادی، از کتاب‌های تخصصی، گزارش‌ها، منابع مکتوب و پایگاه‌های اطلاعاتی معتبر استفاده شد. سپس برای کامل کردن اطلاعات به میدان تحقیق مراجعه شد.

همان‌طور که بیبی (۱۳۸۱) می‌گوید: «تحقیق میدانی تا اندازه‌ای مستلزم رفتن به صحنه عمل و تماشا کردن و گوش فرادادن است ... تحقیق میدانی مستلزم کاوش فعالانه‌تری است. گاهی اوقات لازم است از مردم سؤال کنید و پاسخ‌های آن‌ها را ثبت کنید (ص: ۶۰۳). همچنین «مصاحبه کردن باید جزء جدایی‌ناپذیر کل فرآیند تحقیق میدانی باشد ... باید یادداشت‌های خود را درباره مصاحبه‌ها مرور کنید و تمام آن چیزهایی را که باید سؤال کرده باشید ولی سؤال نکرده‌اید، شناسایی کنید. سپس آن‌ها را در مصاحبه‌های بعدی با مردم بپرسید» (بیبی، ۱۳۸۱: ۶۰۸). در بخش میدانی پژوهش حاضر، چندین سفر به کانون‌های مهم بافت در منطقه اراک شامل شهرستان ساروق، روستای جیریا، تره مزد، انجدان و منطقه کهرود در حاشیه شهر اراک صورت گرفت. در این بازدیدها، گفتگوهایی با بافندگان پیرامون ویژگی‌های هنری و فنی بافت، معانی نقوش و همین‌طور باورها و مناسک و روابط اجتماعی مرتبط با فرش در جامعه و فرهنگ تولیدکننده آن صورت گرفت (مانند خانم محمدی از روستای جیریا، فاطمه هفت خانکی از روستای هفت خانک فراهان، نرگس محبی انجدانی، طوبا بیگلویی و معصومه مشکانی در شهر اراک). در طول سفرها و بازدیدهایی که انجام گرفت، تعدادی فرش‌های قدیمی موجود نزد بافندگان، فرش‌های وقفی و اصیل در محل‌هایی مانند مسجد و امام‌زاده‌ها، ابنیه تاریخی و آرامگاه‌های قدیمی که به نوعی از فرش استفاده کرده بودند مشاهده و از برخی عکس‌برداری صورت گرفت.

همچنین به دو کارگاه تولید فرش واقع در شهر اراک مراجعه شد و با گروهی از بافندگان که اکثریت از بافندگان روستایی مقیم اراک بودند در موارد ذکر شده در بالا، گفتگوهایی جهت کسب اطلاعات کلی صورت گرفت. در بازار اراک هم به برخی از محل‌های اصلی عرضه و فروش فرش شامل سرای مهدیه، سرای کاشانی و سرای هزاوه‌ای مراجعه شد و با تنی چند از تولیدکنندگان عمده فرش، تعدادی از فروشندگان قدیمی و با سابقه، در مواردی که در طول پژوهش برای پژوهشگر سؤال یا ابهامی به وجود می‌آمد گفتگو صورت گرفت (مانند اسماعیل حقدادی، رئیس سابق شرکت فرش اراک و تولیدکننده فعلی؛ احسان کریمی، مدیرعامل شرکت تعاونی فرش اراک؛ رامین داعی، تولیدکننده فرش اراک؛ علی رنجبر، کارشناس و طراح فرش اراک و منوچهر امیری، طراح فرش اراک).

^۱ . informants

داده‌های اطلاعاتی که از خلال این مطالعات، مشاهدات و گفتگوها به دست آمد در قالب متن واحد، در بخش یافته‌های این مقاله آمده است. بنابراین آنچه در متن ارجاع داده شده، برگرفته از منابع اسنادی است و آنچه ارجاع داده نشده، تنظیم شده بر اساس یافته‌های میدانی محقق، مبتنی بر مشاهدات مستقیم و گفتگوهای متعددی است که در بالا ذکر شد. در عین حال تلاش شده است در مورد مطالب تفصیلی‌تر، گویندگان مطالب مشخص شوند.

دنیای هنر فرش اراک

گروه‌هایی که در دنیای هنر فرش اراک نقش ایفا می‌کنند مشتمل هستند بر «سازندگان ابزارهای بافت»، «ریسندگان و رنگرزان ابریشم و پشم»، «طراحان نقوش موجود یا ابداعی»، «بافندگان»، «واسطه‌های محلی»، «سفارش دهندگان»، «کارشناسان هنری»، «تاجران سطوح محلی، منطقه‌ای و بین‌المللی»، «فروشنندگان»، و «خریداران». نهادهای فعال در این دنیای هنر هم عبارتند از «شرکت سهامی فرش»، «نهادهای دولتی جهت حمایت از فرش»، «تعاونی‌های روستایی فرش» و «نهادهای آموزشی و آکادمیک». این گروه‌ها و نهادها در مراحل مختلف تولید، توزیع و مصرف فرش اراک نقش دارند که در ادامه به تفکیک، توضیح داده می‌شود.

نظام تولید فرش اراک

شناخت جامعه‌شناسانه نظام تولید در دنیاهای هنر، بر اساس نظر بکر، متکی بر سه محور اساسی «تقسیم کار»، «روابط همکاری یا همان محدودیت‌ها و امکانات» و «قراردادها» است. شناخت چگونگی هر یک از این محورها در هر دنیای هنر، به شناخت بهتر آن دنیا یاری می‌رساند. بنابراین در ادامه و به منظور کاربرد طرح بکر در شناخت دنیای تولید هنر فرش اراک، هر یک از این سه محور در این دنیا تشریح می‌شود.

در تقسیم کار موجود در تولید فرش، بافنده نقش مرکزی را بر عهده دارد. توانایی و کیفیت کار بافنده است که بر محصول نهایی اثر مستقیم دارد. بنابراین بعد هنری فعالیت بافنده نسبت به گروه‌های دیگر که در تولید فرش فعالیت می‌کنند بیش‌تر است. در ارتباط با این بافنده‌ها جالب توجه است که فرش‌بافی در منطقه اراک، کاری زنانه به شمار می‌رفته است. از طرفی، در گذشته بیشتر فعالیت‌های جنبی برای بافت نهایی فرش مثل ریسندگی پشم، رنگرزی، آماده کردن دار قالی و چله-کشی توسط شخص بافنده انجام می‌گرفت. انتقال طرح و نقش بر روی دست‌بافته هم به صورت حفظی یا از طریق تکه‌های فرش (اورنگ) انجام می‌گرفت. در طول زمان تغییراتی هم به سبک و سلیقه بافنده بر روی نقوش و چگونگی ترکیب آن اعمال می‌شد. در کانون‌های بافت فرش در منطقه اراک سنگ قبرهای زیادی مشاهده شده است که مزین به ابزار بافت قالی مانند قیچی و دفتین است. در واقع کار بافنده به دلیل ارزش‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آن در میان جامعه

تولیدکننده فرش، آن‌چنان اهمیتی پیدا می‌کند که بعد از مرگ افراد نیز به عنوان یک نشانه بارز هویتی متوفی ثبت می‌شود.

یکی از استادکاران بافنده توضیح داد که مهارت هنرمندان بافنده فرش اراک براساس توان آن‌ها در بافت فرش‌هایی با طرح‌های شلوغ، ظریف و در ابعاد بزرگتر سنجیده می‌شود. سابقه و تجربه بافنده یکی از معیارهای اصلی برای تولید است. بافندگان باتجربه معمولاً بعد از فعالیت در یک دوره نسبتاً طولانی، به مرحله استادکاری می‌رسند به حدی که نام آن‌ها، تضمینی بر کیفیت تولید می‌شود. تولیدکنندگان قالی معمولاً در مناطقی سفارش بافت می‌دهند یا بافندگان ماهر را در کارگاه‌های شهری از مناطقی به کار می‌گیرند که کار بافندگی در آنجا در چندین نسل سابقه داشته باشد. بسیاری از این بافندگان نسبت به طرح و نقش خاصی، به این دلیل که چندین نسل خانوادگی است که در میان آن‌ها بافته می‌شود، حساسیت و تعصب دارند. همین مساله سبب می‌شود که نهایت مهارت و زبده خود را در بافت نشان دهند.

معمولاً نام و نشانی از هنرمند بافنده بر قالی ماندگار نمی‌شود. اما گاهی برخی از زنان استادکار، شاید به علت سابقه طولانی در بافت فرش، معروف شده‌اند و نام آن‌ها به عنوان نمادی از یک بافت خوب با فرش همراه شده است. به عنوان مثال اسامی «بی بی بافت»، «صنمبرخانم» و «حاج خانمی»، تنها نمونه‌ای از انبوه زنان هنرمندی است که عمری بر پای دستگاه‌های بافت نشسته و اثری خلق کرده‌اند. کسی واقعا زبانی به این نام را نمی‌شناسد و از هویت آن‌ها آگاهی ندارد (صور اسرافیل، ۱۳۹۵: ۱۳۸). بنابراین زنان بافنده که بنا بر تعریف بکر در مرکز دنیای هنر فرش اراک قرار دارند، اغلب ناشناخته هستند و البته این مساله در ارتباط با هنر عامه بسیار معمول است.

در کنار بافندگی، کار طراحی فرش به شکل مستقل و توسط طراحان فرش صورت می‌گیرد. طراحانی که به اصول طراحی سنتی آشنا هستند و براساس سبک بومی و همان نقش مایه‌ها و تصاویری که از بطن فرهنگی و مفاهیم ارزشی جامعه تولید کننده برخاسته و بر اساس قراردادهای اصول رایج هنری، به خلق طرح‌های فرش می‌پردازند. این گروه مورد توجه تولیدکنندگان حرفه‌ای فرش در منطقه اراک هستند و برای تولیدات هنری و سفارشی به کارگرفته می‌شوند.

شغل بعدی رنگرزی است که گفته شده «رنگرزان قدیمی تمام مهارت و تجربه خویش را مدیون آموخته‌هایی که از پدرانشان فرا گرفته و طول عمری که در این راه گذرانده بودند می‌دانستند. آنان اگر نه عاشق حرفه خویش بودند ولی با آن زندگی می‌کردند. رنگرزان قدیمی اراج و قربی داشتند و بیش‌تر شهرت فرش اراک مربوط به کار رنگرزان قدیمی این دیار بوده است» (صور اسرافیل، ۱۳۷۲: ۲۰). شاید به نظر برسد که طراح نقشه قالی، از بافنده هنرمندتر است و اوست که باید در مرکز دایره‌های بکر قرار گیرد. اما نکته اینجاست که بافنده سازنده کار و پیکره فرش است. اگر فرش را به عنوان اثر هنری در نظر بگیریم، آنکه این اثر را تجسم می‌بخشد، بافنده است. حتی در بافت‌های محلی و روستایی، طرح‌های ذهنی بافتی وجود دارد که بافنده‌ها ممکن است به سلیقه خودشان در

آن تغییراتی به وجود آورند. طراحی قالی فعالیت هنری است و رنگرزی هم به خاطر درخشانی یا زیبایی رنگ‌هایی که بسته به مهارت رنگرز می‌تواند تولید شود، همین‌طور است. اما نکته اینجاست که در نهایت این بافته است که کار را تمام و عرضه می‌کند. مانند سفالگر که او هم به خاطر تجسم بخشیدن به اثر هنری، در مرکز دنیای هنر سفال قرار می‌گیرد.

نخ‌تابان و چله‌دوانان گروه‌های شغلی بعدی هستند. «یکی از مشخصات قالی اراک، چله یا نخ‌های طولی است که خامه فرش روی آن گره می‌خورد و پودها از بین آن‌ها رد می‌شوند و قالی شکل می‌گیرد. فرق چله قالی اراک با سایر نقاط این است که علاوه بر تمام پنبه بودن، دست‌تاب است. این چله‌ها که با توجه به ریز یا درشت بودن بافت قالی ضخامت آن‌ها فرق می‌کند توسط نخ‌تابان، از نخ نمره ۲۰ تابیده می‌شود. تمایز چله اراک با بعضی نقاط قالی‌بافی نوع تابیدن نخ‌هاست بدین صورت که برای مثال نخ ۹ لا کاشان سه نخ ۳ لا تاب به هم تابیده شده است. ولی نخ‌ی که در قالی اراک استفاده می‌شود هر ۹ لا با هم تابیده شده است» (حقدادی، ۱۳۸۵: ۲۰). به طور کلی تیم تخصصی تولید یک فرش خوب یعنی اساتید طراح، رنگرز، نخ‌تاب، چله‌دوان، بافته‌مکمل زحمات یکدیگر می‌شوند.

از طرف دیگر روابط همکاری و محدودیت‌ها و امکانات فرش اراک، کیفیات و ویژگی‌هایی برای این دست‌بافته ایجاد کرده است که آن را از سایر بافته‌های مراکز بافت ایران متمایز می‌کند. «یکی از امکانات برتر این فرش، نوع مواد اولیه مورد استفاده در آن است که نقش بسیاری در کیفیت نهایی کار دارد. تا حدود دو دهه پیش پشم مورد نیاز فرش‌های اراک از نواحی مشک‌آباد و فراهان به دست می‌آمد. این پشم‌های مرغوب از ناحیه گردن گوسفند تهیه می‌شد و پس از ریسندگی به خامه‌ای لطیف و نرم تبدیل می‌شد. همین عامل یکی از دلایل جذابیت و زیبایی فرش‌های این منطقه بوده - است. در گذشته افرادی بودند که صرفاً در شناخت انواع پشم‌های گوسفندی و چگونگی ترکیب آن از نظر ضخامت‌های گوناگون، چربی و خشکی الیاف برای بافت فرش تبحر داشتند و حاصل کار آن‌ها تهیه پشم یکدست و مرغوب برای تولید فرش بود» (همان).

«علاوه بر پشم مرغوب و متفاوت، امکان متمایز دیگر فرش اراک، نوع رنگ‌آمیزی است که در خامه قالی‌ها صورت می‌گرفت. این نوع متفاوت رنگ‌آمیزی به دو شیوه طبیعی و تجربی حاصل می‌شده است. از عوامل طبیعی می‌توان به ترکیبات معدنی آبی اشاره کرد که خامه‌ها با آن شسته می‌شد. موقعیت رودخانه‌های اراک به علت کوهستانی بودن منطقه متفاوت است. آب این رودخانه‌ها از سنگلاخ‌هایی با شیب زیاد می‌گذشت و شدت فشار آب، حباب‌هایی را از برخورد آب و سنگ به وجود می‌آورد و خامه‌های رنگ شده را جلا می‌داد» (حقدادی، ۱۳۸۵: ۲۱). به گفته یکی از کارشناسان فرش مورد مراجعه، میان رنگرزی در اراک با سایر نقاط کشور تفاوت وجود دارد. به عنوان مثال در رنگرزی سنتی کاشان به عنوان یکی از مراکز مهم رنگرزی، برای رنگ‌آمیزی با روناس

ممکن بود کمی جوهر هم استفاده کنند اما در اراک رنگرزی کاملاً به صورت گیاهی انجام می‌شده است که این حکایت از دانش بالای رنگرزان این ناحیه دارد.

یکی دیگر از امکانات این دنیای هنر، به گفته حقدادی (۱۳۸۵)، کیفیت بافت است که با جنس مواد اولیه، نوع گره، خانه‌شمار و نحوه کار بافنده مشخص می‌شود و از عوامل تمایز فرش اراک با مناطق دیگر است. «از دیگر موارد تمایز قالی اراک، گلیم‌بافی در بافت رج‌های اول قالی است که بافنده قبل از شروع بافت قالی چند رج اول را فقط با نخ، گلیم‌بافی می‌کند. از طرف دیگر، گره فارسی نوع رایج گره در منطقه اراک است. این نوع گره نرمش بیشتری دارد، برای این‌که یکی از چله‌ها آزاد است. در نتیجه گره‌ای که در بافت زده می‌شود یک روزنه خیلی کوچک خالی می‌گذارد و گره می‌تواند خودش را باز کند و حجم پیدا کند در حالی که ریشه ترکی فاصله ندارد». از طرف دیگر «خانه‌شمار» «نقش عمده‌ای در مرغوبیت قالی اراک دارد و می‌توان گفت عمده‌ترین امتیاز قالی ساروق محسوب می‌شود. «خانه‌شمار» در قالی اراک به صورتی است که تراکم بافت را نسبت به قالی‌های مشابه بیش‌تر می‌کند. برای مثال پهنا و نقشه قالی ۶ متری اراک، ۹۶ خانه است که هنگام دواندن چله قالی محور کار قرار می‌گیرد. درحالی‌که خانه‌شمار همین نوع قالی در سایر نقاط، معمولاً بین ۸۰ الی ۹۰ خانه بیشتر نمی‌شود. با توجه به این‌که هر خانه نقشه از ۱۰ رشته نخ تشکیل می‌شود و روی هر نخ قالی اراک، ۱۴۶۰ گره بافته می‌شود، به ازای هر خانه نقشه در قالی ۱۴۶۰۰ گره اضافه می‌شود. بنابراین به سادگی می‌توان فهمید فرق قالی اراک با سایر نقاط از لحاظ دوام، پربودن، وزن و درصد خامه پشمی به کار رفته در آن چیست» (حقدادی، ۱۳۸۵: ۲۱). سرانجام در مدل بکر، قراردادهای هنری در مرحله تولید نقش مهمی ایفا می‌کنند. قواعد و قراردادهای زیبایی‌شناختی در نظام تولید فرش اراک، در عرصه بافت، طراحی، رنگرزی و گروه‌های دیگر دخیل در امر تولید، وجود دارند که جهت‌دهنده و راهنمای مسیر تداوم نظام است. بکر معتقد است هرگونه فاصله‌گیری از امکانات و هنجارهای موجود مستلزم تلاش و وقت بسیار است. رویگردانی از قراردادهای موجود موجب افزایش مشکلات هنرمندان در تولید محصولاتی می‌شود که بتواند مورد پذیرش جامعه مصرف‌کنندگان یا مخاطبان قرار گیرد و نیز چرخش کار هنرمندان را کند می‌کند (بکر، ۱۳۸۷: ۴۰۱). به دلیل اهمیت قراردادهای زیبایی‌شناختی فرش اراک، در ادامه این دسته از قراردادها تشریح می‌شوند.

قواعد و قراردادهای زیبایی‌شناختی

یافته‌های این قسمت حاصل گردآوری عکس‌های قالی از منابع و عکس‌برداری از قالی‌ها در بررسی‌های میدانی است. بر اساس منابع مکتوب و نیز مجموعه عکس‌ها، قالی‌ها به شکلی که در ادامه می‌آید تحلیل و متناسب با اصطلاحات رایج در طراحی قالی، دسته‌بندی شدند. پرکاربردترین طرح‌های به کار رفته در حوزه فرش‌بافی اراک، به سه دسته طرح‌های یک‌چهارم، طرح‌های یک‌دوم

و طرح‌های واگیره‌ای دسته‌بندی شده است. نقشه‌های رایج در فرش‌های منطقه اراک به تفکیک در ذیل این سه دسته قرار گرفته‌اند. مطابق این دسته‌بندی بیش‌ترین فرش‌های موجود در حوزه فرش-بافی منطقه اراک به خصوص ساروق، دارای نقشه لچک ترنج و طرح‌های واگیره‌ای بوده است. دسته اول، طرح‌های یک چهارم است که از رایج‌ترین طرح‌های یک‌چهارم در منطقه اراک، نقشه‌های لچک ترنج و افشان است ولی نقشه لچک ترنج در طرح‌های فرش بیش‌ترین نمود را دارد. اولین بار «در قرن شانزدهم این طرح برای قالی‌بافی به کار رفت و تا به امروز به عنوان یک طرح نمونه و رسمی ایران باقی مانده است» (ادواردز، ۱۳۶۷: ۴۷). نقشه لچک ترنج با ساختار و اجزایی به نسبت مشابه یکدیگر در کل منطقه اراک به وفور تولید شده است. سبک طراحی و تولید قالی‌های این منطقه ما بین سبک شهری و روستایی است. زیبایی‌شناسی قالی‌های طرح لچک ترنج این منطقه به این ترتیب است که فرم غالب ترنج‌های آن‌ها لوزی شکل است، لچک‌ها فرم مثلثی دقیق دارند و به صورتی مستقل و متفاوت از ترنج طراحی شده‌اند، عدد تقسیمات حاشیه فرد است و فضای ساده بافت یا وجود ندارد یا بسیار کوچک است.



تصویر ۱: نمونه قالی لچک ترنج ساروق (ادواردز، ۱۳۶۸: ۱۲۰)

نقشه دوم رایج در طرح‌های یک چهارم، نقشه افشان است. در این گونه، گل‌ها و برگ‌ها و عناصر به صورتی پراکنده در سراسر زمینه قالی منتشر می‌شود. «نقشه‌ای را افشان می‌نامیم که عناصر مشخص و ثابت نداشته و نقش‌مایه‌های آن در تمام زمینه پراکنده باشد» (حضور، ۱۳۸۱، ۱۱۱). گاهی نقشه‌های افشان همراه با لچک و ترنج یا یکی از آن‌ها ترسیم می‌شود که اگر هر دو را داشت به آن «لچک ترنج افشان» می‌گویند. در این موارد معمولاً لچک و ترنج را کوچک ترسیم می‌کنند تا نقشه افشان زمینه مشخص باشد. گاهی وجود ترنجی کوچک یا قرار گرفتن لچک‌ها در چهارگوشه، به دلیل قراردادن مرکزی برای منتشر شدن نقوش است.

ویژگی‌های زیبایی‌شناختی طرح افشان منطقه قالی‌بافی اراک به این ترتیب است که تکرار نقوش در زمینه قالی‌ها به صورت یک‌چهارم است؛ وجود ترنجی کوچک یا گلی که از اندازه طبیعی بزرگتر ترسیم شده، محلی برای انشعابات اصلی زمینه را ایجاد می‌کند؛ در نقشه‌های افشان ساروق

تمامی زمینه با عناصر ختایی و بعضاً اسلیمی پر شده است و طراح تا جای ممکن از ایجاد فضای خالی پرهیز کرده است؛ نقش‌های دسته‌گل و دسته‌های بزرگ بیش‌ترین عنصر در پر کردن فضا است؛ با وجود عدم حضور حرکتی مشخص و منظم در زمینه، حرکت ریتمیک و متعادل نقوش حفظ شده است و چشم بیننده بی‌نظمی احساس نمی‌کند؛ فضای کلی نقش‌ها یکدست است و قسمتی بر قسمت دیگر غلبه رنگی یا بصری ندارد؛ تعداد رنگ در این طرح‌ها محدود است و سرانجام غلبه رنگی در هر دو طرح، با دو رنگ سورمه‌ای و قرمز است.



تصویر ۲: قالی افشان ساروق مهاجران (صوراسرافیل، ۱۳۹۵: ۱۷۵)

دسته دوم، طرح‌های یک دوم است که در این نوع از فرش‌ها، طراح تنها یک دوم متن فرش را طراحی می‌کند و نیم دیگر توسط بافنده بافته می‌شود. این فرش‌ها شامل انواع طرح‌های محرابی، درختی، سجاده‌ای و گلدانی می‌شود. فرش‌های پرده‌ای یا محرابی در دو نوع «پرده‌ای ستون‌دار» و «پرده‌ای دسته‌گلی» در منطقه اراک رایج است. این نوع نقش‌ها منحصراً بر روی فرش‌های کوچک و به‌خصوص در اندازه «دو ذرع» بافته می‌شود.

طرح محرابی در قالی‌های منطقه اراک، در تلفیق با طرح گلدانی یا درختی بافته می‌شود. طاق محرابی شکل بالای این طرح، فرمی مثلثی و دقیق دارد. گلدانی در مرکز از پایین به بالا فضای میانی فرش را در بر گرفته است. گلدان دیگری نیز با حالت قنبدیل و از مرکز طاق محرابی و از بالا به پایین به سمت مرکز فرش آویزان شده است. پیرامون این دو گلدان با دسته‌های گل پر شده و تحرک بسیاری در فضای زیر محراب ایجاد کرده است. در قالی‌های منطقه ساروق نقوش دسته‌گل به تنهایی یا در ترکیب با سایر طرح‌های رایج منطقه بسیار دیده می‌شود. این دسته‌گل‌ها گاهی از گلدانی گل در پایین طرح منشأ می‌گیرد و سراسر زمینه را پر می‌کنند. گاهی نقوش دسته‌گل در زیر طاقی محرابی شکل قرار می‌گیرد و گاهی همچون قاب‌هایی مجزا سراسر متن را می‌پوشاند. در فرهنگ جامع فرش در زیر عنوان طرح دسته گل آمده است: «در اراک و نواحی اطراف نیز نوعی دسته گل که اصطلاحاً «کومه‌ای» یا «کومه گل» می‌گویند در نقش فرش‌ها بافته می‌شود که به «دسته گل اراک» معروف است» (دانشگر، ۱۳۹۰، ۳۲۹). فرم دو گلدان زیر طاق مشابه یکدیگر و

مشابه سرترنج و سرلچک‌های رایج منطقه است. حرکت روینده گل‌ها و گیاهان از پایین به بالا و رو به سمت طاق محراب است. این طرح دارای یک حاشیه پهن و دو حاشیه باریک در اطراف است. طرح حاشیه باریک سیبی شکل است. رنگ روشن حاشیه پهن و باریک، تیرگی فضای فرش را گرفته و تعادلی در ترکیبات رنگی آن ایجاد کرده است. رنگ زمینه کار سورمه‌ای است که تیرگی آن با استفاده از نقوش روشن و گل‌های کرم رنگ تعدیل شده‌است. طاق محراب رنگی طلایی دارد و گویی قابی برای رنگ سورمه‌ای زمینه تدارک دیده است.



تصویر ۳: قالی با نقش پرده‌ای دسته گلی (فونتن، ۱۳۷۵: ۱۸۳)

دسته سوم، طرح‌های واگیره‌ای است. واگیره یک واحد منقوش است که با تکرار آن، متن را پر می‌کنند. واگیره‌ها در صورتی که بدون شبکه‌بندی متن فرش حاصل شوند بدان «واگیره» محض می‌گویند. اما اگر از طریق شبکه‌بندی متن، ایجاد شده باشند، عموماً به شکل خشتی، خواه لوزی، خواه مربع یا بندی و دیگر اشکال است. نمونه‌های موجود قالی‌های اراک نشان می‌دهد طرح‌های واگیره‌ای حجم بسیاری از قالی‌ها را شامل می‌شود. تکثیر واگیره‌ها در سطح فرش به دو روش انتقالی و انعکاسی صورت می‌گیرد. در روش انتقالی، نقش واگیره بدون هیچ گونه چرخش یا انعکاسی عیناً به نقطه دیگر منتقل شده و در سرتاسر متن فرش تکرار می‌شود. روش انتقالی را «سرهم سوار» نیز می‌گویند. زیرا واگیره‌ها عیناً بر بالای سرهم منتقل شده و سطح را پوشانده‌اند. در روش انعکاسی، نقوش واگیره از یک سمت به صورت قرینه انعکاس یافته و تکرار می‌شود. قالی‌های منطقه اراک و روستاهای اطراف آن از این ساختارها در طرح‌های خود بسیار بهره جسته‌اند.

طرح‌های این نوع فرش بسیار متنوع هستند که می‌توان از نمونه‌هایی چون طرح بته‌ای، گل بته، بته جقه، نقش ماهی درهم یاهراتی، ماهی فراهان، ماهی خرده یا ریزماهی، طرح مرغ و ماهی و ماهی ساروق یا پیچ ماهی نام برد. ویژگی‌های مشترک این طرح‌ها این است که در آن‌ها نقوش واگیره‌ها از سبکی نیمه هندسی پیروی می‌کنند؛ نقوش و عناصر واگیره‌ها یا به یکدیگر متصل

هستند یا عناصر منفصل به نحوی ترکیب شده‌اند که پیوستگی کلی طرح حفظ شده است؛ سامان-بندی طرح‌های واگیره‌ای مبتنی بر تکرار نقوش است. این تکرار به صورت‌های مختلف همچون تغییر رنگ و یا تغییر جهت نقوش تکرار شونده تنوع طرح را افزایش می‌دهد؛ ویژگی مهم در تکرار واگیره‌ها وجود نظم است؛ در بیشتر نمونه‌ها ابعاد واگیره‌ها را کوچک انتخاب کرده‌اند تا طرح تکرار بیشتری داشته باشد و ظرافت و پیچیدگی آن افزون گردد؛ ظرافت و توجه به ریزه‌کاری‌های تکرار، نشان می‌دهد در بافت این قالی‌ها نقشه و یا ارنگی از پیش تهیه شده در اختیار بافنده قرار داشته است و بافت این فرش‌ها به صورت ذهنی نبوده است؛ نقوش واگیره‌ها، اکثراً در قسمت اتصال به حاشیه منظم هستند. اصول طراحی سنتی در تکرار واگیره‌های زمینه به گونه‌ای عمل می‌کند که تقسیماتی منظم در سرتاسر زمینه انجام شود و قسمت‌های مماس با حاشیه صورتی منظم داشته باشد؛ در بیش‌تر نمونه‌های این فرش، نواری تزیین شده در قسمت مماس حاشیه با زمینه طرح شده است که این حاشیه یا نوار تزیین شده، با حاشیه باریک و با رنگ‌بندی زمینه، هم‌عرض است و خط یا قاب جدا کننده‌ای آن را از زمینه جدا نمی‌کند لذا کاملاً جزئی از نقش زمینه به حساب می‌آید؛ عدد حاشیه‌بندی‌ها فرد است؛ گوشه‌سازی دقیقی در حاشیه‌ها صورت نگرفته ولی نحوه ترکیب نقوش در گوشه‌های حاشیه در هر چهار قسمت فرش یکسان است؛ رنگ‌های غالب در تمامی نمونه‌ها سورمه‌ای و قرمز است؛ رنگ‌های تیره سورمه‌ای و قرمز در کنار رنگی روشن چون سفید و کرم به تعادل رنگی طرح کمک کرده است و سرانجام تمامی فضای طرح‌های واگیره‌ای با تکرار نقوش پر شده و از ایجاد فضاهای خالی اجتناب شده است.



تصویر ۴: طرح واگیره‌ای؛ بته جقه‌ای ساروق (صوراسرافیل، ۱۳۷۲: ۳۵)

در مجموع طرح‌های یک چهارم و واگیره‌ای بیشترین کاربرد را در قالی‌های این منطقه دارد و طرح لچک ترنج کاربرد بسیار وسیع داشته و با یک فرم مشخص در ترکیب با دیگر طرح‌ها همچون افشان و واگیره‌ای، استفاده شده است. همچنین فرم و ساختارهای کلی طرح‌ها ساده بوده و از قالب-های خاص منطقه استفاده می‌کنند. ایجاد تنوع در طرح‌های مختلف به وسیله نقوش است، طرح و

نقش قالی‌های این منطقه عموماً ریز است و تمامی فضاها با نقوش ختایی و اسلیمی کاملاً پر می‌شود. نقش غالب در پرکردن فضاهای زمینه و حاشیه‌ها ختایی است و برای قاب‌سازی و جدا کردن قسمت‌های مختلف از فرم‌های اسلیمی استفاده می‌شود. پراکندگی نقوش در سطح قالی صورتی یکدست دارد و نقوش قسمت‌های مختلف با یکدیگر مشابه و مرتبط هستند. حرکت نقوش در سطح طرح، به صورت متصل است. در تمامی سطح زمینه و حاشیه پیوستگی و اتصال نقوش حفظ می‌شود. تقسیم‌بندی حاشیه به صورت عددی فرد و معمولاً سه یا پنج قسمت است. تعداد رنگ‌های قالی‌های این منطقه محدود است و عموماً از ۱۲ رنگ تجاوز نمی‌کند. قرمز و سرمه‌ای رنگ غالب در تمامی طرح‌های این منطقه است. قرار گرفتن رنگ‌های روشن همچون سفید و کرم در کنار قرمز و سورمه‌ای به تعادل رنگی فرش انجامیده است. سرانجام دقت در نحوه ترکیب‌بندی‌ها و توجه به ریزه-کاری‌ها، نشان می‌دهد در بافت این قالی‌ها نقشه‌ای از پیش تهیه شده یا الگویی همچون «رنگ» در اختیار بافنده قرار داشته است.

این توضیحات نشان می‌دهد که خصوصیات زیبایی‌شناختی و فرمی هر نوع از انواع فرش اراک، کاملاً تعریف شده و مشخص است و این خصوصیات در فرش اراک تا زمان زیادی حفظ شده و به این ترتیب به طرح‌ها اصالت داده شده است. در ادامه، پس از توضیح نظام توزیع فرش اراک، نشان داده می‌شود که ورود شرکت‌های خارجی به تولید فرش اراک و شکل‌گیری مخاطبان اروپایی منجر به چه تغییراتی در این نقشه‌ها و زیبایی‌شناسی قالی‌ها شد.

• نظام توزیع فرش اراک

نظام توزیع به دو گروه کلی دولتی و غیردولتی تقسیم می‌شود. دولتی شامل سازمان‌های دولتی، مانند شرکت سهامی فرش، اداره فرش، مراکز آموزشی و دانشگاه است و گروه غیردولتی شامل دلالان، تاجران و فروشندگان فرش می‌شود. دولت با حمایت مالی و تأسیس سازمان‌های دولتی از این هنر حمایت می‌کند. در حال حاضر اداره وابسته به سازمان صنعت و معدن امور مربوط به فرش مانند برگزاری دوره‌های آموزشی، ایجاد کارگاه‌های جدید، بهبود ابزار کار، مشارکت در نمایشگاه‌های داخل و خارج را پشتیبانی می‌کند. مراکز دانشگاهی و آموزشی هم یکی دیگر از نهادهای دولتی موثر در حوزه فرش دستبافت است. بسیاری از استادکاران سنتی در زمینه‌های مختلف بافت، طراحی، رنگ‌رزی و رفوگری فرش، برای تدریس به دانشگاه دعوت می‌شوند و در انتقال ارزش‌های هنری و فرهنگی فرش دستبافت اراک به نسل جوان تر نقش مهمی را ایفا می‌کنند.

در نظام توزیع غیردولتی نیز تجار بازار و دلالان فرش، واسطه‌هایی هستند که اثر هنری را برای مصرف به مخاطبان بالقوه معرفی و عرضه می‌کنند. در بازار اراک سراهایی وجود دارد که به خرید و فروش فرش‌های دستبافت اختصاص دارند. فرش‌فروشان از عمده‌ترین گروه‌های اجتماعی بازار هستند که از جایگاه ویژه‌ای در دنیای هنر فرش، برخوردارند. در بازار مشاغل دیگری نیز مرتبط با فرش فعالیت می‌کنند که بعضی از آن‌ها با نظام تولید و بعضی از آن‌ها با نظام توزیع و مصرف در

ارتباط هستند. اما از آنجا که حضور این مشاغل در بازار، به عنوان واسطه میان بافندگان، کارفرمایان، تجار و مشتریان فرش عمل کرد دارد، در این قسمت توضیح داده می‌شوند. صاحبان حرف مختلف همچون رنگرها، خامه‌فروش‌ها، نقشه‌کش‌ها، باربرها، عمده‌فروش‌ها، خرده‌فروش‌ها، حق‌العمل‌کارها و دلال‌ها (واسطه‌ها)، در این بازار هر یک نقش مهم خود را در دنیای هنر فرش اراک بازی می‌کنند. به جز رنگرها، خامه‌فروش‌ها و نقشه‌کش‌ها، که با نظام تولید فرش مرتبط هستند، بقیه مشاغل نام‌برده در نظام توزیع نقش دارند.

کریمی، یکی از تولیدکنندگان با سابقه بازار فرش اراک در تشریح بعضی مشاغل موجود در بازار توضیح می‌دهد که رنگرها از نظر مکانی در خیابانی به همین نام نزدیک بازار مستقر بودند. تاجرهای عمده هرکدام برای خود، رنگرز مخصوص داشتند چراکه نوع رنگ، کیفیت کلاف‌ها و سلیقه مشتریان متفاوت بود و تجار برای اطمینان خاطر و براساس اعتمادی که داشتند همیشه با رنگرز خاصی کار می‌کردند. خامه‌فروش‌ها امروزه در سطح خرده‌فروشی در بازار فعال هستند. البته معمولاً خامه‌هایی که در بازار به فروش می‌رسد از کیفیت چندانی برخوردار نیست و معمولاً تجاری که در کار تولید نیز هستند از مراکز معتبر یا واحدهای ریسندگی متعلق به خودشان برای تولید فرش بهره می‌برند. نقشه‌کش‌ها در گذشته به همراهان طراحان فرش در سراهای بازار فعالیت می‌کردند زیرا در این محل ارتباط مستقیم‌تری با تجار و بافندگان برقرار می‌شد و در روند کاری آن‌ها مؤثر بود. معمولاً حجره نقشه‌کش‌ها در قسمت باز سراها بوده زیرا این کار نیاز به نور داشته و در گذشته نوری بهتر از نور آفتاب نبوده است. لوازم کار در این شغل بسیار ساده است. کاسه‌های رنگ که معمولاً سفالی‌اند، قلم موهای بسیار ظریف و ورق‌های مخصوص این کار. در گذشته، تجار، طرح ذهنی خود را به نقشه‌کش می‌دادند و آن‌ها می‌کشیدند و فرش فروشان از روی خانه‌های نقشه می‌فهمیدند که نقشه فرش چند متری با چند ذرع و گره است. آن زمان نقشه‌کش‌ها، خانه شمار پول می‌گرفتند. مثلاً برای ۱۶۰، ۱۴۰ یا ۲۰۰ خانه پول می‌گرفتند ولی امروز قیمت‌ها ثابت است و نقشه آماده در بازار وجود دارد.

همچنین باربرها در دوران رونق تجارت سراها فعال بودند و هر سرا برای حمل قالی و مواد اولیه باربر مخصوص به خود داشت. هر سرا ۴ یا ۵ باربر داشت که با گاری اجناس کسبه و خریداران را معمولاً تا در منزل یا سرای دیگر حمل می‌کردند. کسانی که در امر خرید و فروش در بازار فعالیت می‌کنند در زمره فعالان نظام توزیع به شمار می‌روند. بعضی از آن‌ها عمده‌فروش هستند. عمده‌فروشان فرش، بخش قابل توجهی از فرش‌های خود را در مغازه در معرض دید قرار می‌دهند و با مراجعه خرده‌فروشان، توافق بر سر قیمت و تحویل کالا انجام می‌شود. یک عمده‌فروش در سرا با حجم عظیمی از فرش روبه‌روست و موفقیتش به روابط طولانی با عواملی بستگی داشته و دارد که در امر معامله و توزیع کالا بهتر عمل می‌کند.

رامین داعی از فعالان بازار فرش اراک می‌گوید عمده‌فروشان دو دسته بودند، گروهی که قالی با حجم زیاد تولید می‌کردند و معمولاً هرکدام در تولید نوع خاصی از قالی فعالیت می‌کردند و روزی چهار تا پنج قالی برایشان می‌آوردند. در زمان رونق بازار و صادرات انبوه فرش از منطقه اراک، عمده‌فروشان وظیفه تأمین نیاز تاجران و صادرکنندگان در حجم بالا که گاهی به چندین هزار متر فرش می‌رسید را بر عهده داشتند. دسته دیگر از عمده‌فروشان، در زمره تولیدکنندگان فرش قرار نمی‌گرفتند و صرفاً سرمایه‌گذار بودند، به این معنی که گلچینی از فرش‌های تولیدشده در رنگ‌های متنوع و اندازه‌های مختلف را از تولیدکنندگان خریداری می‌کردند. آن‌ها از این جهت، کار ممتازتر و باقیمت بالاتری به مشتری ارائه می‌دادند. خرده‌فروش‌ها اغلب از عمده‌فروشان، خرید می‌کنند و سپس در سطح شهر یا بازار آنچه را خریده‌اند به فروش می‌رسانند.

همچنین، گروه دیگر حق‌العمل‌کارها هستند که مانند سایر بازاریان، مغازه‌ای در بازار دارند و در ضمن انجام خرده‌فروشی، حق‌العمل‌کاری را به عنوان کار اصلی خود انجام می‌دهند. حق‌العمل‌کارها ممکن است یک یا چند دلال برای امور اقتصادی خود در خدمت داشته باشند. کار اصلی دلال‌ها ترتیب دادن و تهیه اجناس مورد نیاز و بازاریابی برای فروش اجناس است. حق‌العمل‌کاران در واقع امانت‌فروش هستند، به این معنی که بسیاری از افرادی که قالی تولید می‌کنند اما خودشان محلی برای فروش ندارند به حق‌العمل‌کار مراجعه می‌کنند. آن‌ها هم در ازای فروش فرش‌های تولیدکنندگان، درصدی از مبلغ فروش را دریافت می‌کنند. این گروه از فعالان بازار افراد امینی به حساب می‌آیند و اغلب در مورد نوع خاصی از فرش متبحر می‌شوند و در سطوح مختلف بازار (تاجر، عمده‌فروش، خرده‌فروش) فعالیت می‌کنند. دستمزد حق‌العمل‌کاران بسته به نوع فرش و سطح معاملات انجام‌شده، متغیر است. آنان با شناسایی فروشنده و خریدار به هر دو طرف، این اطمینان را می‌دهند که از معامله انجام شده متضرر نمی‌شوند. همچنین حق‌العمل‌کاران اطلاعات لازم خریدار را به فروشنده می‌دهند، زیرا یکی از اصول مهم در مبادلات بازاریان یافتن یک خریدار خوب است.

سرانجام دلال‌ها یا واسطه‌های فرش، گروه دیگری هستند که در زیر سقف بازار فرش مشغول کارند. اینان شامل دودسته اصلی می‌شوند؛ دلال‌های تازه‌کار و ناشناخته و دلال‌های با سابقه و خوشنام. دسته دوم هستند که در حکم دلال‌های خبره، رابط بین خریدار عمده یا صادرکننده هستند. آن‌ها از آخرین اخبار و تحولات بازار و نوسانات قیمت و قیمت‌های اصلی بازار اطلاع دارند. می‌توان گفت نبض بازار در دست این گروه از دلالان بوده و در مقطعی که رکود حاکم می‌شد، نقش مهمی در به جریان افتادن خرید و فروش در بازار داشتند.

آنچه تشریح شد، به نظام توزیع فرش در داخل ایران اشاره داشته است. این ویژگی‌ها مربوط به زمانی است که هنوز بیشتر مصرف فرش در ایران داخلی بوده و فرش ایران در بازارهای اروپایی چندان جایگاهی نداشته است. اما ورود ایران به بازارهای اروپایی بر اثر شکل‌گیری نظام توزیع

بین‌المللی فرش اراک و به وجود آمدن نیازهای تازه در تولید فرش برای جلب نظر مصرف‌کنندگان اروپایی، موجب بروز تغییراتی در سازمان نظام توزیع و نیز ویژگی‌های زیبایی‌شناختی فرش اراک شد که به اقتضای مناسبت آن با نظام توزیع، در اینجا توضیح داده می‌شود.

تحولات و تغییرات زیبایی‌شناختی فرش اراک

پای شرکت‌های اروپایی در سال ۱۲۶۶ به فرش ایران و به طور مشخص فرش منطقه اراک، باز شد. در این زمان فردی به نام «ادوارد فرانس یوزف»^۱ که از سوی شرکت «گینسکی»^۲ از شهر «مافرزدورف»^۳ آلمان، مأمور به خدمت در ایران شده بود، اولین صادرات فرش را در سلطان‌آباد بنیان‌گذاری کرد که در اثر آن اولاً شکوفایی اقتصادی بزرگی در فرش ایران به وجود آمد و ثانیاً تناسب و اندازه ابعاد فرش نیز بر اساس نیازمندی‌های زندگی سبک اروپایی دست‌خوش تحول و دگرگونی شد. مقیاس کهن ایرانی که بر فرمول اندازه‌های طلایی یونانی بود، به اندازه‌های مورد درخواست اروپاییان یعنی ابعاد ۲ در ۳ متر تغییر کرد (هگن بارت، ۱۳۷۷: ۲۰). چنین تغییراتی کل تصویر فرش و تناسب‌های موجود آن را از حالت تعادل خارج نکرد. پس طراحان قالی برای نجات سایر خصوصیات فرش، تلاش زیادی به عمل آوردند. مشکلات این انطباق نوین به خصوص در زمینه بافت، موجب تحولاتی شد و تصاویر جدیدی برای فرش‌ها طراحی شد.

همان‌طور که هگن بارت (۱۳۷۷) توضیح داده، شرکت زیگلر به عنوان یکی از شرکت‌های خارجی فعال و تأثیرگذار در تولید فرش منطقه اراک، تلاش زیادی برای هماهنگ کردن فرش اراک با زیبایی‌شناسی مصرف‌کنندگان اروپایی کرد که منجر به تغییراتی در اندازه و طرح و نقشه قالی‌ها شد. طراحان این شرکت با تلفیق و تلخیص طرح‌ها و نقوش ایرانی، به سبکی جدید در تولیدات خود دست یافتند که با عنوان قالی زیگلر شناخته می‌شود. «تغییر در ابعاد کلی فرش یکی از نخستین مؤلفه‌های قالی زیگلر بود زیرا فرش‌های ایرانی ابعادی نسبتاً بزرگ داشتند و برای منازل غربی‌ها مناسب نبودند. ویژگی دیگر این قالی‌ها تغییر در ابعاد و اندازه لچک و ترنج نسبت به زمینه فرش است که مقیاس مشخصی نداشت و بزرگتر یا کوچکتر شده بود. در اندازه طرح‌های واگیره‌ای هم تغییراتی صورت گرفت. برخلاف اندازه‌های نسبتاً کوچک، تکراری و دقیق و پیچیده واگیره‌ها در قالی‌های اراک، در قالی‌های زیگلر واگیره‌های تکرار شونده بزرگ می‌شوند و گاه تا یک‌چهارم متن فرش را در بر می‌گیرد. در این قالی‌ها واگیره‌ها بدون توجه به ابعاد فرش طراحی‌شده و نقوش در محل اتصال به حاشیه ناگهان می‌شکند. همچنین در قالی‌های زیگلر نسبت اندازه‌های حاشیه به متن، تغییر می‌کند و در برخی نمونه‌ها از فضای زمینه می‌گیرد و بزرگ می‌شود» (ص: ۲۰). در این نوع قالی‌ها، فضای مربوط به حاشیه اصلی بزرگ‌شده و حاشیه کوچک تقریباً از میان رفته و

^۱ Eduard, franz-Josef

^۲ Ginzkey

^۳ Maffersdorf

هماهنگی میان اندازه نقوش حاشیه و متن وجود ندارد و نقوش مورد استفاده در متن و حاشیه قالی‌های زیگلر هم گاه از هیچ‌گونه تشابه فرمی پیروی نمی‌کند.



تغییر در اندازه‌های مرسوم ترنج (آرشیو شخصی نگارندگان) تغییر نسبت اندازه نقوش حاشیه به متن (سایت جوزان)



تغییرات نقوش متن نسبت به اندازه‌های معمول (آرشیو شخصی نگارندگان) ایجاد فضای خالی (صور اسرافیل، ۱۳۹۵، ۷۳)

تصویر ۵: چند نمونه از قالی‌های زیگلر

«یکی دیگر از ویژگی‌های طرح‌های این قالی، بزرگ شدن نقوش و تغییر در اندازه معمول آن‌هاست. در این طرح‌ها، هر نقش سطح وسیع رنگی است که حتی می‌تواند فرمی همچون لچک و ترنج بسازد. در این ترکیبات طرح متکی بر سطح است و از این نظر با قالی‌های شهری اراک که متکی بر خط هستند تفاوت دارد. فرش‌های تولیدی شرکت زیگلر از ساختار شهری در تولید استفاده می‌کرد اما ماهیت عشایری و روستایی را نیز در طرح و نقش خود نمایش می‌داد. تفاوت مهم دیگر، تأکید بر ایجاد فضای خالی است به حدی که گاه حتی قالی‌های با زمینه خالی و بدون نقش می‌بافتند. این تغییرات، در نهایت با سنت قدیمی تولید فرش عجین شد و جزو هویت فرش‌های تولید

این منطقه درآمد» (همان). مشاهده می‌شود که چگونه تحولات نظام توزیع به تغییراتی در طرح و نقش فرش اراک شد و برخی از قراردادهای زیبایی‌شناختی جدید را به آن اضافه کرد. در ادامه به توضیح و تشریح نظام مصرف پرداخته می‌شود.

نظام مصرف فرش اراک

مصرف‌کنندگان و مخاطبان هنر شامل مخاطبان عام و مخاطبان خاص می‌شود. مخاطب عمومی فرش افرادی هستند که برای رفع نیاز شخصی، تأمین علایق زیبایی‌شناسی خود، دکوراسیون منزل یا هدیه دادن، فرش را خریداری می‌کنند. خریداران معمولاً از طبقات اقتصادی متوسط و رو به بالا هستند. مخاطبان خاص فرش شامل دو دسته افراد یعنی بازدیدکنندگان و خریداران خاص هستند. دسته اول معمولاً در زمره کارشناسان، ارزیابان فنی و هنری فرش قرار می‌گیرند. آن‌ها همواره در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی فرش شرکت می‌کنند یا به مطالعه بازار از نظر تولیدات عرضه‌شده می‌پردازند و معمولاً اگر خرید می‌کنند به منظور فروش در مرحله بعدی باقیمت بیشتر است. این گروه با بررسی تولیدات جدید می‌توانند در موارد مقتضی درباره آن‌ها سخن بگویند، بنویسند و تحلیل کنند و در مجموع هم خود از وضعیت این هنر مطلع باشند و هم اطلاع‌رسانی کنند.

خریداران خاص هم می‌توانند شامل تجار و فروشندگان فرش باشند. در واقع این دسته در مرز میان نظام توزیع و مصرف قرار می‌گیرند. فروشندگان فرش با وجود توزیع و فروش فرش‌های دستبافت، مصرف‌کننده نیز هستند. آن‌ها بر تعداد و نحوه تولید خالقان هنر یا همان بافندگان و طراحان، تأثیر می‌گذارند. این تأثیر با میزان فروش قالی‌ها مشخص می‌شود. چنانچه فروش طرح یا نقشی خاص مناسب باشد سفارش تولید به بافندگان بیشتر خواهد بود. در واقع بازدیدکنندگان و خریداران خاص در زمره واسطه‌های هنری قرار می‌گیرند که گردش آثار میان تولیدکننده و مصرف‌کننده را موجب می‌شوند.

زمانی که فرش دستبافت وارد حوزه فروش و توزیع در جامعه تولیدکننده یا در بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی می‌شود، مخاطبان و خریدارانی پیدا می‌کند که حتی در نوع تولید اثر هنری و زیبایی‌شناختی آن تأثیر می‌گذارند. قالی به مثابه دستبافته‌ای که تصویری از کلیت جامعه و فرهنگ تولیدکننده خود دارد و سرشار از اتصالات معنایی هم در فرم هم در نقش با زندگی مردمان آن جامعه است، زمانی که به دست مصرف‌کنندگانی در مکان و فرهنگی دیگر می‌رسد، تفسیرهای جدیدی را سبب می‌شود. مخاطب خارجی ممکن است با فرش از زاویه زیبایی‌شناسی ارتباط برقرار کند و آن را به عنوان اثر هنری یا شیء تزئینی خریداری کند. گاهی نیز مخاطبان، همین دستبافت بودن فرش را ارج می‌گذارند و به دنبال یافتن انگیزه‌های خالقان آن در ایجاد نقش، رنگ و فرم معین هستند. آن‌ها با تملک فرش در واقع جهان دیگری را که در دستبافته متجلی شده تصاحب

می‌کنند. فرش برای مصرف‌کننده آن، هم سرمایه بصری و هم سرمایه مالی به حساب می‌آید. این دست‌بافته‌ها می‌توانند یک فضا را تفکیک کنند یا در آن یکپارچگی به وجود آورند. امروزه در نوع استفاده از فرش در فضای خانگی و نحوه چیدمان آن تغییراتی به وجود آمده است. استفاده از فرش‌ها در ابعاد کوچک‌تر روی زمین و فرش و تابلو فرش‌های نفیس به عنوان اثر هنری بر روی دیوارها بسیار رایج شده است. مصرف فرش منطقه اراک که هم شیئی هنری و هم محصولی صنعتی است، کارکردها و تأثیرات گوناگون اقتصادی، اجتماعی، مناسکی و تزیینی دارد. فرش‌ها برحسب اندازه و مورد مصرفی سنتی که داشته‌اند نام‌های متفاوتی مانند قالیچه (فرش کوچک)، پشتی (برای روکش پشتی)، کناره (برای پوشاندن راهروها)، دو ذرع و فرش‌های بزرگ‌پارچه، گرفته‌اند. خرک، فرشی بود که در موقع مسافرت و حمل و نقل آن را بر پشت چهارپا می‌گذاشتند، فرش روکوسی هم در گذشته کاربرد داشته است. در زمان حاضر نیز علیرغم تغییرات سبک زندگی، همچنان فرش جنبه کاربردی خود را به مثابه زیراندازی مناسب حفظ کرده است. همچنین فرش‌هایی با بهترین کیفیت هدیه می‌شوند، در جهیزیه عروس قرار می‌گیرند و در مراسم عروسی به عنوان پای‌انداز، پیشکش عروس می‌شوند.

از نظر اجتماعی، فرش نوعی آرامش و تفاهم و همدلی میان مردم به وجود می‌آورد. به عنوان مثال یکی از بافندگان توضیح می‌دهد که در گذشته که در بیشتر خانواده‌های اراکی دار قالی به پا بود، در مراحل پایانی بافت قالی و به دلیل ضرورت تحویل کار در زمان مقرر، همسایه‌ها به یاری فرد بافنده می‌آمدند. از نظر مناسکی، فرش در آیین‌هایی چون جشن نیمه شعبان یا استقبال از شخصیت‌های مذهبی و سیاسی از دیوار بناها یا طاق نصرت و دیوار امامزادگان آویزان می‌شد، درمراسمی چون معارفه، تودیع، استقبال و بدرقه، جهت تزیینات استفاده می‌شد، به نشانه دینداری، وقف می‌شد و نیز بر مزار متوفی قرار می‌گرفت. بنابراین مصرف محصولات این هنر-صنعت در میان جامعه پیرامونی آن معناهای متنوع و متکثری ایجاد کرده و به نیازهای گوناگونی پاسخ می‌دهد که در پیوند عمیق با فرهنگ و هویت آن جامعه قرار می‌گیرد.

نتیجه‌گیری

در این مقاله مشخص شد که دنیای هنر فرش اراک، در نظام تولید با گروهی از هنرمندان مرکزی روبه‌روست که تأثیری مستقیم روی خلق اثر دارند مانند هنرمند بافنده که خود به دو گروه ماهر و ساده کار تقسیم می‌شود، طراحان و سرانجام رنگرزان که فعالیت آن‌ها در امر تولید اثر، بار هنری بیش‌تری دارد. همچنین گروه‌های دیگری نیز چون ریسندگان پشم، چله‌دوان، ناظران بافت، سازندگان ابزار و آلات قالیبافی در امر تولید دخیل هستند که نقش کمک‌کننده و پشتیبانی را بر عهده دارند. محصول هنری به واسطه نظام توزیع در دو گروه نهادهای دولتی و غیردولتی تحت حمایت قرار می‌گیرد. بسیاری از این مؤسسات مانند مراکز آموزشی و دانشگاه‌ها، مرکز ملی فرش و

اتحادیه‌های فرش با برگزاری کلاس‌های آموزشی و دوره‌های تخصصی به تربیت هنرمندان و ترویج ارزش‌های زیبایی‌شناختی و فرهنگی فرش دست‌بافت می‌پردازند. در نظام مصرف نیز مخاطبان خاص و عام بر اساس موقعیت خود، خریدار و مصرف‌کننده اثر هنری به شمار می‌روند و این هنر را در مسیر رشد و پویایی هرچه بیشتر حمایت می‌کنند. موارد تشریح شده نشان از آن دارد که نه تنها تولید فرش، یک فعالیت هنری جمعی است، بلکه هر یک از مشارکت‌کنندگان در این دنیای هنر به اندازه سهم خود بر روی محصول نهایی که همان فرش است، اثر گذاشته و شکل و معناهای نهفته در آن را تعیین می‌کنند. همچنین، این هنر نه تنها در دل جامعه بوجود آمده و بنابراین از آن متأثر است، بلکه به واسطه رابطه تعاملی و متقابل تنگاتنگی که با جامعه دارد، بر آن تأثیر می‌گذارد و بسیاری از شئون اجتماع مورد نظر را تعیین می‌کند. بالاتر از این، رابطه هنر قالی‌بافی با جامعه، بیشتر از آنکه بر اساس تأثیر و تأثر متقابل باشد، نشان‌دهنده وجود جامعه‌ای هنری، در دل جامعه بزرگتر است که مطالعه و شناخت آن، به شناخت جامعه بزرگتر نیز یاری می‌رساند.

منابع

- احمدی، پروین. (۱۳۹۱). *بررسی انسان‌شناختی قالی «جوشقان»*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر اصفهان، دانشکده هنر.
- ادواردز، سبسیل. (۱۳۶۷). *قالی ایران*، ترجمه میهن‌دخت صبا، تهران: انتشارات فرهنگسرا.
- الکساندر، ویکتوریا. (۱۳۹۰). *جامعه‌شناسی هنرها*، ترجمه اعظم راووداد، تهران: انتشارات فرهنگستان هنر.
- ایزدی جیران، اصغر. (۱۳۸۸). *مردم‌شناسی هنر گلیم روستایی؛ تحلیل شکل و سبک طرح‌ها (روستای مولان، آذربایجان شرقی)*، در *فصلنامه انسان‌شناسی*، دوره ۲، شماره ۱۰.
- ایزدی جیران، اصغر. (۱۳۹۱). *تجسم فرهنگ در هنر، مردم‌نگاری‌های ورنی قره داغ آذربایجان*، رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- بی، ارل. (۱۳۸۱). *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی*، ترجمه رضا فاضل، تهران: انتشارات سمت.
- جمالی، سمانه سادات. (۱۳۸۸). *تأثیر فرهنگ بومی بر نقوش دست‌بافته‌های کلاردشت*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا، دانشکده هنر.
- حصوری، علی. (۱۳۸۱). *مبانی طراحی سنتی در ایران*، تهران: نشر چشمه.
- حقدادی، اسماعیل. (۱۳۸۵). *شناخت فرش، هنری دشوار*، در *نشریه نقش و فرش*، شماره ۸ و ۹.
- راووداد، اعظم. (۱۳۹۶). *جامعه‌شناسی مخاطبان تئاتر ایران*، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

- راودراد، اعظم و فاضل، عاطفه. (۱۳۹۴). عوامل اجتماعی مؤثر بر تبدیل سفال از «صنعت» به «هنر» در ایران، در *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، دوره نهم، شماره ۳.
- رضوی بهابادی، الهام. (۱۳۹۱). *بررسی انسان‌شناختی سبک چلیپا در زیلوهای میبد*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر اصفهان، دانشکده هنر.
- رنجبر، علی. (۱۳۹۱). *تحلیل محتوای نقوش فرش دستبافت ساروق اراک با تأکید بر بازنمایی هویت فرهنگی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه کاشان، دانشکده معماری و هنر.
- زکریایی کرمانی، ایمان. (۱۳۹۱). *مطالعه گفتمانی فرش کرمان از منظر نشانه‌شناسی دیداری*، رساله دکترای پژوهش هنر، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده هنر.
- سهرابی، مهتاب. (۱۳۹۶). *مطالعه مردم‌نگارانه عناصر و اجزای فرش ملایر*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشگاه هنر اصفهان، دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی.
- صدوقی، مجید. (۱۳۸۶). *پژوهش کیفی در روانشناسی و علوم رفتاری*، تهران: انتشارات هستی نما.
- صور اسرافیل، شیرین. (۱۳۷۲). *غروب زرین فرش ساروق*، تهران: نشر شیرین صوراسرافیل.
- صور اسرافیل، شیرین. (۱۳۹۵). *فرش دستبافت هویت ناشناخته*، تهران: فرهنگسرای میردشتی.
- فونتن، پاتریس. (۱۳۷۵). *قالی ایران یا باغ همیشه بهار*، ترجمه اصغر کریمی، تهران: معین، انجمن ایران‌شناسی فرانسه.
- قانی، افسانه. (۱۳۹۸). *تحلیل فرهنگی قالی خشتی چالستر*، تهران: انتشارات سمت.
- مجله اینترنتی جوزان، www.jozan.net
- میرزایی، عبدالله؛ پیربابایی، محمدتقی؛ راودراد، اعظم؛ عباس زاده، محمد و وند شعاری، علی. (۱۳۹۵). تبیین جامعه‌شناختی علل تحول یا ثبات در نظام طراحی قالی معاصر ایران، در *فصلنامه گلجام*، شماره ۲۹.
- هگن بارت، هانین. (۱۳۷۷). *نقش گل و بوته با الهام از طبیعت*، در *ماهنامه قالی ایران*، شماره ۱۲.
- Becker, H. S. (1982): *Art worlds*, Berkeley: University of California Press.

The sociological analysis of the art of carpet (Case study: Arak region)

Azam Ravadrad^{1*}, Amir Hossein Chit Sazian², Azam Jaluli³

Abstract

In this article, an attempt has been made to identify and analyze the world of Arak carpet art using Howard Becker's theory of art world. Becker argues that to understand sociology of art, we must see art as a collective activity. Here, the issue of collective artistic activity about the art of carpet in Arak region is studied respectively. The research method was qualitative with a mixture of documentary and field work for data collection. This include activities such as direct observation, talking with experts and people active in the field, doing photography and taking notes from published sources and cultural documents. The formal and stylistic analysis of Arak carpet designs completed the task. Based on the collected information, the social relations around the carpet as a cultural product is described in the process of its production, distribution and consumption. Findings showed that not only carpet production is a collective art activity, but also each of the participants in this art world influences the final product, which is the carpet, and determines its shape and implicit meanings.

Key words: Art world- Arak Carpet- Production of art – Distribution of art- Consumption of art.

¹. Professor of Social Communication Sciences, Faculty of Social Sciences, University of Tehran. Tehran, Iran (ravadrad@ut.ac.ir)

². Associate Professor, Department of Higher Art Studies, Faculty of Architecture and Art, Kashan University, Iran.

³. M.A, Department of Higher Art Studies, Faculty of Architecture and Art, Kashan University, Iran.