تاریخ دریافت مقاله: ۹۶/۲/۳
تاریخ پذیرش نهایی: ۹۷/۸/۱۲

مطالعه‌ی کیفی جایگاه و نقش خاندان‌های هنری در فرش کرمان با تأکید بر خاندان شاهرخی

ایمان زکریایی کرمانی (نویسنده مسئول)
استادیار گروه فرش، دانشکده‌ی صنایع دستی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران
E-mail: i.zakariaee@aui.ac.ir
بدری حکیمیان
مربی و عضو هیئت علمی گروه فرش، دانشکده‌ی صنایع دستی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۷
۵

چکیده
نظام‌های صنفی هنری را می‌توان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری و بقای هنرهای سنتی در نظر گرفت که تسلسل نظام استاد و شاگردی قدیم است. در ساختار هنرهای سنتی، خاندان‌های هنری یکی از مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده‌ی این نظام‌های صنفی هستند. از این روی می‌توان خاندان‌های هنری را به‌عنوان یک ظرفیت در راستای حفظ و تعالی هنرهای سنتی در نظر گرفت. اگر مروری گذرا در ارتباط با خاندان‌های هنری صورت بپذیرد، مشخص خواهد شد که بسیاری از رموز هنری در بین خانواده‌ها از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌گردد.
کرمان را می‌توان به‌عنوان یکی از مناطق فرهنگی و تمدنی واقع در جنوب شرق ایران از هزاره‌های گذشته محسوب داشت؛ از این روی بسترهای رشد هنرهای سنتی در این زیست بوم فرهنگی در طول تاریخ فراهم بوده است. در این میان فرش از مهم‌ترین هنرهای سنتی کرمان به حساب می‌آید. بخش مهمی از سنت فرهنگی فرش کرمان به پویایی و غنای خاندان‌های هنری وابسته است. در میان تعداد متکثر خاندان‌های هنری در حوزه‌ی فرش کرمان خاندان شاهرخی از موقعیت شاخصی برخوردار است که در این پژوهش هدف پاسخ‌گویی به این پرسش اصلی است که نقش و جایگاه هنرمندان خاندان‌های هنری در فرش کرمان با تأکید بر خاندان شاهرخی چیست؟ از این روی این پژوهش جهت نیل به این هدف اصلی با بهره‌گیری از روش تحقیق کیفی از نوع تفسیری و شیوه‌های یافته‌اندوزی روایی و میدانی (مصاحبه و مشاهده) و کتابخانه‌ای به دنبال تبیین این نقش و جایگاه است. نتایج حاصل از پژوهش با اتکا به یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های غیررسمی از ۱۰ نفر از افراد مطلع

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

به‌دست آمده که از طریق تحلیل محتوای عرفی حاصل شده است.

از جمله یافته‌های این پژوهش می‌توان به این نکته اشاره نمود که خاندان هنری یک ظرفیت فرهنگی- اجتماعی- اقتصادی است که می‌توان موجب تقویت سطوح فرهنگی و هنری فرش دست‌باف کرمان شود. علاوه براین تقویت خاندان‌های هنری موجب تقویت ارزش‌های فرهنگی و هویتی جامعه شود. نقش و جایگاه هنرمندان خاندان شاهرخی در فرش کرمان تابع نظام‌های ارزشی حاکم بر جامعه و میدان فرهنگی است. در این میدان، سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی موجب تحولات منزلت اجتماعی هنرمندان می‌شود و تحولات منزلت، جایگاه پویای افراد را در نظام فرهنگی شکل می‌دهد. نقش هنرمندان نیز تابع جایگاه آنهاست، بنابراین منزلت، جایگاه و نقش سه مؤلفه‌ی پیوسته و مرتبط با یکدیگر در رابطه با نقش و جایگاه هنرمندان خاندان شاهرخی هستند.

کلید واژه‌ها: فرش کرمان، خاندان‌های هنری، نقش، جایگاه، خاندان شاهرخی

■ ۱- مقدمه

خاندان‌های هنری فرش در کرمان بخش قابل‌توجهی از تحولات فرش کرمان را شکل دادند که در میان این خاندان‌ها، خاندان شاهرخی یکی از مؤثرترین خاندان‌ها به‌حساب می‌آید. در ارتباط با خاندان‌های هنری و به ویژه خاندان‌های هنری کرمان مطالعات قابل‌توجهی صورت نپذیرفته و اسناد و مدارک قابل‌ذکری از آن‌ها وجود ندارد. نام و اندک مدارک باقی‌مانده نیز در حال محو شدن در گرد و غبار تاریخ پر هیاهوی معاصر است. امروزه جوانان هنرمند و علاقمند به حوزه‌ی مطالعات مربوط به هنر بسیاری از هنرمندان غربی و شرقی را می‌شناسند اما مفاخر و ارزش‌های هنری این سرزمین به همراه هنرهای سنتی آن در حال فراموشی است. مفاخر هنری جای‌جای ایران و به‌ویژه کرمان که محل تمرکز این پژوهش است، دارای چنان ابعاد وجودی و هنری هستند که می‌توان انبوهی از رساله‌ها را در باب شخصیت هنری آن‌ها به رشته تحریر درآورد. امروزه که جوانان ما در مسیرهای پرهیاهوی رسانه‌های جدید و انبوه اطلاعات قرارگرفته‌اند، بحران هویت می‌تواند بیش از پیش آن‌ها را تهدید نماید؛ درحالی‌که فرهنگ این کشور در گذشته‌هایی نه چندان دور واجد ارزش‌هایی بوده که بسیاری از تمدن‌ها و فرهنگ‌های جهان امروز آرزوی داشتن آن‌ها را دارند. یکی از این ارزش‌ها همان خاندان‌های هنری و نظام ارزشی- اخلاقی حاکم بر آن‌هاست. هنرمندان در خاندان‌های هنری در بستری کاملاً فرهنگ بنیاد می‌پرورند و تمامی اسباب رشد و ترقی را از محیط دریافت می‌کنند. هنرمند در خاندان هنری واجد منزلت اجتماعی است و این منزلت به جامعه نیز تسری پیدا می‌کند. جامعه نیز بر میزان منزلت هنرمند در خاندان هنری و سرعت رشد و شکوفایی او مؤثر است؛ بنابراین هنرمند در خاندان هنری واجد جایگاه و نقش است که این جایگاه و نقش در عرصه‌ی جامعه نیز قابل طرح و بررسی است. جایگاه و نقش به‌عنوان دو مفهوم کلیدی در مطالعات جامعه‌شناختی قابل بررسی است؛ به‌ویژه این‌که موضوع مطالعه در رابطه با مبحث مفخره‌شناسی و مباحث پیرامونی باشد.

این پژوهش به دنبال گسترش یکی از مداخل حوزه‌ی مفخره‌شناسی یعنی خاندان‌های هنری است. خاندان‌های هنری در گستره‌ی تاریخ به‌عنوان یک ظرفیت مطرح بوده که بسیاری از دستاوردهای هنرمندان دوره‌های مختلف را به صورت سینه به سینه منتقل می‌کردند. شکل‌گیری خاندان‌های هنری تابع یک فرایند اجتماعی و متکی بر نیازهای صنفی بوده

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۷

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

است که علاوه بر نقاط ضعف می‌تواند نقاط قوتی هم داشته باشد. از این روی مهم‌ترین هدف این پژوهش مطالعه‌ی موردی وضعیت یک خاندان هنری شاخص در فرش کرمان است که در حدود ۱۲۰ سال گذشته در حوزه فرش کرمان ظهور یافته و به صورت متغیر در دوره‌های مختلف تأثیرات متنوعی در جریان هنری فرش کرمان داشته است. در این راستا تبیین نقش و جایگاه این هنرمندان می‌تواند در اعتلای میراث فرهنگی ارزشمند این سرزمین و همچنین رهایی آن از نابودی و زوال مثمر ثمر باشد.

عدم توجه به برخی از ظرفیت‌های فرهنگی موجب می‌شود ارزش‌های کاذب جایگزین آن‌ها شود. خاندان‌های هنری دارای ظرفیت‌هایی در حوزه‌ی مفخره‌شناسی هستند که مطالعه‌ی آنها می‌تواند موجب اعتلای نقش و جایگاه مفاخر این خاندان‌ها در حوزه‌ی فرهنگ و هنر شود. الگوسازی، اسطوره‌سازی، جریان‌سازی، سلسله‌شناسی، تأثیرگذاری و امثال آن از جمله ظرفیت‌هایی است که خاندان‌های هنری می‌تواند به حوزه‌ی فرهنگ ارائه دهد. از طرف دیگر ضرورت چنین پژوهش‌هایی آنجا تبیین می‌شود که بتوان حوزه‌ی مفاخر را از سطح منطقه به فرامنطقه گسترش داد. بنابراین شناخت و معرفی مفاخر یک منطقه‌ی جغرافیایی در سطح فرامنطقه می‌تواند برای مردم آن منطقه نوعی هویت‌شناسی فرهنگی و بالندگی فرهنگی به همراه داشته باشد (زکریایی کرمانی، ۱۳۹۴: ۱۷۰).

۲- پیشینه تحقیق

ادورادز[1](۱۹۷۵) در کتاب «قالی ایران» به طور مفصل اوضاع فرش ایران را در دورانی که به‌عنوان مدیر «او. سی.ام»[2] در ایران فعال بوده است، شرح می‌دهد که در بخش کرمان به صورت بسیار گذرا فقط ذکر نامی از هنرمندان خاندان شاهرخی دارد. اما اهمیت قابل‌توجه اثر ادواردز تصاویر این کتاب است که نمونه‌هایی ارزشمند از آثار این هنرمندان مانند حسن‌خان، احمدخان و پسرانش و هاشم‌خان شاهرخی در این کتاب به چاپ رسیده است. پرهام (۱۳۵۷خرداد و تیر) در مقاله‌ای تحت عنوان «خواندنی: نقشه‌های قالی کرمان» که به مناسبت نمایشگاه نقشه‌های قدیمی فرش کرمان در سال ۱۳۵۷ در موزه‌ی صنعتی کرمان به نگارش در آمده است به برخی از وجوه منحصربه‌فرد هنرمندان طراح فرش کرمان به‌ویژه حسن‌خان شاهرخی پرداخته است. اما دانش‌جهانگرد (۱۳۷۵پاییز و زمستان) در مصاحبه‌ای اختصاصی با استاد حسین شاهرخی در سال‌های آخر عمر این استاد فقید، بخشی از ناگفته‌ها را از زبان این هنرمند طراح فرش کرمانی ثبت کرده است. وی در این مصاحبه‌ی چاپ شده در مورد سابقه‌ی این استاد بزرگ فرش کرمان، دیدگاه‌ها و راهکارهای وی در مورد وضعیت قالی کرمان در دوران معاصر نکات ارزشمندی را به طبع رسانده است. ژوله (۱۳۸۱) نیز در کتاب پژوهشی در فرش ایران به بیان کلی ویژگی‌های فرش ایران پرداخته که در بخشی محدود به برخی از هنرمندان شاخص خاندان شاهرخی مانند حسن‌خان، احمدخان و امیرخان اشاره کرده است که بیشتر معرفی کلی هنرمندان این خاندان است و هرگز به مباحث تحلیلی ورود پیدا نکرده است. صوراسرافیل (۱۳۸۱) نیز در کتاب طراحان بزرگ فرش ایران: سیری در مراحل تحول طراحی فرش، ضمن معرفی هنرمندان بزرگ طراحی فرش ایران، اشاراتی به خاندان شاهرخی داشته است و برخی اطلاعات میدانی و به‌ویژه تصاویر ارزشمندی از آثار این هنرمندان به چاپ رسانیده که این اطلاعات نیز به صورت عمومی بوده و به صورت مسئله محور به وضعیت نقش و جایگاه این هنرمندان نپرداخته است.

اما جنبه نوآورانه‌ی این تحقیق را می‌توان به این

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

صورت بیان کرد که در هیچ‌کدام از منابع مطرح‌شـــده در پیشـــینه و ادبیات تحقیق به صورت اختصاصی به نقش و جایگاه هنرمندان خاندان شـــاهرخی از دیدگاه مطالعات فرهنگی پرداخته نشده است، در ضمن یکی از اهـــداف مهم این پژوهش تبیین نقش و جایگاه این هنرمنـــدان در اعتلای میراث فرهنگی ارزشـــمند این سرزمین و همچنین رهایی آن از نابودی و زوال است که در هیچ‌کدام از پژوهش‌های مشـــاهده شـــده، بدان پرداخته نشده بود.

۳- روش تحقیق

این پژوهش از نظـــر هدف جزو پژوهش‌های بنیادی و از نظر روش یک پژوهش کیفی از نوع تفســـیری- برساختی است. زمانی که در یک پژوهش حوزه‌های نظـــری کاملاً شـــفاف و مشـــخص باشـــند و امکان الگوســـازی مقدماتی و تدوین فرضیه وجود داشـــته باشد، روش‌های اثبات‌گرایی کارا و مفید می‌باشند اما اگر «اطلاعات موجود یک زمینه خاص چندان اندک باشـــد که حتی تشـــخیص این که نادانسته‌ها کدامند خود مسئله‌ساز باشـــد، باید از رویکرد طبیعت‌گرایانه و روش‌های کیفی بهره جست» (پاول، ۱۳۷۹: ۲۱۱). به عبارت دیگر، تحقیق کیفی سئـــوالاتی را مطرح می‌کنـــد تـــا مفهـــوم ابعاد و تجربیات مختلف زندگی انسان‌ها بهتر درک شود (Fossey et al 2002: 717). از این روی نبایـــد در پژوهش کیفی به دنبال اثبات یک مسئله بود بلکه پژوهشگر با جمع‌آوری، طبقه‌بندی و تحلیل داده‌ها به تفســـیر معانی در جامعه‌ی مورد نظر و در شـــرایط طبیعی می‌پردازد. تفسیر اساس پارادایم تفسیری- برساختی حاکم بر این پژوهش است. دنزین و لینکلن (۱۹۹۴:۱۳) معتقدند که همه پژوهش‌ها جنبه تفســـیری دارند و این تفسیر تابع دیدگاه‌های محققان نســـبت به جهان و نحوه‌ی فهم و مطالعه‌ی آنهاست. در پژوهش کیفی روایت جایگزین نظریه می‌شـــود و در انتخاب و تفســـیر مسائل اجتماعی، وجوه محلی و خاص اهمیت می‌یابد (خـــداوردی، ۱۳۸۷: ۵۲). در روش‌های کیفی، پژوهشگر از طریق راهبـــرد تفسیر، از نظر مشارکت‌کنندگان و در بستر نهادی و اجتماعی خـــاص آن‌هـــا بـــه درک پدیده‌ها می‌پردازد و بیشتر با معانـــی سروکار دارد (Speziale, Streubert & Carpenter: 2011).

نمونه‌هـــا در مطالعات کیفی بر اساس اهـــداف پژوهش و شاخصه‌های مدنظر پژوهشگر مانند تجارب دست اول پاسخ‌گویان در مورد یک فرایند اجتماعی- فرهنگی یا پدیده مورد توجه، انتخاب می‌شـــوند (همان) که بر این اســـاس بیشتر نمونه‌های انتخابی در ایـــن پژوهش دارای ویژگی‌هایـــی از قبیل ارتباط و یا آگاهی با خاندان‌های هنری، به ویژه خاندان شاهرخی هستند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت نمونه‌گیری هدفمند زنجیره‌ای، متوالی یا متواتر[۳] از نوع نمونه‌گیری پیش‌آمده است[۴] که اساس آن مشورت با افراد مطلع است، تا آن‌ها افراد مناسب را معرفی نمایند (Patton, 1990: 172؛ گال و تیلور، ۲۰۰۴).

در روش نمونه‌گیـــری پیش‌آمـــده پژوهشـــگر از فرصت ایجاد شـــده برای کســـب اطلاعات استفاده می‌کنـــد (Johnson & Christensen, 2012؛ رنجبر و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۴۳).

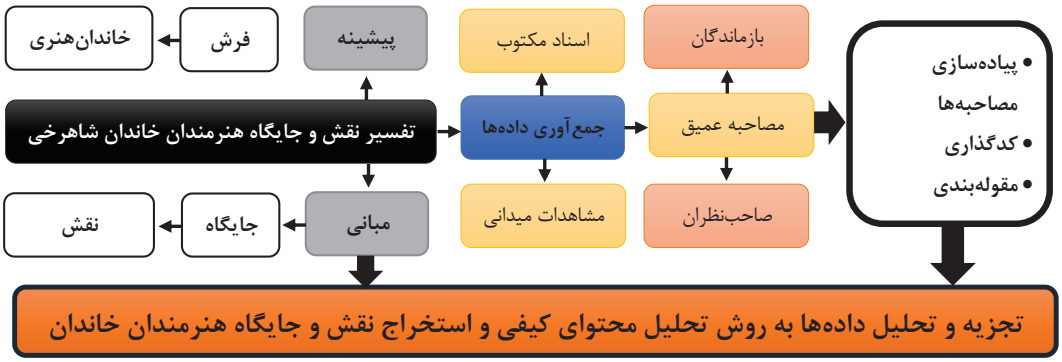
بر مبنای ایـــن روش ۱۰ نفر جهت انجام مصاحبه انتخاب شـــدند که ۲ نفر زن و ۸ نفر مـــرد بودند. از این گروه ۴ نفر در ارتباط با خاندان شـــاهرخی، ۴ نفر آشنای با خاندان شاهرخی و ۲ نفر پژوهشگر فرش که در ارتباط با خاندان‌هـــای هنری مورد مصاحبه‌ی غیر رسمی[۵] قرار گرفتند. مسن‌ترین فرد نمونه‌ها ۸۵ سال و جوان‌ترین آن‌ها ۲۴ سال سن داشتند.

تحلیـــل داده‌هـــا و اطلاعات در ایـــن پژوهش به صورت تحلیـــل محتوای عرفـــی[۶] یافته‌های مصاحبه اســـت. «تحلیل محتـــوای عرفی معمـــولاً در طرحی

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۷

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

مطالعاتی به‌کار می‌رود که هدف آن شـــرح یک پدیده اســـت. این نوع طرح، اغلب هنگامی مناســـب است که نظریه‌های موجود یـــا ادبیات تحقیق دربارهٔ پدیدهٔ مورد مطالعه محدود باشد. در این حالت پژوهشگران از به‌کارگرفتن مقوله‌های پیش‌پنداشـــته[۷] می‌پرهیزند و در عوض ترتیبی می‌دهند که مقوله‌ها از داده‌ها ناشـــی شـــوند. در این حالت، محققان خودشـــان را بر امواج داده‌ها شناور می‌کنند تا شناختی بدیع برایشان حاصل شـــود (Kondracki & Wellman, 2002). بنابراین از طریق اســـتقرا، مقوله‌ها از داده‌هـــا ظهور می‌یابند. این حالت را مایرینگ مقولهٔ استقرایی نامیده است (May-ring, 2000)» (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۲۲).



الگوی ۱- الگوی فرایندی پژوهش برمبنای ساختار روش تحقیق کیفی (نگارندگان)

ســـاختار الگوی فرایند (الگوی شـــماره‌ی ۱) این پژوهش به این صورت اســـت که ابتدا ادبیات و مبانی نظری پژوهش براســـاس منابع مکتوب مورد بررسی قرار گرفته است. در این راستا پژوهش‌های انجام شده در دو حوزه‌ی فرش و جامعه‌شناسی به‌عنوان رویکرد پژوهش مدنظر می‌باشـــد. سپس جمع‌آوری داده‌ها از طریق مشاهده و مصاحبه صورت پذیرفت و در نهایت با روش تحلیـــل محتوای عرفی داده‌ها تحلیل شـــد. ساختار این پژوهش در سه سطح اصلی به شرح ذیل طراحی شده است:

ســـطح اول: خاندان‌های هنری بـــه صورت عام درحوزه فرش.

سطح دوم: معرفی خاندان شاهرخی.

سطح سوم: نقش و جایگاه هنرمندان شاهرخی در فرش کرمان.

۴- مبانی نظری

۴-۱- جایگاه و نقش در مطالعات اجتماعی

جایگاه در اصطلاح به معنای مقام و مرتبه بوده (معین، ۱۳۷۷: ۱۲۱۴) و موقعیـــت فرد را در جامعه نشـــان می‌دهد؛ اما در اصطلاح دانش جامعه‌شناســـی، نقش عنوان یا برچســـبی است که با آن جایگاه و الگوهای رفتاری شخص در بین جامعه تعیین می‌شود. به گفته‌ی روشـــبلاو سپانله[۸] این اصطلاح را نخستین بار افرادی نظیر کوترل[۹]، لینتون[۱۰] و پارســـونز در سال ۱۹۳۲ م. در سه مقاله‌ی جداگانه به کاربردند (دادگران، ۱۳۷۹: ۱۰۵).

بسیاری از دانشمندان عقیده دارند که مفهوم نقش را باید در رابطه با پایگاه، منزلت یا همان جایگاه مورد بررســـی قرار داد. لینتون در ایـــن باره می‌گوید «نقش جنبـــه‌ی پویایی منزلت یعنـــی نگرش‌ها و ارزش‌ها و

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

رفتارهای تعیین شده به وسیله‌ی جامعه در رابطه با منزلت‌های اجتماعی مشخص است» (همان: ۱۰۶). این تجزیه و تحلیل به وی اجازه داد که مفهوم نقش را در رابطه با جایگاه و موقعیت فرد در گروه و اجتماع مورد بررسی قرار دهد و همچنین این مفهوم را به الگوهای فرهنگی نظام نیز مربوط سازد. پس درواقع این دو مفهوم به‌عنوان مکمل یکدیگر عمل می‌کنند و جداسازی آن‌ها از یکدیگر چندان منطقی به نظر نمی‌رسد؛ زیرا جایگاه و منزلت انسان در گروه اجتماعی تا حد غیرقابل‌انکاری به نقش او در جامعه وابسته است؛ به عبارت دیگر اگر هر یک از هنرمندان خاندان شاهرخی و یا هر هنرمند دیگری در جامعه‌ی خود جایگاهی دارد، این جایگاه وابسته به نقشی است که او در جامعه‌ی خود و در کنش‌های اجتماعی دارد. پارسونز نیز در این زمینه، با لینتون هم عقیده بود. وی نقش را تجلی منزلت اجتماعی در قالب عمل تعریف می‌کند. پارسونز معتقد بود که نقش بیشتر جنبه‌ی پویا و منزلت، جنبه‌ی ایستا دارد؛ به بیان دیگر پایگاه موقعیت ویژه‌ای است که شخص در جامعه اشغال کرده است و نقش، رفتاری است که از چنین شخصی انتظار می‌رود؛ بنابراین، شخص دارنده‌ی موقعیت و پایگاه اجتماعی باید به آن انتظار پاسخ دهد و آن را برآورده سازد (همان: ۱۰۶).

نقش‌ها ممکن است توسط شرع، عرف یا قانون تعیین گردند. در تعیین و تعریف نقش‌ها، توافق و تأیید جامعه ضروری است. آشنایی با نقش و تمرین نقش مراحل نقش‌پذیری هستند. مستحکم کردن زندگی اجتماعی و هماهنگی و نظم بخشیدن به عمل، از پیامدهای نقش در زندگی اجتماعی است. نقش‌هایی که از هنگام تولد با انسان همراه هستند و حذف آن ممکن نیست، نقش‌های انتسابی نامیده می‌شوند. نقش‌هایی که شخص در طی زندگی اجتماعی برای خود برگزیده است و می‌تواند از پذیرش آن نقش‌ها انصراف دهد، نقش‌های اکتسابی خوانده می‌شوند. عمل به نقش با خوشنودی روانی همراه است، درحالی‌که عدم ایفای درست نقش می‌تواند باعث اختلاف‌ها، ناسازگاری‌ها، کشمکش‌ها، دشمنی‌ها در زندگی اجتماعی شود (رفیع‌پور، ۱۳۷۷). بنابراین شکل‌گیری نقش‌ها در هر جامعه‌ای وابسته به جایگاه اجتماعی افراد است و با تغییر در جایگاه اجتماعی نقش تغییر می‌کند. جامعه فرهنگی و هنری کرمان نیز از این قاعده مستثنی نیست؛ لذا می‌توان چنین استنباط کرد که نقش، جایگاه و منزلت هنرمندان یک میدان فرهنگی عواملی پیوسته و وابسته به هم می‌باشند. بر این اساس می‌توان فرض نمود که نقش، جایگاه و در نتیجه منزلت هنرمندان می‌تواند عامل بقا و ماندگاری نام آن‌ها و تأثیر آن‌ها بر جامعه شود.

مفهوم نقش در جامعه‌شناسی هنر بیشتر بر این نکته استوار است که کنش هنرمندان هیچ‌گاه در انزوا انجام نمی‌گیرد و همواره در بافت عمل متقابل در روابط اجتماعی صورت می‌پذیرد (تنر، ۱۳۸۵: ۶۲)؛ بنابراین نقش و جایگاه خاندان شاهرخی در فرش کرمان از دو وجه مرتبط با هم تشکیل شده است. همانطور که در بالا شرح داده شد، در وجه اول نقش این هنرمندان تابع جایگاه آن‌ها در حوزه‌ی جامعه‌ی هنری کرمان است و در وجه دوم این جایگاه آن‌هاست که نقش آن‌ها را تعیین می‌نماید. به عبارت دیگر یک رابطه‌ی دو طرفه‌ی هم‌ارزش بین دو وجه نقش و جایگاه ایجاد می‌شود که هر یک بر ساختار دیگری تأثیرگذار بوده و محصول این رابطه مقوله‌ای با عنوان منزلت هنرمندان خاندان شاهرخی است؛ که در این پژوهش دو متغیر نقش و جایگاه تفسیر و تحلیل کیفی می‌شود.

۲-۴- ارزش

اصطلاح ارزش[11] و مشتقات آن در فرهنگ عصر ما در حوزه‌های مختلف معرفتی کاربرد دارد. این

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۷

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

گستردگی کاربرد واژه‌ی ارزش در عصر حاضر موجب شده که واجد معانی گسترده‌ای هم باشد. در گذشته ارزش به معنای ارزش یک شیء و ارزشیابی[12] به معنای برآورد ارزش آن استعمال می‌شد؛ به عبارت دیگر ارزش بیشتر جنبه‌ی اقتصادی و شبه اقتصادی داشت؛ بدین معنا که متوجه معانی مانند زیبایی، حقیقت، درستی یا حتی خوبی نبود. به دلیل کاربرد این واژه در علم اقتصاد به یکی از اصطلاحات فنی بدل شد و با عنوان نظریه‌ی ارزش[13] در قالب یک محور اساسی در علم اقتصاد مطرح گشت. سپس به‌واسطه‌ی فلاسفه‌ی آلمانی ازجمله رودولف- هرمان لوتز[14]، آلبریچ ریشل[15] و فردریش نیچه[16] مفهوم ارزش و ارزش‌ها بسیار گسترده شد و اعتبار گرفت. در قرن نوزدهم میلادی بسیاری از مفاهیم اخلاقی مانند خوب، غایت، درست، وظیفه، فضیلت، حکم اخلاقی، حکم زیبایی‌شناختی، زیبا، حقیقت و اعتبار تحت عنوان ارزش شناسایی شدند. شناخت این مفاهیم در حوزه‌های مختلف معرفتی تحت عنوان ارزش خیلی سریع گسترش یافت و در حدود دهه‌ی ۱۹۸۰ میلادی بود که آلکسیون مینونگ[17] و کریستیان فون اهرنفلز[18] این مفاهیم را به‌طور جدی مورد توجه و مطالعه‌ی خود قرار دادند. تصور یک نظریه‌ی کلی ارزش، به دست ایشان و نیز به دست کسانی مانند ماکس شلر[19]، نیکلای هارتمان[20]، در قاره‌ی اروپا و آمریکا رواج و عمومیت یافت (فرانکنا، ۱۳۷۸: ۳۴۵).

ارزش ازجمله مفاهیم بسیار گسترده‌ای است که بیان یک تعریف جامع برای آن بسیار دشوار می‌باشد اما در این بخش هدف از طرح مفهوم ارزش، تبیین ارتباط آن با وضعیت جایگاه هنرمندان خاندان شاهرخی است. برخی از صاحب‌نظران ارزش را به‌عنوان نگرش با اهداف و مفاهیم انتزاعی تعریف می‌کنند و برخی ارزش‌ها را معیاری برای ارزیابی مطرح می‌کنند. ارزش‌ها بر مفهوم‌سازی مطلوبیت‌ها، انتخاب شیوه، ابزار و اهداف کنش، اثر می‌گذارد (اعظم‌آزاده، ۱۳۸۷: ۶۰). ویلیامز ارزش‌ها را مفاهیمی از امور مطلوب تعریف می‌کند که در مواجهه با معیارهای ترجیح، انتخاب، قضاوت و درنهایت کنش واقعی انسان را تعیین می‌کنند؛ به عبارت دیگر می‌توان ارزش‌ها را استاندارد و الگوی مطلوبیت امور و به‌عنوان معیار ارزیابی اهداف معرفی نمود (Sagy 1999,[21]). ارزش‌ها اعتقادات بادوامی است که شیوه‌های خاص برخورد و غایت‌های مرجع را نشان می‌دهد. ارزش دارای طبیعتی ارزیابی‌کننده بوده و در ضمن، معیاری برای ارزیابی محسوب می‌شود (اعظم‌آزاده، ۱۳۸۷: ۶۱).

در فرهنگ فلسفی لالاند چهار معنی متفاوت از ارزش ارائه شده است که نمایانگر چهار مفهوم است. معنای اول به چیزی دلالت دارد که فرد یا گروهی به آن تمایل دارند؛ معنای دیگر ارزش چیزی است که کم و بیش در میان عده‌ای مورد توجه و احترام است و سومین معنای ارزش به مفهومی اشاره دارد که فرد یا گروهی در رسیدن به هدف خود ارضاء می‌شود و درنهایت مفهوم دیگر ارزش متکی به جنبه‌ی اقتصادی است (محسنی، ۱۳۸۰: ۲۲۷). ارزش‌ها ترجیحاتی پایدار و معیارهایی درونی عام و بادوام و اصول انتزاعی مبنای کنش‌ها هستند که از یک الگوی متجانس پیروی می‌کنند و بیانگر وجود نوعی ارتباط یا التزام‌های خاص میان دسته‌ای از ترجیحات است که از آن تحت عنوان جهت‌گیری نظام ارزشی یاد می‌شود (همان: ۷۱). در گونه‌شناسی ارزش‌ها می‌توان به نوع جهت‌گیری ارزش‌ها توجه داشت که جهت‌گیری‌ها می‌تواند، تأثیر قابل‌توجهی در نوع و کیفیت کنش‌ها داشته باشد. در مرکز مطالعات ارزش‌ها در دانشگاه هاروارد پنج مقیاس برای مشاهده‌ی جهت‌گیری ارزش‌ها شناسایی شده است (Gallagher 2001: 2-7,[22]؛ اعظم‌آزاده،۱۳۸۷: ۶۲).

۱) طبیعت بشر: شامل پاک و ناپاک، خوب و بد،

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

خیر و شر و....

۲) رابطه با طبیعت: شامل غلبه بر طبیعت یا تسلیم بر طبیعت و یا رابطه‌ی مشهود طبیعت و فرهنگ.

۳) درک زمان: شامل گذشته‌نگر، آینده نگر یا حال‌نگر.

۴) روابط اجتماعی: شامل سلسله مراتبی، همکارانه یا معطوف به فرد.

۵) فعالیت: شامل بودن، شدن و تلاش‌گرایی.

بر اساس نتایج به دست آمده از تحقیقات مرکز مطالعات ارزش‌ها در فرهنگ جوامع پیشرفته جهت‌گیری ارزش‌ها از نوع آینده‌محور، تلاش‌گرا، خودگرا، تمایل به تسلط بر طبیعت و باور به ترکیب ذات پاک و ناپاک در انسان و اثر تربیت و هدایت در پرورش انسان‌های شایسته است؛ در مقابل در فرهنگ‌های قومی گذشته‌نگری، بودن همکاری و هماهنگی با دیگران و طبیعت و باور به ذات پاک انسان بیشتر دیده می‌شود (Gallagher, 2001: 4). وقتی نظام‌های ارزشی خاص در یک جامعه پدید می‌آید، صرف‌نظر آن‌که ریشه‌ی آن‌ها چه باشد، خود دارای اهمیت و نفوذ مستقل می‌شوند و از طریق درون‌افکنی در وجود اعضاء جامعه دوام پیدا می‌کنند و در سایر نهادهای اجتماعی، منجمله روابط اقتصادی و نظام‌های تولید اثر می‌گذارند (صانعی، ۱۳۷۲: ۳۵).

ارزش‌ها به فرهنگ کلی و جامعه مفهوم و معنی می‌بخشند (محسنی،۱۳۸۰: ۲۲۸) و فی نفسه غایت‌های مورد انتظار ما نیستند بلکه به امور و اشیاء اهمیت می‌بخشند. ارزش‌ها به‌عنوان پدیده‌هایی انسانی شناخته می‌شوند که تنها در ارتباط با انسان معنی پیدا می‌کنند به عبارت دیگر اگر فردی وجود داشته باشد ارزش‌هایی شکل گرفته و مهم شناخته می‌شوند و اگر افرادی وجود نداشته باشند ارزش‌ها نیز معنا ندارند.

۵- خاندان‌های هنری در حوزه فرش

خاندان در لغت به معنای «دوده، تبار، آل، دودمان، قبیله، اهل‌بیت، عترت و خانواده» است (دهخدا، ۱۳۳۹: ۱۶۴) و مقصود از خاندان هنری، مجموعه‌ی هنرمندانی است که در یک خانواده به رشد و شکوفایی هنری رسیده و موجب شهرت و اعتلای خانواده‌ی خود شده‌اند. خاندان‌ها معمولاً با نام بزرگ‌ترین فرد ذکور خانواده شناخته می‌شوند که این نام به‌عنوان شهرت بر اعضای خاندان باقی می‌ماند (زکریایی کرمانی، ۱۳۹۵: ۲۲۰). در نظام اجتماعی- فرهنگی قدیم کرمان معمولاً افراد را با نام پدر و پدربزرگ می‌شناختند که در واقع با این کنش، نشانه‌های اصالت خانوادگی و هویت فرد در کنار یکدیگر قرار می‌گرفت؛ اما در خاندان‌های بزرگ و مشهور معمولاً شهرت هر فرد با نام بزرگ‌ترین و مشهورترین فرد ذکور خاندانش شناخته می‌شد که ممکن است، آن فرد فقط بزرگ آن خانواده بوده و یا حتی به‌عنوان بزرگ شهر یا ایل هم مطرح باشد. این رویه به نظام اجتماعی- تاریخی ایران در اعصار گذشته برمی‌گردد که نظامی وابسته به طبقات اجتماعی بوده است (بهنام، ۱۳۵۲). به‌عنوان مثال خاندان شاهرخی که موضوع این پژوهش است، نام خاندان خود را از یکی از اجداد خود در عصر زندیه به نام شاهرخ‌خان افشار دریافت کرده‌اند که حاکم کرمان بوده است (وزیری، ۱۳۸۵: ۶۷۵).

خاندان هنری خاندانی است که شهرت خود را به واسطه‌ی افراد یا اعضای هنرمندش کسب می‌نماید؛ بنابراین هنرمند به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه در خاندان‌های هنری مطرح است. هنرمند نیز ارزش خود را از ذات هنر کسب می‌کند، درنتیجه ذات هنر آن چیزی است که خاندان هنری را از سایر خاندان‌های دیگر متمایز می‌سازد. خاندان‌های هنری میراث‌دار

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۷

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

فنون، خلاقیت‌ها، قریحه و آبروی هنرمندان عرصه‌ی هنرهای سنتی هســـتند که تعداد آن‌ها در یک خانواده از یک نفر تجاوز نموده اســـت. هنرمندانی که در یک خاندان هنری زندگی می‌کنند مسئولیت‌هایی بر دوش می‌کشـــند که ادای آن می‌تواند بخشی از ظرفیت‌های فرهنگی یک جامعه را شکوفا سازد (زکریایی کرمانی، ۱۳۹۵: ۴۸).

جدول ۱. ساختار مؤلفه‌های شکل‌دهنده خاندان‌های هنری

	۱) مؤلفه‌ی اصلی	هنرمند		
مؤلفه‌های شکل‌دهنده‌ی خاندان هنری	۲) مؤلفه‌های تأثیرگذار	۱) ذاتی	وراثت	از طریق والدین منتقل می‌شود.
		۲) اکتسابی	آموزش	به صورت درون خاندانی و برون خاندانی.
		۳) محیطی	۱) جامعه	تأثیرات متقابل جامعه و هنرمند.
			۲) ارزش‌ها	نظام‌های ارزشی منفرد یا متکثر.
			۳) جغرافیا	نوع جغرافیا و اقلیم.

(نگارندگان)

مهم‌تریـــن مؤلفه‌های شـــکل‌دهنده‌ی خاندان‌های هنری را می‌توان در قالـــب مؤلفه‌هایی چون هنرمند، وراثت، جغرافیا، جامعه، آموزش و ارزش‌ها بررسی و تحقیق نمود. در این رابطه هنرمند به‌عنوان مؤلفه اصلی شناخته می‌شود که ســـایر مؤلفه‌ها بر او تأثیرگذارند. وراثت عامل ذاتی اســـت کـــه از طریق عوامل ژنتیک از والدیـــن به فرزند منتقل می‌شـــود و آموزش عامل اکتســـابی تلقی می‌شود که در یک نظام آموزش درون خانوادگی به هنرمندان خاندان هنری منتقل می‌گردد؛ البته ممکن اســـت این آموزش در ســـطوحی خارج از ســـاختار خاندان هنری صورت بپذیرد. ســـه عامل ارزش‌هـــا، جامعه و جغرافیا به‌عنـــوان عوامل محیطی شناخته می‌شوند. همه‌ی انسان‌ها به واسطه‌ی خصلت اجتماعـــی بودن، هم از جامعـــه تأثیر می‌پذیرند و هم برجامعه تأثیرگذارند و خاندان‌های هنری از این قاعده مستثنی نیستند.

جدول ۲. تحلیل مزیت‌های خاندان‌های هنری در فرش کرمان

نمونه واحد تحلیل	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری گزینشی
– آموزش در خانواده‌های هنری از پدر به پسر است که این روند می‌تواند نسل‌های پی در پی ادامه یابد. – بسیاری از رموز و فنون و اصطلاحاً فوت کوزه‌گری فقط به فرزند گفته می‌شد. – معمولا از بیرون از خانواده شاگرد نمی‌گرفتند و این در مورد برخی هنرها مانند سفال یا زرگری بیشتر بود.	• شکل‌دهی یک نظام آموزشی پیوسته درون گروهی. • شکل‌دهی نظام آموزشی مهارت‌محور.	نظام آموزشی	آموزشی- حرفه‌ای
– تربیت هنرمند در این شیوه یک‌دست‌تر بود. – درست است که همه چیز در یک خانواده بود اما بعد از بزرگ شدن، بچه‌ها جدا می‌شدند و خودشان مسیر جدیدی را آغاز می‌کردند.	• ایجاد نوعی تنوع و تکثر در عین وحدت در نظام حرفه‌ای هنرمندان. • ساختار حرفه‌ای نظام‌دار.	نظام حرفه‌ای	

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

ادامه جدول ۲. تحلیل مزیت‌های خاندان‌های هنری در فرش کرمان

نمونه واحد تحلیل	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری گزینشی
– پدر هنر مند هم از نظر مالی و هم از نظر دانشی و عملی فرزندان خودش را حمایت می‌کرد. – فرزند یک هنرمند بزرگ می‌توانست در سایه پدر در جامعه موقعیتی دست و پا کند. – گاهی توقع رسیدن به جایگاه پدر عرصه را فرزندان استاد تنگ می‌کند.	• حفظ و حراست از موقعیت حرفه‌ای و هنری هنرمندان حوزه‌ی طراحی فرش کرمان به دلیل افزایش قدرت در نظام خاندان‌های هنری نسبت به هنرمندان منفرد و بدون حامی.	فضاسازی حمایتی	**حمایتی– رقابتی**
– تقویت خانواده‌های هنری می‌تواند ضریب نفوذ هنرمندان را در جامعه افزایش می‌دهد. – رقابت در این جوامع نهادینه‌تر است. – رقابت به‌جای بین افراد، بین خانواده‌ها شکل می‌گیرد. – رقابت بین خانواده‌ها باعث رشد و ترقی هنر می‌شود.	• ایجاد یک فضای رقابتی سالم جهت رشد و شکوفایی متوازن در کل جامعه‌ی طراح.	فضاسازی رقابتی	
– خانواده از نظر اقتصادی فرزندان را حمایت می‌کند پس هم فرزند نوپا زودتر مستقل می‌شود و هم به اقتصاد خانواده و جامعه کمک می‌شود.	• افزایش زمینه‌ی رشد اقتصادی فرش کرمان.	رشد اقتصادی	**اقتصادی**
– خاندان هنری می‌تواند جریان‌ساز شود چون زمینه ادامه در نسل‌ها را فراهم می‌کند. – تحول، تنوع و نوآوری در خانواده هنری راحت‌تر است. – نوآوری در خانواده هنری به پشتوانه بزرگان خانواده زودتر پذیرفته می‌شود.	• فراهم آوردن جریانات هنری پیوسته و ادامه‌دار. • زمینه‌سازی بروز تحولات چشمگیر در نظام فرش کرمان. • تنوع و نوآوری در نظام طراحی فرش کرمان.	جریان سازی نوآورانه	**نوآوری و خلاقیت**
– تقویت خانواده هنری می‌تواند ارتباط حرفه‌ای بین نسل‌ها ایجاد کند. – زمینه‌های شکوفایی استعدادها در خانواده هنری به خاطر حمایت‌های اجتماعی و خانوادگی بیشتر می‌شود.	• ایجاد اتصال و پیوستگی بین هنرمندان نسل‌های مختلف. • ایجاد زمینه‌های رشد و شکوفایی و بروز استعدادها در نسل‌های پی‌درپی.	روابط بینانسلی	**ارتباطی**
– خیلی از فرش‌های صادراتی کرمان در گذشته توسط هنرمندان همین خانواده‌ها طراحی شده است. – استفاده از نقوش اروپایی و غیربومی نیاز به حمایت جامعه هنری دارد و خانواده هنری و حمایتش می‌تواند این زمینه را فراهم سازد.	• زمینه‌سازی تبدیل فرش کرمان به یک نظام متحول و پویای بینافرهنگی.	روابط بینافرهنگی	

(نگارندگان)

گلجام
دوفصلنامه
علمی – پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۷

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

هنرمند درون جامعه تابع یک سری ارزش‌هاست که این ارزش‌ها بر شـــخصیت هنـــری وی تأثیرگذار خواهند بـــود. «ارزش‌ها، چیزهایی هستند که مردم به آن‌هـــا معتقدند و آن‌ها را در زندگی‌شان مهم می‌دانند. معیارهایی هستند که ما آنها را بروضعیت‌های ویژه تطبیـق می‌دهیم» (محبوبی‌منـــش، ۱۳۹۱: ۵۱). البتـــه ارزش‌هـــا تماماً اجتماعی نیســـتند، بلکـــه گروهی از ارزش‌ها جنبـــه‌ی فردی دارنـــد. ارزش‌های فردی و اجتماعی، نظام ارزشـــی مؤثر بر خاندان‌های هنری را شکل می‌دهند.

در فرش کرمـــان خاندان‌های هنری زیادی وجود داشته‌اند که هر یک به نوبه‌ی خود تأثیراتی قابل توجه بر ساحت فرش کرمان گذاشته‌اند. از جمله مهم‌ترین خاندان‌های هنری فرش کرمان می‌توان به خاندان‌های بهارستانی، بهرمند، تجربه‌کار، ذینی، رسولی، شاهرخی، صوتی، فخرالواعظین مهدوی، مهرابی، میرحســـینی و میسرجانی اشاره کرد. در مطالعات میدانی که در قالب مصاحبه از مصاحبه‌شوندگان در مورد مزیت‌های نظام خاندان‌های هنری به صورت ســـازمان نیافته پرسش شد، برخی از این مزیت‌ها استخراج و در قالب جدول شماره‌ی ۲ ارائه شد.

نتایـــج حاصل از ایـــن تحلیل نشـــان می‌دهد که وجـــود خاندان‌های هنری در فـــرش کرمان می‌تواند مزیت‌های آموزشـــی- حرفه‌ای، حمایتـــی- رقابتی، اقتصادی، خلاقیت و نوآوری و ارتباطی داشـــته باشد. این مزیت‌ها محورهای اصلی پرسش‌ها در سطح سوم مطالعه یعنی نقش و جایگاه خاندان شاهرخی در فرش کرمان را تشکیل می‌دهد.

۵-۱- مزیت آموزشی- حرفه‌ای

اســـاس و بنیان آموزش در هنرهای سنتی، تلمذ در محضر اساتید و دریافت تدریجی فنون در کنار آداب خاص حرف بوده است (مقنی‌پور، ۱۳۹۰: ۹۱) که این الگو در درون خود حاوی یک نظام سلســـله مراتب شـــغلی بود، تا مبتدی را به شـــاگردی و شاگرد را به خلیفه و خلیفه را به استاد و در نهایت استاد را به شیخ تبدیل کند (زکریایی کرمانی، ۱۳۸۵: ۲۲۴-۲۲۱). این نظام ســـاختاری در خاندان‌های هنری فرش کرمان با اندکی تفاوت وجود دارد. بر اســـاس اسناد و مدارک، وجود بافنده، خلیفه و اســـتادکار در نظام فرش کرمان تقریباً قطعی است.

در ســـاختار خاندان هنری هماننـــد نظام صنفی هنرهای ســـنتی دو وجه آموزشـــی و حرفه‌ای در یک راســـتا قرار دارند. بدین معنا که آموزش در راســـتای حرفه‌آموزی و تهذیب نفس برنامه‌ریزی شـــده است. در نظام صنفی خـــارج از خاندان‌های هنری ورود به صنـــف به همراه علاقه و عوامل بیرونی اســـت اما در نظام‌های خانوادگی هنر، ورود به صنف در راســـتای حفظ اصالت‌ها و هویت خانوادگی تلقی می‌شود. در ایـــن نظام پدر برای فرزند هم معلم و هم ولی اســـت لذا آموزش به فرزند عمیق‌تر و خالص‌تر خواهد بود. آموزش حرفه‌ای در خاندان‌های هنری، آموزشی سینه به سینه و نسل به نسل بوده است، لذا بسیاری از فنون و رموز مکتون در سینه هنرمند بدون هیچ چشم‌داشتی به فرزند منتقل می‌شود. از آنجایی که شغل خانوادگی به‌عنوان یکـــی از ارزش‌های اجتماعی برای فرد تلقی می‌شـــد لذا حفظ شغل خانوادگی برای بزرگ خاندان بسیار ارزشـــمند بود. در چنین شـــرایطی آموزش‌ها بســـیار دقیق، پدرانه و دلســـوزانه صورت می‌پذیرد. البته ذکر این نکته لازم به نظر می‌رســـد که این انتقال نسل به نســـل تا زمانی صورت می‌پذیرد که حرفه یا هنر خانوادگی در جامعـــه واجد ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی لازم باشـــد، در غیـــر این صورت تغییر در جریان مشـــاغل صورت خواهد پذیرفت. با توجه به یافته‌هـــای میدانی پژوهش می‌توان شـــکل‌گیری یک نظام آموزشی- حرفه‌ای را به‌عنوان یکی از مزیت‌های

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

خاندان‌های هنری در نظر گرفت.

۵-۲- مزیت حمایتی- رقابتی

یکی از مزیت‌های قابل توجه در مورد خاندان‌های هنری بحث رقابتی و حمایتی است. در راه‌اندازی و بقای هر فعالیت کسب و کار حضور رقیبان توانا و نهادهای حامی در موفقیت یا عدم موفقیت آن کسب و کار حائز اهمیت است (باتیشتا و لئیتاون، ۱۳۹۲). در شروع هر فعالیت اگر حمایت‌ها مختلف از طرف نهادهای حامی وجود داشته باشد ضمانت موفقیت آن فعالیت بیشتر شده و ضریب خطر پایین می‌آید. حمایت‌ها بیشتر از طریق دولت‌ها و نظام‌های سیاسی برنامه‌ریزی و بخشی به صورت زیرساخت، بخشی رایگان و بخشی به صورت خرید خدمات در اختیار بنگاه‌ها قرار می‌گیرد اما در نظام‌های سنتی، حمایت بیشتر به صورت درون‌سازمانی بوده است. به عبارت دیگر این نهادها و سازمان‌های صنفی و اجتماعی بودند که با حمایت از کسب و کارهای نوپا موجب حفظ و بقای آنها می‌شدند. خدمات ارتباطاتی، حقوقی، مالی، فنی، سازمانی و مشاوره‌ای در توانمندسازی کسب و کارهای نوپا در جهان سنت توسط جامعه‌ی صنفی صورت می‌پذیرفت. در ساختار خاندان‌های هنری، چون نظام صنفی به نهاد خانواده وارد شده است لذا کلیه‌ی حمایت‌های ارتباطی، مالی و فنی در درون خانواده صورت می‌پذیرد. به عبارت دیگر خانواده که در رأس آن هنرمندی با تجربه و شناخته شده قرار دارد هم می‌تواند از هنرمندان نوپا حمایت کند و هم به پشتوانه فرد شناخته شده اعتماد جامعه صنفی و حرفه‌ای جلب می‌شود؛ لذا ریسک کسب و کار در این خاندان‌های با تجربه، کمتر است. از طرفی هنرمندان با تجربه می‌توانند خدمات مشاوره‌ای رایگان و مفیدی به فرد جوان بدهند.

- رقابت از سوی دیگر یکی از محوری‌ترین و

تصویر ۱. قرارداد همکاری احمدخان شاهرخی و پسران با شرکت O.C.M به نمایندگی ژان تیموياناکی (ژوله، ۱۳۸۱: تصویر۵۷).

مهم‌ترین مفاهیم نظریه اقتصاد است که نیروی محرکه و پیش‌راننده‌ی هر فعالیت اقتصادی است و محصول آن نوآوری و خلاقیت است (خدادادکاشی، ۱۳۸۸: ۲۹).Marshall (1961: 197) معتقد است که «در یک مکان یا بازار واحد هیچ دو فردی را نمی‌توان یافت که برای رسیدن به هدف مشابهی از روش‌های دقیقا مشابه استفاده کنند. تمایل به تغییر علت اصلی پیشرفت است» (خدادادکاشی، ۱۳۸۸: ۳۰). خاندان هنری در حوزه اقتصاد هنر می‌تواند به‌عنوان یک برند[۲۳] شناسایی شود و امروزه از ارزش برند به‌عنوان یک مزیت رقابتی برای نهادهای اقتصادی نام برده می‌شود (Atilgan, S¸afak & Serkan, 2005).

اگر برند دارای ارزش ویژه بالایی باشد، نهاد اقتصادی می‌تواند در سایه وجود آن هزینه‌های خود را کاهش دهد؛ زیرا مشتریان نسبت به آن وفادار هستند.

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۷

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

همچنین می‌تواند بر دامنه محصولات خود بیفزایند زیرا خریداران به آن اعتماد دارند و همین عامل می‌تواند در برابر قیمت محصولات رقیب از محصولات بنگاه دفاع نماید و باعث می‌شود که نهادهای اقتصادی به تلاش‌های ترفیعی کمتری نیاز داشته باشند؛ زیرا آنان حاضرند مبلغ بیشتری را برای کسب مزایا و کیفیت برند مورد علاقه خود بپردازند (میرزایی، ۱۳۹۴). بر این اساس خاندان هنری به‌عنوان یک برند مزیت حمایتی و رقابتی خود را به خوبی آشکار می‌نمایند. هنرمندانی چون حسین‌خان و حسن‌خان دوم شاهرخی در لوای نام پدر و برند خاندان شاهرخی مزیت حمایتی و رقابتی یافته و قادر می‌شوند در جریاناتی چون حضور شرکت‌های خارجی در فرش کرمان از موقعیت مناسبی برخوردار شوند. این مزیت در مورد هنرمندی چون امیرخان شاهرخی در تولید فرش نیز صادق است.

۵-۳- مزیت اقتصادی

در راستای مزیت رقابتی- حمایتی خاندان‌های هنری فرش بحث مزیت اقتصادی نیز مطرح می‌شود. هنر- صنعت فرش عرصه‌ای مستقل و در ارتباط و تعامل با جامعه است که همواره بین هنرمندان، فرش تولیدی و مشتریان آن رابطه‌ای چند بعدی برقرار می‌شود که در نهایت باعث چرخش اقتصادی بین آنها می‌شود (محمدی، ۱۳۹۴: ۱۴۶). فرش دست‌باف به‌عنوان کالایی فرهنگی تا زمانی که در عرصه مبادلات عرضه و تقاضا قرار می‌گیرد، به‌عنوان کالایی اقتصادی در سازوکار علم اقتصاد اعم از کسب درآمد، سود و زیان و هزینه‌کردن برای آن قرار می‌گیرد (محمدی، ۱۳۹۴: ۱۴۶نقل شده از مردوخی،۱۳۸۶: ۱۲۶). اقتصاد فرش همانند بسیاری از آثار هنری تابع حمایت نهادهای اجتماعی است و این حمایت‌های اقتصادی در سه قالب خصوصی، دولتی و بازار آزاد شکل می‌گیرد (محمدی، ۱۳۹۴: ۱۴۷). در ارتباط با خاندان‌های هنری فرش، حمایت‌های خصوصی و بازار آزاد در مقطعی بیش از حمایت‌های دولتی بود اما بعد از تأسیس شرکت سهامی فرش بیشتر به صورت دولتی شکل گرفته است. شرکت‌های چند ملیتی خارجی و حامیان داخلی مانند دیلمقانی، میلانی، صدقیانی و امثال آن، در قالب حمایت‌های بخش خصوصی مطرح و خریداران تک فرش در بین توده مردم به‌عنوان حامیان آزاد شناخته می‌شوند. با مروری بر اسناد و مدارک فرش کرمان در عصر قاجار می‌توان حضور پررنگ خاندان‌های هنری فرش کرمان را در میدان حمایت همه‌ی گروه‌های حامی مشاهده نمود. به‌عنوان نمونه، قرارداد ارائه شده در تصویر شماره ۱ به خوبی حمایت خصوصی از هنرمندان خاندان شاهرخی را در فرش کرمان نشان می‌دهد. هر یک از حامیان هنر- صنعت فرش سعی دارد از تجربیات و مهارت بهترین‌ها بهره بگیرد تا در رقابت اقتصادی موفق‌تر باشد؛ لذا به برندها و نام‌های آشنا و پرآوازه توجه بیشتری می‌کند؛ در نتیجه وجود خاندان هنری می‌تواند به تقویت بنیه اقتصادی خانواده کمک کرده و رشد و بالندگی جوانان را منتج شود.

از سوی دیگر مزیت اقتصادی خاندان‌های هنری به صورت درون‌گروهی یا سازمانی مطرح می‌شود. خود خاندان هنری به‌عنوان یک بنگاه یا سازمان اقتصادی قابل تعریف است و هنرمندان درون این سازمان چرخه اقتصاد بنگاه را می‌چرخانند. به عبارت دیگر تک تک اعضای این سازمان اقتصادی تحت حمایت بنگاه قرار دارند و حتی بعد از استقلال و در لوای نام و برند خانواده هنوز از مزیت‌های اقتصادی بنگاه بهره‌مند می‌شوند. لذا می‌توان چنین جمع‌بندی نمود که خاندان هنری می‌تواند در راستای مزیت‌های حمایتی موجب تقویت بنیه اقتصادی همه‌ی اعضای خاندان شود و در میدان رقابت آنها را نسبت به رقیبان

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

اقتصادی پیش‌تر قرار دهد.

۵-۴- مزیت خلاقیت و نوآوری

در مباحث نظری هنر هرکجا صحبتی از خلاقیت مطرح می‌شود، بدون واسطه پای واژه‌ی نوآوری نیز به میان می‌آید. شاید دلیل این امر این باشد که همواره بعد از هر کنش خلاقانه، نوعی نوآوری پا به عرصه‌ی وجود می‌گذارد. در مطالعه‌ی ویژگی‌های هنرمند، خلاقیت یکی از مفاهیم مهم تلقی می‌شود؛ زیرا خلاقیت و آفرینش ویژگی اصلی هر هنرمندی است. مفهوم خلاقیت یکی از پیچیده‌ترین مفاهیم انسانی به شمار می‌رود. خلاقیت استعدادی الهی است که غلبه بر محیط، حل مسائل و عبور از تنگناها در طول تاریخ بشر به مدد خلاقیت صورت پذیرفته است. پیچیدگی مفهوم خلاقیت موجب شده در مطالعات با تعدد و تنوع عقاید و نظریات مواجه شویم (سلیمانی، ۱۳۸۵). خلاقیت قدرت کنار آمدن انسان در موقعیت‌های دشوار و توانایی حل مسائلی که فرد قبلاً راه حل آنها را نیاموخته است (Mayer, 1989: 204) و همچنین توانایی فرد برای تولید ایده‌ها، نظریه‌ها، بینش‌ها یا پدیده‌های جدید و بدیع است که در تمامی حوزه‌های علمی، فناوری، زیبایی‌شناسی و اجتماعی واجد ارزش‌های زیادی است (مهدوی‌نژاد، مهدوی‌نژاد، سیلوایه، ۱۳۹۲: ۱۲۹). در هنر و به خصوص هنری مانند فرش دست‌باف خلاقیت در تمام سطوح از طراحی تا عرضه محصول واجد ارزش می‌باشد و امروزه باور بر آن است که خلاقیت در حوزه فرش می‌تواند بسیاری از مشکلات فرش دست‌باف را حل کند و این ادعا کاملاً درست و منطقی است زیرا آنچه فرش ایران را به یکی از برندهای جهانی بدل نموده همان خلاقیت در فرایند تولید و عرضه‌ی آن در طول تاریخ بوده است.

همان‌طور که گفته شد نوآوری بیان‌کننده‌ی خلاقیت به فعل رسیده است. در نوآوری «توانایی‌های ذهنی که از قدرت تخیل و خلاقیت سرچشمه گرفته می‌شود، به صورت یک مفهوم و فکر جدید نمود پیدا می‌کند. یعنی یافته‌های ذهنی ما را به واقعیت نزدیک‌تر و محسوس‌تر می‌کند» (نخعی، ۱۳۸۹: ۱۸۵ نقل شده در افروغ و قشقایی فر، ۱۳۹۵). در واقع نوآوری عملیاتی و کاربردی کردن افکار و اندیشه‌های خلاقانه به حساب می‌آید (افروغ، قشقایی‌فر، ۱۳۹۵). بنابراین وقتی از خلاقیت در حوزه فرش سخنی گفته می‌شود باید نوآوری را به وضوح مشاهده نمود؛ زیرا خلاقیتی که به کنش نوآورانه ختم نشود، تنها در ذهن هنرمند باقی مانده و به منصه ظهور نرسیده است. اما نکته مهم در این بخش به‌عنوان مزیت برای خاندان‌های هنری در حوزه فرش نقش حمایتی خاندان‌ها در ظهور خلاقیت و نوآوری است. آشکارگری هر کنش خلاقانه و نوآورانه می‌تواند نوعی نگرانی در حوزه‌ی هنرهای سنتی به وجود آورد. معمولاً در جوامع سنتی کنش‌های جدیدی که توسط افراد عادی روی می‌دهد، خیلی مورد استقبال عام قرار نمی‌گیرد؛ البته این یک قاعده‌ی کلی نیست زیرا نمونه‌های خلاف آن را می‌توان نشان داد. اما همان‌طور که گفته شد معمولاً کنش‌های خلاقانه‌ی مورد قبول، مربوط به افراد عادی و ناشناخته نیست. کنش‌های انقلابی و ساختارشکنانه در حوزه‌ی هنرهای سنتی، بیشتر توسط اساتید تراز اول و شناخته شده صورت می‌پذیرد زیرا نام استاد به همراه کنش مطرح می‌شود و جامعه مقبولیت بیشتری از عمل یک استاد شناخته‌شده دارد. همین مسئله موجب می‌شود جوان‌ترها خیلی محتاتانه برخورد کرده، لذا در سطوحی ممکن است همین احتیاط ریشه‌های خلاقیت و نوآوری را برای همیشه در آنها بخشکاند. اما در خاندان‌های هنری مسئله کمی متفاوت می‌شود. نام خاندان و تأیید بزرگان خاندان هم نوع خلاقیت و نوآوری جوانان را کنترل می‌کند و هم جرأت بروز

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۷

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

آن را فراهم می‌سازد. لذا می‌توان وجود خاندان‌های هنری را مزیتی برای خلاقیت و نوآوری و حمایت از آن مطرح نمود. حمایتی که میزان خطرپذیری برای مقبولیت جامعه‌ی هنری را پایین می‌آورد.

۵-۵- مزیت ارتباطی

فرهنگ و ارتباطات به‌عنوان یک ضرورت انسانی فراگردند (Prosser, 1987: 336) به‌طوری‌که هابرماس آغاز فرهنگ را ارتباطات می‌داند (مولانا، ۱۳۷۶) از این روی فرهنگ و ارتباطات دو مقوله‌ی تجزیه ناپذیرند و هر یک بدون دیگری معنا و مفهوم ندارد. انسان برای رفع نیازهای اجتماعی خود ملزوم به ارتباط با همنوعان است لذا در کلیه‌ی کنش‌های فرهنگی و به تبع آن هنری می‌توان سطوحی از روابط و ارتباطات درون و برون سازمانی را مشاهده نمود. فضاها و بافت‌های اجتماعی بر نوع روابط انسانی تأثیر قابل توجهی می‌گذارند. گسترش ارتباطات و پیچیدگی سطوح ارتباطی را می‌توان به‌عنوان یکی از مزیت‌های خاندان‌های هنری به شمار آورد.

در این پژوهش دو سطح اصلی روابط را می‌توان در ارتباط با خاندان‌های هنری مطرح نمود که خاندان به‌عنوان مزیت در تقویت آن نقش بازی می‌کند. سطح اول را می‌توان درون سازمانی نامید. هر صنف یا مجموعه‌ی اقتصادی برای تقویت موقعیت خود و بهره‌وری از شرایط لازم دارد با افراد و گروه‌های درون صنف ارتباط سازنده داشته باشد. در حوزه فرش روابط بین صنوف دخیل و همکاران هر صنف یکی از ضامن‌های موفقیت افراد به شمار می‌آید. مزیت خاندان هنری زمانی در ارتباطات درون سازمانی آشکار می‌شود که فرد عضو خاندان با توجه به برند خانوادگی می‌تواند ساده‌تر و تسهیل‌تر روابط بین گروه‌های صنفی را برقرار نماید. به علاوه روابط شغلی بین نسل‌های مختلف یک خاندان هنری خیلی بیشتر و عمیق‌تر از استاد و شاگرد است. در خاندان هنری استاد و شاگرد روابط فامیلی و خانوادگی هم دارند که این روابط موجب تقویت ارتباط بین استاد و شاگرد می‌شود. در حالی که استاد و شاگردی که هیچ رابطه خانوادگی ندارند، به این راحتی روابط بین دو نسل را برقرار نمی‌کنند. شاید همین عامل باعث می‌شد که شاگرد توسط وصلت خانوادگی با استاد (مثلا ازدواج با دختر استاد یا بستگان استاد)، سعی کند ارتباط بین خود و استادش را تقویت نماید.

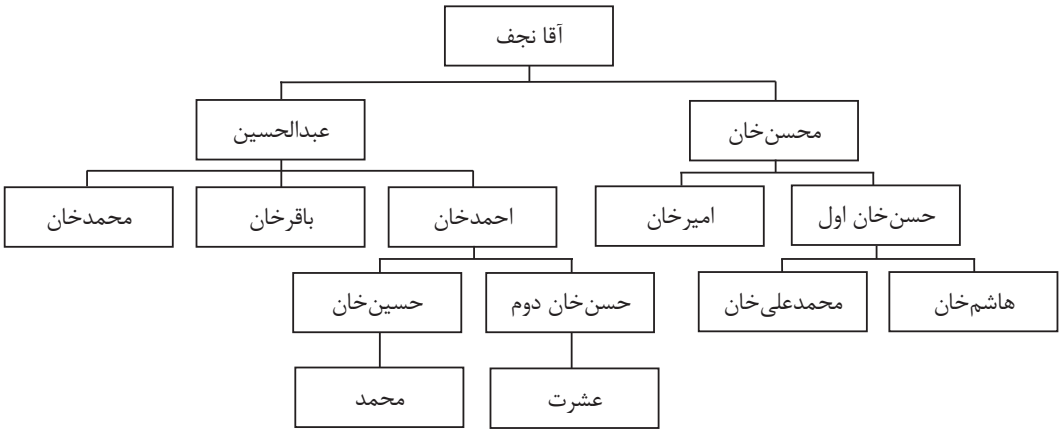
سطح دوم مزیت ارتباطی در رابطه با ارتباط بینافرهنگی قابل بررسی است. ارتباط بینافرهنگی، ارتباط میان مردمانی است که ادراکات فرهنگی و نظام نمادین آن به حدی از یکدیگر متمایز است، که پدیده‌های ارتباطی را متفاوت جلوه می‌دهد (Samovar & Richard, 2012: 58). ارتباطات بینافرهنگی ابتدا موجب توجه به جهان اطراف، فرهنگ‌های دیگر و شناخت آن‌ها می‌شود که این شناخت نهایتاً موجب تحول در شناخت از خود است زیرا تا دیگری نباشد خود معنایی پیدا نمی‌کند و خودشناسی معلول توجه به وجوه مشترک و تفاوت‌های نهفته است. مطالعه‌ی روابط بینافرهنگی موجب فراهم شدن ابزار و شیوه‌هایی است که امکان ارتباط بین فرهنگ خودی و دیگر فرهنگ‌ها را ایجاد می‌کند و مسائلی را که می‌تواند به‌عنوان موضوعات مطلوب دو طرف در این ارتباط مورد توجه قرار گیرد، برای ما روشن می‌کند (زکریایی‌کرمانی، شعیری و سجودی، ۱۳۹۲: ۱۳). اگر مروری بر تاریخ فرش کرمان صورت پذیرد، آشکار خواهد شد که فرش کرمان در شکل‌دهی روابط بینافرهنگی نقش قابل توجهی داشته است. شاید مهم‌ترین دلیل شکل‌گیری این روابط خلق فرش‌هایی چون مشاهیر یا فرش‌های تصویری متأثر از گوبلن‌های فرانسوی است (ملول، ۱۳۸۴). از آنجایی که حسن‌خان اول از هنرمندان شاخص خاندان شاهرخی

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

تصویرسازی زبردست بوده است لذا این توانایی او در طراحی فرش‌های تصویری کرمان به کار رفته است. نمونه‌هایی از تصویرسازی حسن‌خان برای فرش کرمان امروزه در مجموعه‌های خصوصی و موزه‌ها وجود دارد که شاید شاخص آن تصویر ناصرالدوله، حاکم کرمان است که ادواردز (۱۳۵۷) آن را در کتاب قالی ایران چاپ کرده است.

۶- خاندان شاهرخی در فرش کرمان

خاندان شاهرخی اصالت افشاری دارند و از زمان ولی‌خان افشار تا مرتضی قلی‌خان افشار، بزرگان خاندان شاهرخی حاکمان کرمان بودند اما در حدود پنج نسل پیش گروهی از افراد این خاندان با فراهم شدن شرایط شکل‌گیری خاندان‌های هنری به عرصه‌ی هنر روی آوردند و یکی از مهم‌ترین خاندان‌های هنری کرمان را شکل دادند. هنرمندان خاندان شاهرخی با کمک هم‌عصران خود برگی زرین در تاریخ هنر کرمان شکل دادند.



الگوی ۲. نمودار شجره هنرمندان خاندان شاهرخی (نگارندگان)

شجره‌ی هنرمندان خاندان شاهرخی در چهار نسل قابل بررسی است که نسل اول از فرزندان آقانجف که روحانی فرهیخته‌ای در کرمان به شمار می‌رفت، آغاز شد. محسن‌خان و عبدالحسین‌خان دو فرزند آقانجف به عنوان هنرمندان نسل اول، به کار هنری مشغول بودند که از این میان محسن‌خان از شهرت و توانایی بیشتری برخوردار بود. وی نگارگر و نقاش قلمدان و قاب آینه بود که طراحی پارچه‌های شال ترمه و فرش را نیز به خوبی انجام می‌داد. نسل دوم هنرمندان شاهرخی‌ها از بالاترین جایگاه در بین هنرمندان این دوره برخوردار بودند. حسن‌خان اول، امیرخان، احمدخان، باقرخان و محمدخان به عنوان هنرمندان نسل دوم به حساب می‌آیند. از باقرخان و محمدخان اطلاعات چندانی در دست نیست اما دو نابغه‌ی بزرگ فرش کرمان یعنی حسن‌خان اول و احمدخان در این نسل قرار دارند. حسن‌خان اول که به‌عنوان معلم ثانی هم شهرت دارد، یکی از نوادر و نوابغ طراحی فرش کرمان به حساب می‌آید که آثار زیبایی از وی به ویژه در حوزه فرش تصویری به جای مانده است. امیرخان فرزند دیگر محسن‌خان نیز به کار فرش اشتغال داشت

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۷

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

اما وی بیشـــتر در حوزه‌ی تولید و آن هم در روستای جوپار تمرکز داشت.

عبدالحســـین‌خان برادر محسن‌خان شاهرخی سه پسر داشـــت که احمدخان، باقرخان و محمدخان نام داشـــتند. از میان فرزندان عبدالحسین‌خان، احمدخان شـــاهرخی از جایگاه برجســـته‌ای برخوردار بود. وی را می‌تـــوان درکنار حســـن‌خان شـــاهرخی به‌عنوان برجسته‌ترین هنرمندان این خاندان برشمرد.

نسل ســـوم هنرمندان خاندان شاهرخی هرگز به اندازه‌ی نسل دومی‌ها تأثیرگذار نبودند که شاید یکی از دلایل عمده‌ی آن آغاز نـــزول اقتصاد فرش کرمان بوده باشد. در واقع هنرمندان این نسل شامل هاشم‌خان و محمدعلی خان به عنوان فرزندان حســـن‌خان اول و حســـن‌خان دوم و حســـین‌خان به عنوان فرزندان احمدخان در زمانی ســـکان هنـــر خانوادگی خود را به‌دســـت گرفتند که همـــراه با بالندگـــی آنها اوضاع اقتصادی فرش کرمان نیز پای در شـــیب نزول گذارد، بنابراین نســـل ســـوم را می‌توان مقارن با آغاز بحران نقش و جایگاه هنرمندان خاندان شاهرخی دانست. از نســـل چهارم تنها دو هنرمند به جای مانده که محمد شـــاهرخی فرزند حســـین‌خان به هنر مجسمه‌سازی اشتغال داشت و تنها عشرت شاهرخی به نقاشی فرش به عنوان هنر خانوادگی خود پرداخت.

مهم‌ترین شاخصه‌های آثار هنری هنرمندان خاندان شـــاهرخی، ایعاد زیبایی‌شناختی، خلاقیت و نوآوری، تداوم ســـنت‌ها در عین نوجویـــی، توجه به مضامین روایـــی، توجه بـــه طبیعت، توجه بـــه ادب و عرفان، نخبگی، پیشـــرویی، مدیریت، پایبنـــدی به ارزش‌ها، توجه به نظام آموزش اســـتاد و شـــاگردی، ذوفنونی، بیناهنری، توجه به بنیان‌های فرهنگی، اخلاق مداری، دین مداری، توجه به اقتصاد و مدیریت، آزاد اندیشی، حرکت به همراه زمان، مؤثر بودن در جریانات هنری، خدمت‌رسانی، توجه به روابط بینافرهنگی و امثال آن است (زکریایی کرمانی، ۱۳۹۵).

تصویر ۲. نفر نشسته محسن‌خان شاهرخی، ایستاده از راست نفر اول حسن‌خان شاهرخی، نفر چهارم امیرخان شاهرخی– احتمالاً کودک کنار حسن‌خان، محمدعلی شاهرخی است. (مجموعه عکس‌های خانوادگی علی شاهرخی فرزند حسین‌خان شاهرخی)

تصویر۳. حسن‌خان شاهرخی بزرگ‌ترین هنرمند و طراح فرش کرمان در نسل دوم خاندان شاهرخی
(Edwards. 1975: 207)

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

۷- مطالعـــه جایگاه و نقـــش هنرمندان خاندان شاهرخی

۱-۷- جایگاه خاندان شاهرخی

جایـــگاه رابطه‌ی نزدیکی با مقـــام و منزلت اجتماعی یک هنرمنـــد دارد. جایگاه یک هنرمند یا یک خاندان هنری مانند خاندان شـــاهرخی تابع زمان یا گذر زمان اســـت؛ به عبارت دیگر شـــناخت جایگاه هنرمندان خاندان شـــاهرخی می‌توانـــد در دو قالب درزمان و هم‌زمان مورد ارزیابی قـــرار بگیرد. تحولات جایگاه هنرمنـــدان کرمانی با تحولات ارزشـــی ارتباط دارد. تـــا زمانی کـــه ارزش‌های هنری فـــرش در کرمان با ارزش‌های مبادله‌ای و اقتصادی هم‌پوشـــانی داشـــته باشـــد، منزلت هنرمندان فرش نیز بالاتر می‌رود زیرا سرمایه اقتصادی یکی از مهم‌ترین عوامل شکل‌دهنده جوامع معاصر اســـت و هر آنچه موجب تقویت این ســـرمایه شـــود در میدان فرهنگی جامعـــه تأثیر قابل توجهی می‌گذارد و بر سلیقه یا ذائقه مصرف‌کنندگان تأثیر می‌گذارد (گنجـــی و حیدریان، ۱۳۹۳: ۸۴)؛ اما با فاصله گرفتن دو نظام ارزشـــی اقتصادی و هنری و زوال اقتصاد هنرمندان فـــرش جایگاه اجتماعی آن‌ها در میدان اجتماعی تغییرات قابل ملاحظه‌ای را تجربه می‌کند. از آنجایی کـــه در گفتمان عصر قاجار فرش بیشتر به‌عنوان یک شیئ[۲۴] اقتصادی و صنعتی شناخته می‌شد لذا برخورد با فرش و افراد دخیل در آن بیشتر تابع ارزش‌های اقتصادی سنجیده می‌شد؛ از این روی با تغییر الگوهای اقتصادی کرمان از فرش به ســـمت کشاورزی اقتصاد فرش دچار رکود و در ادامه اقتصاد هنرمندان فرش نیـــز رو به زوال رفت. این جریان در جایگاه و منزلت اجتماعی هنرمندان خاندان شاهرخی هم تأثیرگذار بود.

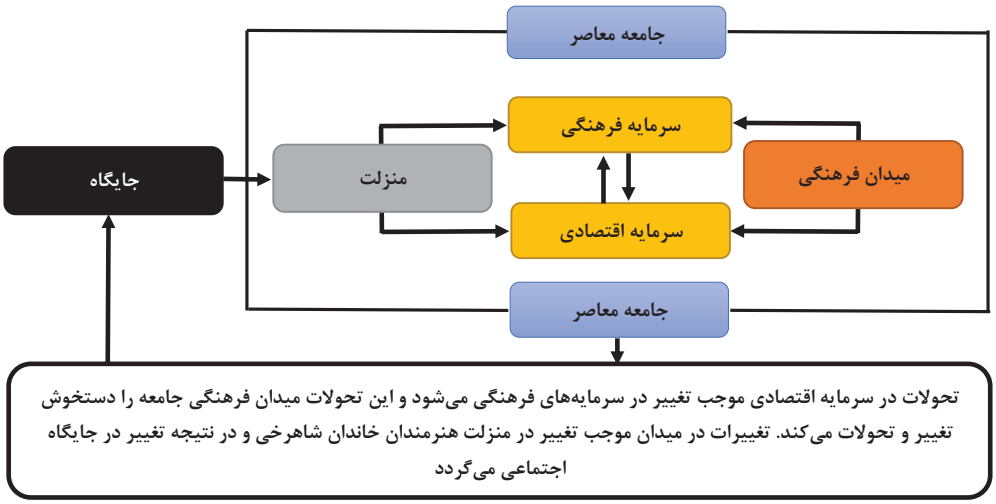
نظام‌های ارزشـــی جامعه به راحتی به حوزه‌های هنری وارد می‌شـــوند و هم در گســـترش انواع هنرها و هم در محتـــوا و مضمون‌هایی که در یک اثر هنری بـــدان پرداخته می‌شـــود، تأثیر می‌گذارنـــد. ارزش‌ها شـــکل‌دهنده‌ی تمایلات و منش‌های هنری(ســـلیقه) هســـتند مثلاْ در هنر اســـلامی ارزش‌های اســـلامی حکم‌فرما می‌شـــود و در هنر بودایی ارزش‌های آیین بـــودا به‌عنوان ارزش‌های هنری مطرح می‌شـــود. این مقوله تابع میدان فرهنگی اســـت که بوردیو در رابطه با سرمایه اجتماعی بدان اشاره دارد (بوردیو، ۱۳۸۴).

ارزش‌های اقتصـــادی به‌عنوان یک گونه‌ی مهم از ارزش‌های حاکم در جامعه مطرح‌اند که بودریار آن‌ها را تحت عنوان ارزش‌های مبادله‌ای می‌خواند (لچت، ۱۳۸۳: ۳۴۳). فرش کرمان در عصر قاجار یک کالای مبادلـــه‌ای صنعتی بود و همچون عصر حاضر به‌عنوان یک فعالیت هنری دیده نمی‌شـــد، بلکه حرفه‌ای بود همانند ســـایر حرف که بخش قابل توجهی از نیروی انسانی را شـــاغل کرده بود. در آن زمان صنعت فرش کرمان به‌عنوان مهم‌ترین کالای صادراتی منطقه و ایران مطـــرح بود، بنابرایـــن از ارزش اقتصادی، کاربردی و مبادله‌ای بالایی برخوردار بوده است (زکریایی کرمانی، ۱۳۹۱: ۲۲۳).

با ورود به عصر فن‌آوری‌های جدید حضور صنایع بزرگ مانند مس و رشد اقتصاد باغداری پسته، صنعت فرش رونق خود را از دست داد و بیشتر به‌عنوان یک هنر دســـتی و یک سرمایه فرهنگی- اجتماعی شناخته می‌شـــود؛ به عبارت دیگر بنیان‌های صنعت فرش در زمان حیات هنرمندان شـــاخص خاندان شاهرخی و به ویژه نســـل دومی‌ها بر اساس ارزش‌های اقتصادی استوار شد. در آن زمان تولیدکنندگان داخلی و خارجی و بعدها شرکت ملی فرش ایران به‌عنوان حامیان فرش از هنرمندان شـــاخص حمایت می‌کردند و با حمایت آن‌ها جایگاه اجتماعی و به‌صـــورت فرعی‌تر جایگاه اقتصادی این هنرمندان ارتقاء می‌یافت اما با به حاشیه رفتن صنعت فرش و بروز مشـــکلات اقتصادی برای دست‌اندکاران این حوزه در کرمان موقعیت اجتماعی

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

این هنرمندان نیز دچار تنزل شد. این بار سرمایه‌داران صنعتـــی و کشـــاورزی از جایگاه اقتصـــادی بالاتری برخوردار شـــدند و نتیجه‌ی آن کاهـــش ارزش‌های مبادلـــه‌ای در فرش کرمان و در عوض مطرح شـــدن ارزش‌های نشانه‌ای و هنری به‌عنوان ارزش‌های غالب اســـت (زکریایی کرمانی، ۱۳۹۵: ۲۱۰). البته این نوع نگرش هنری به فرش مربوط به دو دهه‌ی اخیر است که وضعیـــت جایگاه اجتماعی طراحـــان و هنرمندان فـــرش کرمان را بهبود بخشـــیده اســـت اما وضعیت اقتصادی آن‌ها مشکلات عدیده‌ای دارد.



الگوی ۳. الگوی تحولات جایگاه هنرمندان خاندان شاهرخی با توجه به تحولات جامعه معاصر (نگارندگان)

یکی از دلایل مهم کم‌توجهی نسل جدید خاندان شـــاهرخی به حوزه‌ی طراحی نزول جایگاه اجتماعی هنرمندان فرش در کرمان بوده اســـت؛ اما با تغییر نظام ارزشـــی از ارزش‌های مبادله‌ای به سمت ارزش‌های فرهنگی، هویتی و هنری موقعیت و جایگاه هنرمندان فرش در کرمان رو به بهبود اســـت، البته این بهبودی نسبت به وضعیت قبل است و هنوز با جایگاه شایسته‌ی آن فاصله‌ی بسیاری دارد. لازم است مسئولین فرهنگی و اجتماعی کرمان به هنر فرش به‌عنوان یک هنر هویتی بنگرند و با فرهنگ‌ســـازی گســـترده، زمینه‌ی آشنایی نسل جوان را نســـبت به هنر فرش فراهم سازند. باید بافندگی در کرمان به‌عنوان یک هنر شـــناخته شود و بافنـــدگان در میان هنرمندان این منطقـــه از منزلت و جایگاه شایســـته‌ای برخوردار شوند؛ زیرا اگر بافنده‌ی خوب نباشد بهترین طرح‌ها نیز قابل بافت نمی‌باشند. یکی از مهم‌تریـــن عوامل رکود فرش کرمان در عصر حاضر نزول کمی و کیفی بافندگان فرش کرمان است (قهاری، ۱۳۸۰: ۱۲۰). شـــاید به همین دلیل باشد که امروزه بســـیاری از طرح‌ها و نقوش ریـــز کرمانی را بافندگان ماهر و توانای قمی با ابریشم و بسیار ظریف می‌بافنـــد و بازار خوبی هـــم دارد. علاوه بر قم برخی از طرح‌هـــای اصیل کرمانی در حوزه‌ی فرش مشـــهد و تبریز بافته می‌شـــود که تبریز از نظر ســـاختار بافت با فرش کرمان بســـیار متفاوت است. به نظر می‌رسد باید در زمینه‌ی بافت فرش کرمان تحول قابل توجهی روی دهد، تا زمینه برای رشـــد طراحانی خلاق چون هنرمندان خاندان شـــاهرخی فراهم شود؛ در غیر این صورت نتیجه‌ی خلاقیـــت و توانایی طراحان کرمانی

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

در عرصه‌های جهانی با عنوان ابریشم‌های قم و تبریز شـــناخته می‌شود و در نتیجه فرش کرمان به فراموشی سپرده شده و درنهایت جایگاه هنرمند فرش نیز نازل‌تر می‌شود.

۲-۷- نقش خاندان شاهرخی در فرش کرمان

همان‌طور که در بخش مبانی نظری شـــرح داده شد، نقش و جایگاه دو وجه به هم پیوسته و تفکیک‌ناپذیرند بنابراین باید این دو را در راســـتای هم مطالعه نمود. نقش یک هنرمند در عصـــر حیات هنری‌اش جایگاه او را شـــکل می‌دهـــد و جایگاه برای یـــک هنرمند نقش می‌ســـازد. هنرمندان شاخص خاندان شاهرخی از آنجایی شـــاخص شـــدند که در جریان تحولات فرش کرمان نقش داشـــتند. آن‌ها به دلیل برخورداری از برجســـتگی در میان هم‌عصرانشان به‌عنوان بازیگر شاخص تحولات فرش کرمان از اواخر قاجار تا عصر پهلوی اول نقش داشـــتند و در بســـیاری از تحولات اساسی فرش کرمان مانند تحولات عصر ترمه، عصر ســـبزیکار و یا ورود فرش‌های تصویری به حوزه‌ی فـــرش کرمان به‌عنوان شـــاخص‌ترین‌ها دخیل بودند (زکریایی کرمانی، ۱۳۹۵: ۲۱۱). هر یک از هنرمندان خاندان شـــاهرخی در زمان حیـــات نقش‌هایی را در حوزه فرش کرمان بازی می‌کردند که برخی براساس آثار هنری آن‌ها قابل شناسایی است و برخی برمبنای شـــواهد و اســـناد خارج از آثار آن‌ها قابل دریافت و تبیین است. براساس مطالعات میدانی و مصاحبه‌های عمیق و ســـازمان نیافته‌ای که با مطلعـــان این حوزه صـــورت پذیرفت، می‌توان به شـــش نقش اصلی در ارتباط با هنرمندان خاندان شاهرخی رسید.

همانطور که در جدول شـــماره ۳ مشـــخص شد؛ پس از فرایند تقلیل‌گرایی، ســـازماندهی و کدگذاری محـــوری (میرزایی، ۱۳۹۵: ۹۷۵) شـــش نقش اصلی شـــامل ۱) تقویت ارزش‌ها و هویت، ۲) الگوسازی، ۳) تأثیرگـــذاری فرازمـــان و ماندگار بـــر جامعه، ۴) مصون‌ســـازی از تأثیرپذیـــری فرهنـــگ دیگری، ۵) جریان‌ســـازی در تحولات فرهنگی و هنری ۶) مؤثر بودن در شاخصه‌های محصول فرش استخراج شد.

هنرمند به‌عنوان عضوی تأثیرگذار در جامعه هم از اجتماع خود تأثیر می‌پذیرد و هم بر آن تأثیرگذار است (الکساندر، ۱۳۹۳: ۵۴). نقش هنرمندان در جامعه تأثیر بر نگرش‌ها و رفتارهاســـت. لذا با این پیش‌فرض که طراحان فرش جزیی از هنرمندان هســـتند لذا می‌توان اســـتنباط کرد که هنرمند هم از جامعه تأثیر می‌پذیرد (نظریه بازتاب) و هم بر جامعه تأثیر می‌گذارد. نتیجه حاصل از این تحلیل بر نقـــش تأثیرگذاری هنرمندان خاندان شاهرخی تأکید دارد. در نقوش استنباطی در این پژوهش می‌توان ردپای مستقیم تأثیرگذاری هنرمندان خاندان شـــاهرخی را بر جامعه فرش به طور اخص و جامعه به طور عمومی می‌توان مشاهده نمود. لذا نقش مهـــم تأثیرگذاری را می‌توان در دو ســـطح فرهنگی و هنری بررسی نمود. در سطح اول می‌توان تأثیر فرازمان و ماندگار هنرمندان شـــاخص خاندان شاهرخی را بر جامعه به ویژه جامعه‌ی فرش کرمان مشـــاهده نمود. هنـــوز بعد از گذر چندین دهه طرح‌های منســـوب به حســـن‌خان در فرش کرمان کار می‌شود و گروهی از طرح‌ها به عنوان حسن‌خانی شهرت دارند. این مسئله می‌تواند تأثیر فرازمانی هنرمندان را تبیین کند.

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۷

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

جدول ۳. تحلیل محتوای داده‌های حاصل از مصاحبه در رابطه با نقش هنرمندان خاندان شاهرخی

گزاره‌های شاخص	مقوله‌های اصلی	کدهای محوری	نقش‌ها
الگوسازی باید هم رفتاری باشد و هم هنری. حسن‌خان و احمدخان می‌توانند الگو باشند. محسن‌خان، حسن‌خان و احمدخان الگوهای فرهنگی هستند. شناخت و معرفی هنرمندان می‌تواند باعث تقویت هویت شود. هنرمند نباید تک بعدی باشد. هنرمند رسالت فرهنگی اجتماعی دارد. هنرمندان خاندان شاهرخی واجد ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی هستند. برای الگوسازی باید نقاط مثبت الگو شود. این هنرمندان می‌توانند برای هنرمندان نسل جوان ایجاد انگیزه کنند. چون الگوهای خودمان را معرفی نمی‌کنیم و نمی‌شناسیم الگوهای بیگانه در جامعه گسترش می‌یابند. هنرمندان فرش کرمان اساس و بنیان تحولات فرش هستند. می‌توان جنبش‌های هنری را در فرش کرمان مشاهده نمود. هرکجا تحولی در یک‌صد سال اخیر فرش کرمان روی داده می توان رد پای هنرمندان خاندان شاهرخی را دید. هنرمندان شاهرخی در تمام سبک‌های فرش کرمان حضور دارند. تأثیر هنرمندان شاهرخی علاوه بر زمان حیاتشان در دوران بعد از حیاتشان قابل مشاهده است. طرح‌های منسوب به حسن‌خان هنوز در فرش کرمان کار می‌شود. هنرمندان شاهرخی دارای استعداد هستند. طرح‌های خلاقانه ماندگار می‌شوند چون بر سایرین تأثیرگذارند. هنرمند پیشرو ماندگار می‌شود نه هنرمند مقلد. هنرمندان شاهرخی بر کیفیت فرش کرمان مؤثر بودند. هنرمندان شاهرخی تنوع گونه‌های طرح و نقش را تقویت کردند. هنرمندان شاخص شاهرخی بر اقتصا فرش کرمان تأثیر مثبت داشتند. هنرمندان شاخصی چون حسن‌خان جریان‌ساز بودند. حسن‌خان در تصویرسازی فرش کرمان صاحب سبکی ادامه‌دار بوده است. احمدخان در قالی‌های بعد از جریان ترمه صاحب سبک هنری شده است.	• رسالت فرهنگی- اجتماعی هنرمند • ارزش‌های فرهنگی- اجتماعی هنرمند	رسالت و ارزش	**تقویت ارزش‌ها و هویت**
	• لزوم چندبعدی بودن هنرمند • ایجاد انگیزه در مخاطب • تقویت هویت در جامعه	تأثیر بر جامعه	**الگوسازی**
	• لزوم معرفی و الگوسازی از هنرمندان • مثبت‌گرایی در الگوسازی • الگوسازی چندوجهی	الگوسازی مثبت و چندوجهی	**تأثیرگذاری فرازمان و ماندگار بر جامعه**
	• آسیب الگوگیری از بیگانگان	فرهنگ‌پذیری از دیگری	
	• هنرمندان معیار تحولات و جنبش‌ها • هنرمندان دخیل در شکل‌گیری سبک‌ها	معیار شدن هنرمند در سبک‌ها و جریانات	**مصون‌سازی از تأثیرپذیری فرهنگ دیگری**
	• تأثیر هنرمندان در دوران حیات • تأثیر هنرمندان بعد از حیات فیزیکی	تأثیر فراحیات هنرمند	
	• ماندگاری هنرمندان با استعداد • تأثیر خلاقیت بر ماندگاری هنرمند • تأثیر پیشرویی در ماندگاری	ماندگاری هنرمندان	**جریان‌سازی در تحولات فرهنگی و هنری**
	• مؤثر در کیفیت فرش • مؤثر در تنوع طرح و نقش • مؤثر بر اقتصاد فرش	تأثیر هنرمندان در محصول فرش	**مؤثر در شاخصه‌های محصول فرش**

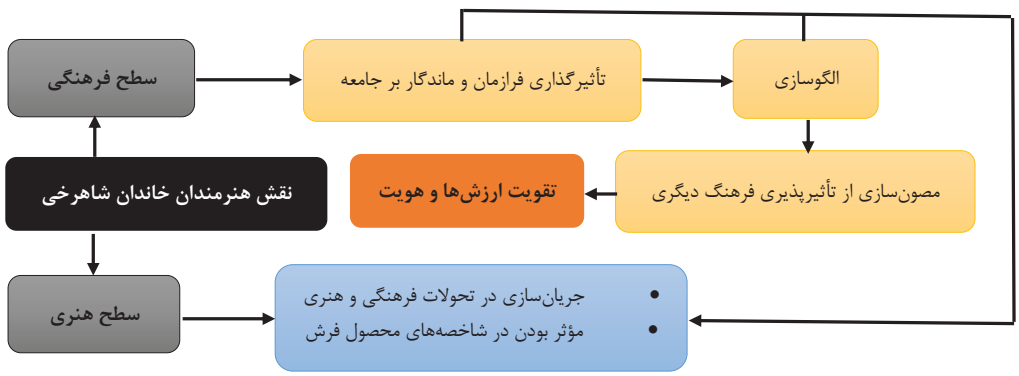
(نگارندگان)

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

تأثیر فرازمانی هنرمنـــدان خود نتایجی در بر دارد که یکی از مهم‌ترین نتایج آن مصون‌ســـازی اســـت. امروزه بـــا طرح مســـئله جهانی شـــدن و قرارگیری فرهنگ‌ها در هم‌شـــکلی آسیب فراموشی فرهنگ‌های بومی مطرح می‌گردد که پاســـخ اندیشـــمندان به این آســـیب طرح بومی‌سازی فرهنگی و حفظ هویت ملی (شوکتی‌آمقانی، ۱۳۹۱) در کنار پیشرفت وجوه مادی و غیرمادی فرهنگ است. هنرمندان به‌عنوان پیشتازان خط مقدم فرهنـــگ می‌توانند موجب مصون‌ســـازی تأثیـــرات فرهنگ بیگانه شـــوند. هنرمنـــدان خاندان شاهرخی و سایر هنرمندان می‌توانند این نقش مهم را بازی کنند و راهکار تقویت این نقش الگوسازی است. باید از هنرمندان در سطح جامعه الگوسازی کرد. البته در فرایند الگوســـازی باید گزینشی عمل نمود یعنی در شاخص‌ســـازی رفتارها و نگرش‌هـــای هنرمند به ارزش‌های اجتماعی نگریست. صفات مثبت و ارزشی هنرمندان باید پررنگ و برجسته شود تا بتوان از نقش الگوسازی هنرمند در راستای تعالی جامعه بهره برد. در صورت دســـتیابی به نقش الگوسازی پای نقشی دیگر به عرصـــه‌ی فرهنگ باز می‌شـــود و آن نقش تقویت ارزش‌ها و هویت فرهنگ بومی است.

الگوی۴. تحلیل روابط نقش هنرمندان خاندان شاهرخی در حوزه فرش کرمان (نگارندگان)



ســـطح دوم نقش هنرمندان خاندان شاهرخی در ســـطح هنری اســـت. ضمن تأیید نقش الگوسازی و تأثیرفرازمان در سطح فرهنگی، می‌توان این نقوش را در فرایند خلق اثر هنری نیز مشـــاهده نمود. مثلا ابعاد چندگانه و نگرش حکیمانه هنرمندی چون حسن‌خان را می‌تـــوان به عنـــوان الگو مطرح نمود. حســـن‌خان ادبیات ایران را خوب می‌شناخت؛ ریاضی و طب سنتی می‌دانست و به نجوم علاقمند بود. به زبان‌های عربی و فرانسه آگاهی داشت و در گونه‌های مختلف هنری چون نقاشـــی زیرلاکی و طراحی فرش تسلط داشت. اینها می‌تواند زمینه‌ی الگوسازی هنری برای هنرمندان جوان باشد تا با دستیابی به حوزه‌های متنوع معرفتی، زمینه‌ی رشـــد و اعتلای فرش ایران را فراهم سازند. یکی دیگـــر از نقش‌های مهم هنرمنـــدان این خاندان جریان‌سازی هنری اســـت. به عبارت دیگر هنرمندان خاندان شاهرخی چون حسن‌خان و احمدخان دارای سبک بودند و این سبک‌ها در فرش کرمان ماندگار شد و تأثیر این ســـبک‌ها را می‌توان در فرش‌های معاصر کرمان نیز مشـــاهده نمود. شـــاخص بودن و سبک‌دار شـــدن این هنرمندان بر ابعاد هنری و اقتصادی فرش کرمان نیـــز تأثیرگذار بوده اســـت. فعالیت احمدخان در طراحی فرش‌های شـــرکت‌های مهم تولید فرش و

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۷

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

حضور فردی چون هاشم‌خان در شرکت فرش کرمان و یا تلاش‌های بی‌مثال امیرخـــان در اقتصاد منطقه‌ی جوپار کرمان شواهد تأثیر هنرمندان خاندان شاهرخی در محصول نهایی فرش کرمان است.

۸- نتیجه‌گیری

ســـاختار حرفه‌آموزی در تاریـــخ فرهنگ ایران زمین فرایندی پیوســـته و به صورت نهادینه بوده است که آموزه‌های ســـینه به ســـینه از پدر بـــه فرزند موجب شکل‌گیری ســـاختاری به نام خاندان‌های هنری شده است. این خاندان‌ها به‌عنوان یکی از ارکان مهم صنایع و حرف ســـنتی بوده‌اند. خاندان‌های هنری معمولاً به نام بزرگترین و شـــاخص‌ترین فرد خاندان و یا با نام حرفه‌ی خانوادگی شناخته می‌شوند که می‌توان آن‌ها را به‌عنـــوان یک ظرفیت فرهنگی به شـــمار آورد. در عصر حاضر به دلیل تحـــولات اجتماعی، آموزه‌های آکادمیک و تغییر در ســـاختار صنعت موجب شـــده اســـت تا خاندان‌های هنری به فراموشی سپرده شوند لذا در این پژوهش سعی شد با مطالعه‌ی کیفی نقش و جایگاه هنرمندان این خاندان‌ها، تا حدودی ظرفیت‌ها و مزیت‌هـــای این مؤلفه‌های فرهنگی مورد بررســـی و تحلیل واقع شـــود. در ســـطوح اولیه مقدماتی این پژوهش تعاریفی در مورد خاندان‌های هنری صورت پذیرفـــت که می‌تواند در تقویـــت ادبیات نظری این حوزه قابل توجه باشـــد. لذا مقصود از خاندان هنری، مجموعه‌ی هنرمندانی اســـت کـــه در یک خانواده به رشد و شکوفایی هنری رســـیده و موجب شهرت و اعتلای خانواده‌ی خود شده‌اند.

مهم‌ترین یافته‌ی این پژوهش پاسخ به این پرسش اصلی اســـت که نقش و جایگاه هنرمندان خاندان‌های هنـــری در فرش کرمان با تأکید بر خاندان شـــاهرخی چیســـت؟ در راستای پاســـخ به این پرسش سه سطح مطالعاتی طراحی و تبیین هر ســـطح بخشی از پاسخ این پرســـش را در خود جای داده است. نتایج حاصل از سطح اول بیشتر معطوف به مزیت‌های خاندان‌های هنری به طور عام می‌شـــود. وجود خاندان‌های هنری در حـــوزه‌ی فرهنگ و هنر کرمان بـــه صورت عام و در حوزه‌ی فرش کرمان بـــه صورت خاص می‌تواند مزیت‌های آموزشـــی- حرفه‌ای، حمایتـــی- رقابتی، اقتصادی، خلاقیت و نوآوری و ارتباطی داشـــته باشد. خاندان‌هـــای هنری یک نظام آمـــوزش حرفه‌ای ناب و اخلاق‌مـــدار را پایه‌گذاری می‌کننـــد. محصول این نظام آموزشی حرفه‌ای شـــکل‌گیری نهادی اجتماعی با عنوان خاندان هنری اســـت که دو وجه عواطف و تعلقات خانوادگی را با وجوه شغلی و حرفه‌ای درهم می‌آمیزد و قدرت این نهـــاد را افزون می‌کند. تقویت قدرت خاندان‌های هنری موجب افزایش توان رقابتی اعضای این نهاد اجتماعی- حرفه‌ای می‌شـــود که این تـــوان رقابتی خـــود معلول حمایت مـــادی و معنوی خاندان هنری است. حمایت و رقابت در نهاد حرفه‌ای خانوادگی موجب می‌شود تحولات و نوآوری‌های تابع برند خاندان بیشتر در جامعه مورد پذیرش قرار بگیرد و فـــرد عضو خاندان حرفه‌ای می‌تواند به پشـــتوانه‌ی حمایت بزرگان خانواده به نوآوری‌های جدید دســـت بزند. حمایت خاندان‌های هنری از اعضای خود هم در وضعیت اقتصادی و معیشـــتی افراد و هم در نظام‌های ارتباطی درون و برون گروهی نهاد خاندان هنری تأثیر به ســـزایی می‌گذارد بنابراین می‌توان خاندان هنری را به عنوان یک ظرفیت فرهنگـــی برای فرش کرمان به حساب آورد.

در ســـطح دوم این پژوهش اشـــاره‌ای به ساختار خاندان شـــاهرخی به‌عنوان یکـــی از خاندان‌های مهم فـــرش کرمان شـــد کـــه در این میان محســـن‌خان و فرزندش حسن‌خان اول در کنار احمدخان برادرزاده‌ی محسن‌خان شاهرخی به عنوان هنرمندان شاخص این خاندان اشـــاره شد و در سطح ســـوم به تبیین نقش و

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

جایگاه این افراد پرداخته شد. نقش و جایگاه به عنوان دو عنصر وابسته و تابع هم مطرح می‌شوند. نقش افراد تابع جایگاه اجتماعی آن‌هاست و جایگاه اجتماعی نقش افراد را شکل می‌دهد. لذا هر یک از این مؤلفه‌ها بر دیگری تأثیرگذار خواهد بود. ازجمله نتایج مهم این پژوهش می‌توان به ارتباط جایگاه هنرمندان خاندان شاهرخی با منزلت اجتماعی اشاره نمود. به عبارت دیگر جایگاه هنرمندان خاندان شاهرخی تابع تغییر و تحولات جامعه‌ی کرمان است و این یک فرایند ایستا و ثابت نیست. جایگاه هر یک از هنرمندان خاندان شاهرخی نسبت به دیگر اعضا متفاوت و منحصر به خود آن فرد است و از طرفی جایگاه فردی هر یک از اعضای این نهاد اجتماعی تابع زمان و تحولات فرهنگی و اقتصادی است. تحولات در سرمایه اقتصادی موجب تغییر در سرمایه‌های فرهنگی می‌شود و این تحولات میدان فرهنگی جامعه را دستخوش تغییر و تحولات می‌کند. تغییرات در میدان موجب تغییر در منزلت هنرمندان خاندان شاهرخی و در نتیجه تغییر در جایگاه اجتماعی می‌گردد. پس منزلت اجتماعی و نظام ارزشی حاکم بر جامعه موجب تحولات جایگاه هنرمندان خاندان شاهرخی در جامعه‌ی کرمان بوده است و این الگو هنوز در جریان است. این جایگاه پویا در عرصه‌ی زمان می‌تواند موجب شکل‌گیری نقش هنرمندان این خاندان باشد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که مهم‌ترین نقش هنرمندان خاندان شاهرخی شامل شش نقش اصلی شامل ۱) تقویت ارزش‌ها و هویت، ۲) الگوسازی، ۳) تأثیرگذاری فرازمان و ماندگار بر جامعه، ۴) مصون‌سازی از تأثیرپذیری فرهنگ دیگری، ۵) جریان‌سازی در تحولات فرهنگی و هنری ۶) مؤثر بودن در شاخصه‌های محصول فرش می‌شود. آنچه از تحلیل این شاخصه‌ها بدست می‌آید نقش تأثیرگذاری هنرمندان در ابعاد فرشی و فرافرشی است. نقش هنرمندان در این پژوهش در دو سطح فرهنگی و هنری تفکیک م طبقه‌بندی شد که در نهایت مهم‌ترین نقش آنها تقویت هویت و ارزش‌های فرهنگی و همچنین توسعه‌ی کمی و کیفی محصول نهایی فرش کرمان بوده است.

در پایان می‌توان گزاره‌های نظری این پژوهش را در قالب عبارات زیر مطرح نمود:

خاندان هنری یک ظرفیت فرهنگی- اجتماعی- اقتصادی است که می‌توان موجب تقویت سطوح فرهنگی و هنری فرش دست‌باف کرمان شود. علاوه براین تقویت خاندان‌های هنری موجب تقویت ارزش‌های فرهنگی و هویتی جامعه شود.

نقش و جایگاه هنرمندان خاندان شاهرخی در فرش کرمان تابع نظام‌های ارزشی حاکم بر جامعه و میدان فرهنگی است. در این میدان، سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی موجب تحولات منزلت اجتماعی هنرمندان می‌شود و تحولات منزلت، جایگاه پویای افراد را در نظام فرهنگی شکل می‌دهد. نقش هنرمندان نیز تابع جایگاه آنهاست بنابراین منزلت، جایگاه و نقش سه مؤلفه‌ی پیوسته و مرتبط با یکدیگر در رابطه با نقش و جایگاه هنرمندان خاندان شاهرخی هستند.

پی‌نوشت‌ها

1.A. Cecil Edwards

۲. O.C.M (oriental carpet manufacturers) یکی از شرکت‌های چندملیتی سرمایه‌گذار در فرش ایران در اواخر عصر قاجار و اوایل دوران پهلوی

1. Sequential Sampling
2. Emergent
3. Informal Interview
4. Conventional Content Analysis
5. Preconceived Categories
6. Rocheblave – Spenle
7. Cottrel
8. Linton
9. Value
10. Valuation
11. Theory of Value

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

12. Rudolf- Hermann Lotze
13. Albrecht Ritschl
14. Friedrich Nietzsche(1844 –1900)
15. Alexius Meinong
16. Christian Von Ehrenfels
17. Max Ferdinand Scheler
18. Nicolai Hartmann
19. Sagy
20. Gallagher
21. Brand
22. Object

فهرست منابع

– ادواردز، سیسیل. (۱۳۵۷). قالی ایران (ترجمه مهین دخت صبا). تهران: انجمن دوستداران کتاب.
– الکساندر، ویکتوریا. (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی هنرها (ترجمه اعظم راودراد). تهران: نشر فرهنگستان هنر.
– اعظم‌آزاده، منصوره. (۱۳۸۷). نقش گروه‌بندی‌های سنی در جهت‌گیری ارزش، نگرشی و رفتاری. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
– افروغ، محمد و فتحعلی قشقایی‌فر. (۱۳۹۵). خلاقیت و نوآوری: رمز ماندگاری در هنرهای بومی، قومی و کاربردی روزآمد با تأکید بر حریرنمد. در نخستین همایش بین‌المللی هنر و صناعات در فرهنگ و تمدن ایرانی اسلامی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، اردیبهشت ۱۳۹۵، دانشگاه هنر اصفهان.
– ایمان، محمدتقی و محمودرضا نوشادی. (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی. پژوهش. ۳ (۲). ۴۴ ـ۱۵.
– باتیشتا، روی و ژوئائو لئیتاون. (۱۳۹۲). سیاست‌های عمومی برای توسعه کارآفرینی (ترجمه جهانگیر یداللهی، زهرا ترکاشوند و نصرت‌الله رشیدی)، تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
– بوردیو، پی‌یر. (۱۳۸۴). شکل‌های سرمایه، سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه (ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان). (به کوشش کیان تاجبخش). تهران: انتشارات شیرازه.
– بهنام، جمشید. (۱۳۵۲). ساختمان خانواده و خویشاوندی در ایران. تهران: شرکت سهامی انتشارات خوارزمی.
– پاول، رونالد.ا. (۱۳۷۹). روش‌های اساسی پژوهش برای کتابداران (ترجمه نجلا حریری). تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
– پرهام، سیروس. (۱۳۵۷ خرداد و تیر). خواندنی: نقشه‌های قالی کرمان. نشریه راهنمای کتاب. ۱۸۹ و ۱۹۰. ۳۳۹-۳۴۵.
– تنر، جرمی. (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی هنرمند (ترجمه احمدرضا تقا). زیباشناخت، ۱۵، ۵۹-۶۵.
– خدادادکاشی، فرهاد. (۱۳۸۸). دیدگاه‌های مختلف در مورد مفهوم و نظریه رقابت و تطبیق آن با وضعیت رقابت در صنعت ایران. فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، ۱۷(۵۱)، ۴۰-۲۵.
– خداوردی، حسن. (۱۳۸۷). متدولوژی پژوهش کیفی. ره‌آورد سیاسی، ۲۱، ۴۱-۶۲.
– دادگران، سید محمد. (۱۳۷۹). مبانی ارتباطات جمعی، تهران: انتشارات فیروزه.
– دانش‌جهانگرد، محمد. (۱۳۷۵ پاییز و زمستان). [مصاحبه با استاد حسین شاهرخی، خبرنگار فصلنامه کرمان، شاید فردا دیر باشد]. فصلنامه کرمان، ۲۲ و ۲۳. ۴-۷.
– دهخدا، علی‌اکبر. (۱۳۳۹). لغت‌نامه. جلد ۱۸. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
– رفیع پور، فرامرز. (۱۳۷۷). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی کاربردی. تهران: انتشارات کاوه.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

– رنجبر، هادی، علی اکبر حق دوست، مهوش صلصالی، علیرضا خوشدل، محمدعلی سلیمانی و نسیم بهرامی. (۱۳۹۱). .نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شـــروع. مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران، ۱۰(۳)، ۲۵۰ –۲۳۸.
– زکریایی‌کرمانی، ایمان. (۱۳۸۵). شـــال‌های ترمه کرمان: گذشته، حال و آینده. تهران: انتشارات فرهنگستان هنر.
– زکریایی‌کرمانی، ایمان. (۱۳۹۱). مطالعه گفتمانی فرش کرمان با رویکرد نشانه‌شناسی دیداری. (رساله دکتری چاپ نشده رشته پژوهش هنر). دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده هنر و معماری، ایران
– زکریایی‌کرمانی، ایمان. (۱۳۹۴). تبیین شـــناخت اهمیـــت مفاخر برای اعتلای هویت فرهنگی معاصر ایران. مطالعات فرهنگ– ارتباطات، ۳۱، ۱۷۶–۱۴۳.
– زکریایی‌کرمانی، ایمان. (۱۳۹۵). بررســـی نقش و جایگاه هنرمندان خاندان شـــاهرخی در هنر سنتی فرش کرمان. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
– زکریایی‌کرمانی، ایمان، حمیدرضا شـــعیری، فرزان سجودی. (۱۳۹۲). تحلیل نشانه– معناشناختی ساز و کار روابط بینافرهنگی در نظام گفتمانی فرش کرمان. مطالعات تطبیقی هنر، ۶، ۳۰–۱۱.
– ژوله، تورج. (۱۳۸۱). پژوهشی در فرش ایران. تهران: انتشارات یساولی.
– ســـلیمانی، افشین. (۱۳۸۵). سیب خلاقیت: شـــناخت و پرورش مهارت‌های تفکر خلاق. تهران: انتشارات فراروان.
– شوکتی‌آمقانی، وحید. (۱۳۹۱). تأثیرات جهانی شدن بر هویت ملی در ایران. (پایان نامه چاپ نشده کارشناسی ارشد علوم سیاسی). دانشگاه علامه طباطبایی، ایران.
– صانعی، پرویز. (۱۳۷۲). جامعه‌شناسی ارزش‌ها. تهران: کتابخانه گنج دانش.
– صوراســـرافیل، شـــیرین. (۱۳۸۱). طراحان بزرگ فرش ایران: سیری در مراحل تحول طراحی فرش. تهران: نشر پیکان.
– فرانکنا، ویلیم‌کی. (۱۳۷۸). ارزش و ارزش‌یابی. در فلســـفه اخلاق (ترجمه انشـــاالله رحمتی). (ویراستار پل ادواردز). تهران: مؤسسه فرهنگی انتشاراتی تبیان.
– قهاری، حسین. (۱۳۸۰). تحقیق پیرامون علل اجتماعی کاهش کیفیت فرش دست‌باف ایران (فاز اول: ترکمن و کرمان). چکیده طرح‌های پژوهشـــی مرکز ملی فرش ایران. (گرداورندگان ســـیدمحمد ویسیان، فرزانه ملکان). نهران: مرکز ملی فرش ایران.
– گنجی، محمد، امین حیدریان. (۱۳۹۳). سرمایه فرهنگی و اقتصادِ فرهنگ: با تأکید بر نظریه‌های پی‌یر بوردیو و دیوید تراسبی. راهبرد، ۲۳(۷۲)، ۷۷–۹۷.
– لچت، جان. (۱۳۸۳). پنجاه متفکر بزرگ معاصر (ترجمه محسن حکیمی). تهران: انتشارات خجسته.
– محبوبی‌منش، حسین. (۱۳۹۱). جامعه‌شناسی ارزش‌ها: با تأکید بر نظم و امنیت. تهران: دانشگاه علوم انتظامی.
– محسنی، منوچهر. (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی عمومی. تهران: انتشارات طهوری.
– محمدی، سمانه. (۱۳۹۴). عوامل تأثیرگذار بر روند تحولات اقتصاد هنر. پژوهش هنر (۹)، ۱۴۸–۱۴۶.
– معین، محمد. (۱۳۷۷). فرهنگ فارسی. جلداول. تهران: انتشارات امیرکبیر.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

– مقنی‌پور، مجیدرضا. (۱۳۹۰). بررسی وضعیت آموزش هنرهای سنتی در سطح آموزش عالی کشور. نامه آموزش عالی، ۴ (۱۴). ۱۰۴ –۸۹.
– مهدوی‌نژاد، غلامحسین، محمدجواد مهدوی‌نژاد، سونیا سیلوایه. (۱۳۹۲). تأثیر محیط هنری بر خلاقیت دانش‌آموزان. فصلنامه نوآوری آموزشی، ۴۸، ۱۲۷–۱۴۰.
– میرزایی، محمد. (۱۳۹۴). مروری بر تأثیر برند و ارزش آن در رقابت‌پذیری محصولات. در اولین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت در هزاره سوم، شرکت پیشگامان پژوهش‌های نوین، دیماه ۱۳۹۴،رشت.
– مولانا، حمید. (۱۳۷۱). گذر از نوگرایی (ترجمه یونس شکرخواه). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
– ملول، غلامعلی. (۱۳۸۴). بهارستان: دریچه‌ای به قالی ایران. تهران: انتشارات زرین و سیمین.
– وزیری، احمدعلی‌خان. (۱۳۸۵). تاریخ کرمان. (مصحح و تحشیه‌نویس محمدابراهیم باستانی‌پاریزی). تهران: نشر علم.
- Atilgan, Eda. S¸afak Aksoy and Serkan, Akinci. (2005). Determinants of the brand equity marketing intekkifence & planning. Emerald Group Publishing Limited, 23 (3), 237-248.
-Denzin, N.K. &Y. S. Lincoin (1994)"Intruduction: Entering the Fild of Qualitative Reaserch", inN.K. Denzin & Y.S.Linclon (eds) Hand Book of Qualitative Reaserch, London: Sage.
- Fossey, El., Harvey, C., McDermott, F., & Davidos, L. (2002) Understanding and Evaluating Qualitative Research. Australian and New Zealand Journal of Psychiatry, 36 (6), 717–732.
- Gallagher, T. (2001). The Value Orientation Method: a Tool to help Understand Cultural Differences. Journal of extension, 39 (6), 1-8.
- Gorard, S., & Taylor, C. (2004). Combining Methods in Educational and Social Research. New York, NY: Open University Press.
- Johnson, B., & Christensen LB. (2012) Educational research: quantitative, qualitative, and mixed approaches. 4th ed. ed. Thousand Oaks, Calif: SAGE.
- Kondracki, N. L., & Wellman, N.S. (2002). Contentanalysis: Review of methods and their applications in nutrition education. Journal of Nutrition Education and Behavior, 34, 224-230.
- Marshall, A. (1961). Principal of Economics. London: Macmilland Co, Ltd.
- Mayer, Richard E. (1989). Cognitive views of creativity: creative teaching for creative learning contemporary. Education Psychology, 14, 203-211.
- Mayring, P. (2000), Qualitative content analysis. Forum. Qualitative Social Research, 1(2). Retrieved March 10, 2005, from http://www.qualitative- research. net/ fqs-texte/2-00/02-00 mayring-e.htm.
- Patton, M. Q. (1990). Qualitative Research and Evaluation Methods (2nd Ed.). Newbury Park, CA: Sage.
- Prosser, M.H. (1978). Intercultural communication theory and research: An overview of the major constructs. In B.D. Ruben (Ed.), Communication Yearbook 2, 335-343, New Brunswick, NJ: Transaction.
- Sagy, S. (1999). Individualism and Collectivism in Israeli Society: Comparing Religious and Secular High School Student. Human Relation, 52 (3), 327-348.
- Samovar, L. A.; & Richard, E. P. (2012). Communication between Cultures. Boston: Wadsworth
- Speziale, HS., Streubert, HJ., & Carpente, DR. (2011). Qualitative research in nursing: Advancing the humanistic imperative. Lippincott Williams & Wilkins.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۴
پاییز و زمستان ۱۳۹۷

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2025-07-16]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1397.14.34.4.5]