تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۱/۱۷
تاریخ پذیرش نهایی: ۹۵/۸/۲۳

تأثیر جایگاه غرب بر قالی‌های دورهٔ قاجار

علیرضا خواجه‌احمد عطاری
استادیار گروه صنایع دستی، دانشکده صنایع دستی، دانشگاه هنر اصفهان
محمدتقی آشوری
دانشیار گروه پژوهش هنر، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر
بیژن اربابی(نویسنده مسئول)
دانشجوی دکتری پژوهش هنر دانشگاه هنر اصفهان
E-mail: bijanarbabi@yahoo.com
مهدی کشاورز افشار
استادیار گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۱
بهار و تابستان ۱۳۹۶
۵

چکیده

بسیاری از رشته‌های هنری و فرهنگی دورهٔ قاجار همانند نقاشی، معماری، شعر و ادبیات و هنرهای صناعی ایران تحت تأثیر اندیشه‌های مدرنیتهٔ غربی دچار تغییر و تحولات و دگرگونی‌هایی در شکل و محتوا شدند، اما به نظر می‌آید، برخلاف چنین تغییراتی، قالی‌های این دوره با حفظ سنت‌های هنری و فرهنگی پیشین عمدتاً به بازنمایی طرح‌ها و نقوش سنتی قالی‌های ایرانی پرداخته است.

پژوهش حاضر سعی دارد، با بررسی و شناخت موقعیت‌های فرهنگی و اقتصادی، وضعیت قالیبافی دورهٔ قاجار، چگونگی تأثیر روابط تولید، حضور شرکت‌های خارجی در توسعهٔ قالیبافی سنتی قاجار و نقش و تأثیر درخواست بازارهای مصرفی غرب را در پایداری طرح‌ها و نقوش سنتی قالی‌های قاجار مطالعه کند.

این تحقیق بر اساس ماهیت و روش از نوع پژوهش‌های تاریخی-توصیفی-تحلیلی است که از روش کتابخانه‌ای برای گردآوری داده‌ها بهره برده است. پژوهش دربردارندهٔ نتایجی است که نشان می‌دهد افزایش صادرات قالی‌های قاجاری و حضور سرمایه‌گذاری‌های خارجی در مناطق قالیبافی ایران، که تحت تأثیر بازارهای مصرفی غرب بوده‌اند، عاملی تعیین‌کننده در حفظ و تداوم طرح‌ها و نقوش سنتی قالی‌های قاجاری شده است.

واژه‌های کلیدی: مدرنیته، شرکت‌های خارجی، قالی‌های قاجاری

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

مقدمه

قالیبافی دورهٔ قاجار موقعیتی متفاوت نسبت به سایر رشته‌های هنری متداول در دورهٔ قاجار دارد. آشنایی و ارتباط گستردهٔ ایرانیان با غرب مدرن در دورهٔ قاجار را باید سرآغاز حضور اندیشه‌هایی نو و متفاوت در جامعهٔ سنتی قاجار برشمرد. تأثیر اندیشه‌های برگرفته از ارتباط با مدرنیتهٔ غرب، تغییرات و تحولات عمیقی در آثار هنری و فرهنگی این دوره به وجود آورد.

شعر و ادب، نقاشی، هنرهای صناعی، معماری و ... دورهٔ قاجار دیگر از ساحت عالم مثال و اندیشه‌های معنوی پیش از خود همچون گذشته بهره نمی‌بردند و تحت تأثیر نگرش‌های دریافت‌شده از مدرنیتهٔ غرب از عناصر و ساختارهای جدید با وجهی زمینی و واقع‌گرایانه به خلق آثار هنری می‌پرداختند.

قالی‌های قاجاری نیز با اندک تأثیری از سلایق روز و فضای فرهنگی در زمینهٔ کاربرد نقوش گل فرنگ و تصاویر طبیعت و پیکره‌های انسانی تغییراتی را بروز دادند اما به طور قطع شاکلهٔ طرح و نقش قالی‌های قاجاری را می‌توان در پیوند با ساختارهای سنتی پیش از قاجار (صفوی) مشاهده کرد. به نظر می‌آید پژوهش در این زمینه را می‌توان با طرح چنین سؤالاتی آغاز کرد: علی‌رغم تغییر نگرش‌های هنرمندان قاجار، حفظ و تداوم موقعیت‌های سنتی قالی‌های قاجار به چه علت بوده است؟ نقش و جایگاه بازارهای مصرفی غرب و حضور شرکت‌های خارجی قالیبافی در ایران چیست؟

با توجه به موقعیت و وضعیت قالیبافی دورهٔ قاجار می‌توان مفروض داشت که توسعهٔ قالیبافی در ایران و افزایش صادرات آن به واسطهٔ درخواست بازارهای غربی عاملی تعیین‌کننده در حفظ سنت‌های طرح‌ها و نقوش قالی‌های ایرانی دورهٔ قاجار بوده است. مقاله به شیوهٔ توصیفی و تحلیلی و به روش کتابخانه‌ای و اسنادی تأثیر جایگاه غرب بر حفظ سنت‌های قالی‌های قاجار را بررسی می‌کند.

گذاری از اندیشه‌های فکری و فرهنگی دورهٔ قاجار

قالیبافی دورهٔ قاجار را نمی‌توان به دور از فضای فکری و فرهنگی آن دوره، که به شدت تحت تأثیر مدرنیته قرار گرفته بود، مورد بررسی و شناخت قرار داد. فضای فکری و اندیشهٔ هنرمندان و اندیشمندان دورهٔ قاجار، که با مدرنیتهٔ اروپایی آشنایی پیدا کرده بود، به شدت تحت تأثیر فرهنگ و نگرشی غربی قرار گرفته بود. اوضاع اجتماعی، محدودیت‌ها و عقب‌ماندگی‌های جامعهٔ قاجار به گونه‌ای بود که موجب شد بسیاری از هنرمندان و اهالی فرهنگ و ایرانیانی که در ارتباط با جوامع اروپایی قرار گرفتند با احساسات ویژه‌ای که توأم با شیفتگی و حیرت بود به آشنایی با غرب مدرن بپردازند.

تفکر و اندیشه‌های هنرمندان ایرانی طی سده‌های متمادی، و به ویژه در دورهٔ صفوی، از گفتمان‌هایی که برساخته از دین و مذهب، فرهنگ باستانی، فلسفه و حکمت دینی توأم با نگرشی عرفانی بودند شکل گرفته بود. با تسلط چنین گفتمانی، هنرمندان ایرانی در خلق آثار هنری خود همواره در فضایی روحانی و در عالم مثال به معنا و مفهوم می‌پرداختند و به نظر می‌رسد بتوان گفت که همواره هنرمندان ایرانی را در میان عناصر و نشانه‌هایی از باغ و بهشت می‌یابیم. این گفتمان با عناصر و نشانه‌های شناخته‌شدهٔ خود در معماری، فرش، هنرهای صناعی، نگارگری، ادبیات و شعر دورهٔ صفوی به گونه‌ای فراگیر و همگون متجلی شده بود.

گفتمان را می‌توان فضایی از تفکر و اندیشه در یک دورهٔ تاریخی مشخص بیان کرد که در یک جامعه اندیشه‌ها در فضای گفتمانی و نسبت به آن شکل می‌گیرند (مارش و استوکر، ۱۳۷۸، ۲۰۷). گفتمان شکل‌یافته در هنرهای صفوی در واقع از مهم‌ترین مؤلفه‌های برسازندهٔ فضای فکری جامعهٔ ایران بوده که

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۱
بهار و تابستان ۱۳۹۶

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

در یک رابطه بینامتنی با سایر هنرها قرار گرفته است.

بـا توجه بـه چنیـن مفاهیمی، که تـا حدودی نشـان‌دهندهٔ سـاختارهای فکری هنرمندان ایرانی در دوره‌های اسـلامی بوده است، می‌توان شاهد تداوم و حضور نگرش‌هایی همسـو و همراه با دیرینهٔ فرهنگ ایرانی در اوایل حکومت قاجاریه نیز باشیم. شاید بتوان به درستی تأثیر نگرش‌های غربی بر جامعهٔ ایرانی را از میانه‌های دوران صفوی بررسی کرد. روابط بازرگانی و فرهنگی حکومت صفویان و تغییراتی که در نگرش حکومت ایران به وجود آمد تـا حدود زیادی امکان تأثیر و دریافت از فرهنـگ غربی را در جامعهٔ ایرانی دورهٔ صفوی آغاز کرد. هر چند این تغییرات را می‌توان کم و بیـش در برخی از آثار تجسـمی دورهٔ صفوی دید اما «آنچه مسـلم است نوع تفکر و تأثیر فرهنگ غربی در سـایر آثار هنری آن دوران نمی‌توانستند در عمق یا تجلی که در هنرهای تجسـمی داشـته است را در بر داشـته باشـد. چه آن‌که در معماری، فرش، چوب، فلز و کتابت و تزئینات دیواری بناهای عالی و ... چنین تأثیری قابل مشـاهده نبوده است» (زیباکلام، ۱۳۷۷، ۲۳۱). به بیان دیگر فرنگی‌سـازی نقاشی‌های دورهٔ صفـوی هماننـد گفتمانی محـدود در تقابل با گفتمان‌های فرهنگی صفوی در جایگاهی ضعیف قرار داشـت که هیچ‌گاه توان رقابت با گفتمان‌های مسلط فرهنگی صفوی را نیافت.

حضـور مدرنیته در ایـران از اوایـل حکومت قاجاریان موجب شـد تا با افزایش سـطح ارتباطات حاکمیت قاجار و ایرانیـان به مرور فصل جدیدی از روابط و سـاختارهای فکری و معرفتی در فرهنگ و هنر ایران شکل بگیرد. عکاسی و چاپ از جمله فنونی بودند که با توجه به منشأ غربی و بدون سابقه در ایران راه‌اندازی شدند و توسعهٔ کاربرد آن‌ها تأثیرات عمیقی در زمینه‌های هنرهای تجسـمی دورهٔ قاجار به وجود آورند. مدرنیته، که به عنوان گفتمانی قدرتمند و مسلط در عرصهٔ فرهنگی ایران قاجار حضور یافت، نقاشی، معماری، شـعر و ادب، و بخش‌های قابل توجهی از هنرهای صناعی ایرانیان را تحت تأثیر و سـیطرهٔ خود قـرار داد. به دیگر بیان مدرنیته موجب شـکل‌گیری تفکری واقع‌گرا و طبیعت‌گرا در هنر ایران شد.

طرح‌ها و نقوش قالی‌های قاجار

در مـورد قالی‌های دورهٔ قاجار می‌توان چنین در نظر گرفت که اندازه‌ها ، نقش‌ها و نقش‌مایه‌های بسیاری از قالی‌ها اقتباسی از دورهٔ صفوی بوده است. به‌خصوص ترنج مرکزی، لچک ترنج، طرح شـبکه‌ای که با نقش اسـلیمی و شاه‌عباسی در سرتاسـر این دوران بافته می‌شده است. در واقع طرح‌های مربوط به فرش‌های ظریف، کـه در اواخر قرن سـیزدهم ه. ق (قرن ۱۹ م) و اوایـل قـرن چهاردهم ه. ق (قـرن ۲۰ م) بافته شـده، یادآور دوران کلاسیک اسـت (اتیک، ۱۳۸٤، ۱۰۱). این بافته‌ها معمولاً به شیوهٔ خاص سفارش داده می‌شدند و شاید نشـان‌دهندهٔ بقایای تولید کارگاهی محلی در دورهٔ قبل از قاجار هسـتند. در مقابل آن‌ها فرش‌هایی با طرح کلاسـیک روز وجـود دارند که استادانه از بافته‌های قدیمی‌تر یا از تصاویر کتاب‌های فرش و کاتالوگ‌های فـروش و موزه‌ها الگوبرداری شـده‌اند تا بتوان آن‌ها به عنوان فرش عتیقه قلمداد و تقاضای خاصـی را در بازار برآورد کرد (گانز رودن، ۲۵۳۷، ۱٦٤). قابل توجه است که این فرش‌ها اغلب با مواد شیمیایی شسته می‌شدند یا به روش‌های دیگر بر روی آن‌ها کار می‌شـد تا فرش کهنه به نظر برسد (سیاح، ۲۵۳٦، ۱۹۲).

در طرح و نقش قالی‌های قاجار عمدتاً شـیوه‌ها و سنت‌های دورهٔ صفوی به کار برده و توجه خاصی به آن‌ها می‌شد. با وجود این، برخی تفاوت‌ها و تغییرات بـه وجود آمده در زمینهٔ طرح هـا و نقوش قالی‌های قاجار از پیکرهٔ نقوش سـنتی شناخته‌شده دور نیست.

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۱
بهار و تابستان ۱۳۹٦

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

در بخشی از تغییرات که عمدتاً در نقوش قالی‌ها تحت تأثیر فرهنگ و هنر غربی شـــکل گرفته اســـت به نظر می‌آید طراحان کمال سعی خود را برای بومی‌سازی و سازگارمند نمودن نقوش جدید با سنت‌های قالی‌های ایرانی بـــه کار گرفته‌انـــد. طرح قالی‌هـــای قاجاری نیـــز عمدتاً با تابعیت از ســـنت‌های دورهٔ صفوی و با تناسبات بسیار نزدیک به آن‌ها شناخت می‌شوند. عمده طرح‌های به کار رفته در قالی‌های این دوره را می‌توان چنین معرفـــی نمود: لچک ترنج، واگیره‌ای، افشـــان، باغی، قابی یا بندی، محرمات، محرابی، خشتی، تلفیقی و تصویری.

قابل توجه است که طرح محرمات با وجود آن‌که در نگاره‌هـــای دورهٔ صفوی به کـــرات روی پارچه‌ها یا جل اسب‌ها دیده می‌شـــود، هیچ‌گاه به عنوان طرح قالی ترسیم نشـــده اســـت. طرح محرمات علی‌رغم چنین دیرینه‌ای در نگارگری‌های ایرانی صرفاً در دورهٔ قاجار برای طرح قالی مورد استقبال قرار گرفته است. همچنین طرح خشـــتی را نیز باید از جمله طرح‌های ویژهٔ قاجار برشمرد. در واقع پیش از دورهٔ قاجار، قالی با طرح خشتی مرسوم این دوره شناسایی نشده است. به نظر می‌آید اســـاس طرح خشتی از تقسیم‌بندی‌های هندسی طرح باغی دریافت شده باشد.

قالی‌های تصویـــری نیز به واســـطهٔ تأثیر و نفوذ شـــیوه‌های هنری غربی و عکاســـی در دورهٔ سلطنت ناصرالدین‌شـــاه از موضوعـــات قالی‌هـــای آن دوره محسوب شدند (تناولی، ۱۳٦۸، ۱۲). این قالی‌ها شامل تصاویر شـــاهان، بزرگان و مشاهیر، موضوعات ادبی، نقوش باســـتانی، منظره، بزم و ... بوده اســـت. تصویر پادشاهان که از دورهٔ باستان در فرهنگ و جامعهٔ ایرانی از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده بر قالی‌های دوره قاجار نیز به منظور ابراز قدرت و شکوه و جلال آنان بازنمایی شده است (فلور، ۱۳۸۱، ۳۰).

در نقاشـــی‌های دورهٔ قاجار در قرن سیزدهم ه. ق نقش‌های کوچک تکراری چون هراتی و میناخانی در مجموعه نقوش قالی بیشتر دیده می‌شوند؛ حتی نقش بته‌جقهٔ تکراری که در منسوجات و فرش دورهٔ قاجار عمومیت یافتند. توصیف‌هایی نیز از منازل متمولین و صاحب‌منصبان قاجاری در قرن سیزدهم ه. ق حکایت از استقبال از قالی‌های طرح هرات دارد. اگرچه بسیار حیرت‌آور اســـت که هیچ‌گونه نقشـــی که منتسب به قالی‌های هرات اســـت در نقاشـــی‌های آن دوره دیده نمی‌شود (اتیک، ۱۳۸٤، ۱۰۲).

«نقش گل سرخ را در فرهنگ جوامع غربی همانند نقش نیلوفر در شـــرق می‌دانند. شکل پیمانه مانند گل سرخ نیز با مفهوم حیات و زندگی و دربردارندهٔ نمادی از بهشـــت نیز همراه است. حتی بیشتر گل‌های سرخ بـــه صورت تمثیلی با مفاهیم عدد هفت پیوند دارند و با هفت گلبرگ ترســـیم می‌شوند.» (دوبو کور، ۱۳۸۷، ۱۰۱)

حضور فرنگی‌سازی و نقوش گل فرنگ در متن و حواشی قالی‌ها از دورهٔ قاجار پدیدار می‌شود. به نحوی که «نقش‌مایهٔ گل فرنگ به گل گوبلن گفته می‌شـــود. همچنین به نگاره‌هایی که از راه بافته‌های اروپا به ایران رســـیده است. به گل ســـرخی که به جای تهیهٔ طرح انتزاعـــی از آن، آن را هرچه نزدیک‌تر به طبیعت نقش کرده باشند نیز گل فرنگ می‌گویند.» (آذرپاد، رضوی، ۱۳۷۲، ۱۲۸)

این توصیف دربردارندهٔ منشأ و منبعی غربی برای گل فرنـــگ همانند نام آن اســـت. در حالی که پرهام اعتقـــاد دارد اصـــل این نقوش برگرفته از گل ســـرخ محمدی اســـت، که گل بومی سرزمین ایران است، و حتی نقش آن از دورهٔ صفوی در هنرهای ایران کاربرد یافته است (پرهام، ۱۳۷۱، ۱۷۸).

به نظـــر بســـیاری از پژوهشـــگران، رواج نقش گل‌های فرنگی بر قالی‌های قاجار تحت تأثیر فرهنگ طبیعت‌گرای غرب صورت پذیرفته است اما طراحان

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۱
بهار و تابستان ۱۳۹٦

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

ایرانـــی آن را به گونه‌ای بومی‌ســـازی کرده‌اند که در همراهی با نقوش سنتی ایرانی وجه هماهنگ متناسبی یافته است، به گونه‌ای که برخی بر منشأ ایرانی گل‌های فرنگی در قالی‌های ایرانی نظراتی ارائه کرده‌اند.

نقـــوش، عناصر و اجـــزای تشـــکیل‌دهندهٔ طرح قالی‌ها هســـتند که با ترکیب و هم‌نشـــینی که در متن طرح‌هـــا با یکدیگر می‌یابند به آرایه‌ها، مفهوم و اعتبار زیبایی‌شناسانه می‌بخشند. با شناخت مفاهیم نقش‌ها که در نظر نخست صرفاً تزئینی به نظر می‌رسند، حقیقت محتوایی آنان آشکارتر می‌شود. برخی از پرکاربردترین نقوش قالی‌های قاجار که عمدتاً در دورهٔ صفوی نیز با مفاهیم و محتوای مشابه مورد استفاده قرار می‌گرفتند عبارت بودند از:

نقوش گیاهی: اســـلیمی، درخت، درخت سرو و بته، گل عباسی، گل رز.

نقوش حیوانی: مرغ، طاووس، ســـیمرغ، اژدها، شیر، ماهی.

نقوش اشیا: گلدان، حوض، قندیل.

نقوش تصویری

نقوش تصویری در قالیبافـــی دورهٔ قاجار رواج یافته است. باید در نظر داشت که نقوش تصاویر با مفهومی که در قالی‌های دورهٔ قاجار مورد نظر اســـت با مفهوم نقوشـــی که در متن قالی‌هـــای دورهٔ صفوی دریافت می‌شـــود، متفاوت هستند. تصاویر در قالی‌های قاجار به گونه‌ای هســـتند که از نشـــانه‌های دیداری تشکیل شده‌اند. نشانه‌های دیداری عبارت از آن چیزی است که با چشـــم می‌بینیم و با ادراک حس می‌کنیم. منظرهٔ طبیعت، پرتره اشـــخاص، رخداد تاریخی و هر آنچه می‌تـــوان تصویری نامید که در متنی ثبت شـــده‌اند و به این ترتیب هرگاه نشـــانه‌ای دیداری در متنی جای گیرد به نشانه‌ای تصویری تبدیل می‌شود. به دیگر بیان تصویر تقلیدی از عالم واقع اســـت. نقوش تصویری قالی‌های قاجـــار در اغلب موارد به موضوعات دینی، باســـتانی (تاریخی)، داســـتانی یا ادبـــی می‌پردازند (احمدی، ۱۳۸۸، ۱۷-۱۹).

در قالی‌هـــای دورهٔ صفـــوی بـــه نـــدرت نقوش تصویـــری کـــه روایتگر موضوعی باشـــند مشـــاهده می‌شـــوند. چنین قالی‌هایی نیز همانند نگارگری دورهٔ صفوی مضمون ادبی دارند. نقـــوش حیوانات نیز در قالی‌های صفوی پیش از آن، که جنبهٔ تصویری بیابند، دارای جنبهٔ تزئینی هســـتند. حتی در قالی شـــکارگاه موزهٔ وین همنشـــینی تصاویر و نقوش تزئینی در کنار یکدیگـــر چندان روایت‌گر موضوع خاصی جز مفهوم کلی شـــکار نیســـتند و به عبارتی مفهوم بســـیاری از نقوش، که دارای تصویری هستند، بیانی مستقل ندارند و به همراه ســـایر نقوش انتزاعی تزئینی همان هویت نقوش تزئینی را دارا هســـتند. با تأکید بر این نکته که هنرمندان طراح قالی‌های صفوی چندان به موضوعات تصویری و طبیعت‌گرا توجهی نداشته‌اند، توجه بر این نکته لازم اســـت که در دورهٔ عباســـی گفتمانی جدید در عرصهٔ هنرهای تجســـمی صفوی شکل گرفت که وجوه طبیعت‌گرایانه و واقع‌گرایانه داشـــت و با وجود تأثیراتـــی که برخی از هنرمندان دورهٔ صفوی و پس از آن از شیوهٔ طبیعت‌گرایانه داشـــتند اما به واسطهٔ عدم تسلط این شـــیوه (گفتمان) در سایر حوزه‌های هنری و فرهنگی جامعهٔ صفـــوی، تأثیراتی از آن به ویژه در قالی‌های صفوی مشاهده نمی‌شود.

تصاویر پادشاهان قاجار (فتحعلی شاه، ناصرالدین شـــاه، محمدعلی شاه، احمد شـــاه) و دیگر پادشاهان باستانی (هوشنگ شاه، خشایار شاه، شاپور) و همچنین شاه عباس اول و نادر شـــاه افشار در قالی‌های قاجار توجهی به اهمیت قدرت پادشاهی است که هم جهت با شـــیوه‌های سیاســـت‌های فرهنگی آنـــان به منظور افزایش اقتدار سیاســـی پادشـــاهان قاجاری صورت می‌گرفـــت (تناولی، ۱۳۶۸، ۵۱). به هر روی قالی‌های

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۱
بهار و تابستان ۱۳۹۶

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

تصویری دورهٔ قاجار با مضامین مذهبی، ادبی، باستانی، پادشـــاهی و مشـــاهیر با جهت‌گیری‌های فرهنگی و سیاسی اجتماعی قاجار همسو بودند.

با وجود آن‌کـــه قالی‌های تصویـــری دورهٔ قاجار ناشـــی از تأثیر گفتمان مدرنیته در قالیبافی به شـــدت ســـنتی ایرانی تلقی می‌شود، به نظر می‌آید این نقوش عمدتاً مورد توجه بازارهای داخلی بوده است و حتی با وجود توســـعهٔ قالیبافـــی در دورهٔ ناصری و فعالیت گستردهٔ شرکت‌های خارجی، قالی‌های تصویری مورد توجه غربی‌ها نبود و از سوی بازارهای غربی سفارشی دریافت نمی‌کرد.

قالیبافی دورهٔ قاجار

طی ســـال‌های حکومت قاجار تغییـــرات زیادی در ســـازمان ســـنتی و نحوهٔ عملکرد در قالیبافی ایران به وجود آمـــد و در نتیجه تأثیرات خـــود را بر قالیبافی به جا گـــذارد. «آنچه به خصوص اهمیت زیادی دارد افزایش چشمگیر تعداد دستگاه‌های فرشبافی و حجم صادرات فرش از دههٔ ۱۲۹۰ ه. ق (۱۸۷۰م) تا جنگ جهانی اول اســـت» (اتیک، ۱۳۸٤، ۹۵). باید در نظر داشت که از اواسط قرن نوزدهم قالی ایرانی به تدریج جای خـــود را در کشـــورهای مغرب‌زمین باز کرد و میزان صدور آن به کشورهای مزبور نیز چشمگیر بود (ادواردز، ۱۳۸٦، ٦٦).

بســـیاری از متون تاریخی دربـــارهٔ قالیبافی ایران در قـــرن ســـیزدهم ه. ق (۱۹م)، عموماً آن را به عنوان فعالیتی نه‌چندان پررونق، که بیشتر حرفه‌ای روستایی و در اصل توســـط ایلات و عشایر و روستاییان انجام می‌گیرد، معرفی کرده‌انـــد (اتیک، ۱۳۸٤، ۹۵). به نظر می‌آید تا ســـال ۱۸۸۰ قالیبافی ایران، که بعد از هجوم افغان‌ها تنزل یافته بود و به صورت حرفه‌ای روستایی درآمده بود، با فعالیت‌ها و تلاش بازرگانان تبریزی به حدی پیشرفت کرد که در صف نخستین فعالیت‌های تجاری ایران قرار گرفت. خصوصیت اصلی این حرفه ناگزیر تغییر یافت و قالـــی ایران، که تا آن زمان برای رفع نیازمندی‌های داخل کشـــور و به میزان محدودی تهیه می‌شـــد، به صـــورت کالای صادراتـــی درآمد و تقاضای آن معیار جهانی یافت (ادواردز، ۱۳۸٦، ٦۷).

با وجود این‌که بسیاری از پژوهشگران فعالیت‌های قالیبافی در ایران را تا دهه ۱۸۷۰ بســـیار محدود وکم می‌دانند، گزارشـــی که ســـر جان ملکم دربارهٔ تولید محصولات کشاورزی و اقتصاد کالاهای ایرانی در سال ۱۸۰۱ (۱۲۱٦ه. ق) به ســـرمایه‌گذاران و هیئت مدیرهٔ کمپانی هند شرقی ارائه کرده بود، حاوی اطلاعاتی در زمینهٔ فعالیت بافندگی قالی در شهرهای کاشان، یزد، طبس و بسیاری از شهرهای خراسان بوده است (دیبا، ۱۳۸٤، ۹۲).

دیبـــا با امکان دسترســـی‌ای که بـــه منابع وزارت خارجه انگلیس داشـــت و همچنین بنا بر گزارش‌های فریزر در سال ۱۸۲٦ از گســـترش و توسعهٔ بافندگی قالی در مناطق ســـنتی و جدید از هرات، کرمان، یزد، بروجرد، مناطق ترکمن‌نشـــین خراســـان، اصفهان و آذربایجان نـــام می‌برد (دیبا، ۱۳۸٤، ۹۲). به طور حتم رونق و گسترش قالیبافی در دورهٔ قاجار منشأ اقتصادی داشته است که موجب رونق بافندگی در مراکز سنتی و حتی توسعهٔ قالیبافی در مناطق کنار دست آنان نیز شده است. گزارش کنســـول دولت انگلیس در سال ۱۲۹۱ ه. ق (۱۸۷٤ م) از شـــرایط آن دوران چنین می‌گوید: «تقاضا برای قالی ایران به طرز چشـــمگیری بالا رفته و صادرات آن دو برابر شـــده است» (عیسوی، ۱۳٦۹، ٤٦۹). ریچـــارد فریه نیز از مراکـــز مهم قالیبافی دورهٔ قاجار از تبریز، کرمان، بیرجند، مشهد، قائن، کاشان و سلطان‌آباد یاد می‌کنند و تأکید می‌کنند که خراسان در سدهٔ ۱۲ ه. ق به واسطهٔ توجه نادر و در سدهٔ ۱۳ ه. ق در دورهٔ قاجار از مراکز پررونق قالی ایران بوده اســـت (فریه، ۱۳۷٤، ۱۳٤).

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۱
بهار و تابستان ۱۳۹٦

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

در مـــورد علت رونق قالیبافـــی در نیمهٔ دوم قرن ســـیزدهم ه. ق برخی از محققان شـــیوع بیماری کرم ابریشم و کاهش شدید درآمد صادراتی ابریشم ایران را در آن ســـال‌ها مورد توجه قـــرار می‌دهند و چنین اســـتدلال می‌کنند که درآمد حاصـــل از فروش قالی درآمدی جایگزین برای آن محســـوب می‌شده است (رضوی،۱۳۸۷، ۲٤۰). در حالی که «در اواســـط قرن [ســـیزدهم ه. ق] فرش ایرانـــی در بازارهای صادراتی شناخته‌شـــده بود و با رقابت حاصل از گسترش قابل توجه صنعت فرش دستباف ترکیه و هندوستان مواجه می‌شـــود. از طرف دیگـــر، در همان زمـــان تقاضای اروپاییـــان و آمریکایی‌ها برای فرش فزونی می‌گیرد و بدین جهت است که فرش به عنوان اقلام صادراتی به این بازارهای جدید اهمیت بیشـــتری می‌یابد و باعث افزایش سریع تعداد دستگاه‌های بافت می‌شود» (اتیک، ۱۳۸٤، ۹۷). «تولید و صادرات فرش در ربع پایانی قرن نوزدهم افزایش چشـــمگیری یافت. علت این افزایش در مرحلهٔ اول کمپانی‌های خارجـــی بود که به تولید فرش کمک کردند و در مرحلهٔ دوم گسترش مناسبات تجاری ایران با کشورهای غربی بود» (رضوی، ۱۳۸۷، ۲۵۵).

قالیبافی در مناطق مختلف ایران

کرمان از مناطقی اســـت که به واســـطهٔ اســـتقرار در منطقـــه‌ای کویـــری و محدودیت‌هـــای آب و زمین همواره از توانایی‌های بالایی در نســـاجی برخوردار بوده اســـت. در دورهٔ قاجار قالیبافی در کرمان رونق نســـبی داشـــت و به این هنر توجه ویژه‌ای می‌شد. با وجود این، گزارش‌های متفاوتی از تعداد کارگاه‌های قالیبافی از منابع انگلیسی بین سال‌های ۱۲۸۸ تا ۱۳۱۸ ه. ق ارائه شده است.

کلنل ایوان اسمیت در ســـال ۱۸۷۱ فعالیت شش کارگاه قالیبافی در کرمان را گزارش کرده است و سی جی. براون نیز در سال ۱۸۸۸ با وجود ماه‌ها سکونت در کرمان مطلبی از قالیبافی کرمان ذکر نکرده است و صرفاً از نزول شالبافی در کرمان ناخشنود بوده است. این در حالی است که ســـر پرسی سایکس، نخستین کنســـول دولت انگلیس در کرمان، در ســـال ۱۸۹۵ از فعالیـــت حداقل هزار دار قالیبافـــی در راور، کرمان و روســـتاهای اطراف یاد کرده است. سایکس حتی در نوشته‌های خود استفاده از طرح‌ها و نقوش اروپایی در قالی‌های کرمان توسط افراد قدرتمند منطقه را نکوهش کرده است. وی تحت تأثیر زیبایی رنگ‌ها و طرح‌ها و نقـــوش قالی‌هـــای کرمان، خاطر نشـــان می‌کند در صورت شناخته شدن قالی‌های کرمان به مردم غرب به عنوان زیراندازی چشمگیر و مطلوب پذیرفته خواهد شد. افت و رکود شالبافی در کرمان، که به دلیل کاهش تقاضای داخلی و خارجی و قیمت پایین‌تر پارچه‌های وارداتی انگلیســـی بود و از ابتدای قرن نوزدهم آغاز شـــده بود، مزیت‌هـــای تولید پارچـــه در کرمان را به حداقل ممکن می‌رساند. از این رو توسعهٔ قالیبافی در کرمان با وجود نیروی انسانی ماهری که از پارچه‌بافی قابل تأمین بود و همچنین توجه به سرمایه‌گذاری لازم در این بخش صورت پذیرفت (ادواردز، ۱۳٦۸، ۲۹۰–۲۳۰).

قابل توجه است که ادواردز قالیبافی منطقهٔ اصفهان را پس از زوال صفویان، بدون رونق و فعالیت معرفی کرده اســـت و فعالیت مجدد قالیبافـــی اصفهان را به ســـال‌های ۱۳۰۰ شمســـی (۱۹۲۰ م)، یعنی در اواخر قاجار، و توأم با افزایش درخواست بازارهای اروپایی برای قالیچه‌های اصفهان می‌دانســـته است (ادواردز، ۱۳٦۸، ۳٤۳) اما، همان‌گونه که در گزارش‌های فریزر در سال ۱۸۲٦ اشاره شد، در اصفهان فعالیت بافندگی رونق خوبی داشته اســـت و عدم اطلاع او را می‌توان ناشی از دسترسی نداشـــتن به منابع گزارش مأموران انگلیسی مرتبط دانست. هر چند اصفهان در حد فاصل

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

جنگ جهانی اول (۱۹۱۸– ۱۹۱٤) تا جنگ جهانی دوم (۱۹٤٥–۱۹۳۹) اعتبار و شهرت بیشتری در بازارهای غربی داشته است (ورزی، ۱۳۵۰، ۹۱).

همان‌گونه که اشـــاره شد، اطلاعات قابل دسترس بر اساس مشـــاهدات پژوهشگران و نویسندگان متون تاریخی و آنچه گزارش‌های مأموران غربی ثبت کرده اســـت تفاوت‌ها و تناقضاتی بـــا یکدیگر دارد. به نظر می‌رسد ادواردز به درستی منطق سلطان‌آباد (اراک) را یکی از چهـــار منطقهٔ فعال و مهم قالیبافی دورهٔ قاجار معرفی کرده است (ادواردز، ۱۳٦۸، ۱۵۳). در حالی که ویلسون در کتاب تاریخ صنایع ایران در سال ۱۸۹۱ با قاطعیت اراک را بزرگ‌تریـــن منطقهٔ قالیبافی ایران در دورهٔ قاجار معرفی کرده است (ویلسون، ۱۳٦٦، ۲۱۲). می‌توان در نظر داشـــت که به احتمال زیاد ویلسون در اوج فعالیت‌های قالیبافی اراک در آن جا حضور داشته و از امکانات ســـایر مناطق قالیبافی ایران اطلاع کافی نداشته است.

توســـعهٔ اولیـــهٔ قالیبافـــی در اراک بـــه واســـطهٔ ســـرمایه‌گذاری‌های تولیـــدی بازرگانـــان تبریزی در ســـال ۱۲۹۲ ه. ق (۱۸۷۵) انجام شد و سپس حضور تدریجی ســـرمایه‌گذاران خارجی در سال ۱۲۹٤ ه. ق (۱۸۷۷ م) اراک را بـــه منطقه‌ای نوپا و بســـیار مهم در قالیبافی قاجار تبدیل کرد.

آنت اتیک با دسترســـی به اســـناد و منابع وزارت خارجهٔ انگلیـــس دربارهٔ فرش قاجـــار چنین توضیح می‌دهـــد: «قبل از دههٔ ۱۲۸۰ ه. ق (۱۸٦۰ م) اطلاعات کمی دربـــارهٔ تجارت فرش ایران چـــه داخلی و چه بین‌المللی وجود دارد ولـــی مطمئناً فرش از ناحیه‌ای به ناحیهٔ دیگر منتقل می‌شده است. در واقع طبق اسناد و مـــدارک موجود به نظر می‌رســـد در نیمهٔ اول قرن ســـیزدهم ه. ق (قرن نوزدهم م) فرش، همراه ابریشم و پنبه و شـــال، از کالاهای عمدهٔ تجارت داخلی ایران بوده است» (اتیک، ۱۳۸٤، ۹۷). مدارک نشان می‌دهد که مقصد قالی‌های ایرانی بیشـــتر هند، ترکیه و روسیه بوده اســـت و حتـــی در ســـال‌های ۵۰ –۱۲۷۰ ه. ق گزارش‌هایـــی در مورد کاهش تجـــارت قالی از ایران به استانبول موجود اســـت. هر چند این گزارش‌ها را می‌توان از اهمیت تجارت قالی ایرانی در نیمهٔ نخست قرن ســـیزدهم ه. ق برآورد کرد اما این در حالی است که مستنداتی از چگونگی این داد و ستدها در دسترس نیســـت ولی به نظر می‌رســـد مقصد نهایی بسیاری از قالی‌های صادرشـــده به اســـتانبول بازارهای ثروتمند اروپایی بوده‌اند.

مهم‌ترین مکان تجارتـــی و اجتماعی ایرانیان در اســـتانبول به نام «سرای خان والده [بیوک والده خان] شـــهرت داشت که بین ســـال‌های ۱٦٤۰–۱٦۳۲ م به منظور تأمین هزینه‌های مســـجد چینی لی توسط مادر سلطان مراد چهارم به صورت وقفی احداث شد. این ســـرای تجارتی ضمن آن‌که محلی برای ســـکونت و تجارت تجار آذربایجانی و ســـایر ایرانیان شد تا سال ۱۹۲٦ نسبتاً دایر بوده است. این سرا با توجه به تمرکز تجـــارت ایرانیان و خصوصاً تجار فرش آذربایجان در دورهٔ قاجار از مراکز اصلـــی ارائهٔ قالی‌های ایرانی نیز بوده است» (دوغان، ۱۳۸۸، ۱۱۱۸–۱۱۰۷).

روش‌های جدید قاجاریان در کســـب درآمدهای کلان مانند واگذاری امتیازهـــای گوناگون تجارتی و اقتصادی موجب افزایش نارضایتی مردم نیز می‌شـــد. (امتیازهای رویترز، تنباکو و...) حجم تجارت خارجی ایران در دورهٔ قاجار به شدت افزایش یافت به گونه‌ای که در طول قرن نوزدهم سیزده برابر شده بود (زیباکلام، ۱۳۷۷، ۲۱۹). به طور کلی صادرات ایران بر مواد خام و واردات نیز بر مواد اولیه و تولیدات صنعتی متمرکز بوده است. صنایع ایران یارای رقابت در برابر تولیدات غرب را نداشت چه به لحاظ کیفی و چه از نظر قیمت تولیدات ایرانی خصوصاً در بخش منسوجات گران‌تر و کم‌کیفیت‌تر از منسوجات انگلیسی بودند که بخش

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۱
بهار و تابستان ۱۳۹٦

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

عمـــده‌ای از واردات را به خود اختصـــاص داده بود (زیباکلام، ۱۳۷۷، ۲۱۹).

مشـــکل تجارت خارجی ایـــران را نباید صرفاً در کم‌توانی محصـــولات داخلی در رقابت با محصولات خارجی دانست. چون کالاهایی بودند که دارای مزیت نســـبی اقتصادی بودند (غلات، تریـــاک، فرش، پنبه ، تنباکو و...) که تا حـــدودی صادرات آنان نیز افزایش یافته بود. «مشکل اساسی تجاری ایران در امنیت تجار خارجی و فقدان امنیت تجار داخلی خلاصه می‌شـــد. نفوذ سیاســـی روزافزون غربی‌ها در ایران سبب شده بود تـــا بازرگانـــان خارجی و فعالیت‌هـــای آنان زیر چتر حمایت حکومت قرار بگیرد و از امنیت نســـبی برخوردار باشند» (زیباکلام، ۱۳۷۷، ۲۲۰).

باید در نظر داشـــت کـــه از عوامل اصلی رونق و توســـعهٔ بافندگی قالی در دورهٔ قاجار، توجه مستقیم کشورهای ثروتمند غربی به دستبافته‌های ایرانی بوده است. ضمن آن‌که افزایش ارتباطات بین فرهنگ ملل مختلف نیز در قرن نوزدهم، که به واســـطهٔ ســـرعت یافتن نقل و انتقال مســـافران، کالاها و رشد اقتصادی چشـــمگیری بود، به دلیل فناوری‌های انقلاب صنعتی به وجود آمد.

نمایشگاه‌های خارجی و فعالان فرهنگی

سرعت رشـــد در زمینهٔ ارتباطات و انتقال، زمینه‌های گســـترده‌تری را در روابط فرهنگـــی و اقتصادی ملل شـــرق و غرب در عصر روشـــنگری فراهم می‌کرد. نمایشـــگاه‌های تجارتی بزرگ در انگلستان، اتریش و فرانســـه با به نمایش گذاردن کالاهای تولیدی ســـایر ملل شـــکل‌گیری نوع جدیدی از ایـــن ارتباطات در عرصهٔ بین‌الملل را برای آشنایی میلیون‌ها بیننده فراهم کردند. قالی‌های نفیس و باکیفیت ایرانی نیز در چنین نمایشگاه‌هایی در معرض آشنایی و قضاوت اروپاییان و به واقع مورد ســـتایش و اســـتقبال مردم غرب قرار می‌گرفتند.

محققـــان و مردم عادی غرب در نمایشـــگاه‌های بین‌المللی عظیم اروپایی نیمهٔ دوم قرن نوزدهم م امکان مشـــاهده غنا و تنوع فرش‌های خاورمیانه را به دست آوردند. اولین نمایشـــگاه واقعـــی بین‌المللی در موزهٔ ساوث کنزینکتون لندن با شرکت ۳٤ کشور در ۱۲٦۸ه. ق/ ۱۸۵۱م برگزار شد. نمایشگاه‌ها به مدت چندین ماه برپا می‌شـــدند و تأثیرات فرهنگی عمیقی بر میلیون‌ها بازدیدکنندهٔ خود داشتند به گونه‌ای که چارلز دیکنز در رمان روزگار ســـخت، که در سال ۱۲۷۱ه. ق/ ۱۸۵٤م چاپ شد به این نمایشـــگاه می‌پردازد. در اروپا، بیش از پیش به عامهٔ مردم بریتانیا توصیه می‌شـــد که برای آشـــنایی و شناخت بیشتر به طرح و سلیقهٔ خوب آثار شرق توجه کنند (کنبی و بیکر، ۱۳۸۸، ۱٤٦-۱٤۵).

در ســـال ۱۲۹۰ ه. ق/ ۱۸۷۳م در وین نمایشـــگاه تجارتی برپا شـــد که کشور ایران نیز برای نخستین بار به صورت هیئت بازرگانی در آن مشـــارکت کرده بود. غرفهٔ ایران در نمایشـــگاه بـــا آرایه‌های معماری دورهٔ صفوی تزئین شـــده بود که به شدت مورد استقبال و توجـــه بازدید کنندگان قرار گرفـــت (ورهرام، ۱۳٦۹، ۲۳٦). ناصرالدین شاه نیز از غرفهٔ ایران در نمایشگاه وین بازدید کرد و با توجه به بازدیدی هم که شـــاه در مســـیر ســـفر خود در لندن از موزه ساوث کنزینکتون داشـــت و در آن مـــوزه صرفاً یک تختـــه قالی ایرانی را مشـــاهده کرده بود، پس از بازگشـــت به تهران ۱٤ تخته قالی و ٦۰ دســـتبافتهٔ دیگر را از طریق دفترهای تجارتی رابرت مرداک اســـمیت به موزهٔ لندن فرستاد. نمایشگاه دیگری نیز در سال ۱۳۰۹ ه. ق (۱۸۹۱م) در وین برپا شـــد و ۱۵۰ تخته قالی ایرانی و در نمایشگاه شاهکارهای هنر اسلامی مونیخ در ۱۳۲۸ه. ق (۱۹۱۰ م) نیز بیش از ۲۰۰ تخته قالی به نمایش گذاشـــته شد. تصور بر این بود که این آثار به نمایش درآمده به نوعی نمایانگر تبلور ناب روح ملی بوده است (کنبی وبیکر،

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

۱۳۸۸، ۱۴۹-۱۴۸).

ویلیام موریس (۱۸۹۶-۱۸۳۴) طراح، هنرمند و فعال اجتماعی و فرهنگی و هنری انگلیسی است. وی در سال ۱۸۷۵ از تولیدکنندگان فرش ماشینی در انگلیس بود اما به دلیل علاقهٔ ویژه‌ای که به هنرهای دستی خصوصاً قالیبافی داشت در سال ۱۸۷۸ تولید قالی دستباف را آغاز کرد. طرح و نقش بسیاری از قالی‌های بافت کارگاه‌های ویلیام موریس برگرفته از طرح‌های ایرانی بود و با برداشت از نقوش اسلیمی و گل و گیاهان قالی ایرانی در معرفی طرح و نقش‌های قالی ایرانی به اروپاییان بسیار تاثیرگذار بود. وی از بنیانگذاران جنبش فرهنگی هنر و صنایع دستی است (استون، ۱۳۹۱، ۳۳۷).

در بسیاری از آثار موریس به کارگیری مضامین طبیعت برونگرا برای کاربرد در فضای درونی خانه‌ها به شدت مورد توجه بوده است، به گونه‌ای که طرح او از گل یاسمن (۱۸۷۲) و باغ لاله (۱۸۸۵) و شاخهٔ بید (۱۸۸۷) و شیرهٔ عسل (۱۸۷۶) اجزای مختلف معماری داخلی را تشکیل می‌داد که از آن‌ها برای پوشش دیوارها، مبلمان‌ها و قالی‌ها استفاده شده بود و معماری مفهومی موریس را در رابطهٔ نزدیک با طبیعت نشان می‌داد (Raven، 1999، 7).

«مفهومی که ویلیام موریس در آثارش در پی ارائهٔ آن بود برگرفته از عقاید سیاسی و اجتماعی او بود یا نگرش فکری او قلمداد می‌شد. او در مقاله‌ای که در سال ۱۸۸۱ با موضوع معماری نوشت در پی برقراری رابطهٔ نزدیک بین انسان و طبیعت بود. در مجموع او به دنبال هماهنگی در احساس و تأثیرگذاری آن بود... قابل توجه است که در برخی از عناصری که موریس از میوه و پرنده و انار در طراحی‌های خود بهره برده است، باغ و بهشت را مقصود و مفهوم خود قرار داده بود» (Raven 1999، 9).

قابل توجه است که در «این زمان [۱۸۷۰-۱۸۶۰] دورهٔ رواج نظریهٔ داروین بود، دوره‌ای که عقاید برتری نژادی و قومی توجه هر گروه محقق و طراح را برمی‌انگیخت. به نظر این افراد، بهترین فرش‌ها نمادی از این هویت پالودهٔ ملی بود. الگویی از نقش‌مایه‌های گیاهی در حاصلی از شبکه یا چارچوب ظریف را نشانه‌ای از آریاییان والا و در نتیجه مشخصهٔ ذاتی فرش‌های ایرانی می‌دانستند (کنبی ، ۱۳۸۸، ۱۴۹). در اواخر قرن ۱۹ میلادی، فضای فرهنگی اروپاییان با سخنرانی‌های عمومی پرمخاطب و مقالات انتقادی مرتبط با نمایشگاه‌های بین‌المللی اروپا، مبلغ اعتقاد به برتری زیبایی‌شناختی فرش‌های ایرانی به خصوص صفوی بودند. این باور در میان عام مخاطبان هنر شرقی در اروپا جای گرفته بود که حتی مالکیت فرش ایرانی نشانه‌ای مقبول برای منزلت و تشخص فرهنگی و اجتماعی افراد است (کنبی ، ۱۳۸۸، ۱۵۲).

حضور غرب در قالیبافی ایران

بخش قابل توجهی از تغییر و تحولات اجتماعی و اقتصادی جامعهٔ قاجار ناشی از برقراری ارتباطات گوناگون ایرانیان با جهان غرب بوده است و در عین حال باید در نظر داشت که افزون بر مجموعه تحولات و تغییرات در درون جامعهٔ قاجار، در خارج از ایران نیز تحولاتی صورت می‌پذیرفت که به سرعت بر جامعهٔ جهانی نیز تأثیر می‌گذارد. انقلاب صنعتی و پیدایش سرمایه‌داری کلان، بسیاری از ساختارهای بین‌المللی را تحت تأثیر و تغییرات خود قرار داد و با توجه به اهداف نهادینهٔ خود در پی تسلط بر بازارهای جهانی بود.

این تحولات در عرصهٔ جهانی، جدای از پیامدهای سیاسی خود، بیشترین تأثیر را در حوزهٔ اقتصاد ایران بر جای می‌گذارد. حجم مبادلات اقتصاد خارجی ایران در قرن نوزدهم با تأثیر از شرایط جدید جهانی رشدی فزاینده و قابل توجه می‌یابد. ایران به عرصهٔ

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۱
بهار و تابستان ۱۳۹۶

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

اقتصاد بین‌المللی می‌پیوندد. هر چند ضعف بنیان‌های ساختاری در اقتصاد ایران، تسلط دولت بر اقتصاد، درماندگی علمی و بی‌خبری از تحولات جهانی و عدم حضور نمادهایی مستقل در تجارت، فساد اداری و سوءمدیریت اجرایی دورهٔ قاجار هر یک موانع و محدودیت تأثیرگذاری بودند که ایران نتواند از مواهب اقتصاد آزاد بهره ببرد. در نتیجه گسترش تجارت و نفوذ سرمایه‌داری موجبات هزینه‌های بیشتر و خسارت ایران شد (زیباکلام، ۱۳۷۷، ۲۲۲).

رشد اقتصادی کشورهای غربی در قرن نوزدهم، که به دلیل فناوری‌های صنعتی رو به فزونی بود، به طور حتم عاملی تعیین‌کننده در افزایش درخواست‌های قالی‌های ایرانی بوده است. در این مقطع تاریخی نظام اقتصادی مقتدر غرب شکلی جهانی‌تر به خود می‌گرفت و به نظر می‌رسد همسویی منافع اقتصادی و تجارتی شرکت‌های غربی برای حضور در بازار تولیدی قالی در ایران را بتوان در همین راستا برآورد نمود. طبیعتاً «برای تأمین مالی افزایش تقاضای فرش ایران به نوبه خود به سرمایه‌گذاری بیشتری نیاز بوده است که منابع و سرمایه‌های داخلی تکافوی لازم را برای توسعه نداشته‌اند. از این رو حضور سرمایه‌های خارجی در توسعهٔ بافندگی قالی و همراهی با تجار ایرانی ضروری به نظر می‌آمده است» (اتیک، ۱۳۸٤، ۹۸).

شرکت زیگلر

نخستین تلاش‌های شناخته‌شده برای سازمان دادن تولید فرش در ایران با سرمایهٔ خارجی توسط شرکت زیگلر در سلطان‌آباد (اراک) انجام گرفت. مرکز اصلی این شرکت در شهر منچستر انگلیس قرار داشت و فعالیت تجارتی عمدهٔ آنان صدور پارچه‌های کتانی نقش‌دار به ایران و سایر کشورهای منطقهٔ خاورمیانه بود. این شرکت با توجه به عدم دسترسی به سیستم بانکی و مالی فعال و متناسب در ایران ترجیح می‌داد وجوهات حاصل از فروش کالای خود را با صدور کالای ایرانی به بازارهای غربی تأمین کند.

اولین دفاتر بازرگانی زیگلر برای فعالیت در ایران در تبریز و رشت در سال ۱۲۸٤ ه. ق برپا شد. این شرکت افزون بر تجارت ابریشم ایران به خرید و صدور قالی‌های نو و کهنهٔ ایرانی نیز می‌پرداخت. تقاضای روزافزون بازارهای غربی عاملی تعیین‌کننده برای سرمایه‌گذاری زیگلر در سال ۱۸۷۷ م (۱۲۹٤ ه. ق) در منطقهٔ قالیبافی سلطان‌آباد بود. باید در نظر داشت که شرکت زیگلر برنامه‌های تولیدی خود را بر اساس اهدافی پی‌ریزی کرده بود: ۱- تولید قالی‌هایی با طرح و نقشه‌های مطلوب و اندازه‌های مورد درخواست بازار جهانی. ۲- تولید قالی‌هایی با مواد اولیهٔ مرغوب و رنگ‌های گیاهی.

شرکت زیگلر ضمن تهیهٔ زمین و احداث بنای مناسب برای سکونت کارکنان اروپایی خود، انبارهای مواد اولیه و کارگاه رنگرزی فعالی نیز در سلطان‌آباد دایر کرده بود. شرکت با واگذاری مواد اولیه و نقشهٔ قالیبافی به بافندگان و استادکاران به صورت قرارداد کارمزدی به تولید قالی می‌پرداخت (عیسوی، ۱۳٦۹، ٤۷۲).

زیگلر با ارائهٔ قالی‌های تولیدی خود به بازارهای غربی، که با توجه به در نظر گرفتن سلایق و ذائقه‌های فرهنگی مصرف‌کنندگان بود، به موقعیت تجارتی خوبی دست یافته بود. البته برخی از پژوهشگران نظر مساعدی در مورد دخالت‌های آنان در طرح و نقش قالی‌های قاجار نداشتند و روند تولیدی آنان را حرکتی تجارتی و نزولی ارزیابی می‌کردند.

شرکت‌های خارجی

به طور حتم موقعیت‌هایی که زیگلر در سلطان‌آباد با تولید قالی‌های مطلوب ایرانی در بازارهای غربی به

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

دست آورد مشوقی مناسب برای سایر سرمایه‌گذاران خارجی برای ورود بر این عرصه می‌دانند. شرکت‌های خارجی تولیدکنندهٔ قالی در ایران که پیش از جنگ جهانی اول (۱۹۱۸– ۱۹۱٤) در مناطق مختلف ایران به فعالیت پرداختند عبارت بودند:

۱– شرکت ایتالیایی–انگلیسی نیرکو کاستلی و برادران، کرمان، (Nearco-Catelli Brothers)، ۲– شرکت تجارت قالی مشرق‌زمین نیویورک (انگلیس، ایتالیا، روسیه، آلمان)، کرمان ۱۹۰۹، (Eastern Rug Trading Co. of New York)، ۳ – شرکت فرش شرق لندن (انگلیس، یونان)، کرمان، این شرکت با نام O.C.M شهرت یافت و بعدها از ساختارهای اداری و فنی آن برای برپایی شرکت فرش ایران در سال ۱۳۱٤ شمسی استفاده شد(Oriental Carpet Manufac-turing of London) (ادواردز، ۱۳٦۸، ۲۲۹ –۲۳۰)، ٤ – عطیه (کرمان) فعالیت تجارتی گستردهٔ شرکت عطیه توسط ژرژ و عزیز عطیه (سوریایی‌تبار) از سال ۱۹۰۰ در پورتلند و نیویورک آغاز شد. ۵– کمپانی تاوزند چین نیویورک، کمپانی شرق (ازمیری)، کمپانی غازان، شرکت تلفانیان، شرکت قرگوزیان، شرکت سلیم شاهانیان، شرکت قاراپت شاهانیان، خیاطان، موچکیان، هواساییان، پاپازیان، لوان داودیان، مهرتاتیان، واژاپتسیان، آساطوریان، برادران سامره‌ای، قصابیان، چگنیان، قونطاطیان و تاو شانچیان مجموعه‌ای از شرکت‌های خارجی و ایرانی هستند که به عنوان کارگزار یا عامل تولید قالی‌های سلطان‌آباد به منظور صادرات قالی در قرن ۱۹ فعال بوده‌اند (صوراسرافیل، ۱۳۷۲، ۱۰–۹).

زیگلر ضمن تهیهٔ مواد اولیه و نقشه با بافندگان خانگی (تک‌بافان) قرارداد و پیمان کارمزدی قالیبافی منعقد می‌کرد و با کنترل و سرکشی بر دارهای قالی کیفیت تولیدات خود را حفظ می‌کرد اما بسیاری از شرکت‌های خارجی فعال در حوزهٔ قالیبافی برخلاف شیوهٔ تولید زیگلر با برپایی کارگاه‌های متمرکز، استخدام عوامل فنی، استخدام بافندگان روزمزد و کارمزد، تهیهٔ نقشه‌ها، تهیهٔ مواد اولیه و رنگرزی با مدیریتی متمرکز به فعالیت قالیبافی می‌پرداختند.

نکتهٔ حائز اهمیت، که همواره قالیبافی ایران را در دورهٔ قاجار تحت تأثیر خود قرار می‌داد، ارتباط تنگاتنگ تجارت (صادرات) و تولید قالی در ایران به دلیل نوسانات تجارتی بازارهای غربی و بین‌المللی بود. «به همین دلیل بود که در سال ۱۹۰٤ م (۱۳۲۲ ه. ق) این صنعت پس از تنزل ناگهانی تقاضا آسیب فراوان دید. در این دوران فرش با رکود جهانی مواجه بود و مازاد بیش از حد موجودی فرش در بازارهای انگلستان هم کار را وخیم‌تر کرد» (Ittig, 1983, 121).

با وجود این قالیبافی به حالت اولیه خود بازگشت. حتی به نظر می‌رسد قیمت فرش صادراتی ایران در سال ۱۹۰٦ م (۱۳۲٤ ه. ق)، علی‌رغم عدم امنیت در داخل کشور، طی جنبش مشروطه‌خواهی به بالاترین سطح قیمت نیز رسید (اتیک، ۱۳۸٤، ۱۰۱).

قالی ایران در عرصهٔ جهانی

ارزان بودن نیروی انسانیِ تولیدکنندهٔ فرش یکی از مهم‌ترین مزیت‌های قالیبافیِ در دورهٔ قاجار بود. زنان و کودکان از کارگران اصلی بافندگی محسوب می‌شدند که چون در روستاها زندگی می‌کردند و نیروی اصلی کار در جامعه مردان به حساب می‌آمدند، امکان و توقع بیشتری در دریافت دستمزد بالاتر نداشتند (سیف، ۱۳۷۳، ۱٦٤). هرچند باید در نظر داشت در شرایط اجتماعی و فئودالی قاجار کارگران سایر حِرف نیز هیچ‌گاه شرایط کاری مناسبی نداشته‌اند.

تنوع طرح‌ها و نقوش قالی ایرانی در موفقیت ایران در بازار بین‌المللی بسیار بااهمیت بود. درجهٔ اهمیت این موضوع جایی بر ما محرز می‌شود که رقبای ایران برای تسخیر بازار بین‌المللی از طرح و نقشهٔ قالی ایران

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۱
بهار و تابستان ۱۳۹٦

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

تقلید می‌کردند. بر اساس اسناد باقیمانده از دورهٔ قاجار در بسیاری موارد دیده شده که کشورهای چین و عثمانی از شهرت فرش ایران سوءاستفاده کرده‌اند و فرش‌های خود را با طرح و نقشهٔ ایرانی به صورت تقلبی به مشتریان می فروختند (اتحادیه، ۱۳۸۹، ۵). در کنار زیبایی طرح و نقشهٔ قالی‌های ایران، دوام قالی‌های مناطق مختلف ایران نیز از شهرت بسزایی برخوردار بود (عیسوی، ۱۳٦۹، ٤٦۸). چنین شهرتی در کیفیت قالی‌های ایرانی عاملی مهم و بسیار تأثیرگذار در انتخاب مصرف‌کنندگان غربی بود.

دورهٔ قاجار عرصهٔ گسترده‌ای برای معرفی قالی ایران به جهانیان و رونق و شکوفایی تجارت بین‌المللی آن بود. بسیاری از مردمان غرب که از طریق سیاحان، بازرگانان و سیاستمداران و یا از مجراهای فرهنگی و اجتماعی با قالی ایران آشنا می‌شدند از آن استقبال می‌کردند. در سال ۱۹۰٦ م (۱۳۲٤ ه. ق) هفده کشور دنیا از خریداران قالی ایران بودند. این رونق تجارتی کشورهای بسیاری از جمله چین، هند، ترکیه، ممالک شمالی آفریقا و حتی در بعضی از ممالک اروپا مانند بلغارستان و یونان و فرانسه و غیره را، که شرایط فعالیت در قالیبافی داشتند، ترغیب کرد که این صنعت را شروع یا در صورت داشتن سابقه توسعه دهند (اتحادیه، ۱۳۸۹، ۹).

در اواخر دورهٔ قاجار، به خصوص پس از جنگ جهانی اول، رقابت جهانی در تجارت قالی شدت یافت و همواره رقابت شدیدی بین تولیدکنندگان بزرگ قالی برای تصاح سهم بیشتری از بازارهای جهانی به خصوص بازار آمریکا و اروپا در جریان بود. کشورهای چین، هندوستان و ترکیه از مهم‌ترین رقبای ایران بودند که در سال‌های پایانی دورهٔ قاجار توانستند سهم خود از بازارهای بین‌المللی افزایش دهند. فرش ایران در دورهٔ قاجار در بازار آمریکا جایگاه ویژه‌ای داشت و بخش قابل توجهی از این بازار را نیز در اختیار فرش ایرانی بود. بر اساس گزارش وزارت «فلاحت و تجارت و فواید عامه» موقعیت ایران در بین صادرکنندگان بین‌المللی در رتبهٔ نخست (۱۹۱۷–۱۹۰۷) و سپس رتبهٔ دوم طی سال‌های ۱۳٤٤–۱۳۲۵ ه. ق (۱۹۲۵–۱۹۱۷) قرار داشته (مرکز اسناد ملی ایران، سند شمارهٔ ردیف ۲۰۰٤۱۷۱۹٦، ص ٤ و ۹).

در این دوران صادرا قالی کشورهایی مانند چین آن‌قدر رشد داشت که رشد صادرات قالی ایران با توجه به سابقهٔ فعالیت ایران در این رشته مقبول به نظر نمی‌رسد. با توجه به قالی‌هایی که از چین به آمریکا صادر می‌شد، در طی نوزده سال (۱۹۲۵–۱۹۰۷) تقریباً ۵۰۰ برابر و حجم صادرات قالی ایران به آمریکا در این مدت کمتر از ۱۲ برابر بوده است. از دلایل اصلی این موضوع توسعهٔ قالیبافی در بسیاری از کشورهای جهان از جمله چین، ترکیه، هند، ممالک شمالی آفریقا و برخی از ممالک اروپا مانند بلغارستان، یونان و فرانسه بود که بخشی از نیازهای بازارها را تأمین کردند. به این ترتیب سهم ایران پس از سال۱۹۱۷ م (۱۳۳۵ ه. ق) به بعد کاهش یافت. علاوه بر این، رقبای ایران در بازار بین‌المللی با فروش قالی‌های بدل و مشابه طرح و نقش ایرانی در بازار آمریکا و در بازار اروپا مانند هلند بخشی از سهم ایران را به خود اختصاص دادند. از بارزترین این رقبا می‌توان به کشور چین اشاره کرد که از طرح و رنگ قالی‌های ایرانی در تولیدات خود استفاده و این قالی‌ها را در بازار به جای قالی‌های ایرانی عرضه کرد (اتحادیه، ۱۳۸۹، ۹–۸).

از دلایل دیگری که وزارت فلاحت برای کاهش فروش قالی‌های ایرانی در بازار آمریکا اعلام داشته است، کاهش کیفیت مواد اولیهٔ قالی در ایران است. این وزارت در دههٔ ۱۳٤۰ ه. ق (۱۹۲۰) در این زمینه به هیئت وزراء می‌نویسد: «به طور کلی در طول این ۱۹ سال واردات قالی ایران به آمریکا ۱۷ مرتبه و واردات قالی چین به آمریکا ۵۱۱ مرتبه ترقی کرده است که

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

اکثر قالی‌های اخیرالذکر به نـام قالی ایران و یا بر اثر میل مردم به داشـتن قالی‌های ایرانـی و یا اقلاً طرح ایران در آمریکا به فروش می‌رسـد و این نیست مگر در نتیجـه عدم مراقبت در تکمیل و اصلاح فرش‌های ایرانی که به علت نادانی و عدم وجود وسایل و مصالح لازمه و مخصوصاً برای جلب نفع آنی بیشتری غالب صنعتگران قالی از حیث جنس و نقش و رنگ و بافت صرفه‌جویـی کرده و به دلیل اسـتعمال مواد مضره از قبیل پشم‌های آهکی و بدجنس و رنگ‌های جوهری و نخ‌های بی‌دوام و نقشـه‌های نامرغوب طوری شده اسـت که دیر یا زود سـکتهٔ بزرگی به این یگانه متاع مهم ایران وارد خواهد شـد» (مرکز اسناد ملی ایران، سند شمارهٔ ردیف ۲۰۰٤۱۷۱۹٦).

این اوضاع در حالی اسـت که کنسـول ایران در آمریـکا در سـال ۱۳۲۰ ه. ق (۱۹۰٤ م) ضمن اظهار نگرانـی از کاهش کیفیت مهم‌تریـن کالای صادراتی ایران به آمریکا برای تقویت صادرات قالی‌های باکیفیت پیشنهاد کرد که «مهر مخصوصی از سوی گمرک ایران بر فرش‌های ب کیفیت بزنند و برای از گردونه خارج کردن فرش‌های با رنگ مصنوعی و پشم‌های پوسیده از مهر کردن این فرش‌ها امتناع ورزند. دومین مسئله‌ای که از سوی این کنسول مطرح شد عدم مطابقت رنگ و اندازهٔ فرش‌های ایرانی با سلیقهٔ آمریکایی‌ها بود که در سـال‌های بعد به عاملی برای افت صادرات فرش ایران به آمریکا تبدیل شد» (اتحادیه، ۱۳۸۹، ۱۱).

متوسط سـهم چهار کشور عمدهٔ صادرکننده قالی بین سال‌های ۱۹۰۷ الی ۱۹۲۵ م (۱۳٤٤-۱۳۲۵ ه. ق) به بازار آمریکا بدین قرارثبت شـده اسـت: ۱- ترکیه ۳۷/٦۲ درصد، ۲- ایران ۳۵/٦۲ درصد، ۳- چین ۲۵ /۱۷ درصد، ٤- هند ۹/۷۵ درصد. از مقایسـهٔ متوسط سهم چهار کشـور ایران، ترکیه، چین و هند در بازار آمریکا می‌توان به این نتیجه رسـید که ایران مهم‌ترین تأمین‌کنندهٔ قالی بازار آمریکا در دورهٔ قاجار بوده است، زیرا هر چند ترکیه بیشترین سهم را در بازار در اواخر دورهٔ قاجار داشت، اما قرار گرفتن ایران بعد از ترکیه به این دلیل است که بخش قابل توجهی از قالی ایران به صورت غیرمستقیم از طریق راه ترانزیتی ترکیه صادر می شـد که در آمار صادراتی ترکیه به ثبت می رسید. به عنوان نمونه در سـال ۱۹۰۷ م (۱۳۲۵ه. ق) بیش از ٦۷ درصد از تولیدات فرش ایران به ترکیه صادر شده است (جمال‌زاده، ۱۳٦۲، ۲۰).

چنانچه در سـندی از سوی یکی از مطلعین بازار استانبول در سال ۱۹۱۱ م (۱۳۲۹ ه. ق) آمده است: «به موجب استاتیستیک بندر باطوم، قالی‌هایی که از ایران به روسیه می‌رود غالباً به طور ترانزیت از روسیه عبور می‌کند و به اسـتانبول می‌رود، می‌بینیم دولت عثمانی قریب نه عشر قالی‌های ایرانی را حمل میکند» (مرکز اسناد و تاریخ دیپلماسـی وزارت امور خارجهٔ ایران، سـند شـمارهٔ ۵-۳۷-۱۱- ۱۳۲۹ ق ص ۷). چنین به نظر می‌رسـد که حضور و فعالیـت بازرگانان ایرانی مقیم استانبول، که مشغول واردا قالی از ایران به ترکیه بودند، بخش قابـل توجهی از صادرات قالی ترکیه را تشکیل می‌داده است. به لحاظ متوسط سهم کشورهای صادرکننده به بازار آمریکا در سال‌های یادشده چین و هند در رتبه‌های بعدی قرار داشته‌اند.

از دیگـر مناطقی کـه در اواخـر دورهٔ قاجار در تولید قالی نقش داشـتند قفقازیه، ترکسـتان و بخارا بودند. این کشورها نیز همانند ایران قالی‌های خود را در بازارهای عثمانی برای صادرات به سـایر کشورها عرضه می‌کردند. گزارشـی از سال ۱۹۱۱ م (۱۳۲۹ ه. ق) موجود اسـت که نشـان می‌دهد فرش‌های قفقاز و ترکسـتان در بازار عثمانی به اسـم فرش‌های ایران معروف بودند و به همین نام خرید و فروش می‌شدند (مرکز اسـناد و تاریخ دیپلماسی وزارت امور خارجهٔ ایران، سند شمارهٔ ۱۳-۳۷-۱۱-۱۳۲۹ ق).

بـه نظـر می‌رسـد سـلایق و خواسـته‌های

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۱
بهار و تابستان ۱۳۹٦

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

مصرف‌کنندگان غربی قالی‌های ایرانی در دورهٔ قاجار را می‌توان عمدتاً در دو ویژگی متمرکز دانست: ۱- حفظ و تداوم طرح‌ها و نقوش و رنگ‌های سنتی (فام‌های گیاهی) قالی ایرانی. ۲-تغییر و تبدیل اندازه‌های قالی ایرانی به اندازه‌های جدید و مناسب.

درخواست و استقبال از طرح‌ها و نقوش سنتی قالی ایرانی توسط مصرف کنندگان غربی را می باید با توجه به آشنایی تاریخی غرب با ویژگی‌های هنر قالیبافی ایران دانست . به طور قطع و یقیین مردمان غرب دورهٔ فرهنگی صفوی را والاترین و بالاترین سطح اجرای هنری و زیبایی‌های قالی‌های ایرانی می دانستند . و به طور حتم زیبایی‌های نقوش قالی‌های ایرانی برای غرب از رنگ‌های زیبا، درخشنده و زنده و هماهنگ با منشأ گیاهی مورد شناخت بوده است. از این رو درخواست و حفظ اصالت‌های سنتی قالی‌های ایرانی از منابع غربی با توجه به جایگاه و توجیه اقتصادی که این محصول می‌یافت، اعتبارهای سنتی آن افزایش می‌یافت.

اما برخلاف طرح‌ها و نقوش قالی‌های ایرانی که مصرف‌کنندگان طبقات مرفه و متوسط غربی به آن‌ها گرایش داشتند برخی از اندازه‌های قالی‌های ایرانی با فضاهای کاربردی آنان هماهنگی لازم را نداشت و این نکتهٔ بسیار مهم، برای تطبیق اندازه‌های مورد درخواست بازارهای اروپایی و آمریکایی، ابعاد جدید و ناشناخته‌ای را برای قالیبافان ایرانی به دنبال می‌آورد. نخستین گام برای امکان بافتن قالی‌هایی با اندازه‌های جدید ترسیم نقشه‌هایی جدید در خانه‌شمارهای متفاوت با سنت‌های قالیبافی مناطق بافندگی بود.

نتیجه‌گیری

افزایش تدریجی صادرات قالی ایران در دورهٔ قاجار از عوامل اصلی توسعهٔ قالیبافی در ایران و همچنین ورود سرمایه‌های خارجی و شرکت‌های غربی با نقش مستقیم مدیریتی آنان در قالیبافی ایران است.

باید در نظر داشت که افزایش تدریجی سطح آگاهی مصرف‌کنندگان غربی با کیفیت بالای قالی‌های ایرانی (مواد اولیه، رنگرزی، بافت) و وجه ظاهری و زیبایی آن (رنگ و طرح و نقش) و شهرت فراگیر آن به گونه‌ای بود که قالی‌های ایرانی را، افزون بر ویژگی پراهمیت کاربردی‌شان، کالایی با شأن و ماهیتی فرهنگی تلقی کنند. چنین به نظر می‌رسد که گسترش فعالیت شرکت‌های خارجی در ایران را می‌توان در جهت‌گیری منافع اقتصادی آنان با توجه به درخواست‌های بازارهای هدف مبنی بر حفظ کیفیت‌های ظاهری و باطنی قالی‌های ایرانی ارزیابی کرد.

تقلید طرح‌ها و نقوش قالی ایرانی توسط سایر تولیدکنندگان قالی در آسیا، به ویژه چین، و ارائهٔ گستردهٔ آن در اروپا و آمریکا را نیز می‌توان بخشی از توانایی‌ها و مزیت بالای قالی‌های ایرانی برشمرد که خود گواهی بر سطح بالای درخواست بازارهای جهانی بوده است. استقبال شدید مصرف‌کنندگان غربی از طرح‌ها و نقوش سنتی قالی‌های ایرانی بخش عمدهٔ بازار جهانی قالی را، به صورت صادرات مستقیم و غیرمستقیم، در اختیار قالی ایران قرار داده بود.

چنین به نظر می‌رسد که علاقه‌مندی و استقبال چشمگیر غرب از طرح‌ها و نقوش سنتی قالی‌های قاجاری، برخلاف بسیاری از رشته‌های هنری و فرهنگی این دوره ، که تحت تأثیر گفتمان مدرنیته تغییر شکل و محتوا داشته‌اند، با تکیه بر منشأ اقتصادی قدرتمند و جایگاه فرهنگی پراهمیتی که یافته بودند موجب حفظ، تداوم و پایداری طرح‌ها و نقوش سنتی قالی های ایرانی گردید ند .

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۳۱
بهار و تابستان ۱۳۹۶

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]

فهرست منابع

- آذرپاد، حسن و حشمتی رضوی، فضل‌الله (۱۳۷۲)، *فرشنامهٔ ایران*، تهران، مؤسسهٔ مطالعات و تحقیقات فرهنگی.
- اتحادیه، منصوره و رسول پروان (۱۳۸۹)، «تحولات تجارت فرش دستباف ایران دورهٔ قاجاریه، مطالعات تاریخی فرهنگی»، پژوهش‌نامهٔ *انجمن ایرانی تاریخ*، سال دوم، پاییز ۸۹، ۳۶-۱.
- اتیک، آنت (۱۳۸٤)، *تاریخ و هنر فرشبافی در ایران* (بر اساس دایره‌المعارف ایرانیکا)، ترجمهٔ ر. لعلی خمسه، تهران، نیلوفر.
- احمدی، بابک (۱۳۸۸)، *از نشانه‌های تصویری تا متن: به سوی نشانه‌شناسی ارتباط دیداری*، تهران، نشر مرکز.
- ادواردز، سیسیل (۱۳٦۸)، *قالی ایران*، ترجمهٔ مهین‌دخت صبا، تهران، فرهنگسرا.
- استون، پیتراف (۱۳۹۱)، *فرهنگ‌نامه فرش شرق*، ترجمهٔ بیژن اربابی، تهران، جمال هنر.
- پرهام، سیروس (۱۳۷۱)، *دستباف‌های عشایری و روستایی فارس*، ج ۲، تهران، امیرکبیر.
- تناولی، پرویز (۱۳٦۸)، *قالیچه‌های تصویری ایران*، تهران، سروش.
- جمال‌زاده، محمدعلی (۱۳٦۲)، *گنج شایگان یا اوضاع اقتصادی ایران*، تهران، نشر تهران.
- دوبوکور، مونیکا (۱۳۸۷)، *رمزهای زنده‌جان*، ترجمهٔ جلال ستاری، تهران، مرکز.
- دوغان، اسرا (۱۳۸۸)، «استانبول ایرانیان و کاروان سرای والده‌خان»، *پیام بهارستان*، دورهٔ دوم ، تابستان ۸۸، ۱۱۱۸- ۱۱۰۷.
- دیبا، لیلا (۱۳۸٤)، *فرش‌های دوران افشار و زندیه*، ترجمهٔ ر. لعلی خمسه، تاریخ و هنر فرشبافی در ایران براساس دایرهٔ المعارف ایرانیکا ، تهران ، نیلوفر .
- رضوی، حشمت، ۱۳۸۷، *تاریخ فرش*، تهران، سمت.
- زیباکلام، صادق، ۱۳۷۷، *سنت و مدرنیسم*، تهران، روزنه.
- سیاح، محمدعلی (۲۵۳٦)، *خاطرات حاج سیاح*، به کوشش حمید سیاح، تهران، امیرکبیر.
- سیف، احمد (۱۳۷۳)، *اقتصاد ایران در قرن نوزدهم*، تهران، چشمه.
- صباغ‌پور، طیبه (۱۳۸۸)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشتهٔ هنر اسلامی، سیر تحول و تطور نقوش و ساختار در قالی‌های صفویه و قاجار، دانشگاه تربیت مدرس.
- صوراسرافیل، شیرین (۱۳۷۲)، *غروب زرین فرش ساروق*، تهران، کتابخانهٔ عمومی حسینیه ارشاد.
- عیسوی، چارلز (۱۳٦۹)، *تاریخ اقتصادی ایران*، ترجمهٔ یعقوب آژند، تهران، گستره.
- فریه، ر. دبلیو (۱۳۷٤)، *دربارهٔ هنرهای ایران*، ترجمهٔ پرویز مرزبان، تهران، فرزان روز.
- فلور، ویلم (۱۳۸۱)، *نقاشی و نقاشان قاجار*، ترجمهٔ یعقوب آژند، تهران، گستره.
- کنبی، شیلا (۱۳۸۸)، *هنر و معماری صفویه*، ترجمهٔ مزدا موحد، تهران، فرهنگستان هنر.
- گانز رودن، اروین (۲۵۳۷)، *قالی ایران شاهکار هنر*، تهران، اتکا.
- گنجینهٔ مرکز اسناد ملی ایران، اسناد مربوط به سال ۱۳۰٤ هجری شمسی. اسناد شمارهٔ ردیف ۲۰۰٤۱۷۱۹٦، محل در آرشیو ۲۰۲ن ۳الف الف ۱.
- مارش، دیوید و جرمی استوکر (۱۳۷۸)، *روش و نظریه در علوم سیاسی*، ترجمهٔ امیرمحمد حاجی‌یوسفی، تهران، پژوهشکدهٔ مطالعات راهبردی.
- مرکز اسناد و تاریخ دیپلماسی وزارت امور خارجهٔ ایران، اسناد مربوط به سال‌های ۱۳۲۲ و ۱۳۲۹ ه. ق اسناد شمارهٔ ۱۳-۱، ٦۵،٤۰.
- ورزی، منصور (۱۳۵۰)، هنر و صنعت قالی در ایران، تهران، رز.
- ورهرام ، غلام رضا (۱۳٦۹) ، *تاریخ سیاسی و سازمان اجتماعی ایران در عصر قاجار*، تهران، انتشارات معین.
- ویلسون، ج. کریستی (۱۳٦٦)، *تاریخ صنایع ایران*، ترجمهٔ عبدالله فریار، تهران، فرهنگسرا.
- Ittig, Annette (1983), *A Technical and Historical Study of the Qajar Carpet Industry: the Cases of Garrus, Sultanabad and Kirman*, 2v, PhD, Oxford University Press.
- Parham, Cyrus (2001),*The Splendour of Iran Booth*, Clibborn, 3v
- Raven, Arlene (1999), *William Morris*, Designs. Motifs Koln, Konemnn

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-09-12]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1396.13.31.3.1]