

## وانموده ای به نام فرش ماشینی

### (بررسی مفهوم حاد واقعیت در فرش ماشینی که وانموده ای است از فرش دستباف از نگاه بودریار)

اعظم دوکوهکی<sup>۱</sup>

کارشناسی ارشد، پژوهش هنر، موسسه آموزش عالی ارم، شیراز، ایران

فاطمه سادات حسینی

کارشناسی ارشد، پژوهش هنر، موسسه آموزش عالی ارم، شیراز، ایران

مهدی ارجمند اینالو

استادیار، گروه پژوهش هنر، موسسه آموزش عالی ارم، شیراز، ایران

مجید اسلمی

مربی، گروه هنر، موسسه آموزش عالی ارم، شیراز، ایران

#### چکیده

ژان فرانسوا بودریار نظریه پرداز بزرگ فرانسوی است که از سردمداران پسا مدرنیسم به شمار می رود. او در سال ۱۹۲۹ در شهر رنس فرانسه متولد شد. در سال ۱۹۵۶ تدریس جامعه شناسی را در سطح آموزش متوسطه آغاز کرد و تا سال ۱۹۶۶ که از رساله خود تحت عنوان نظام ابژه ها در دانشگاه نانتر پاریس دفاع کرد، به این کار ادامه داد. مفهوم حاد واقعیت از مفاهیم تازه ایست که بودریار به آن پرداخته است. او حاد واقعیت را وانموده ای می داند که از واقعیت سبقت می گرفته اند. پس ما در دنیای احاطه شده توسط نشانه ها و در فقدان واقعیت زندگی می کنیم. از نگاه بودریار در ایدئولوژی مصرف، به واسطه کیفیت نجاتبخش اشیا در جامعه مصرفی جهت در اختیار داشتن اشیا اعم از تجملی و کاربردی است که فرد را قانع میکند که مصرف اشیا علاوه بر اینکه او را به «خود واقع باش» نزدیک می کند. به این معنا که فرد به شی ای رضایت دهد که کپی است از اصل آن چیزی که در اختیار ندارد (که در این جا فرش ماشینی مطرح است به عنوان وانموده ای از فرش دستباف که به دلیل زمان طولانی و قیمت بالا فرد به آن دسترسی ندارد و به وانموده ی فرش دستباف که همان فرش ماشینی است رضایت می دهد).

واژگان کلیدی: بودریار، فرش ماشینی، وانموده ها

<sup>۱</sup> نویسنده مسئول: Azam.shz.7042@gmail.com

ژان فرانسوا بودریا، یکی از برجسته ترین نظریه پردازان پسامدرنیسم است. می توان گفت، در ایران کمتر از هر نظریه پرداز دیگری در این حوزه شناخته شده است. نظریات بدیع و انتقادهای تند بودریار، از ساختار فرهنگی جوامع پسا صنعتی، او را به یکی از رک گوترین منتقدان پسامدرنیته تبدیل کرده است. بودریار به عنوان یکی از چهره های شاخص رویدگر پسا ساختارگرایی، موضع نظری قابل توجهی نسبت به پست مدرنیسم دارد. بودریار، در کتاب آینه تولید، با اشاره به پایان مدرنیته، به کاستی های مارکسیسم در تبیین فرآیندهای اجتماعی موجود توجه کرده و با استفاده از نشانه شناختی، سعی در بیان ویژگی های عصر جدید می کند. وی با پرداخت به جنبه های نشانه شناختی مصرف کالا، نشان داد که کالا علاوه بر ارزش مبادله، دارای ارزش نشانه ای است. یعنی مصرف کالا دارای یک دلالت اجتماعی و فرهنگی است. و کالا به سوژه معنا می دهد. ژان بودریار استدلال می کند که جوامع پسامدرن از تکنولوژی های اطلاعاتی و ارتباط اشباع شده و به عصر وانمایی (شبیه سازی) وارد شده اند. (بودریار، ۱۳۹۴)

### حاد واقعیت در پسامدرنیته

ژان بودریا، دنیای معاصر را به مثابه جهانی آکنده از مجاز می پندارد. او دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی مدعی شد که ما در عصر وانمود ها به سر می بریم و فراگیر شدن آن از گسترش تکنولوژی های متعدد چون کامپیوتر، رسانه رویاهای جدید در هنر شروع و به سازمان جامعه بر حسب رمزگان وانمود، تداوم پیدا می کند و جامعه مدرن از مرحله متالوژیک به مرحله نمادین و وانمودگی سیر کرده است. به عقیده او در دوره معاصر معناها و پیام ها در هم می آمیزند (شریف زاده، ۱۳۹۵)

اندیشه های او مانند بسیاری از نظریه پردازان مطالعات فرهنگی و فلسفه پست مدرن بر اساس نظریات مارکسیسم شکل گرفت. در نظر بودریار "وانمود" سه سطح دارد: سطح اول نسخه بدلی از واقعیت است که به وضوح قابل تشخیص می باشد و بدون شک در نظر او این امر بدیهی است. سطح دوم، نسخه بدلی است که آنچنان طبیعی می نماید که مرز میان واقعیت و وانمود را محو کرده و سطح سوم، نسخه بدلی است که واقعیتی از آن خود را تولید می کند. می توان چنین سطوحی را که بودریا در باب فضای مجازی و در ارتباط با تکنولوژی به حوزه هنرهای مفهومی و اینستالیشن نیز تعمیم داد. (شریف زاده، ۱۳۹۵)

بودریار سطح سوم وانمودها را که از جهان واقعیت سبقت می گیرد، "حاد واقعیت" بیان می کند، مانند رسانه و تلویزیون که اموری شبیه به واقعیت را نمایش می دهند و بلکه از واقعیت جهان امروز فراتر می روند. بودریار در دهه ۱۹۸۰ در کتاب "مبادله نمادین و مرگ" اظهار می دارد که مسئله رمز نادیده گرفتن واقعیت را ممکن می سازد و راه را برای امری باز می کند که حاد واقعیت نام دارد به بیان دیگر وضعیتی که در آن رمز جایگزین واقعیت می شود را نام گذاری می نامد. دوران رمز در واقع دوران نشانه را پشت سر گذاشته است. رمز نادیده گرفتن واقعیت را به معنای عصر تولید ممکن می سازد. (شریف زاده، ۱۳۹۵) بودریار، در میان آراء خود، مفهوم شبیه سازی را مطرح می کند. بدین معنی که، نمایندگان یک چیزهای اصل را می گیرند، و این نمایندگان (وانمودها) مهمتر از اصل می شوند (فرقانی، ۱۳۸۹؛ ۳۸). او در کتاب مشهور خود به نام وانمودها و وانمودگی ها که در سال ۱۹۹۴ منتشر شده است می گوید: «موضوع دیگر تقلید از واقعیت یا حتی تقلید تمسخرآمیز از واقعیت نیست، بلکه موضوع عبارت است از جایگزین کردن نشانه های امر واقع به جای خود امر واقع». (بودریار، ۱۳۹۴)

بودریار ۴ نوع رابطه میان دال و مدلول را در نشانه شناسی طبقه می کند، که از آن می توان به سلسله مراتب وانمایی نام برد.

۱- بازتاب واقعیت عینیک در این مرحله، نشانه دقیقاً یک واقعیت بیرونی را بازتاب می کند (ریزش برگ درختان که نشانه فرا رسیدن پاییز است).

۲- پوشش واقعیت: در این مرحله نشانه هایی بر چهره واقعی می شود.

۳- نشانه به جای واقعیت (واقعیت مجازی)، در این مرحله نشانه، فقدان با غیبت واقعیتی اساسی را می پوشاند، مثل دنیای دیزنی، غذاهای ارگانیک.

۴- نشانه های خیالی که در این مرحله نشانه هیچ ارتباطی با واقعیت ندارد، و نشانه چیزی نیست جز وانمودها و خود صورت خیالی، توهمی و شباهت تصنعی و ساختگی

دنیای وانموده از نظر بودریار، شبیه یک کازینو است که فرد می داند پولش را از دست می دهد، اما باز شرط بندی می کند. زیرا گمان می برد که چاره ای جز آن ندارد. او بر این باور بود که جوامع پست مدرن در عصر شبیه سازی زندگی می کنند، عصری که رسانه ها و فناوری اطلاعات، باعث اشباع شدگی اطلاعاتی جوامع شده اند، بنابراین ما در دنیای احاطه شده توسط نشانه ها و در فقدان واقعیت زندگی می کنیم. و به این فرایند عظیم شبیه سازی عناصر و نشانه گذاری شده و رمزگذاری شده، با هم ترکیب می شوند و واقعیت نو را می سازند (فرقانی، ۱۳۸۹).

شاید مناقشه برانگیزترین مفهومی که بودریار مطرح می کند، فوق واقعیت است. او می گوید وقتی که امر واقعی هیچ خاستگاهی در واقعیت ندارد، تمایز بین اشیاء و باز نمایی محو می شود. و ما در این وضعیت مافوق واقعیت رو به رو هستیم. به عبارت دیگر فوق واقعیت مدعی است که واقعیت بر اساس وانموده ها ساخته شده است. بودریار توضیح می دهد که رسانه با ایجاد فضای حاد- واقعیت و عدم دسترسی به واقعیت، توده را درگیر جهانی از نشانه ها، کالاهای، تصاویر رسانه ای و وانمایی ها می کند و امکان دسترسی افراد به واقعیت هر حوزه را منحل می کند. (منصوریان، ۱۳۹۲)

### رابطه بین نظام اشیا و سبک زندگی

از دیدگاه بودریار اشیا هر کدام کارکرد خاص خود را دارند، اما کلیت یکپارچه ای را شکل میدهند و همانگونه که روابط با خانواده و جامعه تغییر پیدا میکند، سبک اشیا نیز دستخوش تغییر میشود و واقعیت روان شناختی و جامعه شناختی اشیا بایستی مورد توجه قرار گیرند. آنگونه که زبان و گفتار در زبان شناسی از یکدیگر قابل تفکیک میباشند در نظام اشیا، اشیا دلالت های عینی و ضمنی شان (که بر اساس آنها روی شی سرمایه گذاری میشود و به بازار عرضه میشود و شخصی میشود و همچنین حالت کاربردی پیدا میکند و وارد نظام فرهنگی میشود) از هم قابل تفکیک نیستند. میان ساختار و نظام فضا و نقش آن در ترجیحات فضایی کاربر فضا در بیشتر متون جامعه شناسی نادیده گرفته می شود. در این میان نظام فضا نیز جوابگوی دو سطح نیازهای کارکردی و معنوی است.

### نظام اشیا در منزل

بشر همواره به دنبال پیشرفت و رفاه بیشتر در زندگی روزمره بوده است و در راستای وصال به این آسودگی به واسطه ی ساخت با استفاده از ابزارهایی، این مهم را فراهم می ساخت. یکی از ابزارهایی که بشر از دیرباز از آن بهره می جست فرش است که نوعی پوشش درخور زمین است. بشر اولیه با استفاده از برگ درختان و الیاف گیاهی به جهت سلامت خود در مقابل رطوبت و سرما، گزند حشرات و جانوران، چیزهایی می بافت. می توان ادعا کرد که تاریخچه حضور فرش در جهان به دوران پس از زندگی در غار باز می گردد. بشر اولیه به تقلید از پرندگان برای خود زیر اندازی تهیه می کرد و برای انجام این کار از شاخ و برگ درختان بهره می جست. به مرور با پیشرفت جامعه ی بشری، ابزارهای ساخت این وسیله ارتقا یافت و کم کم زیراندازهای نرم و زیبا جایگزین زیرانداز های سخت و زبر شد.

### فرش دستباف:

از گرانبها ترین هنرهای دستی در ایران فرش دستباف است که بواسطه ی ذوق و هنر ایرانیان از دیر باز اهمیت فراوانی داشته است. در حقیقت فرش دستباف ایرانی را می توان نماد فرهنگ و هویت ملی دانست. فرش دستباف نماد ملت ایران در بین اقوام است و جهان ایران را با فرش دستباف آن و فرش دستباف را با ایران میشناسد. فهم زیبایی فرش دستباف ایرانی بر کسی پوشیده نیست چرا که فرش ایرانی هنری است کاربردی و استفاده روزمره آن با زندگی مردم آمیخته شده است و از این حیث فرش ایرانی هنری مردمی است. روح و اندیشه زیبایی دوست مردم با تار و پود فرش ایرانی گره خورده است. (دریایی، ۱۳۸۵، ۲۸)

بی شک همه ی ما با فرش چه ماشینی و چه دستباف آشنایی داریم، چراکه امروزه کمتر کسی است که از فرش در منزل خود استفاده نکند و همه ی ما در خانه هایمان حداقل یک الی دو فرش داریم و از آن برای تزئین و زیبایی منزل و همچنین بعنوان زیر انداز و زیرپایی استفاده می کنیم که هم می تواند هم بصورت زیر پایی باشد و یا بصورت تابلوفرش بروی دیوار منزلمان و جنس فرش می تواند با توجه به سلیقه یا بودجه مد نظرمان ماشینی یا دستباف باشد. همان طور که در فصل قبل اشاره کردیم ایران ما نام پرآوازه ای در صنعت فرش جهان را دارد، با این حال تاریخچه فرش ماشینی دارای جایگاه خاص خود می باشد. همان طور که می دانیم شروع صنعتی شدن فرش همراه با اختراع ماشین بخار می باشد و آمریکا نخستین کشوری است که در آن دستگاه هایی با نیروی بخار جهت تولید فرش استفاده می شد.

اولین قصد صنعتی شدن، تولید فرش هایی شبیه به فرش دستباف اما با قیمت پایین تر یا به عبارت دیگر گسترش استفاده از فرش به داخل خانه های طبقه متوسط و حتی فقیر جامعه می باشد. صنعت فرش ماشینی در ایران بر خلاف فرش دستباف از سابقه چندان طولانی برخوردار نیست.

### اشیاء کارکردی

رنگها، فرمها، مواد، چیدمان فضا همه شان کارکردی هستند. کلیه اشیا می خواهند که کارکردی باشند همان گونه که کلیه رژیم ها می خواهند دموکراتیک باشند. اشیای کارکردی را از دیدگاه بوردیو می توان در دو گروه کلی زیر دسته بندی کرد:

### ساختارهای چیدمان

ترکیب بندی اثاثیه تصویری وفادارانه از ساختارهای خانوادگی و اجتماعی یک دوره را ارائه می دهند. اثاثیه هر کدام کاربرد خاص خود را دارند اما کلیت یکپارچه ای را تشکیل می دهند؛ به گونه ای که همگی بر اساس چیدمان خاصی در خانه قرار می گیرند. هر قطعه هدف مشخصی دارد که با کارکردهای مختلف خانواده مرتبط است. اثاثیه حول محوری سامان می یابند که ضامن ترتیب زمانی منظم رفتارهاست؛ یعنی حضور نمادین خانواده. چیدمان این وسایل فضای خاصی را شکل می دهد که چندان به نظم و ترتیب عینی توجه نشان نمی دهد زیرا نخستین کارکرد اشیا، شخصیت بخشیدن به روایت انسانی، اشغال فضای مشترک و برخورداری از روح است.

### ساختارهای محیطی

ساختار محیطی، رنگها، مصالح، فرمها و غیره را در برمی گیرد. به طور سنتی رنگ دارای اشارات روانی و اخلاقی است. هرکس رنگ مخصوص به خودش را دارد یا اینکه رنگ خود را به محیط تحمیل می کند، همچنین رنگ ممکن است خاص نوعی ماده چوب، چرم، پارچه و غیره باشد. همین تحلیل در مورد مصالح نیز مصداق دارد؛ به طور مثال چوب را در نظر بگیرید که امروزه به خاطر نوستالژی عاطفی بسیار گران می باشد؛ زیرا ماده اش را از زمین می گیرد، زندگی می کند، تنفس

می‌کند و کار می‌کند. «تحلیل رنگ‌های مسئله ما را به چند نتیجه رهنمون می‌سازد؛ تناوب نظام‌مند گرم و سرد در آن‌ها در نهایت مفهوم محیط را تعریف می‌کند که همواره نزدیکی و فاصله را یکجا در خود دارد. معماری داخلی در محیط به‌گونه‌ای طراحی شده است که در میان موجودات همان تناوب گرما و سرما و نزدیکی و فاصله موجود میان اشیای سازنده آن را برقرار می‌کند». بنابراین از دیدگاه بوردیو، رنگ‌ها، مصالح، فرم‌ها، وسایل کارکردی مانند مبلمان، اثاثیه و غیره همگی در جرگه اشیاء کارکردی قرار می‌گیرند.

### اشیای ذهنی (قدیمی یا اسطوره‌ای)

شیء قدیمی با ارجاع به گذشته کاملاً اسطوره‌ای است. این شیء آثار علمی ندارد و کار آن فقط دلالت است. این شیء غیر ساختاری است؛ ساختار را نفی می‌کند و حد نهایی نفع کارکردهای اولیه است. در اینجا با زمان واقعی سروکار نداریم بلکه با نشانه‌ها یا شاخص‌های فرهنگی زمان مواجهیم که شیء قدیمی وظیفه حمل آن‌ها را به دوش می‌کشد؛ بنابراین شیء قدیمی در مسکن معاصر جایگاهی ویژه دارد تا جایی که شیء قدیمی به دفع زمان در محیط می‌پردازد و موجودیتی مانند نشان دارد، فرقی با دیگر عناصر ندارد و در رابطه‌ای نسبی با آن‌ها قرار می‌گیرد. برعکس از آنجاکه شیء مزبور دارای کمترین رابطه نسبت با سایر اشخاص بوده و خود را به صورت یک کیفیت و در قالب حضوری اصیل در نظر می‌گیرد، جایگاه روانی ویژه‌ای پیدا می‌کند و به واقعیت دیگری تبدیل می‌گردد. اشیاء قدیمی و اثاثیه قدیمی مسی، اشیای استیل یا صاحب سبک، اشیای روستایی، صنایع دستی، سفالگری بومی، فولکلور، تابلوهای خط و همچنین تابلو‌ها و مجسمه‌ها با مفاهیم مذهبی و غیره از همین مهم سرچشمه می‌گیرد.

در باور بودریار در جامعه مصرفی، مصرف کالا برطرف کننده شکافهای اجتماعی و سلسله مراتب و تبعیضهای عمده در حوزه قدرت است. از نظر بودریار چنین چیزی صحت ندارد، بلکه: «مصرف نیز مانند آموزش، فرصتهای فرهنگی یکسانی برای بدنه اجتماع فراهم نمی‌کند. مصرف، شکافها را حتی آشکارتر می‌سازد» (همان، ۷۴) از ای نرو بودریار مصرف را همانند آموزش، یک نهاد طبقاتی م‌یداند، اما نه صرفاً در مفهوم اقتصادی آن در ارتباط با اشیا، بلکه از لحاظ تبعیض شدیدی که در این مفهوم وجود دارد: «یعنی که تنها بعضی‌ها به منطق مستقل و خردگرای عناصر محیط دست می‌یابند: بعضی با اشیا سروکار ندارند و به مفهوم حقیقی «مصرف» نمی‌کنند و بعضی دیگر خود را وقف یک اقتصاد جادویی، بالا بردن ارزش اشیا به آن صورتی که وجود دارند و بقیه چیزهایی کرد هاند که شیء محسوب می‌شوند: این منطق ب تپرستانه، دقیقاً همان ایدئولوژی مصرف است» (همان، ۷۵) ایدئولوژی مصرف، به واسطه کیفیت نجاتبخش اشیا در جامعه مصرفی؛ زیرا در اختیار داشتن اشیا اعم از تجملی و کاربردی، م‌یتواند در راستای دستیابی به پایگاه اجتماعی فرد، کارکرد یابد؛ فرد را قانع میکند که مصرف اشیا علاوه بر اینکه او را به «خود واقع یاش» نزدیک می‌کند.

### انسان برای اشیا یا اشیا برای انسان:

همه ی ما از زمانی که به ماهیت وجودی خود پی بردیم، به درکی از وجود اشیا در اطراف خود نیز دست یافتیم. ما برای برطرف کردن برخی از نیازهای روزمره مان به برخی از اشیا احتیاج داریم. البته به معنای این نیست که زندگی ما در گرو وجود اشیاست، هرچند از آن‌ها جهت رفاه و آسایش نسبی در زندگی بهره می‌بریم. برخی از اشیا نقش اساسی ای در زندگی ما ایفا می‌کنند و برخی دیگر نقش دوم این ماجرا هستند و دسته ی آخر اشیا یی هستند که نقش کاذبی در زندگی ما دارند. اشیا نشان دهنده ی طبقه ی اجتماعی افراد نیز هستند. اشیا کاذب، دسته ای از اشیا هستند که وجود آنها نقشی در بهبود زندگی ما ایفا نخواهد کرد اما به جهت آرامش روانی یا به رخ کشیدن طبقه ی اجتماعی توسط افراد تهیه می‌شوند.

از طرفی نظام تولید در هر جامعه برای بقای خود نیاز به نظام مصرف دارد به همین سبب با فریب رسانه ای و سودجویی در تبلیغات، اشیا کاذب تولید شده را به گونه ای به عنوان یک شیء اولیه و لازم در زندگی بشری معرفی می کنند تا در عرصه ی تولید باقی بمانند. در همین راستا است. بودریار در کتاب نظام اشیا به تفسیر دقیق ماهیت اشیا پرداخته و نقش نظام تولید و تبلیغات را در مصرف به خوبی عیان می کند. به عقیده بودریار اشیا در حکم نشانه هایی هستند که هر کدام متجلی یک معنای متفاوتند که کاربرد آنها به معنی نقش و مفهومشان نیست.

فرش از جمله اشیایی است که نقش اول را در داستان زندگی هر انسانی دارد، مثلا فرش دستبافت در تابستان از از گرما جلوگیری می کند و در زمستان از سرما. انسان همواره با پیشرفت جهان ماشینی، نیازهای بیشتری در وجود خود احساس می کند که وابسته به تغییرات زیست محیطی و اجتماعی وی است.

مثلاً در تولید فرش های اولیه بسته به جهان پیرامون و نبود تکنولوژی و امکانات، وجود فرش یا شبه فرش های نخستین برای جلوگیری از گزند برخی از حشرات و خزندگان، محافظت در مقابل سرما یا گرما، ایمنی و آسایش هنگام استراحت و خواب بوده اما با پیشرفت بشری و تکامل نیازهای انسانی امروزه فرش علاوه بر نیازهای پیشین نقش مهمی هم در دکوراسیون منازل و هم سلامت افراد خانواده دارند چرا که بر اساس تحقیقات صورت گرفته وجود فرشدر خانه برای مبتلایان به آلرژی و آسم بسیار مفید است، فرش مانند یک فیلتر هوا در خانه عمل می کند و با به دام انداختن گرد و غبار و ذرات موجود در هوا باعث بهبود کیفیت هوای داخل منزل می شود. پروسه ی تولید فرش دستبافت بسته به نوع طرح و اندازه ی فرش متغیر است، مثلا در تولید یک فرش با کیفیت بالا و ابعاد ۳ در ۴ (۱۲متری) زمان تقریبی یک ساله لازم است. بنابراین قالی بافته شده با دست به سبب زمان زیادی که در راستای تولید آن صرف شده، گران است. قالی دستبافت معمولا با الیافی نظیر پشم، ابریشم، پنبه، کنف و دیگر الیاف طبیعی تولید می شود. ابریشم گاهی اوقات در قالیهای پشمی برای برجسته سازی طرح و همچنین بهبود و زیبایی قالی به کار میرود. فرش دستبافت با کیفیت بالا، اگر به خوبی نگهداری شود، می تواند چندین نسل دست به دست شود.

مصرف گرایی در جامعه یا با عناوینی از جمله مصرف زدگی، مصرف بیش از حد، مصرف ظاهرگرایانه، مصرف انفعالی، مصرف به شکل موردی اصالتی، مصرف به منظور مصرف، جامعه مصرف گرا، فرهنگ مصرف گرایانه و... مفاهیم موجود و معرف در جهت موضوع مصرف و در جایگاه جدید آن می باشند. مصرفگرایی در جامعه نوین امروزی، یکی از شاخص ترین پارترهای نظام سرمایه داری (تغییر دادن پارامتری اجتماعی، تاریخی و فرهنگی به نیازی طبیعی غیر قابل اجتناب) می باشد. این مورد را میتوان در واقع به نوعی یک ایدئولوژی، متغیرهایی اصلی از مدل زندگی در عصر جدید، حیاتیترین استاندارد در میزان کیفیت زندگی، شکلی از تجربه فرهنگی جامعه، روشی لذتبخش و لذتطلبی غیرقابل اشباع، حس شهرگرایی و یوتوپایی به صورت آرمان-گرایانه، علتی که میتواند تمیز دهنده و البته هویت آفرین باشد، مکانی برای ظاهرسازی و فخرفروشی، ارضا کنند ده، طرازی جهت خوشبختی در جهان امروزی و به بیان کرانک، مسئلهای که با وجود نقص های زیاد و استفاده از یک مهندسی نامطلوب، ارزشهای درونی آن، جایگزین یک میراث فرهنگی پوشیده شده است (کرانک، ۱۳۸۸).

میلر از جمله روشنفکران فاخری بوده است که در حوزه نتایج و عواقب مصرف گرایی از سالهای دور، پیشگویی کرده است. آرتور میلر عنوان میکند: سالیان قبل اگر کسی از نظر حالت جسمی در وضعیت مناسبی قرار نداشت و توانایی بهبود خود را نداشت به کلیسا پناه میآورد یا اینکه انقلاب میکرد. اما در روزگار امروزی به شخصی که حال بدی پیدا کرده توانایی و تشخیص منبع رستگاری را ندارد، پیشنهاد خرید را می کند و بر این باور میباشد که خرید گزینه ی مناسبی در برابر سیاست و دین می باشد (باکاک و تامپسون، ۱۳۹۳).

(باومن ۱۹۸۸) پرداز بیان می کند که برداشت تاریخی از مقوله ی آزادی همراه با دو مشکل می باشد:

نخست برای دست یابی به آزادی واقعی باید به منابع کمیاب دسترسی داشت، سپس اینکه نیاز و میل به آزادی تحت تأثیر میل دیگری به کنش متقابل اجتماعی قرار خواهد گرفت. جای تردیدی باقی نخواهد ماند که مصرف شاخصه اصلی جامعه سرمایه داری معاصر آمریکا میباشد اما نظر به پردازان اروپایی در تحقیق و بررسی نظریه‌های مصرف بسیار بیشتر از نظریه پردازان آمریکایی فعالیت داشته اند. در جامعه شناسی کشور آمریکا کماکان جهت گیری های تولیدگرایانه غالب هستند. این ادعا زمانی ثابت خواهد شد که می توان دید در جامعه ی آمریکایی وجود متخصصین در زمینه ی جامعه شناسی های صنعتی و کار و همچنین جامعه شناسی سازمان ها به مراتب بیشتر از متخصصین در حوزه جامعه شناسی مصرف می باشد. جای شک نیست که با مفروض نگه داشتن گرایشها در زمینه اجتماعی و سیاسی حاکم، نظریه پردازی مصرفی نهایتا از نظریه پردازی تولیدی رشد بیشتری خواهد کرد.

### نتیجه گیری

چیزی که ما در این پژوهش به آن پرداختیم ، علت گرایش به یک وانموده در جهان امروز بود (وانموده ای به نام فرش ماشینی که کپی است از فرش دستباف). جامعه ی مصرفی در نگاه بودریار شامل تمامی اقلامی است که وارد فضای تجاری می شوند. قناعت کردن به کمتر از چیزی که امکان به دست آوردن آن را داریم نوعی بلند نظری است. در حقیقت ذهن بالغ و پرورش یافته به کمتر از آنچه که موجود است رضایت می دهد، شاید اولین شروع و جرقه ی فرش ماشینی به عنوان وانموده ای از فرش دستباف نیز همین بوده است.

در باور بودریار در جامعه مصرفی، مصرف کالا برطرف کننده شکافهای اجتماعی و سلسله مراتب و تبعیضهای عمده در حوزه قدرت است. از نظر بودریار چنین چیزی صحت ندارد، بلکه: «مصرف نیز مانند آموزش، فرصتهای فرهنگی یکسانی برای بدنه اجتماع فراهم نمی کند. مصرف، شکافها را حتی آشکارتر می سازد» در حقیقت بودریار مصرف را همانند آموزش، یک نهاد طبقاتی میداند، اما نه صرفا در مفهوم اقتصادی آن در ارتباط با اشیا، بلکه از لحاظ تبعیض شدیدی که در این مفهوم وجود دارد: «یعنی که تنها بعضی ها به منطبق مستقل و خردگرای عناصر محیط دست میابند: بعضی با اشیا سروکار ندارند و به مفهوم حقیقی «مصرف» نمی کنند و بعضی دیگر خود را وقف یک اقتصاد جادویی، بالا بردن ارزش اشیا به آن صورتی که وجود دارند و بقیه چیزهایی کرد هاند که شیء محسوب می شوند: این منطبق ب تپرستانه، دقیقا همان ایدئولوژی مصرف است» بنابراین ایدئولوژی مصرف، به واسطه کیفیت نجاتبخش اشیا در جامعه مصرفی؛ زیرا در اختیار داشتن اشیا اعم از تجملی و کاربردی، م میتواند در راستای دستیابی به پایگاه اجتماعی فرد، کارکرد یابد؛ فرد را قانع میکند که مصرف اشیا علاوه بر اینکه او را به «خود واقع یاش» نزدیک می کند. به اعتقاد بودریار جهان پسامدرن جهان وانموده است و ما وارد جهان فراواقعی شده ایم به عبارتی دیگر واقعیت تولید می شود اما از قدرت ما خارج است و آنچه که ما از واقعیت و جهان واقعی مشاهده می کنیم در حقیقت تصویری است که به نشان داده می شود. از نگاه بودریار شیوه ی زندگی بر اساس فعالیت های نظام مندی است که برگرفته علایق و سلاقی هر فرد است که بر همین اساس به هر شخص هویتی مستقل می بخشد. فرش دستباف نسبت به فرش ماشینی قیمت بالاتری دارد و مدت زمان طولانی تری تولید می شود یکی از علت هایی که انسان ها به وانموده ای چون فرش ماشینی روی می آورند این است که سطح توقع انسان تکامل یافته نسبت به آن چیزی که در دسترس وی قرار ندارد، رضایت در مقابل چیزی است که بیشترین تشابه را با آنچه که مطلوب وی بوده است را دارد.

منابع

- افروغ، محمد. (۱۳۹۳). نماد و نشانه شناسی در فرش ایران، انتشارات فرهنگسرای میر دشتی، تهران.
- افروغ، محمد (۱۳۹۱) نماد و نشانه شناسی در فرش ایرانی الگویی با قابلیت بهره گیری در قالب گفتار متن، فصلنامه فرهنگ مردم ایران، ش ۲۵، صص ۱۴۱-۱۳۱.
- اشرف، احمد (۱۳۷۲)؛ هویت ایرانی، گفتگو (ویژه ایرانی بودن)، مجله فرهنگی و اجتماعی دانشگاه تهران، ش ۳، ۳۵-۲۷.
- آذری، زهرا و ویدا نوروز برازجانی (۱۳۹۱) خوانا کردن متن قالی پازیریک بر اساس متن آفرینش کتاب بنادش. فصلنامه علمی پژوهشی نقش مایه، سال پنجم، شماره ۱۱-۱۲-۱۱.
- اصحابی، رؤیا و شادی براتی (۱۳۸۸)؛ «حکمت باغ ایرانی»، فصلنامه علمی پژوهشی سوره، ش ۱۰، ۱۳-۱.
- بورکهارت، تیتوس (۱۳۷۶) مدخلی بر اصول و روش هنر دینی، مبانی هنر معنوی (مجموعه مقالات)، ترجمه جلال ستّاری، تهران دفتر مطالعات دینی هنری حوزه هنری.
- بودریار، ژان. (۱۳۸۰). فرهنگ رسانههای گروهی ترجمه احمدزاده، شیده، ارغنون.
- بودریار، ژان. (۱۳۸۰). در باب تحقق ارزش مبادله ترجمه فرهادپور، مراد، ارغنون.
- کاربرد بته جقه چیست؟ بر گرفته از مجله اینترنتی (<https://asrinkala.com/blog/karbord-bth-jghh-chist>) بودریار، ژان. (۱۳۸۴). آمریکا، انتشارات ققنوس.
- بودریار، ژان. (۱۳۹۴). چرا همه چیز تاکنون ناپدید نشده؟، حرفه نویسنده.
- بودریار، ژان. (۱۳۹۹). شفافیت شیطانی - رساله ای درباره پدیده های افراطی، ثالث.
- بودریار، ژان. (۱۳۸۰). در باب تحقق میل ارزش مبادله، ترجمه مراد فرهادپور، ارغنون.
- تاجیک، محمدرضا. (۱۳۸۱). مدرنیسم، پسامدرنیسم و معمای هویت، گفتمان.
- چیتسازیان، امیرحسین (۱۳۸۵) «نمادگرایی و تأثیر آن در فرش فصلنامه گل جام»، ش ۴، ۵.
- دریایی، نازیلا (۱۳۸۵) زیبایی در فرش دستباف ایران، فصلنامه علمی پژوهشی انجمن فرش ایران، ش چهار و پنج، صص ۳۶-۲۵.
- ژوله، تورج. (۱۳۸۱). پژوهشی در فرش ایران، یساولی، تهران.
- ساراپ، مادن. (۱۳۸۱). بودریار و برخی رویه های فرهنگی، ترجمه صادقی، احمد، گفتمان
- شجریان، اسماعیل. (۱۳۸۰). بافت فرش ماشینی، مرسل، تهران.
- شریف زاده، محمدرضا، فرازمنند، فرناز. (۱۳۹۵) بررسی نشانه شناسی فرهنگی آثار چیدمان سوبوگوپتا از منظر ژان بودریار، پژوهش در علوم و تکنولوژی.
- صدوقی، علی. (۱۳۸۱). فراسوی جدال پوزیتیویستی، رهیافت پسامدرن در روابط بین الملل، گفتمان.
- فرقانی، محمد مهدی. (۱۳۸۹). واقعیت رسانه ؛ خلق فراواقعیت، مرور نقدی بر اندیشه های ارتباطی ژان بودریار نشریه مطالعات رسانهای.
- منصوره، سهیلا. (۱۳۹۲). هنر و حقیقت رسانه در روزگار پست مدرن، بررسی رسانه به مثابه تولید کننده انمایی از منظر بودریار.
- میرزایی، عبدالله (۱۳۹۶). مفاهیم نمادین نقشمایه های قالی پازیریک، ماهنامه شباک، ش ۶، صص ۳۷-۲۷.
- مجله اختصاصی صنعت فرش نساجی و ماشینی کهن (<https://kohanjournal.com>).
- نوذری، حسینعلی؛ شیخلر، کاظم. (۱۳۸۹). روش شناسی و معرفت شناسی در رهیافت پست مدرن، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، ۱۲.
- هوروکس، کریس. (۱۳۷۹). بودریار، ترجمه پیام یزدانجو، قدم اول، تهران.