



آسیب‌شناسی وضعیت طراحان فرش اراک در دوره معاصر بر مبنای نظریه زمینه‌ای

سمیه صالحی^۱ ID، حسین نوروزی قره قشلاق^۲ ID، حجتاله رشادی^۳ ID

^۱ (نویسنده مسؤل)*، مربی و عضو هیأت علمی، گروه فرش، دانشکده هنر، دانشگاه اراک، ایران. s-salehi@araku.ac.ir

^۲ مربی و عضو هیأت علمی گروه صنایع دستی، دانشکده هنر، دانشگاه اراک، ایران. h-nourozi@araku.ac.ir

^۳ مربی و عضو هیأت علمی گروه فرش، دانشکده هنر، دانشگاه اراک، ایران. h-reshadi@araku.ac.ir

چکیده

در بررسی وضعیت طراحان فرش اراک در دوره معاصر (دو دهه اخیر)، کاهش شدید تعداد طراحان و باقی ماندن شش کارگاه نیمه فعال در بازار سنتی شهر اراک نشان از وجود مسائل و مشکلاتی در جامعه طراحان فرش اراک دارد. با احتمال آنکه دلایل فراوان و متنوعی در ایجاد وضعیت کنونی طراحان فرش اراک دخیل است، روش نظریه زمینه‌ای به کار گرفته شده است تا از نظرات سلیقه‌ای اجتناب شود. بدین منظور، اطلاعات مورد نیاز به صورت مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته با جامعه آماری متشکل از شش طراح و همچنین شش تاجر یا تولیدکننده فرش گردآوری شده است. روش نمونه‌گیری طراحان، از نوع هدفمند معیاری و نمونه‌گیری تاجر، هدفمند گلوله‌برفی است. مصاحبه‌ها طبق روند نظریه زمینه‌ای، ابتدا با کدگذاری باز در سطح اول منجر به تولید مفاهیم و در سطح دوم منجر به تولید مقوله‌های متعددی شده است. در ادامه، با کدگذاری محوری و تحلیل آن‌ها، وجود ده مقوله هسته‌ای در پیدایش وضعیت نامطلوب طراحان فرش اراک موثر است که با تقسیم مجموع این عوامل در سه سطح خرد (نحوه عملکرد طراحان)، میانی (وضعیت تجارت فرش اراک) و کلان (تولید و تجارت فرش ایران در عرصه جهانی) می‌توان چنین نتیجه گرفت که وضعیت موجود جامعه طراحان فرش اراک در شرایط نامطلوبی قرار دارد که بر مبنای پارادایم تئوری زمینه‌ای، بیشتر این عوامل به نحوه عملکرد خود طراحان (شرایط علی) بر می‌گردد. از طرفی برخی آسیب‌ها نیز به طور غیرمستقیم برگرفته از مسائل تجارت فرش اراک و ایران (شرایط زمینه‌ای و تداوم روند حاضر) است. در نهایت پیامدهای این وضعیت نامطلوب، عدم نوآوری در طراحی فرش اراک و به تبع آن آسیب به پیکره تولید و تجارت فرش در این منطقه است.

اهداف پژوهش:

۱. آسیب‌شناسی وضعیت موجود طراحان فرش اراک.
۲. شناخت عوامل شکل‌گیری و پیدایش آسیب‌های وضعیت موجود طراحان فرش اراک.

سؤالات پژوهش:

۱. مهم‌ترین آسیب‌های وضعیت موجود طراحان فرش اراک کدامند؟
۲. پیدایش و شکل‌گیری آسیب‌های وضعیت موجود طراحان فرش اراک مربوط به چه عواملی است؟

اطلاعات مقاله

مقاله پژوهشی

شماره ۵۱

دوره ۲۰

صفحه ۴۲۰ الی ۴۳۵

تاریخ ارسال مقاله: ۱۳۹۹/۰۴/۰۴

تاریخ داوری: ۱۴۰۰/۱۲/۲۳

تاریخ صدور پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۲۵

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۹/۰۱

کلمات کلیدی

فرش اراک، طراحان، آسیب‌شناسی، نظریه زمینه‌ای.

ارجاع به این مقاله

صالحی، سمیه، نوروزی قره قشلاق، حسین، رشادی، حجت‌اله. (۱۴۰۲). آسیب‌شناسی وضعیت طراحان فرش اراک در دوره معاصر بر مبنای نظریه زمینه‌ای. مطالعات هنر اسلامی، ۲۰(۵۱)، ۴۲۰-۴۳۵.

 dx.doi.org/10.22034/IAS.2022.236592.1281

 dx.doi.org/10.22034/IAS.2022.236592.1281

مقدمه

قالی‌بافی سلطان‌آباد از بطن یک جامعه روستایی رشد کرده و با سبک بی‌آلایش و آزاد روستایی خود، مجالی برای به تصویر کشیدن آزادانه ذهن و روان زنان روستایی سلطان‌آباد بوده که در ابتدا نیاز خانه‌های ایشان به زیرانداز را پاسخ می‌گفته و به قصد فروش و تجارت بافته نمی‌شده است اما به تدریج با صدور این قالی‌ها و استقبال خارجی‌ها و به شهرت رسیدن قالی سلطان‌آباد در خارج از ایران، بازرگانان داخلی و سپس شرکت‌های چندملیتی فرصتی برای فعالیت اقتصادی خود یافته و با سرمایه‌گذاری در قالی‌بافی این شهر و با احداث کارگاه‌ها و راه‌اندازی سیستم یکپارچه و بزرگ تولید قالی، قالی‌بافی را به یک صنعت پرسود بدل می‌نمایند. (صالحی و دیگران، ۱۳۹۹: ۲۱)

منطقه اراک در دوره قاجار با رونق اقتصادی فراوان ناشی از تولید و تجارت فرش به‌ویژه با فعالیت شرکت چندملیتی زیگلر^۱ با برندهای قالی سلطان‌آباد، ساروق، فراهان، مشک‌آباد و ... به بازارهای جهانی فرش وصل شد. این رونق اقتصادی موجب گسترش حرفه طراحی و نقاشی فرش و شکل‌گیری دفاتر طراحی متعدد، مملو از شاگردان و دستیاران بسیار، در حجره‌های کاروانسراهای بازار قدیمی اراک شد. اما پس از گذشت این دوران طلایی و در چند دهه اخیر، این حرفه با مشکلات متعددی مواجه شده است و طراحان در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، رفاهی، سلامت جسمانی و روانی و ... وضعیت نامساعدی را تجربه می‌کند و تعداد دفاتر طراحی به شش کارگاه نیمه‌فعال در حجره‌های محقر و با تجهیزات فرسوده کاهش داشته است. گفتنی است در اکثر شهرها و دیگر مناطق قالی‌بافی کشور هم از تعداد کارگاه‌های سنتی طراحی و نقاشی به تدریج کاسته شده است. علی‌رغم تلاش‌های فراوان در قالب فعالیت نهادهای مختلف دولتی و خصوصی با هدف ساماندهی وضعیت جامعه فرش اعم از طراحان و بافندگان و رنجران و تولیدکنندگان همچنان این وضع ادامه دارد. ضرورت این پژوهش با هدف آسیب‌شناسی این وضعیت و شناسایی علل پیدایش آن، از این جهت است که وضعیت نامناسب جامعه طراحان فرش اراک می‌تواند بر تولید و تجارت فرش اراک تاثیرگذار باشد؛ چراکه ارتباط بین وضعیت طراحان از یک سو و وضعیت تولید و تجارت فرش اراک از سوی دیگر، رابطه‌ی مستقیم است. از طرفی، شرایط کنونی تولید و تجارت فرش، نیاز به نقشه‌های جدید، نوآوری و خلاقیت در طرح و نقش و ... اهمیت جایگاه طراحان و ضرورت مطلوب بودن وضعیت ایشان را به‌عنوان بخش مؤثری در زنجیره تولید فرش آشکار می‌سازد. بنابراین نیاز است وضعیت طراحان فرش اراک آسیب‌شناسی و علل آن‌ها نیز شناسایی شود.

در نظریه زمینه‌ای باید به این نکته توجه داشت که مرور پیشینه نه گویای مفاهیم عمده و نه ارائه‌دهنده فرضیه‌هاست، بلکه مرور پیشینه، نشانگر وجود شکاف یا نوعی سوگیری در دانش موجود است و در نتیجه خردمایه‌ای برای مطالعه فراهم می‌آورد. به همین جهت توصیه می‌شود پژوهشگر تا حد امکان ایده‌ها و افکار خود را کنار بگذارد و مرور پیشینه، این سودمندی را دارد که در هنگام ارائه داده، ارجاعاتی به پیشینه می‌نماید تا حمایت بیرونی برای مدل نظری فراهم

^۱ Ziegler

آورد (Creswell, ۱۳۹۱:۲۳۱). پیشینه تخصصی به‌عنوان مأخذی از داده‌های بیشتر خوانده می‌شود تا با داده‌های به‌دست آمده موجود مقایسه شود. این کار سطح نظری را ارتقا داده و ساخت تعاریف را بهبود می‌دهد. بدین ترتیب در پیشینه پژوهش حاضر به دو مقاله اشاره می‌گردد؛ در موضوع وضعیت طراحان، مقاله‌ای تحت عنوان «شناسایی موانع نوآوری در طراحی و تولید فرش دستباف اصفهان: رویکردی کارآفرینانه» (طغرای، ۱۳۹۴:۸۴) با روش توصیفی-پیمایشی عوامل عدم نوآوری در طراحی فرش اصفهان در پنج بخش اقتصادی، بازاریابی، فرهنگی، مدیریتی و تکنولوژیکی معرفی شده و بر مبنای آن‌ها یک مدل کاربردی نوآوری در حوزه فرش دستباف اصفهان ارائه شده است. در این پژوهش به جامعه طراحان به‌عنوان جامعه هدف پژوهش و وضعیت ایشان و عوامل آن پرداخته نشده و بر موانع نوآوری در فرش اصفهان به‌طور کلی تأکید داشته است. همچنین در موضوع نظریه زمینه‌ای، مقاله‌ای تحت عنوان «کاربرد نظریه زمینه‌ای در پژوهش‌های مرتبط با دانش بومی حفاظت؛ رویکردی برای پاسداشت میراث فرهنگی ناملوس» (رحیم‌نیا، ۱۳۹۵:۱۵۱). با توجه به موضوع اصلی آن یعنی چگونگی انطباق این نظریه بر دانش بومی حفاظت، در پژوهش حاضر که حول محور دانش بومی طراحی فرش اراک با استفاده از نظریه زمینه‌ای می‌چرخد قابل توجه است. رویکرد نظریه زمینه‌ای یک نوع روش پژوهش کیفی است که به‌طور استقرایی یک سلسله رویه‌های سیستماتیک را به کار می‌گیرد تا نظریه‌ای درباره پدیده مورد مطالعه ایجاد کند (Strauss and Corbin, ۱۹۹۰:۷۴). وضعیت طراحان فرش اراک، مسئله‌ای چندوجهی است و نظریه زمینه‌ای می‌تواند روش مناسبی در درک مجموعه شرایط و عوامل مؤثر باشد. نظریه زمینه‌ای که با عناوین دیگری همچون «داده بنیاد» و «نظریه مبنایی» هم شناخته می‌شود، برخلاف تحقیق کمی، با نظریه موجود یا قیاسی آغاز نمی‌شود، بلکه هدف اولیه آن، کشف نظریه از طریق تولید روشمند داده است زیرا نظریه‌ای که از داده‌ها استخراج شود، بیشتر به واقعیت نزدیک است (Strauss and Corbin, ۱۹۹۰:۷۶). روش مصاحبه عمیق، مهم‌ترین فن گردآوری داده‌های زمینه‌ای محسوب می‌شود. مصاحبه عمیق غالباً به عنوان مصاحبه نیمه‌ساختارمند معرفی می‌شود. زیرا محقق برخی کنترل‌ها را بر روی جهت و محتوای بحث نگه می‌دارد؛ در حالی که شرکت‌کنندگان بر روی شرح دادن و یا انتخاب جهت‌های جدید اما مرتبط آزاد هستند (Morse, ۲۰۰۱:۱۲۳).

در این پژوهش جامعه آماری شامل طراحان سنتی بازارچه قدیمی شهر اراک و تجار و تولیدکنندگان فرش اراک با میانگین ۵۹ سال سن و ۳۳ سال سابقه کار است. در گزینش طراحان از روش نمونه‌گیری هدفمند معیاری استفاده شده است. این روش مستلزم انتخاب مواردی است که ملاک مهمی را برآورده سازند (Patton MQ, ۲۰۰۲:۱۴۳). در این روش، شرکت‌کننده‌ها توسط پژوهشگر دست‌چین می‌شوند، چراکه یا به‌صورت مشخص دارای ویژگی مورد نظر هستند و یا غنی از اطلاعات در مورد خاصی هستند. این روش بیشتر زمانی استفاده می‌شود که نیاز به نمونه‌های خیره‌ناک باشد (Boswell C, ۲۰۱۲:۱۰۲). در بازار سنتی اراک، تعداد طراحان فرش که هنوز کارگاه خود را به‌صورت نیمه‌فعال حفظ نموده‌اند، شش نفر هستند که از تمامی ایشان، مصاحبه انجام شده است. همچنین در مصاحبه با خبرگان و تجار فرش اراک با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی، تنها با تاجرانی که از سفارش‌دهندگان اصلی نقشه به طراحان فرش بازار اراک هستند مصاحبه به عمل آمده است. به بیانی دیگر، نمونه‌های منتخب از تجار و تولیدکنندگان فرش،

از طریق سه طراح کلیدی در زمینه موضوع مورد مطالعه، معرفی شدند و پس از مصاحبه با هر نمونه، این سؤال مطرح شده است که چه افراد دیگری را واجد شرایط برای ورود به پژوهش می‌دانید و بدین ترتیب افراد بعدی معرفی و مورد گفتگو قرار گرفته‌اند. در تحلیل داده‌های خام موجود در مصاحبه‌ها، ابتدا با کدگذاری باز مفاهیم و سپس مقوله‌ها استخراج شده و سپس در مرحله کدگذاری محوری، مقوله‌های هسته‌ای مشخص شده‌است. در ادامه طبق پارادایم‌های تئوری زمینه‌ای، این مقوله‌ها به سه شرایط علی (نحوه فعالیت طراحان)، شرایط زمینه‌ای (تولید و تجارت فرش) و شرایط تداوم این وضعیت، تقسیم می‌شوند که در نهایت پیامدهایی را دربر دارد و در بخش تحلیل داده‌ها به‌طور مفصل به آن پرداخته خواهد شد. در پژوهش‌های کیفی صحت و اعتبار داده‌ها و یافته‌ها بخش مهمی در فرآیند پژوهش است (Creswell, 2012: 231). مواردی همچون حساسیت پژوهشگر، انسجام روش‌شناسی، متناسب بودن نمونه، گردآوری و تحلیل هم‌زمان داده‌ها، باعث می‌شوند تا حد زیادی دقت علمی تحقیق کیفی تضمین شود. در این پژوهش نیز از دو روش بازبینی مشارکت‌کنندگان و مرور خبرگان غیرمصاحبه‌شونده در پژوهش (چند نفر از اعضای هیأت علمی و پژوهشگران فرش) بهره برده و با کاربست نظرهای اصلاحی ایشان، ویرایش لازم انجام و مدل نهایی ترسیم شود.

۱. نظریه زمینه‌ای

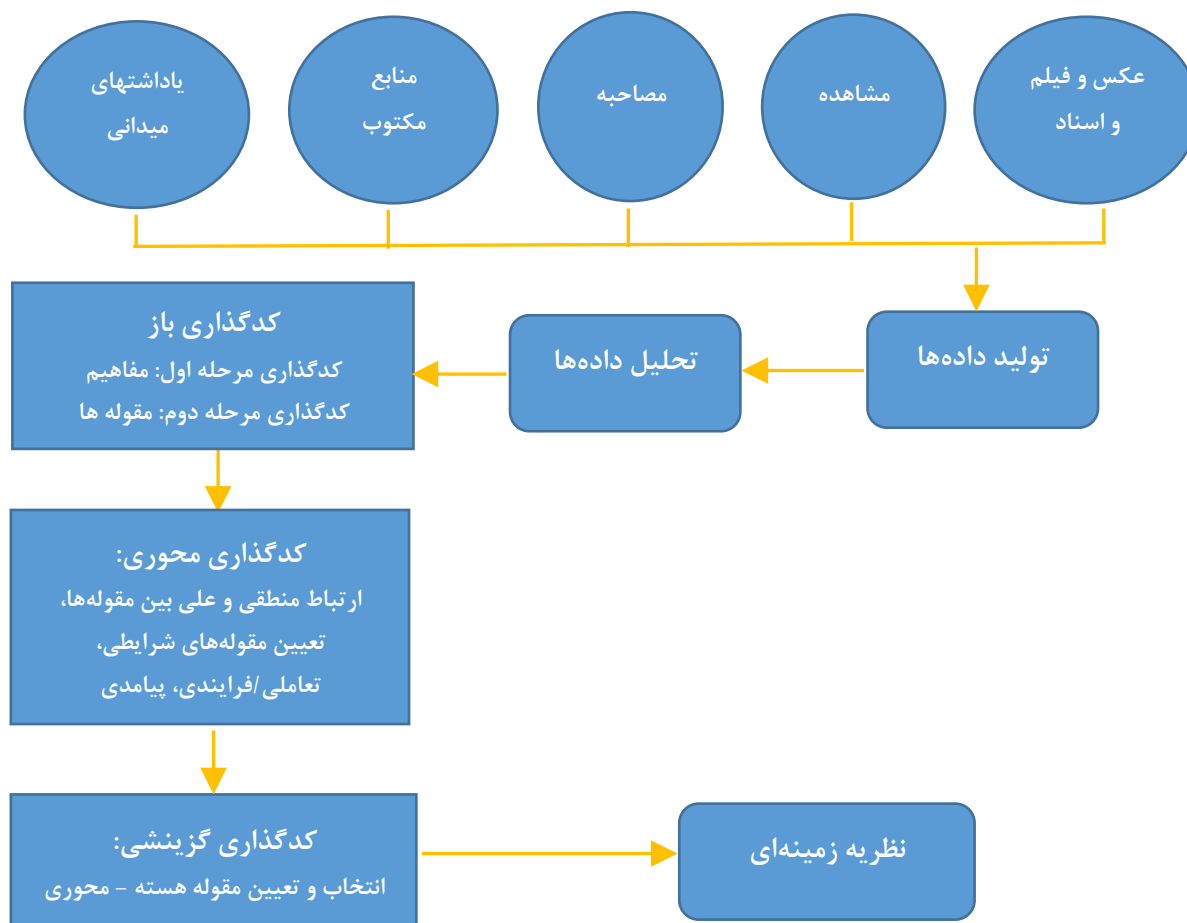
تئوری زمینه‌ای فرایندی برای تعمیم نتایج حاصل از یک مشاهده‌ی خاص به نظریه‌ای جامع‌تر است. نظریه‌ای که در زندگی روزمره‌ی انسان‌ها نشو و نما می‌یابد، همان‌گونه که از معنای واژه‌گراند (رستن، از زمین برآمدن) برمی‌آید. طی این روش تئوری به روش استقرایی از تجارب زندگی روزمره، مرادوات، مستندات، ادبیات و مشاهدات استخراج می‌گردد (ناصری، ۱۳۹۶: ۱۷). این روش برای اولین بار در دهه ۱۹۶۰ توسط بارنی گلیزر و اشتراوس^۱ در تحقیقی در مورد تعامل کارکنان بیمارستان با بیماران در حال مرگ مطرح شد (Strauss & Corbin, 1990: 108).

ریشه تئوری زمینه‌ای به آموزه‌های دو مکتب شیکاگو و کلمبیا برمی‌گردد. اشتراوس دستی قوی در سنت روش کیفی داشت. وی به شدت متأثر از پراگماتیست‌ها و کسانی که در سنت کنش متقابل قرار داشتند، برخی گزاره‌های توسعه چنین روشی را فراهم کرد: ۱- نیاز به فرارفتن از زمینه برای کشف آنچه که واقعاً در حال رخ دادن بود؛ ۲- کشف تئوری، برخاسته از داده، به منظور ایجاد نظم و بنیانی برای کنش اجتماعی؛ ۳- کشف گوناگونی و پیچیدگی پدیده و کنش اجتماعی؛ ۴- این عقیده که اشخاص کنشگرانی هستند که نقش فعالی در پاسخ به موقعیت‌های پروبلماتیک دارند؛ ۵- تشخیص اینکه افراد براساس معانی به کنش با یکدیگر می‌پردازند؛ ۶- فهم اینکه معانی از طریق تعامل تعریف و بازتعریف می‌شوند؛ ۷- حساس بودن به جریان و بیرون کشیدن ذات رویدادها (فرایندها)؛ و ۸- آگاهی از روابط بین شرایط و پیامدهای پدیده. فرض بنیادی رویکردهای تفسیری-برساختی، که تئوری زمینه‌ای بر آن استوار است، آن است که انسان‌ها موجوداتی خلاق، مبتکر و معناساز هستند که به جهان اجتماعی خود معنا و نظم می‌بخشند. لذا در تعریف انسان بر عنصر اراده‌گرایی تأکید دارد. بر این اساس کنش‌های انسانی یا عاملان اجتماعی

^۱ Glaser & Strauss

مبتنی بر انتخاب‌های ذهنی و دلائل فردی هستند (LaRossa, ۲۰۰۵: ۸۴۴). در این روش تبیین‌های تفسیری، از نوع تبیین‌های استقرایی-ایدئوگرافیک هستند. این نوع تبیین بر توصیف یا تصویری عمیق از یک چیز با جزئیات ویژه تکیه دارد، اما دارای سطح انتزاعی محدود و مرتبط با یک میدان یا موقعیت ویژه نیز می‌باشد. تبیین‌های ایدئوگرافیک (اندیشه‌گرایانه) دارای ماهیت داده‌محور، تجربی-تجربیدی، استفهامی، غیرفرضیه‌ای و فاقد تعمیم تحلیلی هستند.

تئوری زمینه‌ای، بر استفاده از گام‌های تحلیل داده‌ها مشتمل بر کدگذاری باز، محوری و انتخابی، و تدوین یک الگوی منطقی با یک توصیف بصری از نظریه تولیدشده تأکید دارد. در این تعریف، سه مرحله از کدگذاری وجود دارد: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی. در هر یک از این مراحل، کد یا کدهای الصاق شده باید داده‌های مرتبط با خود را به سطح اشباع برسانند (Strauss & Corbin, ۲۰۰۶: ۱۲۱). نمودار شماره ۱ روند انجام کار در روش نظریه زمینه‌ای را نشان می‌دهد.



نمودار شماره ۱: فرآیند انجام تئوری زمینه‌ای (محمدپور، ۲۰۱۳: ۳۲۱)

۲. فرش اراک

سلطان آباد نام یکی از مناطق مشهور قالیبافی ایران است که بعدها به اراک تغییر نام یافت و در گذشته فرش‌هایی به سبک روستایی تولید می‌نموده است. در دوره قاجار باتوجه به ایجاد روابط تجاری و سیاسی با کشورهای اروپایی، برخی شرکت‌های تولید قالی در مناطق مختلف کشور سرمایه‌گذاری کردند که از جمله آن می‌توان به کمپانی فرش زیگلر در تبریز و سلطان آباد، کمپانی قالی شرق که شعبه اصلی آن در زمیر بود در شهرهای تبریز، کرمان، همدان و اراک به فعالیت پرداختند (رسولی و دیگران، ۱۳۹۸: ۱۸). در این دوره با فراهم آمدن زمینه فعالیت شرکت‌های چندملیتی مانند زیگلر در این منطقه، سلطان آباد به یکی از قطب‌های تولید و صادرات فرش ایران تبدیل می‌شود. این روند موجب تغییر سبک قالی این منطقه از روستایی به شهری و تغییر شیوه تولید از خانگی به کارگاهی می‌گردد. این رونق تجاری و تغییر سبک تولید موجب تقاضای فراوان برای طرح و نقشه شده و همچنین با اعمال سلیقه مقصدهای صادراتی، نیاز به بداعت و تغییر در رنگ و اندازه و نقوش نقشه‌های این منطقه، زمینه را برای رونق طراحی

و شکل‌گیری کارگاه‌های فراوان طراحی در بازار فرش اراک فراهم می‌آورد.

در سال ۱۹۹۵ مقاله‌ای تحت عنوان «نقشه فرش‌های شرکت زیگلر» در شماره ۸۰ مجله هالی منتشر شد. در این مقاله گزارشی از مطالبی که نخستین رئیس شرکت زیگلر در سلطان آباد نوشته، ارائه شده است. اتینگ در مقاله خود به‌طور ویژه به طرح و نقش قالی‌های بافته‌شده شرکت زیگلر پرداخته است. او در معرفی مجموعه طرح‌های قالی زیگلر به این نکته اشاره می‌کند که واژه زیگلر در تجارت امروز برندی بر کیفیت و ساختار بافت است. (Ittig, ۱۹۹۱: ۱۷) طرحی که در ابتدا به‌کار بردند طرحی تکراری بود که در حدود ۲۰ تخته کوچک از آن بافته شد و برای نمونه به روستاها فرستاده شد تا از روی آن‌ها فرش ببافند. شرکت‌های خارجی تا آغاز جنگ جهانی اول با سرعت زیادی فعالیت‌های خود را در سراسر این منطقه گسترش دادند؛ تا جایی که فقط در سلطان آباد ۳۰۰۰ دار قالی‌بافی برپا شد. با شروع جنگ جهانی اول لطمه بسیار مهلکی بر پیکر فرش اراک وارد آمد و منجر به کساد کار و بیکاری عده زیادی از طراحان و بافندگان گردید. شرکت زیگلر قبل از آغاز جنگ جهانی اول، به‌طور داوطلبانه شرکت خود را منحل ساخت (شاعری، ۱۳۷۱: ۳۲)

از آن پس تا قبل از پیروزی انقلاب اسلامی تجارت فرش در دست تجار اراکی بود و از آن جایی که بازارهای متفاوت و مهمی در اروپا وجود داشت این تجار فرش‌ها را با هر کیفیتی و با هر طرحی وارد بازارهای خارجی می‌کردند، بدون آن که به‌صورت تخصصی با مقوله‌ی تجارت و بازاریابی آشنایی داشته باشند. به‌عنوان مثال هیچ کاتالوگ، بروشور و مجله تبلیغاتی برای کالای باارزشی مانند فرش چاپ نگردیده و اگر هم وجود داشته آنقدر ناچیز بوده که به حساب نمی‌آید. این تجار بر این باور بودند که خارجیان همین طرح‌هایی که سالیان قبل خودشان در این محل رواج داده بودند خواهان هستند. غافل از این که فرهنگ هر ملتی با گذشت زمان خصوصاً باتوجه به گسترش بی‌سابقه تکنولوژی

در غرب به سرعت تغییر کرده و انتظارات دیگری از فرش دارند. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی تاکنون، به جز چندین زمان کوتاه و موقت، روزبه‌روز فرش این شهر با رکود مواجه بوده و دلایل این افت شدید باید در جای خود مورد ارزیابی قرار بگیرد (صوراسرافیل، ۱۳۷۲: ۹).

۳. آسیب‌شناسی وضعیت طراحان فرش اراک

پس از پیاده‌سازی متن مصاحبه‌ها و مرور چندین باره آن‌ها، با استفاده از روش تحلیل محتوا به صورت سطر به سطر و عبارت به عبارت بررسی، مفهوم‌پردازی، مقوله‌بندی و سپس براساس مشابهت، ارتباط مفهومی و خصوصیات مشترک بین کدهای باز، مفاهیم و مقولات (طبقه‌ای از مفاهیم) مشخص گردیدند. تمام مصاحبه‌ها و نقل‌قول‌ها مورد بررسی و مقایسه مداوم داده‌ها صورت گرفت. سپس، با مطالعه دقیق و مکرر متن مصاحبه‌ها و جملات ذکر شده در آن، واحدهای مفهومی معنی‌دار مشخص و نام‌گذاری شدند. در این فرآیند با مقایسه این مفاهیم مشخص شد که به پدیده‌هایی مشابه مربوط هستند و در نتیجه، مقوله‌ها معرفی گشتند. بنابراین مفاهیم در سطحی بالاتر به نام مقوله‌ها دسته‌بندی می‌شوند. مقوله، مفهومی است که از سایر مفاهیم انتزاعی‌تر می‌باشد؛ یعنی عنوانی که به مقوله‌ها اختصاص داده می‌شود، انتزاعی‌تر از مفاهیمی است که مجموعاً آن مقوله را تشکیل می‌دهند. در این پژوهش نمونه‌هایی از چگونگی کدگذاری باز و یافتن مفاهیم و مقوله‌های اولیه، بر مبنای مصاحبه‌های طراحان و تجار/تولیدکنندگان در دو جدول جداگانه آورده شده است. (جدول شماره ۱ و ۲) در این جداول ابتدا کدهای باز بر مبنای مفاهیم اولیه استخراج شده و سپس براساس مقایسه‌های ثابت (شباهت‌ها و تفاوت‌ها) کلیه کدها در مرحله کدبندی محوری در قالب مقوله‌های عمده دسته‌بندی شده است. (جدول شماره ۳)

کدگذاری محوری، فرآیند ربط‌دهی مقوله‌ها به زیرمقوله‌هایشان و پیوند دادن مقوله‌ها در سطح ویژگی‌ها و ابعاد است. این کدگذاری، به این دلیل «محوری» نامیده می‌شود که کدگذاری حول «محور» یک مقوله تحقق می‌یابد (Strauss & Corbin, ۱۹۹۰: ۱۱۹) در این مرحله، پژوهشگر یک مقوله کدگذاری باز را انتخاب کرده و آن را در مرکز فرآیندی که در حال بررسی آن است (به عنوان مقوله محوری) قرار می‌دهد، و سپس دیگر مقوله‌ها را به آن ربط می‌دهد.

جدول شماره ۱: نحوه کدگذاری باز (مصاحبه با طراحان فرش اراک). منبع: نگارندگان

مقوله	مفهوم	داده‌های خام (کدگذاری باز)
وابستگی	انتظار و توقع برای بیمه شدن از سوی کارفرما یا دولت	در این سال‌ها هیچ کس ما را بیمه نکرد. نه دولت نه تولیدکننده‌هایی که طرح‌های ما را می‌خریدند.
	ناآگاهی و	آن زمان کسی به فکر بیمه نبود، جوان بودیم و بازار کارمان حسابی داغ بود.

عدم آینده‌نگری	عدم پیش‌بینی تغییرات بازار	هیچ وقت فکر نمی‌کردیم به این روز بیفتیم که ماهی یه مشتری هم نداشته باشیم.
مقاومت در برابر تغییر	به روز نشدن دانش طراحان با ورود تکنولوژی	از وقتی دستگاه تکثیر و کپی و کامپیوتر آمد ما بیکار شدیم.
	جبهه خصمانه گرفتن در برابر تکنولوژی	کامپیوتر دشمن اصلی طراحی فرش است.
	عدم اعتقاد به استفاده از تکنولوژی	طراحی با دست اصیل تر و ارزشمندتر است.
آموزش ناموفق	عدم موفقیت دستیابی به جایگاهی که هنرجو را برای آمدن در حرفه طراحی فرش جذب نماید.	هنوز بعضی جوان‌ها می‌آیند برای یادگیری ولی وقتی وضعیت ما را می‌بینند می‌روند.
	اعتقاد به ارجحیت مشاغل دیگر برای جوانان	چندتایی بودند که آموزش دادیم و کارشان خوب بود اما موقعیت شغلی بهتری پیدا کردند و من تشویقشان کردم که بروند و نمانند.
	تجربه ناخوشایند عدم موفقیت شاگردان قبلی	بعضی ازین طراحان که الان در بازار هستند از شاگردان من بودند اما الان آن‌ها هم مشتری ندارند.

جدول شماره ۲: نمونه نحوه کدگذاری باز (مصاحبه با تجار/تولیدکنندگان)، نگارندگان

مقوله	مفهوم	داده‌های خام (کدگذاری باز)
نبود نوآوری و تکرار نقشه‌های قدیمی	عدم برآورده شدن انتظار نوآوری از طراحان	اکثر نقشه‌های اراک تکراری هستند و طراحان فقط همان چندتا گل و نقشی که بلد هستند را دوباره تکرار می‌کنند.
عدم آگاهی از جایگاه طراح و نوآوری در تجارت فرش	عدم پرداخت دستمزد مناسب به طراحان	مگر ما از یک نقشه چندتا می‌بافیم یا چقدر سود می‌کنیم که بخواهیم دستمزد طراح را بیشتر کنیم، فرش ماشینی‌ها از یک نقشه ممکن است هزارتا تولیدکنند برای همین پول خوبی به طراح می‌دهند.
عدم گسترش بازار و ورود به صادرات فرش	اکتفا به بازار سالخورده فرش با سلیقه‌های قدیمی	افرادی که فرش دستباف می‌خواهند اکثراً مسن بوده و خواهان همان نقشه-های قدیمی تکراری مثل دسته‌گلی و ماهی و لچک ترنج‌های شاه عباسی هستند و فقط همین نقشه‌های قدیمی را اصیل می‌دانند و می‌خرند هرچند که تکراری باشد.

ورود تکنولوژی و جایگزین شدن محصول مشابه ارزانتر	کاهش قدرت خرید مردم برای فرش دستباف و جایگزین شدن فرش ماشینی و تابلو فرش ها	مردم توان خرید فرش دستباف را ندارند و با آمدن فرش ماشینی کسی فرش دستباف نمی‌خرد. تابلوفرش‌ها خیلی فروش دارند، مردم خوب می‌خرند. تاجران تابلوفرش‌ها را بیشتر از تبریز می‌خرند و در اراک می‌فروشند
	تغییر در نحوه ارزش‌گذاری بر نقشه قالی و ظرافت‌زدگی و طبیعت‌گرایی در سبک طراحی و سایه‌پردازی نقوش	در ارزیابی و قیمت‌گذاری فرش‌ها، اصل بر ظرافت فرش است، فرش هرچقدر ریزتر باشد اعلاء تر است مثل فرش‌های ابریشم با گل‌های فرنگ و طرح‌های جدید...
تغییر و تحول در سبک طراحی فرش	نبود مدیریت واحد و نظارت آگاهانه بر حفظ اصالت نقشه‌های مناطق مختلف از سوی دولت	از وقتی مراکز زیادی وارد تولید و تجارت فرش شدند مثل کمیته امداد، سازمان زندان‌ها، بهزیستی، اتحادیه‌ها، شرکت سهامی فرش، جهاد و ... وضع فرش بدتر شد و هرکس هر نقشه‌ای که دلش می‌خواست در هر شهری بافت.
	عدم حفظ مالکیت معنوی و تجاری نقشه‌های قالی ایران و حفظ اصالت آن‌ها	هند و پاکستان و چین نقشه‌های ما را بافتند و ارزان تر فروختند. حتی نقشه‌های ما را طبق سلیقه خارجی‌ها تغییر دادند تا با دکوراسیون‌های جدید جور باشند.
(بعد کلان) ضعف تولید و تجارت فرش ایران در بازارهای بین‌المللی	ورود رقبای خارجی به عرصه تولید و تجارت فرش	کلاً فروش فرش در کل ایران کم شده و فقط اراک نیست چون کشورهای دیگری هم رقیب فرش ایران شدند.
	کاهش توان رقابت فرش ایران با رقبای خارجی از نظر قیمت	فرش ایران از نظر اصالت هنوز حرف اول را در دنیا می‌زند اما از نظر قیمت فرش ایران نمی‌تواند با قیمت فرش هند و پاکستان رقابت کند و علتش دستمزد پایین قالیبافان آن‌هاست.
(بعد میانی) ضعف در تولید و تجارت فرش اک	عدم به روز شدن تولید و تجارت فرش اراک	راه و رسم تجارت فرش تغییر کرده، اینترنت و ... آمده ولی ما بلد نیستیم و باید جوان‌ترها وارد بازار فرش بشوند.
	ارجحیت مشاغل دیگر برای جوانان	جوان‌ها خیلی علاقه‌ای به تولید و تجارت فرش ندارند چون خیلی زحمت و دردسر دارد و کارهای دیگری مثل خرید و فروش ماشین، ملک یا لپ‌تاپ و گوشی را ترجیح می‌دهند.
	تنزل شأن اجتماعی و اقتصادی قالیبافی	زنان دیگر علاقه‌ای به قالیبافی ندارند و دخترها می‌خواهند درس بخوانند و قالیبافی را کار زنان بیسواد و فقیر می‌دانند.
	بی‌رونتی در تجارت و تولید فرش در اراک	تولید و تجارت فرش دیگر رونقی ندارد و فرش اراک نفس‌های آخرش را می‌کشد.

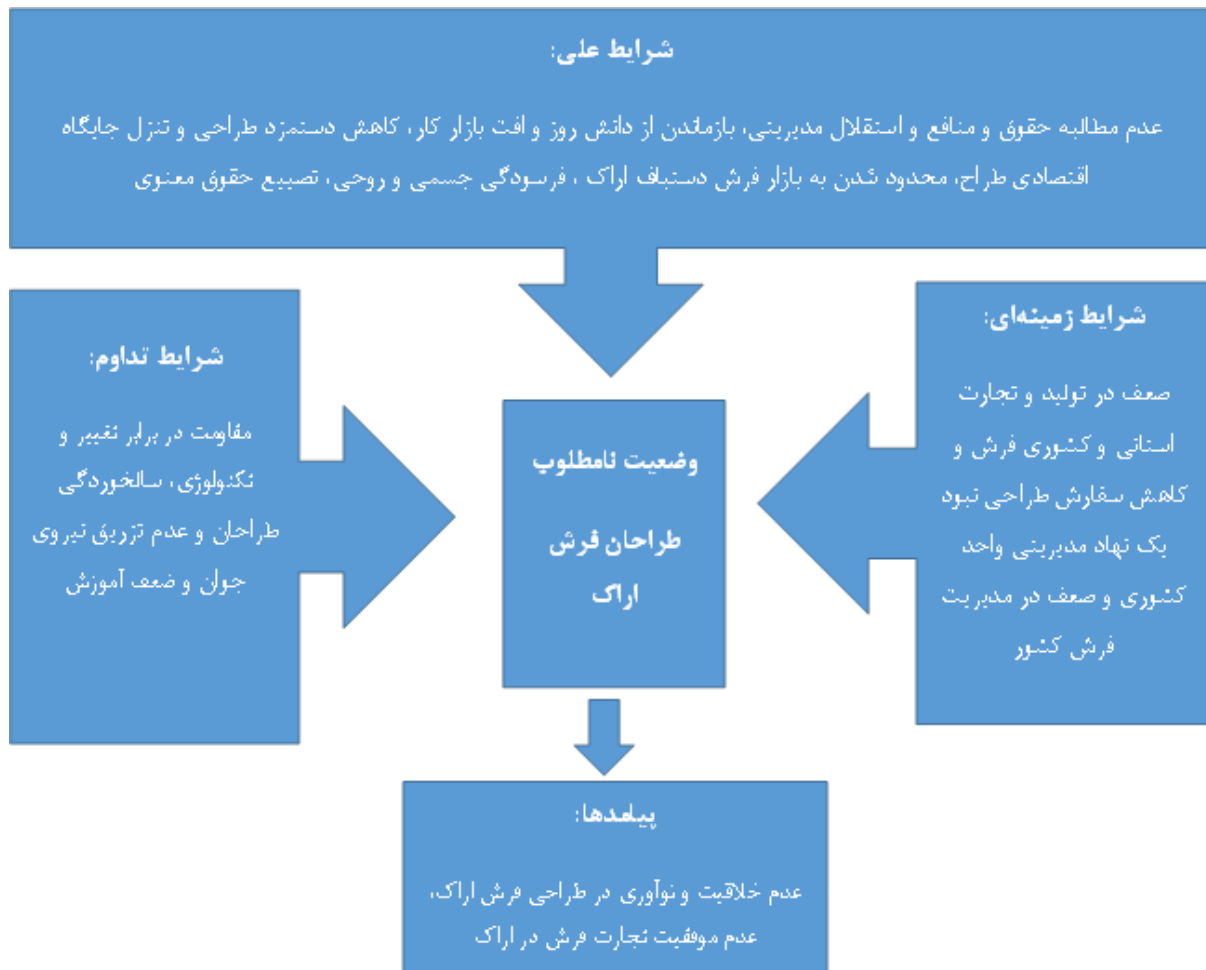
جدول شماره ۳: کدگذاری محوری و تعیین مقوله‌های هسته‌ای. منبع: نگارندگان.

مقوله محوری	مقوله‌ها	
عدم مطالبه حقوق و منافع و استقلال مدیریتی	وابستگی به کارفرما و نهادهای مسئول، عدم تشکیل صنف یا انجمن حامی طراحان فرش	۱
بازماندن از دانش روز و افت بازار کار	عدم نوآوری و تکرار نقشه‌های قدیمی، عدم آینده‌نگری، فقدان برنامه‌ریزی آگاهانه، تغییر شیوه‌های طراحی، عدم شرکت در نمایشگاه‌های فرش استانی و کشوری یا خارجی برای تبلیغ و به روز شدن اطلاعات	۲
سالخوردگی طراحان و عدم تزریق نیروی جوان	آموزش ناموفق، فقدان مرکز آموزشی آکادمیک طراحی فرش در اراک	۳
مقاومت در برابر تغییر و استفاده از تکنولوژی	مقاومت در برابر تغییر، مخالفت با دیدگاه‌های جدید، تغییر تجهیزات و ورود تکنولوژی به عرصه طراحی فرش، عدم به‌روزرسانی دفتر کار، ابزار کار و آرشیو نقشه‌ها، سرعت پایین و صرف زمان زیاد برای تهیه یک نقشه،	۴
کاهش دستمزد طراحی و تنزل جایگاه اقتصادی طراح	عدم آگاهی از جایگاه طراح و نوآوری در تجارت فرش، دستمزد پایین طراحان فقدان سیستم واحد ارزیابی و ارزش گذاری نقشه‌های، رقابت نادرست بین طراحان، فروش یک نقشه به چندین تولیدکننده با قیمت کمتر،	۵
محدود شدن به بازار فرش دستباف اراک	عدم استفاده از شیوه‌های نوین فروش و بازاریابی، عدم حضور در فضای مجازی و نمایشگاه‌های فرش، نداشتن انگیزه و اهداف مالی و معنوی مشخص، نبود برنامه	۶
ضعف در تولید و تجارت استانی و کشوری فرش و کاهش سفارش طراحی	عدم گسترش بازار تولید و ورود به تجارت بین‌المللی و صادرات فرش، ورود تکنولوژی و جایگزین شدن محصول مشابه ارزان‌تر، تهیه نقشه از شهرهای دیگر توسط تولیدکنندگان، ضعف در تولید و تجارت فرش اراک (بعد میانی)، ضعف تولید و تجارت فرش ایران در بازارهای بین‌المللی (بعد کلان)	۷
فرسودگی جسمی و روحی	نورضعیف، تجهیزات فرسوده بدون رعایت اصول بهداشتی و ارگونومی، کار بی‌وقفه و عدم پایبندی به انجام تمرینات ورزشی، احساس نارضایتی از جایگاه مالی و شان اجتماعی خود، اعتراض به کارفرمایان و نهادهای مسئول به خاطر کوتاهی در حمایت از طراحان فرش، عدم رضایت خانواده و فرزندان از درآمد طراحان	۸
	عدم درج نام یا نشان طراح در نقشه و یا شناسنامه فرش، ناشناخته ماندن	

تضییع حقوق معنوی	طراحان اراک در قیاس با طراحان شهرهای دیگر، عدم برگزاری مراسم بزرگداشت طراحان، عدم شرکت در مسابقات استانی و کشوری طراحی فرش، عدم تلاش فردی برای برندسازی و تبلیغ آثار،	۹
نبود یک نهاد مدیریتی واحد کشوری و ضعف در مدیریت فرش کشور	عدم تدوین آئین‌نامه حقوقی و صنفی برای طراحان، عدم نظارت بر آموزش دانش بومی طراحی فرش اراک، عدم موفقیت طرح‌ها و برنامه‌های دولتی در صادرات و رونق اقتصادی فرش کشور	۱۰

همان‌طور که در جدول شماره ۳ قابل مشاهده است ۱۰ مقوله در نتیجه فرآیند کدگذاری محوری حاصل شده است که این مقوله‌ها عبارت‌اند از: عدم مطالبه حقوق و منافع و استقلال مدیریتی، بازماندن از دانش روز و افت بازار کار، سالخوردگی طراحان و عدم تزریق نیروی جوان، مقاومت در برابر تغییر و استفاده از تکنولوژی، کاهش دستمزد طراحی و تنزل جایگاه اقتصادی طراح، محدود شدن به بازار فرش دستباف اراک، ضعف در تولید و تجارت استانی و کشوری فرش و کاهش سفارش طراحی، فرسودگی جسمی و روحی، تضییع حقوق معنوی، نبود یک نهاد مدیریتی واحد کشوری و ضعف در مدیریت فرش کشور.

مرحله نهایی کدبندی گزینشی، شامل تعریف مقوله هسته است. مقوله هسته پدیده‌ای است که اساس و محور فرآیند است. مقوله‌ای که به‌عنوان مقوله هسته انتخاب می‌شود باید به اندازه کافی انتزاعی بوده و بتوان سایر مقولات اصلی را به آن مرتبط کرد. در این مرحله، مقوله‌های عمده در قالب یک مدل پارادایمی (مدل زمینه‌ای) حول مقوله هسته به یکدیگر ارتباط داده شده است. در واقع مدل ترسیم شده، به توصیف مقوله هسته و تحلیل و تبیین آن می‌پردازد. این فرآیند را ترکیب مقوله‌ها و پالایش و آراستن سازه‌های نظری منتج شده از آن می‌خوانند. در این پژوهش مقوله هسته اصلی «وضعیت نامطلوب طراحان اراک» تعیین شده است و باقی مقوله‌ها در سه بخش علی، زمینه‌ای و تداوم جای گرفته‌اند. (نمودار شماره ۲)



نمودار شماره ۲: مدل تنوری زمینه‌ای آسیب شناسی وضعیت طراحان فرش اراک. نگارندگان.

این مقوله‌ها عبارتند از:

شرایط علی: مقوله‌ها یا شرایطی هستند که مقوله اصلی را تحت تأثیر قرار می‌دهند و به وقوع یا گسترش پدیده مورد نظر منجر می‌شوند. در پژوهش حاضر، عدم مطالبه حقوق و منافع و استقلال مدیریتی، بازماندن از دانش روز و افت بازار کار، کاهش دستمزد طراحی و تنزل جایگاه اقتصادی طراح، محدود شدن به بازار فرش دستباف اراک، فرسودگی جسمی و روحی، تصبیح حقوق معنوی مواردی هستند که موجب نبود مطلوبیت در وضعیت طراحان فرش اراک در ابعاد مختلف اقتصادی، حقوقی و صنفی، اجتماعی، جسمی و روحی می‌شوند. اغلب مفاهیمی که منجر به شکل‌گیری این شرایط علی شده‌اند به ضعف عملکرد حرفه‌ای و رفتاری خود طراحان برمی‌گردد.

شرایط زمینه‌ای یا بستر: شرایط خاصی که در آن فرآیندها و تعاملات برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد و بر راهبردها تأثیر می‌گذارند. شرایط زمینه‌ای در این پژوهش شامل دو مؤلفه (۱) ضعف در تولید و تجارت استانی و کشوری فرش و در نتیجه کاهش سفارش طراحی (۲) نبود یک نهاد مدیریتی واحد کشوری و ضعف در مدیریت

فرش کشور می‌شود. این دو مؤلفه بستر وضع نامطلوب طراحان فرش اراک را فراهم می‌کند. در واقع این موضوع، حاکی از آن است که بخش مهمی از مسائل طراحان فرش اراک علاوه بر ضعف عملکردی ایشان (بعد خرد)، به ضعف شرایط حرفه‌ای آن‌ها در دو بعد ضعف تولید و تجارت فرش اراک (میانی) و ضعف تولید و تجارت فرش ایران در سطح جهانی (کلان) بازمی‌گردد.

شرایط تداوم یا مداخله‌گر: شرایط کلی که بر چگونگی فرآیندها تأثیر می‌گذارد شرایطی که باعث تشدید یا تضعیف پدیده اصلی می‌شوند. در پژوهش حاضر و براساس تحلیل محتوای مصاحبه‌ها مقاومت در برابر تغییر و تکنولوژی، سالخوردگی طراحان و عدم تزریق نیروی جوان و ضعف آموزش به‌عنوان شرایط تداوم که موجب پایداری وضع نامطلوب طراحان فرش اراک است، شناسایی شده است.

پیامدها: خروجی‌هایی هستند که در اثر پدیده اصلی به‌وجود می‌آیند. روابط بین مقوله‌های شکل گرفته در داده‌ها نشان می‌دهد که الگوی شکل گرفته با شکل اصلی الگوی پارادایمی (مدل الگویی یا سرمشق) (Strauss & Corbin, 1990: 121) تطابق دارد، یعنی پدیده اصلی متأثر از شرایط علی بوده و به نوبه خود تحت تأثیر شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر، پیامدهای مرتبط با پدیده مورد بررسی را شکل می‌دهند. پیامدی که از پدیده اصلی این پژوهش ناشی می‌گردد می‌تواند عدم خلاقیت و نوآوری در طراحی فرش اراک و در نتیجه عدم موفقیت تجارت فرش اراک باشد.

در مجموع، بر مبنای آنچه که ذکر آن رفت، علل به وجود آمدن شرایط نامناسب طراحان فرش اراک را در سطح اول برگرفته از عملکرد خود طراحان ناشی می‌شود که تحت عنوان شرایط علی در نمودار شماره ۲ (عدم مطالبه حقوق و منافع و استقلال مدیریتی، بازماندن از دانش روز و افت بازار کار، کاهش دستمزد طراحی و تنزل جایگاه اقتصادی طراح، محدود شدن به بازار فرش دستباف اراک، فرسودگی جسمی و روحی، تضییع حقوق معنوی) به آن اشاره شد و در واقع طراحان با این ضعف عملکردی به پیدایش شرایط نامطلوب اقتصادی و اجتماعی و جسمی و روانی خود دامن زده‌اند.

همچنین در سطحی میانی و کلان یعنی طراحان و نقاشان اراک به‌مثابه بخشی از مجموعه تولید فرش این شهر و کشور با مسائلی چون ضعف در تولید و تجارت استانی و کشوری فرش و کاهش سفارش طراحی، نبود یک نهاد مدیریتی واحد کشوری و ضعف در مدیریت فرش کشور روبه‌رو هستند که در شرایط زمینه‌ای این مسئله می‌گنجد و در واقع زمینه ساز شرایط نامطلوب طراحان اراک شده است. بدین سان، همه این عوامل پیامدهایی چون عدم خلاقیت و نوآوری در طراحی فرش اراک و در نتیجه، عدم موفقیت تجارت فرش اراک را موجب شده است.

نتیجه‌گیری

کارگاه‌های طراحی و نقاشی فرش اراک، به لحاظ کمی، با روند رو به کاهش فعالیت، در چند دهه اخیر، رو به انقراض و نابودی هستند و همچنین به لحاظ کیفی این کارگاه‌ها توان بسیار بالایی در طراحی داشته اما روش کار آن‌ها نه در طراحی و نه در بازاریابی و فروش و تجهیزات و ... به‌روز نشده است، این پژوهش به آسیب‌شناسی این وضعیت با استفاده از تئوری زمینه‌ای پرداخته است تا بتواند با شناسایی علل این وضعیت در برنامه‌های بهبود این وضعیت مؤثر باشد.

نظریه زمینه‌ای بر ضرورت ورود به عرصه زندگی واقعی برای کشف آنچه واقعاً در جریان است تأکید دارد و اعتقاد دارد که پدیده‌ها و اعمال انسانی، پیچیده و تنوع‌پذیرند و انسان‌ها در پاسخ به موقعیت‌های چالش‌آور، نقش فعال به خود می‌گیرند. طراحان فرش اراک، کنشگران و منبع اصلی تولید داده‌ها در این پژوهش می‌باشند که طبق روند تئوری زمینه‌ای در رقم خوردن وضعیت نامطلوب خود با مولفه‌های علی عدم مطالبه حقوق و منافع و استقلال مدیریتی، بازماندن از دانش روز و افت بازار کار، کاهش دستمزد طراحی و تنزل جایگاه اقتصادی طراح، محدود شدن به بازار فرش دستباف اراک، فرسودگی جسمی و روحی، تضییع حقوق معنوی ایشان، سهم مهمی دارند. همچنین مقوله‌هایی که بستر پیدایش وضعیت نامطلوب طراحان فرش اراک را تحت عنوان شرایط زمینه‌ای فراهم می‌آورد، ضعف در تولید و تجارت فرش اراک و در گستره وسیع‌تر، تولید و تجارت فرش ایران در سطح بین‌المللی و نبود یک نهاد مدیریتی واحد کشوری و ضعف در مدیریت فرش کشور است که مقاومت در برابر تغییر و تکنولوژی، سالخورده‌گی طراحان و عدم تزریق نیروی جوان و ضعف آموزش، موجب پایداری و تداوم نابسامانی این وضعیت می‌شود. در نهایت، همه این عوامل پیامدهایی همچون عدم خلاقیت و نوآوری در طراحی فرش اراک و در نتیجه عدم موفقیت تولید و تجارت فرش اراک را در پی دارد.

بنابراین وضعیت جامعه طراحان فرش اراک به‌عنوان یک حلقه از زنجیره تولید و تجارت فرش اراک و در مقیاس کلان به‌مثابه بخشی از جامعه بزرگ تولید و تجارت فرش ایران از مسائل عمده‌ای که در گستره جهانی، کشوری و استانی، فراتر از جامعه فرش اراک، گریبان‌گیر فرش ایران است تأثیر پذیرفته و موجب می‌شود طراحان در بستری نامطلوب فعالیت نمایند. اما خود طراحان، در همین شرایط، با ضعف عملکردی و حرفه‌ای خود به‌ویژه در عدم به‌روزرسانی تجهیزات و مقاومت در ورود تکنولوژی به روش‌های طراحی خود، به نابسامانی شرایط خود بیشتر دامن زده‌اند. در نهایت می‌توان گفت تزریق نیروی جوان متخصص و تحصیل‌کرده فرش چه در زمینه طراحی و چه در زمینه تولید با ایجاد پایگاهی آموزشی و تخصصی برای تبلیغ و ترویج اصالت‌های سبک فرش این منطقه امری ضروری است؛ چراکه نجات طراحی فرش این منطقه در گرو اقدامی جدی و مدیریتی مدبرانه است.

منابع و مآخذ:

کتاب‌ها

- صور اسرافیل، شیرین. (۱۳۷۲). غروب زرین فرش ساروق، تهران: سروش.
- کریستنسن، لاری؛ جانسون، برک. (۱۳۹۵). پژوهش آموزشی: رویکردهای کمی، کیفی و ترکیبی، ترجمه: نیره اسماعیلی و علیرضا کیامنش، تهران: علم.

مقالات

- رحیم‌نیا، رضا؛ قرائتی، مهران و زمانی‌فرد، علی. (۱۳۹۵). «کاربرد نظریه زمینه‌ای در پژوهش‌های مرتبط با دانش بومی حفاظت؛ رویکردی برای پاسداشت میراث فرهنگی ناملوس»، دو فصلنامه دانش‌های بومی ایران، شماره ۴، ۱۷۷-۱۴۵.
- رسولی، آذر؛ مسعودی، امیدعلی و دلاور، علی. (۱۳۹۸). «سیاست‌های فرهنگی، هنری و تجاری قالی ایرانی دوران قاجاریه (۱۳۲۹ تا ۱۳۴۴)». مطالعات هنر اسلامی، شماره ۳۳، ۲۳-۱.
- صالحی، سمیه؛ رشادی، حجت‌اله و نوروزی قره‌قشلاق، حسین. (۱۳۹۹). «تحول جایگاه اجتماعی زنان قالیباف منطقه سلطان‌آباد تحت تأثیر فعالیت شرکت زیگلر»، دو فصلنامه گلجام، شماره ۳۷، ۲۲-۵.
- طغرایبی، محمدتقی؛ نویدزاده، بهاره؛ عطاfer، علی و زکریایی کرمانی، ایمان. (۱۳۹۴). «شناسایی موانع نوآوری در طراحی و تولید فرش دستباف اصفهان: رویکردی کارآفرینانه»، فصلنامه گلجام، شماره ۱۱، ۹۲-۷۳.
- ناصری، سهیلا؛ پیری، صدیقه. (۱۳۹۶). «تئوری زمینه‌ای: روشی برای مطالعه علمی و عملی توسعه و تغییر اجتماعی»، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، شماره ۴، ۲۰-۷.

منابع لاتین

- Boswell, C. and Cannon, S. (۲۰۱۲). Introduction to Nursing Research. Burlington: Jones & Bartlett Publishers.
- Charmaz, K. (۲۰۰۶). Grounded grounding theory: a practical guide through qualitative analysis, London: sage publications Ltd.
- Creswell, J. W. (۲۰۰۷). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (۲nd ed.), London: Sage Publications, Inc.
- Ittig, A. (۱۹۹۱). "Ziegler's Carpet Cartoons." Hali ۸۰ (April/May).
- LaRossa, R. (۲۰۰۵). "Grounded Theory Methods and Qualitative Family", Research Author, Journal of Marriage and Family, Vol. ۶۷, No. ۴ (Nov), pp. ۸۳۷-۸۵۷

Morse, Janice. M (۲۰۰۱). Situating grounded theory. In R. Schreiber, & P. Noerager Stern, Using grounded theory in nursing, New York: Springer.

Newman, W, L. (۱۹۹۷). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches, USA: Allen & Bacon.

Patton, M., Q. (۲۰۰۲). Qualitative research and evaluation methods) Third editioned. London: Sage publications Ltd.

Strauss, A., & Corbin., J. (۲۰۰۶). Principles and Methods of Qualitative Research, Basic Theory and Practices, Translation by Biouk Mohammadi, Tehran: Institute of Humanities and Cultural Studies.

Strauss, A & Corbin, J. (۱۹۹۰). "Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques" ۱st Edition. sage publication.