

تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۱/۱۷

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۵/۸/۲۳

تأثیر جایگاه غرب بر قالی‌های دوره 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: bijanarbab@yahoo.com

مهدی کشاورز افشار

استادیار گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس

چکیده

بسیاری از رشته‌های هنری و فرهنگی دوره قاجار همانند نقاشی، معماری، شعر و ادبیات و هنرهای صناعی ایران تحت تأثیر اندیشه‌های مدرنیته 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 دوره قاجار، چگونگی تأثیر روابط تولید، حضور شرکت‌های خارجی در توسعه 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 دربردارنده 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



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

■ مقدمه

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

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

قالی‌های قاجاری نیز با اندک تأثیری از سلاطین روز و فضای فرهنگی در زمینه کاربرد نقوش گل‌فرنگ و تصاویر طبیعت و پیکره‌های انسانی تغییراتی را بروز دادند اما به طور قطع شاکله 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 دوره قاجار می‌توان مفروض داشت که توسعه قالیبافی در ایران و افزایش صادرات آن به واسطه درخواست بازارهای غربی عاملی تعیین‌کننده در حفظ سنت‌های طرح‌ها و نقوش قالی‌های ایرانی دوره قاجار بوده است. مقاله به شیوه 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 دوره قاجار

قالیبافی دوره 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 اندیشه هنرمندان و اندیشمندان دوره قاجار، که با مدرنیته اروپایی آشنایی پیدا کرده بود، به شدت تحت تأثیر فرهنگ و نگرشی غربی قرار گرفته بود. اوضاع اجتماعی، محدودیت‌ها و عقب‌ماندگی‌های جامعه قاجار به گونه‌ای بود که موجب شد بسیاری از هنرمندان و اهالی فرهنگ 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 دوره صفوی، از گفتمان‌هایی که بر ساخته 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 شناخته‌شده خود در معماری، فرش، هنرهای صناعی، نگارگری، ادبیات و شعر دوره صفوی به گونه‌ای فراگیر و همگون متجلی شده بود.

گفتمان را می‌توان فضایی از تفکر و اندیشه در یک دوره 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 برساننده فضای فکری جامعه ایران بوده که

کلام

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

۶

کلام

در یک رابطه بینامتنی با سایر هنرها قرار گرفته است. با توجه به چنین مفاهیمی، که تا حدودی نشان‌دهنده ساختارهای فکری هنرمندان ایرانی در دوره‌های اسلامی بوده است، می‌توان شاهد تداوم و حضور نگرش‌هایی هم‌مسو و همراه با دیرینه فرهنگ ایرانی در اوایل حکومت قاجاریه نیز باشیم. شاید بتوان به درستی تأثیر نگرش‌های غربی بر جامعه ایرانی را از میانه‌های دوران صفوی بررسی کرد. روابط بازرگانی و فرهنگی حکومت صفویان و تغییراتی که در نگرش حکومت ایران به وجود آمد تا حدود زیادی امکان تأثیر و دریافت از فرهنگ غربی را در جامعه ایرانی دوره صفوی آغاز کرد. هر چند این تغییرات را می‌توان کم و بیش در برخی از آثار تجسمی دوره صفوی دید اما «آنچه مسلم است نوع تفکر و تأثیر فرهنگ غربی در سایر آثار هنری آن دوران نمی‌توانستند در عمق یا تجلی که در هنرهای تجسمی داشته است را در بر داشته باشد. چه آن‌که در معماری، فرش، چوب، فلز و کتابت و تزئینات دیواری بناهای عالی و ... چنین تأثیری قابل مشاهده نبوده است» (زیباکلام، ۱۳۷۷، ۲۳۱). به بیان دیگر فرنگی‌سازی نقاشی‌های دوره صفوی همانند گفتمانی محدود در تقابل با گفتمان‌های فرهنگی صفوی در جایگاهی ضعیف قرار داشت که هیچ‌گاه توان رقابت با گفتمان‌های مسلط فرهنگی صفوی را نیافت.

حضور مدرنیته در ایران از اوایل حکومت قاجاریان موجب شد تا با افزایش سطح ارتباطات حاکمیت قاجار و ایرانیان به مرور فصل جدیدی از روابط و ساختارهای 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 توسعه کاربرد آن‌ها تأثیرات عمیقی در زمینه‌های هنرهای تجسمی دوره قاجار به وجود آوردند. مدرنیته، که به عنوان گفتمانی قدرتمند و مسلط

در عرصه فرهنگی ایران قاجار حضور یافت، نقاشی، معماری، شعر و ادب، و بخش‌های قابل توجهی از هنرهای صناعی ایرانیان را تحت تأثیر و سیطره خود قرار داد. به دیگر بیان مدرنیته موجب شکل‌گیری تفکری واقع‌گرا و طبیعت‌گرا در هنر ایران شد.

طرح‌ها و نقوش قالی‌های قاجار

در مورد قالی‌های دوره قاجار می‌توان چنین در نظر گرفت که اندازه‌ها، نقش‌ها و نقش‌مایه‌های بسیاری از قالی‌ها اقتباسی از دوره صفوی بوده است. به خصوص ترنج مرکزی، لچک ترنج، طرح شبکه‌ای که با نقش اسلیمی و شاه‌عباسی در سرتاسر این دوران بافته می‌شده است. در واقع طرح‌های مربوط به فرش‌های ظریف، که در اواخر قرن سیزدهم ه. ق (قرن ۱۹ م) و اوایل قرن چهاردهم ه. ق (قرن ۲۰ م) بافته شده، یادآور دوران کلاسیک است (اتیک، ۱۳۸۴، ۱۰۱). این بافته‌ها معمولاً به شیوه خاص سفارش داده می‌شدند و شاید نشان‌دهنده بقایای تولید کارگاهی محلی در دوره قبل از قاجار هستند. در مقابل آن‌ها فرش‌هایی با طرح کلاسیک روز وجود دارند که استادانه از بافته‌های قدیمی‌تر یا از تصاویر کتاب‌های فرش و کاتالوگ‌های فروش و موزه‌ها الگوبرداری شده‌اند تا بتوان آن‌ها به عنوان فرش عتیقه قلمداد و تقاضای خاصی را در بازار برآورد کرد (گانز رودن، ۲۵۳۷، ۱۶۴). قابل توجه است که این فرش‌ها اغلب با مواد شیمیایی شسته می‌شدند یا به روش‌های دیگر بر روی آن‌ها کار می‌شد تا فرش کهنه به نظر برسد (سیاح، ۲۵۳۶، ۱۹۲).

در طرح و نقش قالی‌های قاجار عمدتاً شیوه‌ها و سنت‌های دوره صفوی به کار برده و توجه خاصی به آن‌ها می‌شد. با وجود این، برخی تفاوت‌ها و تغییرات به وجود آمده در زمینه طرح‌ها و نقوش قالی‌های قاجار از پیکره نقوش سنتی شناخته شده دور نیست.



در بخشی از تغییرات که عمدتاً در نقوش قالی‌ها تحت تأثیر فرهنگ و هنر غربی شکل گرفته است به نظر می‌آید طراحان کمال سعی خود را برای بومی‌سازی و سازگارمند نمودن نقوش جدید با سنت‌های قالی‌های ایرانی به کار گرفته‌اند. طرح قالی‌های قاجاری نیز عمدتاً با تابعیت از سنت‌های دوره صفوی و با تناسب بسیار نزدیک به آن‌ها شناخت می‌شوند. عمده طرح‌های به کار رفته در قالی‌های این دوره را می‌توان چنین معرفی نمود: لچک ترنج، واگیره‌ای، افشان، باغی، قابی یا بندی، محرمات، محرابی، خشتی، تلفیقی و تصویری.

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

قالی‌های تصویری نیز به واسطه تأثیر و نفوذ شیوه‌های هنری غربی و عکاسی در دوره سلطنت ناصرالدین‌شاه از موضوعات قالی‌های آن دوره محسوب شدند (تناولی، ۱۳۶۸، ۱۲). این قالی‌ها شامل تصاویر شاهان، بزرگان و مشاهیر، موضوعات ادبی، نقوش باستانی، منظره، بزم و ... بوده است. تصویر پادشاهان که از دوره باستان در فرهنگ و جامعه 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 نقاشی‌های دوره قاجار در قرن سیزدهم ه. ق

نقش‌های کوچک تکراری چون هراتی و میناخانی در مجموعه نقوش قالی بیشتر دیده می‌شوند؛ حتی نقش بته‌جقه تکراری که در منسوجات و فرش دوره 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 است که هیچ‌گونه نقشی که متناسب به قالی‌های هرات است در نقاشی‌های آن دوره دیده نمی‌شود (اتیک، ۱۳۸۴، ۱۰۲).

«نقش گل سرخ را در فرهنگ جوامع غربی همانند نقش نیلوفر در شرق می‌دانند. شکل پیمانانه مانند گل سرخ نیز با مفهوم حیات و زندگی و دربردارنده نمادی از بهشت نیز همراه است. حتی بیشتر گل‌های سرخ به صورت تمثیلی با مفاهیم عدد هفت پیوند دارند و با هفت گلبرگ ترسیم می‌شوند.» (دوبو کور، ۱۳۸۷، ۱۰۱)

حضور فرنگی‌سازی و نقوش گل فرنگ در متن و حواشی قالی‌ها از دوره قاجار پدیدار می‌شود. به نحوی که «نقش مایه گل فرنگ به گل گوبلن گفته می‌شود. همچنین به نگاره‌هایی که از راه بافته‌های اروپا به ایران رسیده است. به گل سرخی که به جای تهیه طرح انتزاعی از آن، آن را هرچه نزدیک‌تر به طبیعت نقش کرده باشند نیز گل فرنگ می‌گویند.» (آذریاد، رضوی، ۱۳۷۲، ۱۲۸)

این توصیف دربردارنده منشأ و منبعی غربی برای گل فرنگ همانند نام آن است. در حالی که پرهام اعتقاد دارد اصل این نقوش برگرفته از گل سرخ محمدی است، که گل بومی سرزمین ایران است، و حتی نقش آن از دوره صفوی در هنرهای ایران کاربرد یافته است (پرهام، ۱۳۷۱، ۱۷۸).

به نظر بسیاری از پژوهشگران، رواج نقش گل‌های فرنگی بر قالی‌های قاجار تحت تأثیر فرهنگ طبیعت‌گرایی غرب صورت پذیرفته است اما طراحان

ایرانی آن را به گونه‌ای بومی‌سازی 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.

نقوش، عناصر و اجزای تشکیل‌دهنده طرح قالی‌ها هستند که با ترکیب و هم‌نشینی که در متن طرح‌ها 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 دوره صفوی نیز با مفاهیم و محتوای مشابه مورد استفاده قرار می‌گرفتند عبارت بودند از:

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

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

نقوش اشیا: گلدان، حوض، قندیل.

نقوش تصویری

نقوش تصویری در قالیبافی دوره قاجار رواج یافته است. باید در نظر داشت که نقوش تصاویر با مفهومی که در قالی‌های دوره قاجار مورد نظر است با مفهوم نقوشی که در متن قالی‌های دوره صفوی دریافت می‌شود، متفاوت هستند. تصاویر در قالی‌های قاجار به گونه‌ای هستند که از نشانه‌های دیداری تشکیل شده‌اند. نشانه‌های دیداری عبارت از آن چیزی است که با چشم می‌بینیم و با ادراک حس می‌کنیم. منظره طبیعت، پرتره اشخاص، رخداد تاریخی و هر آنچه می‌توان تصویری نامید که در متنی ثبت شده‌اند و به این ترتیب هرگاه نشانه‌ای دیداری در متنی جای گیرد به نشانه‌ای تصویری تبدیل می‌شود. به دیگر بیان تصویر تقلیدی از عالم واقع است. نقوش تصویری

قالی‌های قاجار در اغلب موارد به موضوعات دینی، باستانی (تاریخی)، داستانی یا ادبی می‌پردازند (احمدی، ۱۳۸۸، ۱۷-۱۹).

در قالی‌های دوره صفوی به ندرت نقوش تصویری که روایتگر موضوعی باشند مشاهده می‌شوند. چنین قالی‌هایی نیز همانند نگارگری دوره صفوی مضمون ادبی دارند. نقوش حیوانات نیز در قالی‌های صفوی پیش از آن، که جنبه تصویری بیابند، دارای جنبه تزئینی هستند. حتی در قالی شکارگاه موزه وین همنشینی تصاویر و نقوش تزئینی در کنار یکدیگر چندان روایت‌گر موضوع خاصی جز مفهوم کلی شکار نیستند و به عبارتی مفهوم بسیاری از نقوش، که دارای تصویری هستند، بیانی مستقل ندارند و به همراه سایر نقوش انتزاعی تزئینی همان هویت نقوش تزئینی را دارا هستند. با تأکید بر این نکته که هنرمندان طراح قالی‌های صفوی چندان به موضوعات تصویری و طبیعت‌گرا توجهی نداشته‌اند، توجه بر این نکته لازم است که در دوره عباسی گفتمانی جدید در عرصه هنرهای تجسمی صفوی شکل گرفت که وجوه طبیعت‌گرایانه و واقع‌گرایانه داشت و با وجود تأثیراتی که برخی از هنرمندان دوره صفوی و پس از آن از شیوه طبیعت‌گرایانه داشتند اما به واسطه عدم تسلط این شیوه (گفتمان) در سایر حوزه‌های هنری و فرهنگی جامعه صفوی، تأثیراتی از آن به ویژه در قالی‌های صفوی مشاهده نمی‌شود.

تصاویر پادشاهان قاجار (فتحعلی شاه، ناصرالدین شاه، محمدعلی شاه، احمد شاه) و دیگر پادشاهان باستانی (هوشنگ شاه، خشایار شاه، شاپور) و همچنین شاه عباس اول و نادر شاه افشار در قالی‌های قاجار توجهی به اهمیت قدرت پادشاهی است که هم جهت با شیوه‌های سیاست‌های فرهنگی آنان به منظور افزایش اقتدار سیاسی پادشاهان قاجاری صورت می‌گرفت (تناولی، ۱۳۶۸، ۵۱). به هر روی قالی‌های



تصویری دوره قاجار با مضامین مذهبی، ادبی، باستانی، پادشاهی و مشاهیر با جهت‌گیری‌های فرهنگی و سیاسی اجتماعی قاجار همسو بودند. با وجود آن‌که قالی‌های تصویری دوره قاجار ناشی از تأثیر گفتمان مدرنیته در قالیبافی به شدت سنتی ایرانی تلقی می‌شود، به نظر می‌آید این نقوش عمدتاً مورد توجه بازارهای داخلی بوده است و حتی با وجود توسعه قالیبافی در دوره ناصری و فعالیت گسترده شرکت‌های خارجی، قالی‌های تصویری مورد توجه غربی‌ها نبود و از سوی بازارهای غربی سفارشی دریافت نمی‌کرد.

قالیبافی دوره قاجار

طی سال‌های حکومت قاجار تغییرات زیادی در سازمان سنتی و نحوه عملکرد در قالیبافی ایران به وجود آمد و در نتیجه تأثیرات خود را بر قالیبافی به جا گذارد. «آنچه به خصوص اهمیت زیادی دارد افزایش چشمگیر تعداد دستگاه‌های فرش‌بافی و حجم صادرات فرش از دهه ۱۲۹۰ ه. ق (۱۸۷۰م) تا جنگ جهانی اول است» (اتیک، ۱۳۸۴، ۹۵). باید در نظر داشت که از اواسط قرن نوزدهم قالی ایرانی به تدریج جای خود را در کشورهای مغرب‌زمین باز کرد و میزان صدور آن به کشورهای مزبور نیز چشمگیر بود (ادواردز، ۱۳۸۶، ۶۶).

بسیاری از متون تاریخی درباره قالیبافی ایران در قرن سیزدهم ه. ق (۱۹م)، عموماً آن را به عنوان فعالیتی نه‌چندان پررونق، که بیشتر حرفه‌ای روستایی و در اصل توسط ایلات و عشایر و روستاییان انجام می‌گیرد، معرفی کرده‌اند (اتیک، ۱۳۸۴، ۹۵). به نظر می‌آید تا سال 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 قالی ایران، که تا آن زمان برای رفع نیازمندی‌های داخل کشور و به میزان محدودی تهیه می‌شد، به صورت کالای صادراتی درآمد و تقاضای آن معیار جهانی یافت (ادواردز، ۱۳۸۶، ۶۷). با وجود این‌که بسیاری از پژوهشگران فعالیت‌های قالیبافی در ایران را تا دهه ۱۸۷۰ بسیار محدود و کم می‌دانند، گزارشی که سر جان ملکم درباره تولید محصولات کشاورزی و اقتصاد کالاهای ایرانی در سال ۱۸۰۱ (۱۲۱۶ ه. ق) به سرمایه‌گذاران و هیئت مدیره کمپانی هند شرقی ارائه کرده بود، حاوی اطلاعاتی در زمینه فعالیت بافندگی قالی در شهرهای کاشان، یزد، طبس و بسیاری از شهرهای خراسان بوده است (دیبا، ۱۳۸۴، ۹۲).

دیبا با امکان دسترسی‌ای که به منابع وزارت خارجه انگلیس داشت و همچنین بنا بر گزارش‌های فریزر در سال ۱۸۲۶ از گسترش و توسعه بافندگی قالی در مناطق سنتی و جدید از هرات، کرمان، یزد، بروجرد، مناطق ترکمن‌نشین خراسان، اصفهان و آذربایجان نام می‌برد (دیبا، ۱۳۸۴، ۹۲). به طور حتم رونق و گسترش قالیبافی در دوره قاجار منشأ اقتصادی داشته است که موجب رونق بافندگی در مراکز سنتی و حتی توسعه قالیبافی در مناطق کنار دست آنان نیز شده است. گزارش کنسول دولت انگلیس در سال ۱۲۹۱ ه. ق (۱۸۷۴ م) از شرایط آن دوران چنین می‌گوید: «تقاضا برای قالی ایران به طرز چشمگیری بالا رفته و صادرات آن دو برابر شده است» (عیسوی، ۱۳۶۹، ۴۶۹). ریچارد فریه نیز از مراکز مهم قالیبافی دوره قاجار از تبریز، کرمان، بیرجند، مشهد، قائن، کاشان و سلطان‌آباد یاد می‌کنند و تأکید می‌کنند که خراسان در سده ۱۲ ه. ق به واسطه توجه نادر و در سده ۱۳ ه. ق در دوره قاجار از مراکز پررونق قالی ایران بوده است (فریه، ۱۳۷۴، ۱۳۴).

در مورد علت رونق قالیبافی در نیمه دوم قرن سیزدهم ه. ق برخی از محققان شیوع بیماری کرم ابریشم و کاهش شدید درآمد صادراتی ابریشم ایران را در آن سالها مورد توجه قرار می دهند و چنین استدلال می کنند که درآمد حاصل از فروش قالی درآمدی جایگزین برای آن محسوب می شده است (رضوی، ۱۳۸۷، ۲۴۰). در حالی که «در اواسط قرن [سیزدهم ه. ق] فرش ایرانی در بازارهای صادراتی شناخته شده بود و با رقابت حاصل از گسترش قابل توجه صنعت فرش دستباف ترکیه و هندوستان مواجه می شود. از طرف دیگر، در همان زمان تقاضای اروپاییان و آمریکایی ها برای فرش فزونی می گیرد و بدین جهت است که فرش به عنوان اقلام صادراتی به این بازارهای جدید اهمیت بیشتری می یابد و باعث افزایش سریع تعداد دستگاه های بافت می شود» (اتیک، ۱۳۸۴، ۹۷). «تولید و صادرات فرش در ربع پایانی قرن نوزدهم افزایش چشمگیری یافت. علت این افزایش در مرحله اول کمپانی های خارجی بود که به تولید فرش کمک کردند و در مرحله دوم گسترش مناسبات تجاری ایران با کشورهای غربی بود» (رضوی، ۱۳۸۷، ۲۵۵).

قالیبافی در مناطق مختلف ایران

کرمان از مناطقی است که به واسطه استقرار در منطقه ای کویری و محدودیت های آب و زمین همواره از توانایی های بالایی در نساجی برخوردار بوده است. در دوره قاجار قالیبافی در کرمان رونق نسبی داشت و به این هنر توجه ویژه ای می شد. با وجود این، گزارش های متفاوتی از تعداد کارگاه های قالیبافی از منابع انگلیسی بین سال های ۱۲۸۸ تا ۱۳۱۸ ه. ق ارائه شده است.

کلنل ایوان اسمیت در سال ۱۸۷۱ فعالیت شش کارگاه قالیبافی در کرمان را گزارش کرده است و سی

جی. براون نیز در سال ۱۸۸۸ با وجود ماه ها 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 سر پرسی سایکس، نخستین کنسول دولت انگلیس در کرمان، در سال ۱۸۹۵ از فعالیت حداقل هزار دار قالیبافی در راور، کرمان و روستاهای اطراف یاد کرده است. سایکس حتی در نوشته های خود استفاده از طرح ها و نقوش اروپایی در قالی های کرمان توسط افراد قدرتمند منطقه را نکوهش کرده است. وی تحت تأثیر زیبایی رنگ ها و طرح ها و نقوش قالی های کرمان، خاطر نشان می کند در صورت شناخته شدن قالی های 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 پایین تر پارچه های وارداتی انگلیسی بود و از ابتدای قرن نوزدهم آغاز شده بود، مزیت های تولید پارچه در کرمان را به حداقل ممکن می رساند. از این رو توسعه قالیبافی در کرمان با وجود نیروی انسانی ماهر که از پارچه بافی قابل تأمین بود و همچنین توجه به سرمایه گذاری لازم در این بخش صورت پذیرفت (ادواردز، ۱۳۶۸، ۲۹۰-۲۳۰).

قابل توجه است که ادواردز قالیبافی منطقه اصفهان را پس از زوال صفویان، بدون رونق و فعالیت معرفی کرده است و فعالیت مجدد قالیبافی اصفهان را به سال های ۱۳۰۰ شمسی (۱۹۲۰ م)، یعنی در اواخر قاجار، و توأم با افزایش درخواست بازارهای اروپایی برای قالیچه های اصفهان می دانسته است (ادواردز، ۱۳۶۸، ۳۴۳) اما، همان گونه که در گزارش های فریزر در سال ۱۸۲۶ اشاره شد، در اصفهان فعالیت بافندگی رونق خوبی داشته است و عدم اطلاع او را می توان ناشی از دسترسی نداشتن به منابع گزارش مأموران انگلیسی مرتبط دانست. هر چند اصفهان در حد فاصل



جنگ جهانی اول (۱۹۱۸-۱۹۱۴) تا جنگ جهانی دوم (۱۹۴۵-۱۹۳۹) اعتبار و شهرت بیشتری در بازارهای غربی داشته است (ورزی، ۱۳۵۰، ۹۱).

همان‌گونه که اشاره شد، اطلاعات قابل دسترس بر اساس مشاهدات پژوهشگران و نویسندگان متون تاریخی و آنچه گزارش‌های مأموران غربی ثبت کرده است تفاوت‌ها و تناقضاتی با یکدیگر دارد. به نظر می‌رسد ادواردز به درستی منطق سلطان‌آباد (اراک) را یکی از چهار منطقه فعال و مهم قالیبافی دوره قاجار معرفی کرده است (ادواردز، ۱۳۳۸، ۱۵۳). در حالی که ویلسون در کتاب تاریخ صنایع ایران در سال ۱۸۹۱ با قاطعیت اراک را بزرگ‌ترین منطقه قالیبافی ایران در دوره قاجار معرفی کرده است (ویلسون، ۱۳۶۶، ۲۱۲). می‌توان در نظر داشت که به احتمال زیاد ویلسون در اوج فعالیت‌های قالیبافی اراک در آن جا حضور داشته و از امکانات سایر مناطق قالیبافی ایران اطلاع کافی نداشته است.

توسعه اولیه قالیبافی در اراک به واسطه سرمایه‌گذاری‌های تولیدی بازرگانان تبریزی در سال ۱۲۹۲ ه. ق (۱۸۷۵) انجام شد و سپس حضور تدریجی سرمایه‌گذاران خارجی در سال ۱۲۹۴ ه. ق (۱۸۷۷ م) اراک را به منطقه‌ای نوپا و بسیار مهم در قالیبافی قاجار تبدیل کرد.

آنت اتیک با دسترسی به اسناد و منابع وزارت خارجه انگلیس درباره فرش قاجار چنین توضیح می‌دهد: «قبل از دهه ۱۲۸۰ ه. ق (۱۸۶۰ م) اطلاعات کمی درباره تجارت فرش ایران چه داخلی و چه بین‌المللی وجود دارد ولی مطمئناً فرش از ناحیه‌ای به ناحیه دیگر منتقل می‌شده است. در واقع طبق اسناد و مدارک موجود به نظر می‌رسد در نیمه اول قرن سیزدهم ه. ق (قرن نوزدهم م) فرش، همراه ابریشم و پنبه و شال، از کالاهای عمده تجارت داخلی ایران بوده است» (اتیک، ۱۳۸۴، ۹۷). مدارک نشان می‌دهد

که مقصد قالی‌های ایرانی بیشتر هند، ترکیه و روسیه بوده است و حتی در سال‌های ۵۰-۱۲۷۰ ه. ق گزارش‌هایی در مورد کاهش تجارت قالی از ایران به استانبول موجود است. هر چند این گزارش‌ها را می‌توان از اهمیت تجارت قالی ایرانی در نیمه نخست قرن سیزدهم ه. ق برآورد کرد اما این در حالی است که مستندات از چگونگی این داد و ستدها در دسترس نیست ولی به نظر می‌رسد مقصد نهایی بسیاری از قالی‌های صادرشده به استانبول بازارهای ثروتمند اروپایی بوده‌اند.

مهم‌ترین مکان تجارستی و اجتماعی ایرانیان در استانبول به نام «سرای خان والده [بیوک والده خان] شهرت داشت که بین سال‌های ۱۶۴۰-۱۶۳۲ م به منظور تأمین هزینه‌های مسجد چینی لی توسط مادر سلطان مراد چهارم به صورت وقفی احداث شد. این سرای تجارستی ضمن آن‌که محلی برای سکونت و تجارت تجار آذربایجانی و سایر ایرانیان شد تا سال ۱۹۲۶ نسبتاً دایر بوده است. این سرا با توجه به تمرکز تجارت ایرانیان و خصوصاً تجار فرش آذربایجان در دوره قاجار از مراکز اصلی ارائه قالی‌های ایرانی نیز بوده است» (دوغان، ۱۳۸۸، ۱۱۱۸-۱۱۰۷).

روش‌های جدید قاجاریان در کسب درآمدهای کلان مانند واگذاری امتیازهای گوناگون تجارستی و اقتصادی موجب افزایش نارضایتی مردم نیز می‌شد. (امتیازهای روترز، تنباکو و...) حجم تجارت خارجی ایران در دوره 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

عمده‌ای از واردات را به خود اختصاص داده بود (زیباکلام، ۱۳۷۷، ۲۱۹).

مشکل تجارت خارجی ایران را نباید صرفاً در کم‌توانی محصولات داخلی در رقابت با محصولات خارجی دانست. چون کالاهایی بودند که دارای مزیت نسبی اقتصادی بودند (غلات، تریاک، فرش، پنبه، تنباکو و...) که تا حدودی صادرات آنان نیز افزایش یافته بود. «مشکل اساسی تجاری ایران در امنیت تجارت خارجی و فقدان امنیت تجارت داخلی خلاصه می‌شد. نفوذ سیاسی روزافزون غربی‌ها در ایران سبب شده بود تا بازرگانان خارجی و فعالیت‌های آنان زیر چتر حمایت حکومت قرار بگیرد و از امنیت نسبی برخوردار باشند» (زیباکلام، ۱۳۷۷، ۲۲۰).

باید در نظر داشت که از عوامل اصلی رونق و توسعه بافندگی قالی در دوره قاجار، توجه مستقیم کشورهای ثروتمند غربی به دستبافته‌های ایرانی بوده است. ضمن آن که افزایش ارتباطات بین فرهنگ ملل مختلف نیز در قرن نوزدهم، که به واسطه سرعت یافتن نقل و انتقال مسافران، کالاها و رشد اقتصادی چشمگیری بود، به دلیل فناوری‌های انقلاب صنعتی به وجود آمد.

نمایشگاه‌های خارجی و فعالان فرهنگی

سرعت رشد در زمینه ارتباطات و انتقال، زمینه‌های گسترده‌تری را در روابط فرهنگی و اقتصادی ملل شرق و غرب در عصر روشنگری فراهم می‌کرد. نمایشگاه‌های تجارتي بزرگ در انگلستان، اتریش و فرانسه با به نمایش گذاردن کالاهای تولیدی سایر ملل شکل‌گیری نوع جدیدی از این ارتباطات در عرصه 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 ستایش و استقبال مردم غرب قرار

می‌گرفتند.

محققان و مردم عادی غرب در نمایشگاه‌های بین‌المللی عظیم اروپایی نیمه دوم قرن نوزدهم امکان مشاهده غنا و تنوع فرش‌های خاورمیانه را به دست آوردند. اولین نمایشگاه واقعی بین‌المللی در موزه ساوث کنزینکتون لندن با شرکت ۳۴ کشور در ۱۲۶۸ ه. ق/ ۱۸۵۱ م برگزار شد. نمایشگاه‌ها به مدت چندین ماه برپا می‌شدند و تأثیرات فرهنگی عمیقی بر میلیون‌ها بازدیدکننده خود داشتند به گونه‌ای که چارلز دیکنز در رمان روزگار سخت، که در سال ۱۲۷۱ ه. ق/ ۱۸۵۴ م چاپ شد به این نمایشگاه می‌پردازد. در اروپا، بیش از پیش به عامه مردم بریتانیا توصیه می‌شد که برای آشنایی و شناخت بیشتر به طرح و سلیقه خوب آثار شرق توجه کنند (کنبی و بیکر، ۱۳۸۸، ۱۴۶-۱۴۵).

در سال ۱۲۹۰ ه. ق/ ۱۸۷۳ م در وین نمایشگاه تجارتي برپا شد که کشور ایران نیز برای نخستین بار به صورت هیئت بازرگانی در آن مشارکت کرده بود. غرفه ایران در نمایشگاه با آرایه‌های معماری دوره صفوی تزئین شده بود که به شدت مورد استقبال و توجه بازدیدکنندگان قرار گرفت (ورهام، ۱۳۶۹، ۲۳۶). ناصرالدین شاه نیز از غرفه ایران در نمایشگاه وین بازدید کرد و با توجه به بازدید هم که شاه در مسیر سفر خود در لندن از موزه ساوث کنزینکتون داشت و در آن موزه صرفاً یک تخته قالی ایرانی را مشاهده کرده بود، پس از بازگشت به تهران ۱۴ تخته قالی و ۶۰ دستبافته دیگر را از طریق دفترهای تجارتي رابرت مرداک اسمیت به موزه لندن فرستاد. نمایشگاه دیگری نیز در سال ۱۳۰۹ ه. ق (۱۸۹۱ م) در وین برپا شد و ۱۵۰ تخته قالی ایرانی و در نمایشگاه شاهکارهای هنر اسلامی مونیخ در ۱۳۲۸ ه. ق (۱۹۱۰ م) نیز بیش از ۲۰۰ تخته قالی به نمایش گذاشته شد. تصور بر این بود که این آثار به نمایش درآمده به نوعی نمایانگر تبلور ناب روح ملی بوده است (کنبی و بیکر،



(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 علاقه 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 شاخه بید (۱۸۸۷) و شیره 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 رابطه نزدیک با طبیعت نشان می‌داد (Raven، 1999، 7).

«مفهومی که ویلیام موریس در آثارش در پی ارائه آن بود برگرفته از عقاید سیاسی و اجتماعی او بود یا نگرش فکری او قلمداد می‌شود. او در مقاله‌ای که در سال ۱۸۸۱ با موضوع معماری نوشت در پی برقراری رابطه 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 پرند 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]

دوره رواج نظریه 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 پالوده ملی بود. الگویی از نقش مایه‌های گیاهی در حاصلی از شبکه یا چارچوب ظریف را نشانه‌ای از آریاییان والا و در نتیجه مشخصه 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 تشخیص فرهنگی و اجتماعی افراد است (کنبی، ۱۳۸۸، ۱۵۲).

حضور غرب در قالیبافی ایران

بخش قابل توجهی از تغییر و تحولات اجتماعی و اقتصادی جامعه 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 جامعه قاجار، در خارج از ایران نیز تحولاتی صورت می‌پذیرفت که به سرعت بر جامعه 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 نهاده‌ی خود در پی تسلط بر بازارهای جهانی بود.

این تحولات در عرصه جهانی، جدای از پیامدهای سیاسی خود، بیشترین تأثیر را در حوزه 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 عرصه

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 دوره قاجار هر یک موانع و محدودیت تأثیرگذاری بودند که ایران نتواند از مواهب اقتصاد آزاد بهره‌بردارد. 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 تجارتي 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 توسعه بافندگی قالی و همراهی با تجار ایرانی ضروری به نظر می‌آمده است» (اتیک، ۱۳۸۴، ۹۸).

شرکت زیگلر

نخستین تلاش‌های شناخته‌شده برای سازمان دادن تولید فرش در ایران با سرمایه خارجی توسط شرکت زیگلر در سلطان‌آباد (اراک) انجام گرفت. مرکز اصلی این شرکت در شهر منچستر انگلیس قرار داشت و فعالیت تجارتي عمده آنان صدور پارچه‌های کتان نقش‌دار به ایران و سایر کشورهای منطقه خاورمیانه بود. این شرکت با توجه به عدم دسترسی به سیستم

بانکی و مالی فعال و متناسب در ایران ترجیح می‌داد و جواهرات 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 ۱۲۸۴ ه. ق برپا شد. این شرکت افزون بر تجارت ابریشم ایران به خرید و صدور قالی‌های نو و کهنه ایرانی نیز می‌پرداخت. تقاضای روزافزون بازارهای غربی عاملی تعیین‌کننده برای سرمایه‌گذاری زیگلر در سال ۱۸۷۷ م (۱۲۹۴ ه. ق) در منطقه 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 اولیه مرغوب و رنگ‌های گیاهی.

شرکت زیگلر ضمن تهیه 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 نقشه قالیبافی به بافندگان و استادکاران به صورت قرارداد کارمزدی به تولید قالی می‌پرداخت (عیسوی، ۱۳۶۹، ۴۷۲).

زیگلر با ارائه قالی‌های تولیدی خود به بازارهای غربی، که با توجه به در نظر گرفتن سلیقه و ذائقه‌های فرهنگی مصرف‌کنندگان بود، به موقعیت تجارتي 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 تجارتي و نزولی ارزیابی می‌کردند.

شرکت‌های خارجی

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



دست آورد مشوقی مناسب برای سایر سرمایه‌گذاران خارجی برای ورود بر این عرصه می‌دانند. شرکت‌های خارجی تولیدکننده قالی در ایران که پیش از جنگ جهانی اول (۱۹۱۸-۱۹۱۴) 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 ۱۳۱۴ شمسی استفاده شد (Oriental Carpet Manufac- turing of London) (ادواردز، ۱۳۶۸، ۲۲۹-۲۳۰)،
- ۴- عطیه (کرمان) فعالیت تجارتي گسترده شرکت عطیه توسط ژرژ و عزیز عطیه (سوریایی تبار) از سال ۱۹۰۰ در پورتلند و نیویورک آغاز شد. ۵- کمپانی تاوژند چین نیویورک، کمپانی شرق (ازمیری)، کمپانی غازان، شرکت تلفانیان، شرکت قرگوزیان، شرکت سلیم شاهانیان، شرکت قاراپت شاهانیان، خیاطان، موچکیان، هواساییان، پاپازیان، لوان داودیان، مه‌رتاتیان، وازاپتسیان، 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 تهیه مواد اولیه و نقشه با بافندگان خانگی (تک‌باخان) 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 حوزه قالیبافی برخلاف

شیوه تولید زیگلر با برپایی کارگاه‌های متمرکز، استخدام عوامل فنی، استخدام بافندگان روزمزد و کارمزد، تهیه نقشه‌ها، تهیه مواد اولیه و رنگریزی با مدیریتی متمرکز به فعالیت قالیبافی می‌پرداختند.

نکته حائز اهمیت، که همواره قالیبافی ایران را در دوره قاجار تحت تأثیر خود قرار می‌داد، ارتباط تنگاتنگ تجارت (صادرات) و تولید قالی در ایران به دلیل نوسانات تجارتي بازارهای غربی و بین‌المللی بود. «به همین دلیل بود که در سال ۱۹۰۴ 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 ۱۹۰۶ م (۱۳۲۴ ه. ق)، علی‌رغم عدم امنیت در داخل کشور، طی جنبش مشروطه‌خواهی به بالاترین سطح قیمت نیز رسید (اتیک، ۱۳۸۴، ۱۰۱).

قالی ایران در عرصه جهانی

ارزان بودن نیروی انسانی تولیدکننده فرش یکی از مهم‌ترین مزیت‌های قالیبافی در دوره 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، ۱۶۴). هرچند باید در نظر داشت در شرایط اجتماعی و فتودالی قاجار کارگران سایر حرف نیز هیچ‌گاه شرایط کاری مناسبی نداشته‌اند.

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

تقلید می‌کردند. بر اساس اسناد باقیمانده از دوره قاجار در بسیاری موارد دیده شده که کشورهای چین و عثمانی از شهرت فرش ایران سوءاستفاده کرده‌اند و فرش‌های خود را با طرح و نقشه ایرانی به صورت تقلبی به مشتریان می‌فروختند (اتحادیه، ۱۳۸۹، ۵). در کنار زیبایی طرح و نقشه قالی‌های ایران، دوام قالی‌های مناطق مختلف ایران نیز از شهرت بسزایی برخوردار بود (عیسوی، ۱۳۶۹، ۴۶۸). چنین شهرتی در کیفیت قالی‌های ایرانی عاملی مهم و بسیار تأثیرگذار در انتخاب مصرف‌کنندگان غربی بود.

دوره قاجار عرصه 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 ۱۹۰۶ م (۱۳۲۴ ه. ق) هفده کشور دنیا از خریداران قالی ایران بودند. این رونق تجارتي 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 دوره 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 دوره قاجار توانستند سهم خود از بازارهای بین‌المللی افزایش دهند. فرش ایران در دوره 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 رتبه نخست (۱۹۱۷-۱۹۰۷) و سپس رتبه دوم طی سال‌های ۱۳۴۴-۱۳۲۵ ه. ق (۱۹۲۵-۱۹۱۷) قرار داشته (مرکز اسناد ملی ایران، سند شماره ردیف ۱۷۱۹۶/۲۰۰۴، ص ۴ و ۹).

در این دوران صادرای قالی کشورهایمانند چین آنقدر رشد داشت که رشد صادرات قالی ایران با توجه به سابقه 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 توسعه 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 سال ۱۹۱۷ 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 رقبای ایران 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 اولیه قالی در ایران است. این وزارت در دهه ۱۳۴۰ 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



اکثر قالی‌های اخیرالذکر به نام قالی ایران و یا بر اثر میل مردم به داشتن قالی‌های ایرانی و یا اقلاً طرح ایران در آمریکا به فروش می‌رسد و این نیست مگر در نتیجه 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 صرفه‌جویی کرده و به دلیل استعمال مواد مضره از قبیل پشم‌های آهکی و بدجنس و رنگ‌های جوهری و نخ‌های بی‌دوام و نقشه‌های نامرغوب طوری شده است که دیر یا زود سسکتته بزرگی به این یگانه متاع مهم ایران وارد خواهد شد» (مرکز اسناد ملی ایران، سند شماره ردیف ۱۷۱۹۶/۲۰۰۴).

این اوضاع در حالی است که کنسول ایران در آمریکا در سال ۱۳۲۰ ه. ق (۱۹۰۴ م) ضمن اظهار نگرانی از کاهش کیفیت مهم‌ترین 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 اندازه فرش‌های ایرانی با سلیقه آمریکایی‌ها بود که در سال‌های بعد به عاملی برای افت صادرات فرش ایران به آمریکا تبدیل شد» (اتحادیه، ۱۳۸۹، ۱۱).

متوسط سهم چهار کشور عمده صادرکننده قالی بین سال‌های ۱۹۰۷ الی ۱۹۲۵ م (۱۳۴۴-۱۳۲۵ ه. ق) به بازار آمریکا بدین قرار ثبت شده است: ۱- ترکیه ۳۷/۶۲ درصد، ۲- ایران ۳۵/۶۲ درصد، ۳- چین ۲۵/۱۷ درصد، ۴- هند ۹/۷۵ درصد. از مقایسه متوسط سهم چهار کشور ایران، ترکیه، چین و هند در بازار آمریکا می‌توان به این نتیجه رسید که ایران مهم‌ترین تأمین‌کننده قالی بازار آمریکا در دوره قاجار بوده است،

زیرا هر چند ترکیه بیشترین سهم را در بازار در اواخر دوره 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 می‌شد که در آمار صادراتی ترکیه به ثبت می‌رسید. به عنوان نمونه در سال ۱۹۰۷ م (۱۳۲۵ ه. ق) بیش از ۶۷ درصد از تولیدات فرش ایران به ترکیه صادر شده است (جمال‌زاده، ۱۳۶۲، ۲۰).

چنانچه در سندی از سوی یکی از مطلعین بازار استانبول در سال ۱۹۱۱ م (۱۳۲۹ ه. ق) آمده است: «به موجب استاتیسیتیک بندر باطوم، قالی‌هایی که از ایران به روسیه می‌رود غالباً به طور ترانزیت از روسیه عبور می‌کند و به استانبول می‌رود، می‌بینیم دولت عثمانی قریب نه عشر قالی‌های ایرانی را حمل می‌کند» (مرکز اسناد و تاریخ دیپلماسی وزارت امور خارجه ایران، سند شماره ۵-۳۷-۱۱-۱۳۲۹ ق ص ۷). چنین به نظر می‌رسد که حضور و فعالیت بازرگانان ایرانی مقیم استانبول، که مشغول واردا قالی از ایران به ترکیه بودند، بخش قابل 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 دیگر مناطقی که در اواخر دوره قاجار در تولید قالی نقش داشتند قفقازیه، ترکستان و بخارا بودند. این کشورها نیز همانند ایران قالی‌های خود را در بازارهای عثمانی برای صادرات به سایر کشورها عرضه می‌کردند. گزارشی از سال ۱۹۱۱ م (۱۳۲۹ ه. ق) موجود است که نشان می‌دهد فرش‌های قفقاز و ترکستان در بازار عثمانی به اسم فرش‌های ایران معروف بودند و به همین نام خرید و فروش می‌شدند (مرکز اسناد و تاریخ دیپلماسی وزارت امور خارجه ایران، سند شماره ۱۳-۳۷-۱۱-۱۳۲۹ ق).

به نظر می‌رسد سلاقی و خواسته‌های

مصرف‌کنندگان غربی قالی‌های ایرانی در دوره 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 مصرف‌کنندگان غربی را می‌باید با توجه به آشنایی تاریخی غرب با ویژگی‌های هنر قالیبافی ایران دانست. به طور قطع و یقین مردمان غرب دوره فرهنگی صفوی را والاترین و بالاترین سطح اجرای هنری و زیبایی‌های قالی‌های ایرانی می‌دانستند. و به طور حتم زیبایی‌های نقوش قالی‌های ایرانی برای غرب از رنگ‌های زیبا، درخشانده 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 نکته 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 دوره قاجار از عوامل اصلی توسعه 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 ارائه گسترده 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 عمده 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 قالی‌های ایرانی گردیدند.



■ فهرست منابع

- آذریاد، حسن و حشمتی رضوی، فضل‌الله (۱۳۷۲)، *فرشنامه ایران*، تهران، مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.
- اتحادیه، منصوره و رسول پروان (۱۳۸۹)، «تحولات تجارت فرش دستباف ایران دوره قاجاریه، مطالعات تاریخی فرهنگی»، پژوهش‌نامه انجمن ایرانی تاریخ، سال دوم، پاییز ۸۹، ۳۶-۱.
- اتیک، آنت (۱۳۸۴)، *تاریخ و هنر فرش‌بافی در ایران* (بر اساس دایره‌المعارف ایرانیکا)، ترجمه ر. لعلی خمسه، تهران، نیلوفر.
- احمدی، بابک (۱۳۸۸)، *از نشانه‌های تصویری تا متن: به سوی نشانه‌شناسی ارتباط دیداری*، تهران، نشر مرکز.
- ادواردز، سیسیل (۱۳۶۸)، *قالی ایران*، ترجمه مهین دخت صبا، تهران، فرهنگسرا.
- استون، پیتراف (۱۳۹۱)، *فرهنگ‌نامه فرش شرق*، ترجمه بیژن اربابی، تهران، جمال هنر.
- پرهام، سیروس (۱۳۷۱)، *دستباف‌های عشایری و روستایی فارس*، ج ۲، تهران، امیرکبیر.
- تناولی، پرویز (۱۳۶۸)، *قالیچه‌های تصویری ایران*، تهران، سروش.
- جمال‌زاده، محمدعلی (۱۳۶۲)، *گنج شایگان یا اوضاع اقتصادی ایران*، تهران، نشر تهران.
- دوبوکور، مونیکا (۱۳۸۷)، *رمزهای زنده‌جان*، ترجمه جلال ستاری، تهران، مرکز.
- دوغان، اسرا (۱۳۸۸)، «استان‌بول ایرانیان و کاروان سرای والده‌خان»، *پیام بهارستان*، دوره دوم، تابستان ۸۸، ۱۱۱۸-۱۱۰۷.
- دیبا، لایلا (۱۳۸۴)، *فرش‌های دوران افشار و زندیه*، ترجمه ر. لعلی خمسه، تاریخ و هنر فرش‌بافی در ایران براساس دایره‌المعارف ایرانیکا، تهران، نیلوفر.
- رضوی، حشمت، ۱۳۸۷، *تاریخ فرش*، تهران، سمت.
- زیباکلام، صادق، ۱۳۷۷، *سنت و مدرنیسم*، تهران، روزنه.
- سیاح، محمدعلی (۲۵۳۶)، *خطاطرات حاج سیاح*، به کوشش حمید سیاح، تهران، امیرکبیر.
- سیف، احمد (۱۳۷۳)، *اقتصاد ایران در قرن نوزدهم*، تهران، چشمه.
- صباغ‌پور، طیبه (۱۳۸۸)، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته 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، کتابخانه عمومی حسینیه ارشاد.
- عیسوی، چارلز (۱۳۶۹)، *تاریخ اقتصادی ایران*، ترجمه یعقوب آژند، تهران، گستره.
- فریه، ر. دبلیو (۱۳۷۴)، *درباره هنرهای ایران*، ترجمه پرویز مرزبان، تهران، فرزانه روز.
- فلور، ویلم (۱۳۸۱)، *نقاشی و نقاشان قاجار*، ترجمه یعقوب آژند، تهران، گستره.
- کنبی، شیلا (۱۳۸۸)، *هنر و معماری صفویه*، ترجمه مزدا موحد، تهران، فرهنگستان هنر.
- گانز رودن، اروین (۲۵۳۷)، *قالی ایران شاهکار هنر*، تهران، اتکا.
- گنجینه مرکز اسناد ملی ایران، اسناد مربوط به سال ۱۳۰۴ هجری شمسی. اسناد شماره ردیف ۲۰۰۴۱۷۱۹۶، محل در آرشیو ۲۰۲ ن ۳ الف الف ۱.
- مارش، دیوید و جرمی استوکر (۱۳۷۸)، *روش و نظریه در علوم سیاسی*، ترجمه امیرمحمد حاجی‌یوسفی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- مرکز اسناد و تاریخ دیپلماسی وزارت امور خارجه ایران، اسناد مربوط به سال‌های ۱۳۲۲ و ۱۳۲۹ ه. ق اسناد شماره ۱۳-۱، ۴۰، ۶۵.
- ورزی، منصور (۱۳۵۰)، *هنر و صنعت قالی در ایران*، تهران، رز.
- ورهرام، غلام رضا (۱۳۶۹)، *تاریخ سیاسی و سازمان اجتماعی ایران در عصر قاجار*، تهران، انتشارات معین.
- ویلسون، ج. کریستی (۱۳۶۶)، *تاریخ صنایع ایران*، ترجمه 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