

مطالعات تاریخ فرهنگی؛ پژوهش‌نامه‌ی انجمن ایرانی تاریخ
سال دهم، شماره‌ی سی‌ونهم، بهار ۱۳۹۸، صص ۱۶۰-۱۲۹
(مقاله علمی - پژوهشی)

تبیین بسترهای تاریخی پدیده‌ی نوگرایی در قالی‌های معاصر تبریز

عبداله میرزایی^۱

چکیده

نوگرایی، ویژگی اصلی قالی‌های تولیدی تبریز است که شهری پیشرو در احیای قالی‌بافی معاصر ایران به شمار می‌رود. هدف این پژوهش تبیین بسترهای تاریخی پیشاهنگی تبریز در احیای قالی‌بافی ایران و چرایی شیوع پدیده‌ی نوگرایی در قالی معاصر این شهر است. بدین منظور، در این مقاله نخست با مطالعه‌ی آماری، مصادیق نوگرایی در قالی‌های معاصر تبریز براساس معیارهای سنتی قالی ایران، شناسایی و معرفی شدند. نتایج نشان می‌دهد که واقع‌گرایی مشخصه‌ی اصلی طرح و رنگ قالی‌های معاصر این شهر است. مطالعه‌ی اسنادی بسترهای تاریخی این پدیده نشان داد، آشنایی مردم تبریز با اندیشه‌های تجددطلبی از طریق روسیه و عثمانی، مراوده‌ی کاری و تجاری با قفقاز، حضور گسترده‌ی هیئت‌های تجاری و سیاسی خارجی در این شهر و قرارگرفتن تجار و تولیدکنندگان قالی تبریز در متن این تحولات، زمینه‌ی نفوذ جریان‌ات نوگرایانه در بین عوامل تولید قالی تبریز را فراهم ساخته است. به‌کارگرفتن فناوری‌های نوظهور، برخورداری از نیروی انسانی توانمند و نوگرا در تمام ابعاد نظام تولید قالی تبریز، زمینه‌ی پیشگامی این شهر در پذیرش و انعکاس ایده‌های نوگرایانه در قالی‌های تولیدی را فراهم کرده است. واژه‌های کلیدی: نوگرایی، قالی معاصر تبریز، دوره‌ی قاجار، بسترهای تاریخی، بسترهای اجتماعی

۱. استادبار دانشکده‌ی فرش دانشگاه هنر اسلامی تبریز، (a.mirzaei@tabriziau.ac.ir).

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۸/۱۰، تاریخ تأیید: ۱۳۹۹/۳/۶

مقدمه

تبریز در تاریخ ایران همواره از جایگاه سیاسی، فرهنگی و اجتماعی ویژه‌ای برخوردار بوده است. بخش عمده‌ای از شاهکارهای قالی ایران در دوره‌ی صفوی که امروزه زینت‌بخش موزه‌های سرتاسر جهان هستند در این شهر بافته شده‌اند. در عصر قاجار (۱۱۷۴-۱۳۰۴ ه.ش) و پس از سپری شدن بیش از یکصدسال دوران انزوای هنر-صنعت قالی ایران، یک بار دیگر این شهر تبریز بود که با پیشگامی در تجارت و تولید قالی زمینه‌ی احیای این هنر-صنعت ایرانی را فراهم ساخت. در ادامه، توسعه‌ی روابط اقتصادی و اجتماعی میان ایران و غرب به پیشاهنگی تبریز و تغییر نگاه به قالی از سطح یک فراورده سنتی کاربردی به محصولی قابل تجارت در بازارهای جهانی، باعث دگرگونی در مفاهیم سنتی ارزیابی قالی‌ها نزد تجار تبریزی شد. به گونه‌ای که قالی‌های تولیدی این شهر در زمینه‌ی تنوع در طرح و نقش و فاصله گرفتن از معیارهای سنتی قالی ایران پیشتاز شدند، تا جایی که بافت همه‌نوع طرح و رنگی در تبریز مشخصه‌ی اصلی تولیدات این شهر به شمار می‌رود (آذرپاد و حشمتی رضوی، ۱۳۸۳، ۲۵۷). با توجه به این واقعیت تاریخی که «در اوایل دوره‌ی قاجار، تبریز به واسطه‌ی گذر از زلزله‌ی مهیب سال ۱۷۸۰م بایستی شهر کوچکی بیش نبوده باشد و قسمت اعظمی از شهر نیز در این دوره هنوز با ویرانی‌های زلزله پوشیده شده بود» (Werner, 2009, p.69). مسئله‌ی اصلی پژوهش حاضر چرایی پیشاهنگی تبریز، در احیای قالیبافی ایران در دوره‌ی قاجار و شیوع تفکر نوگرایی در قالی‌های این شهر از اواخر دوره‌ی قاجار تاکنون و در ادامه شناخت پیامدهای تداوم این روند در قالی‌های معاصر تبریز است. از این رو با در نظر گرفتن اهمیت نقش بسترهای اجتماعی و تاریخی در بروز تحولات فرهنگی و هنری سوال‌های اصلی پژوهش عبارتند است از: الف) چه عواملی زمینه‌ساز پیشاهنگی شهر تبریز در احیای قالیبافی در ایران دوره‌ی قاجار بودند؟ ب) بسترهای تاریخی و اجتماعی گرایش به نوگرایی در قالی‌های معاصر تبریز کدامند؟ ج) تداوم روند کنونی نوگرایی در قالی معاصر تبریز چه پیامدهایی به دنبال خواهد داشت؟ هدف اصلی پژوهش، شناخت جایگاه شهر تبریز در فرایند احیای قالی ایران، تبیین زمینه‌های تاریخی و اجتماعی پدیده‌ی نوگرایی و در ادامه شناخت پیامدهای تداوم این

روند در قالی‌های تبریز است.

بررسی پیشینه‌ی پژوهش نشان می‌دهد پژوهشگران متعددی بر وقوع تحولات گسترده در مبانی هویتی قالی‌های معاصر تبریز تأکید کرده‌اند. در این بین، پژوهش میدانی صوراسرافیل (۱۳۸۱)، با عنوان «طراحان بزرگ فرش ایران» از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. نویسنده در معرفی وضعیت طراحی قالی تبریز نتیجه‌ی مطالعات خود را ذیل عنوان پرمحتوا و قابل تأمل «تبریز، شتابان در قطع ارتباط با گذشته‌ها» گزارش کرده است. وی با اشاره به وجود نوآوری‌ها و تغییرات وسیع در طراحی قالی تبریز، این وضعیت را مغایر با سیر طبیعی تکامل و بلوغ طراحی فرش ایران دانسته است.

اکبری و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان «بازشناسی طراحی اصیل فرش تبریز به منظور اصلاح تولیدات معاصر» وجود تغییرات گسترده و خارج از مبانی هنر ایرانی - اسلامی در طرح و نقش قالی‌های معاصر تبریز را ویژگی اصلی نظام طراحی قالی معاصر تبریز بیان کرده‌اند.

میرزایی (۱۳۹۵)، در پژوهشی، با بررسی عوامل اجتماعی مؤثر در شکل‌گیری مؤلفه‌های سبکی قالی‌های تبریز، نتیجه گرفته است دو عامل بازاری شدن و نظام آموزش و جامعه‌پذیری طراحان قالی در وقوع تغییرات گسترده در طرح و نقش قالی‌های تبریز نقش دارند.

پژوهش‌های فوق در مجموع گرایش به تنوع‌طلبی و تصور ابداع و نوآوری عوامل طراحی و تولید قالی تبریز را عامل اصلی بروز تغییرات مغایر با مبانی فرهنگی هنر ایران در این قالی‌ها دانسته و با توجه به اهداف خود، تلاشی در جهت تحلیل و تبیین زمینه‌های تاریخی - اجتماعی بروز این پدیده انجام نداده‌اند.

زمینه‌های احیای قالی‌بافی ایران در دوره‌ی قاجار

با روی کار آمدن سلسله‌ی قاجار، موانع و مشکلات ساختاری متعدد در مسیر توسعه و پیشرفت کشور آشکار شد. از جمله‌ی این مشکلات، وسعت زیاد ایران همراه با طبیعت کوهستانی، خطوط ساحلی دور از مرکز و فقدان راه‌های دریایی و زمینی مناسب بود که

باعث ایجاد مانعی بر سر راه توسعه ترانزیت و حمل و نقل کالاها می‌شد. به‌ویژه اینکه ایران بر سر راه مسیرهای تجاری متعددی از جمله هندوستان، دریای سیاه، آسیای مرکزی و دریای خزر واقع شده بود. از این رو «با اینکه قالی ایران از مدت‌ها قبل توسط عشایر و روستاییان و برخی شهرهای کوچک بافته می‌شد، هزینه بالای حمل و نقل، صادرات آن را به شدت محدود کرده بود» (Essawi, 1971, p. 301). مشکلات دیگری از جمله، سنگین و حجیم بودن قالی، عدم امنیت راه‌ها، فقدان ثبات سیاسی و اجتماعی، قحطی‌ها و بیماری‌های فراگیر و فقدان سرمایه‌ی کافی، بر سر راه توسعه‌ی صنایع ایران از جمله قالی وجود داشت.

وقوع انقلاب صنعتی و تغییرات گسترده‌ی ایجادشده در پی این انقلاب با ابعاد متعدد فرهنگی، اقتصادی و سیاسی در جامعه‌ی غرب، پیوندهای اقتصادی فراگیر و نوظهوری را بین اروپای مدرن‌شده با سایر مناطق جهان ایجاد کرد. استعمار و سلطه‌گری شاخه‌های مطالعاتی و تحقیقاتی جدیدی به وجود آورد و علاقه‌مندی عمومی را به هنرهای آسیایی، صنایع دستی و سبک زندگی شرقی ایجاد کرد (Helfgott, 1994, p. 15). پژوهشگران محرک‌های اصلی احیای قالی‌بافی ایران در ربع آخر قرن نوزدهم را معلول عوامل زیر دانسته‌اند:

- بیماری فراگیر کرم ابریشم در سال ۱۸۶۰م و هم‌زمان نزول کشت پنبه به واسطه‌ی توقف صادرات و کاهش مصرف داخلی به علت ورود محصولات ارزان نساجی از غرب (Amirahmadi, 2012, p. 40)، ضربه‌ی بزرگی بود که باعث بیکاری هزاران نفر از کشاورزان پنبه و پرورش‌دهندگان کرم ابریشم شد. از آن‌جا که این دو محصول از جمله اقلام عمده‌ی صادراتی ایران به غرب و منبع تأمین هزینه برای کالاهای وارداتی بودند و با ازبین‌رفتن آنها منبع درآمدی مردم برای خرید مصنوعات غربی نیز دچار محدودیت شد، لذا واردکنندگان محصولات خارجی که عمدتاً نیز غربی بودند با حمایت از تولید و صادرات قالی ایران در پی تأمین مالی و توانمندی نسبی جامعه ایران برای مصرف کالاهای غربی برآمدند.

- ورود مصنوعات و فراورده‌های ارزان‌قیمت کارخانجات صنعتی غربی و تعطیلی

تبیین بسترهای تاریخی پدیده نوگرایی در قالی‌های معاصر تبریز | ۱۳۳

کارخانجات صنایع دستی و منسوجات ایران و در نتیجه بیکاری کارگران کارگاه‌های منسوجات سنتی و جست‌وجو برای یافتن قوت لایموت (Seyf, 1992, p. 100)، باعث شد این کارگران به علت فقر شدید و در جست‌وجوی امکانات حداقلی برای امرار معاش به سرعت جذب کارگاه‌های بافت قالی که عمدتاً مورد حمایت شرکت‌ها و واردکنندگان کالاها و مصنوعات غربی نیز بودند، بشوند.

- احداث خطوط تلگرافی جدید تا اروپا، باز شدن کانال سوئز و بهبود سیستم حمل‌ونقل و معرفی راه‌های جدید دریایی (Fray, 1996, p. 17)، باعث تسریع در دریافت و ارسال سفارش‌های تولید و کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل کالایی سنگین و حجیم همچون قالی دستبافت ایران شد. تداوم این روند بر کاهش قیمت نهایی فروش این قالی‌ها در اروپا و توسعه‌ی مصرف آن تأثیرات قابل توجهی داشت.

- توجه موزه‌های معتبر به قالی ایران با ایجاد مجموعه‌های مستقل هنر اسلامی و برپایی حراجی‌های بزرگ قالی‌های ایرانی و انعکاس وسیع اخبار آن در نشریات شرقی و قالی، مانند کریستال‌پالاس لندن ۱۸۵۱م، لندن ۱۸۶۲م، وین ۱۸۷۳م، وین ۱۸۹۱م، باعث تحریک گسترده‌ی تقاضای عمومی طبقه‌ی متوسط و اشرافی اروپا به مصرف قالی‌های ایرانی شد (Runder, 2011, p. 51).

- مشکل در فرایند ارسال و جابه‌جایی وجوه حاصل از فروش کالاهای وارداتی شرکت‌های غربی و جست‌وجو برای یافتن کالاهایی از ایران با ارزش صادراتی و برخوردار از مشتری در غرب نیز عامل مؤثر دیگری است که باعث انتخاب قالی دستبافت ایران به عنوان فرآورده‌ای با ارزش صادراتی شد (Wright, 2001, p. 99).

نقش تبریز در احیای قالی ایران

از نظر پژوهشگران «نوسازی تجارت قالی ایران به‌طور ذاتی و درونی به‌وسیله‌ی تجار محلی که روستاهای اطراف را جهت یافتن قالی‌های مناسب برای فروش به خارج جست‌وجو می‌کردند، آغاز شد. اولین مرکز چنین تجارتی تبریز، بزرگ‌ترین شهر کشور در

آن موقع و تجار آن بودند» (Runder, 2011, p. 51). «آنها در کنار صدور قالی‌های موجود، کارگاه‌های جدید شهری و دارهای روستایی را ایجاد کردند. در ادامه، این کار تبریزی‌ها نخست به وسیله‌ی تجار دیگر مناطق ایران و سپس بنگاه‌های اروپایی براساس مدلی که پیش‌تر ایرانیان برایشان فراهم ساخته بودند دنبال شد» (Helfgott, 1994, p. 171). مطالعات نشان می‌دهد مهم‌ترین دلایل زمینه‌ساز پیشگامی تبریز در احیای قالی ایران، عوامل زیر بوده‌اند.

- تبریز، شهر ولیعهدنشین: در خلال قرن نوزدهم، مقارن با سال‌های احیای قالی‌بافی ایران، شهر تبریز به واسطه‌ی تجارت، حرکت به سمت مدرنیزاسیون و حضور دیپلمات‌ها و تجار اروپایی و روسی، بزرگ‌ترین، مدرن‌ترین و درعین‌حال جهانی‌ترین شهر ایران به شمار می‌رفت (Zarinebaf, 2008, p. 167). تبریز به واسطه‌ی استقرار عباس میرزا به‌عنوان شهر ولیعهدنشین و با نام «دارالسلطنه» یا «پایتخت دوم» خوانده شد (Werner, 2000, p. 56). تداوم استقرار ولیعهد در تبریز، باعث به‌وجود آمدن دربار کوچکی در این شهر و قرارگیری آن در کانون توجه دولت‌های غربی از جمله روسیه، انگلیس، فرانسه، آمریکا، آلمان، اسپانیا و بلژیک شد (شمیم، ۱۳۸۰، ۲۸۰-۲۶۸). حضور نمایندگی‌های شرکت‌های تجاری بزرگ و رونق تجارت منجر به ساخت تجارت‌خانه‌ها و بازار بزرگ تبریز و در رأس آنها تیمچه‌ی مظفریه شد، که در حال حاضر نیز «زیباترین تیمچه‌ی بازار و اختصاصاً به فروش قالی اشتهار دارد» (عطارزاده، ۱۳۸۳، ۱۴۱). چنین روندی، تبریز را به بزرگ‌ترین و ثروتمندترین شهر ایران دوره‌ی قاجار تبدیل کرد (ادواردز، ۱۳۶۷، ۶۳).

- موقعیت خاص جغرافیایی و راه‌های ارتباطی مناسب: تبریز به علت موقعیت خاص جغرافیایی، مهم‌ترین مرکز تجدید بارگیری در ایران بود و شهرهایی مانند اصفهان، شیراز، رشت، بارفروش (بابل) و یزد، در ردیف دوم شهرهای تجاری ایران قرار داشتند (Essawi, 1971, p. 278). وجود دو امپراطوری بزرگ روسیه و عثمانی در مرزهای شمالی و غربی این شهر باعث شکل‌گیری چهارراه ارتباطی مهمی با محوریت تبریز جهت تبادل کالا و خدمات میان این امپراطوری‌ها و داخل مرزهای ایران شده بود. راه‌های تجاری روسیه و عثمانی به اروپا و ممالک شرق از طریق ایران به تعبیری «در تبریز

تبیین بسترهای تاریخی پدیده نوگرایی در قالی‌های معاصر تبریز | ۱۳۵

یک کاسه می‌شد» (فیودورکوف، ۱۳۷۲، ۱۱۹). چنین موقعیتی تبریز را به مرکز اصلی تجارت خارجی ایران عهد قاجار تبدیل ساخت. از دیگر ویژگی‌های ممتاز مسیر تجاری تبریز به اروپا، وجود امنیت لازم در داخل مرزها و نزدیکی قابل توجه این مسیر به کشورهای مقصد اروپایی و بنادر دریایی ترابوزان و استانبول بود. بهره‌مندی از چنین راه‌های امن و به نسبت نزدیک باعث شده بود تا بازرگانان قالی‌فعال در سلطان‌آباد (اراک) نیز قالی‌های خود را از مسیر همدان، تبریز و ترابوزان صادر کنند (فونتین، ۱۳۷۵، ۴۸). صدور قالی‌های مناطق مختلف از جمله کرمان از مسیر تبریز (لعبت‌فرد و ثواقب، ۱۳۹۵، ۱۱۴)، که ضرورت بازرسی و تجدید بازرگانی در بازار تبریز را به همراه داشت، زمینه‌ی مطالعه‌ی بصری و برداشت از طرح و نقش و رنگ قالی‌های این مناطق توسط طراحان و تولیدکنندگان قالی تبریز را فراهم می‌کرد. این روند با توسعه‌ی شعبات کارگاه‌ها و تجارت‌خانه‌های تجار تبریزی در سایر نواحی قالی‌بافی ایران تشدید شد. یکی از طراحان پیشکسوت تبریز در این مورد می‌گوید: «ما با نگاه‌کردن به طرح‌های قالی کرمان و سایر مناطق که از مسیر تبریز رد می‌شدند، آنها را در کارهای خودمان استفاده می‌کردیم. در تبریز چکیده‌ی طرح‌های ایران را مخلوط و ترکیبی از نقوش درمی‌آوردیم و این کار تا اوایل انقلاب ادامه داشت» (قره‌باغی، ۱۳۹۵). امروزه این نوع طرح‌های اقتباسی در تبریز با نام‌هایی چون «کرمان قلم» و «اصفهان قلم» مصطلح هستند. (تصویر ۱).



تصویر (۱). قالی تبریز، «کرمان قلم»، اقتباس از طرح قالی کرمان، قدمت حدود ۴۰ سال، (منبع: نگارنده).^۱

۱. تصاویر ۱ الی ۴ به دست نگارنده و از بازار بزرگ تبریز، بین سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸ تهیه شده‌اند.

- شروع صادرات و رونق تولید: رکود تولید ابریشم، تریاک و پنبه که زمانی مهم‌ترین کالاهای صادراتی کشور را تشکیل می‌دادند، تجار تبریزی را که به لحاظ سوابق تاریخی، آشنایی کاملی با فنون بافت و ویژگی‌های کیفی قالی‌های ایرانی داشتند، جهت جایگزینی تولید قالی‌های ایرانی با محصولات کشاورزی تحریک کرد. بازرگانان تبریز شروع به جمع‌آوری قالی‌های کهنه از منازل و عرضه‌ی آنها در بازار استانبول شدند. آنان همچنین «در مراکز بزرگ قالی‌بافی عمالی داشتند که قالی‌های کهنه را از منازل و بازارها می‌خریدند و پس از بسته‌بندی به استانبول می‌فرستادند» (ورزی، ۱۳۸۵، ۷۱). با نایاب‌شدن قالی‌های مستعمل، تجار تبریز به تهیه و تولید قالی‌های نو مطابق با سلیقه و ابعاد مطلوب غربی‌ها اقدام کردند. اینان برای اولین بار دست به تأسیس کارگاه‌های قالی‌بافی در مناطق مستعد کشور زدند. مهم‌ترین این کارگاه‌ها علاوه بر تبریز، در مشهد، کرمان و سلطان‌آباد به وجود آمدند (وین، ۱۳۹۷، ۷۵). گسترده‌ی فعالیت‌های اقتصادی قالی، گردش مالی زیاد و سود سرشار حاصل از ارزش افزوده‌ی مضاعف تولید این کالای باارزش، باعث جلب توجه شرکت‌های چندملیتی غربی و سرمایه‌گذاران خصوصی شد. نقطه‌ی شروع فعالیت‌های تجاری آنان با توجه به وجود نمایندگی‌های تجاری و کنسولگری‌های متعدد که کار تجارت را آسان می‌کرد، از تبریز بود. متقابلاً تجار تبریز نیز در رقابت با این شرکت‌ها اقدام به تأسیس دفاتر تجاری در خارج کشور و شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی کردند (برزآبادی فراهانی، ۱۳۸۰، ۲۳۸). پس از دوره‌ی قاجار و تا انقلاب اسلامی در سال ۱۹۷۹م نیز جایگاه ممتاز تبریز در تجارت قالی ایران تداوم یافت (Helfgott, 1994, p. 4).

مظاهر نوگرایی در قالی تبریز

هرچند تأیید وقوع تغییر و نوگرایی در طرح و نقش قالی‌های تبریز در منابع متعدد، تکیه‌گاه مستحکمی برای پژوهش حاضر جهت پرداختن به زمینه‌های تاریخی و اجتماعی موجد این تغییرات فراهم کرده است، با این وجود جهت تقویت مفروضات پژوهش حاضر

تعداد ۵۰ تخته‌ی قالی^۱ به روش تصادفی منظم از بین ۱۵۰ تخته‌ی قالی معاصر تبریز انتخاب شد. سپس مظاهر نوگرایی در این قالی‌ها براساس معیارهای کلاسیک قالی ایران شامل چکیده‌نگاری، تعادل و تقارن، پرهیز از عمق‌نمایی، عدم واقع‌گرایی در ترسیم نقوش، خلوص و وضوح رنگ‌ها و آرایه‌ها (رحمتی، ۱۳۸۷، ۴۹-۵۲) و در حوزه‌ی کارکردی شامل تولید با هدف استفاده به عنوان کف‌پوش (و نه تابلو فرش) شناسایی شدند. از نگاه پژوهش حاضر قالی‌هایی که طراحی و رنگ‌بندی آنها مغایر با این اصول بوده و مظاهر هنر غربی از جمله پرداختن به موضوعات تصویری و واقع‌گرا (تصویر ۲)، عمق‌نمایی در طراحی و رنگ‌بندی نقوش (تصویر ۳) و القای کارکرد تابلویی به قالی‌ها در عین کف‌پوش بودن (تصویر ۴) در آنها مشهود است، به عنوان مصادیق نوگرایی شناسایی شدند.



تصویر (۲). بخشی از قالی کفپوش با تصاویر انسانی و واقع‌گرا

۱. منظور از قالی در پژوهش حاضر قالی‌های تولیدشده با هدف کف‌پوش هستند، لذا تابلوفرش‌ها جزو جامعه‌ی آماری این پژوهش نبوده‌اند.



تصویر (۳). بخشی از قالی با عمق‌نمایی در طراحی و رنگ‌بندی.



تصویر (۴). منظره‌پردازی و القای کارکرد تابلویی به قالی کف‌پوش.

تبیین بسترهای تاریخی پدیده نوگرایی در قالی‌های معاصر تبریز | ۱۳۹

نتایج نشان دادند مصادیق نوگرایی به نوعی در ۶۶ درصد قالی‌های معاصر تبریز مشهود است (جدول ۱). در این بین «عمق‌نمایی در طراحی و رنگ‌بندی نقوش» با ۳۴ درصد، بیشترین مظهر نوگرایی در طرح و رنگ قالی تبریز را به خود اختصاص داده است. بازنمود این تغییرات به صورت افزایش قابل توجه تعداد رنگ‌های به‌کار رفته در قالی تبریز - که گاه به بیش از یکصد رنگ نیز می‌رسد، در مقابل تعداد متوسط ۲۵ رنگ در قالی اصفهان یا کرمان -، افزایش تزیین و تلاش برای واقع‌گرایی در طراحی، ترکیب و رنگ‌آمیزی نقوش در قالی‌های معاصر تبریز مشهود است. به گونه‌ای که این مولفه‌ها، به ویژگی‌های هویتی قالی‌های معاصر تبریز تبدیل شده‌اند. تعارض این ویژگی‌های نوظهور با مبانی کلاسیک هنرهای سنتی ایران، باعث بروز مباحثی حول مفاهیم فرهنگ، اصالت و هویت نزد پژوهشگران شده است.

جدول (۱). مصادیق تغییر در قالی‌های معاصر تبریز (مأخذ: یافته‌های تحقیق)

مصادیق نوگرایی	موضوعات تصویری و واقع‌گرا	عمق‌نمایی در طراحی و رنگ‌بندی	القای کارکرد تابلویی به قالی‌ها
تعداد	۱۰	۱۷	۶
درصد	۲۰	۳۴	۱۲

با آشکارشدن مصادیق نوگرایی در قالی‌های تبریز در ادامه بسترهای تاریخی و سپس اجتماعی شیوع پدیده نوگرایی در قالی‌های تبریز و پیامدهای فرهنگی چنین روندی به بحث گذاشته شده است.

الف) زمینه‌های تاریخی

با استقرار حکومت قاجار و فروکش کردن جنگ‌های داخلی و ثبات نسبی سیاسی به وجود آمده، ایرانیان به عقب‌ماندگی‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی خود پی‌بردند. در این دوره «مدرنیته در تکان‌دهنده‌ترین و بیدارکننده‌ترین شکل خود با ایران برخورد کرد» (وحدت، ۱۳۸۴، ۲۰۵). درحالی‌که تکانه‌های ویرانگر اقتصادی و سیاسی اروپا بر صنعت و

اقتصاد در حال احتضار ایران ضربه می‌زد «سوال اساسی بسیاری از روشنفکران و تجار این بود که چطور می‌توان ملت را به سبک اروپایی مدرن کرد. از این رو حتی می‌توان ریشه‌های انقلاب مشروطه ایران در سال ۱۹۰۶م را به این دگرگونی‌های ساختاری و ایدئولوژیکی در گذر از قرن نوزدهم به قرن بیستم پیوند زد» (Fray, 1996, p. 17)، زیرا در طی سال‌های انقلاب مشروطه (۱۲۸۸-۱۲۸۴ ه.ش) گونه‌ای تجددطلبی و نوگرایی در همه‌ی زمینه‌های فرهنگی، علمی و ادبی و زندگی اجتماعی مردم ایران پدید آمد، تا جایی که «برخی متفکران دوره‌ی مشروطه مانند سیدحسن تقی‌زاده (۱۲۵۷-۱۳۴۸ ه.ش) دست‌کم در دوره‌ای بر این عقیده بودند که ایرانیان باید از فرق سر تا نوک پا فرنگی شوند و یکسره مانند اروپاییان بیندیشند و زندگی کنند» (پیرنیاکان، ۱۳۸۵، ۱۲۶). در متن چنین تفکراتی «نهضت تجددخواهی، از آذربایجان که با روسیه و عثمانی هم‌مرز بود شروع شد و تبریز مرکز فعالیت‌های نظامی و سیاسی شد» (افشار مهاجر، ۱۳۸۴، ۵۸). به گونه‌ای که «اگر بخواهیم مشروطه را از دید تأثیرگذاری اندیشه‌های بیرونی بر شیوه‌های سیاسی و سنتی داخلی ارزیابی کنیم ممر ورود این اندیشه‌ها مستقیماً از تبریز و از آن‌جا به سمت تهران بود. این ویژگی در اصفهان و حتی مشهد به‌ندرت و به‌صورت دست‌دوم و بلکه سوم وجود داشت. تبریز در رسیدن به هسته‌ی درونی مشروطه که تجددخواهی است گویی نخستین قدم‌ها را برمی‌داشت و به تهران فشار می‌آورد» (جعفریان، ۱۳۸۵، ۱۶). همچنین گزارشی از تبریز در میانه‌ی قرن نوزدهم می‌نویسد: «تبریز بیش از هر شهر دیگری در ایران دیده شده است و بیشتر از هر شهر دیگری تحت تأثیر معرفی شیوه‌های هنری و سبک‌های اروپایی واقع شده است. حضور دائمی خارجی‌ها در شهر و ارتباط نزدیک با بخش‌های پهناور جهان این شهر را به یک سمبل برای نشان‌دادن تأثیرات در حال رشد قدرت‌های اروپایی و رخنه و نفوذ دائمی فرهنگ غربی تبدیل کرده است» (Werner, 2000, 92). تفکر نوگرایی و تجددطلبی یکی از این تأثیرات بود که هم‌زمان با اوج‌گیری تولید و صادرات قالی ایران با پیشتازی شهر تبریز و حمایت مالی تجار آن در لایه‌های مختلف جامعه آذربایجان رسوخ کرد و این جامعه را مستعد پذیرش ایده‌های نو و دگراندیشانه ساخت، تا جایی که جمع قابل توجهی از عشایر آذربایجان نیز طرفدار

مشروطه شدند. این موضوع زمانی اهمیت مضاعف پیدا می‌کند که بدانیم، حتی ستارخان خود نیز خاستگاه عشایری قره‌داغی داشته است. در طی دهه‌های بعدی فراگیر شدن اسکان عشایر که «به‌عنوان بخشی از فرایند توسعه توسط نخبگان از دوره‌ی مشروطه با نگاه کامل‌تر از دوره‌ی ناصری مطرح و در دوره‌ی پهلوی اجرا شد» (نیک‌نفس، ۱۳۹۷، ۱۷۴)، تفکر نوگرایی را تا پایین‌ترین لایه‌های اجتماعی جامعه آذربایجان گسترش داد (تصویر ۵).



تصویر (۵). قالی روستایی آذربایجان، حاوی اشعاری با مضامین مشروطه‌خواهی و ملی‌گرایی (منبع: نگارنده، موزه‌ی مشروطه‌ی تبریز).

از طرفی پویایی اقتصادی و توسعه‌ی صنایع زیرساختی در کشورهای همسایه نیز باعث جذب بخش عظیمی از نیروی کار آذربایجان به سمت این کشورها شده و تأثیرات اجتماعی متعددی نیز به بار آورد. «فارغ از دوران طولانی جنگ با روسیه که موجبات مواجهه‌ی تبریز و ساکنان آن را با اروپاییان فراهم ساخت» (Werner, 2000, p. 56)، از عوامل اجتماعی مؤثر در رواج تفکر تجددخواهی در آذربایجان، می‌توان به مهاجرت‌های گسترده‌ی طبقه‌ی کارگری به نواحی قفقاز در تلاش برای یافتن قوت لایموت اشاره کرد. راه‌اندازی کارگاه‌های بزرگ راه‌سازی و صنایع نفت در حوزه‌ی قفقاز و به‌ویژه باکو توسط امپراطوری روسیه و نیاز گسترده به نیروی کار و از طرفی اشتراکات فرهنگی و زبانی

اهالی آذربایجان موقعیتی فراهم کرد تا نیروهای آماده‌به‌کار آذربایجانی و تبریزی به صورت دائمی یا فصلی به این منطقه رهسپار شوند (Essawi, 1971, p. 51). مطالعات نشان می‌دهد به‌رغم مخفی بودن این مهاجرت‌ها به‌خاطر فرار از مالیات و عوارض گمرکی، شمار این افراد که به مقصد باکو، ارمنستان و سایر نواحی قفقاز می‌رفتند، در اوایل قرن بیستم تا رقم قابل توجه ۵۰۰ هزار نفر نیز می‌رسید (Ibid; Fray, 1996, p. 22). «این افراد کارگران فصلی بودند که تماس‌های مکرر و پیوسته‌ای با شهرها و روستاهایشان داشتند. این یک فاکتور مهم و قابل توجه در انتشار و اشاعه‌ی تفکر انقلاب از روسیه به ایران بود... تعدادی از این کارگران به سازمان‌های اجتماعی دموکرات در باکو و شاخه‌ی ایرانی آن پیوستند. جایی که نقش مؤثری در انقلاب مشروطه‌ی ایران بازی کرد» (Ibid). عمده‌ی این افراد که مجذوب پیشرفت‌های صنعتی غرب شده و به عقب‌ماندگی جامعه‌ی خود واقف شده بودند به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در بیداری جامعه‌ی ایران نقش ایفا می‌کردند. تبعات جنبش‌های تجددطلب و سیاسی به‌وقوع پیوسته در روسیه و عثمانی از طریق انجمن کارگران ایرانی - آذربایجانی فعال در صنایع نفت باکو که در سال ۱۹۰۴م تأسیس شده بود از طریق این انجمن و ارتباطات پنهانی اعضای آن با هسته‌های فعال و تجددطلب داخلی به تبریز منتقل می‌شد. تداوم این کار تبریز را در کنار استانبول و باکو به مرکز تقابل‌های سیاسی و فرهنگی تبدیل ساخت (Zarinebaf, 2008, p. 168). منابع متعددی به نقش مستقیم تجار قالی تبریز از جمله حاج مهدی کوزه‌کنانی، حاج میرآقا رابط و حاج رسول صدقیانی در تأمین مالی انجمن تبریز در انقلاب مشروطه اشاره داشته‌اند (فرمانفرمایان، ۱۳۸۹، ۳۳۷). از بین این افراد «حاج میرآقا رابط از مشروطه‌خواهانی بود که یک قالی برای گرامی داشت یاد هاوارد باسکرویل^۱ - معلم مدرسه‌ی آمریکایی در تبریز و از مریبان مشروطه‌خواهان این شهر (همان) - سفارش داد^۲ (تصویر ۶). در بین انجمن‌های

1. Baskerville

۱. این مطالب نشان از نقش مهم تجار و بازرگانان تبریز در تأمین مالی مشروطه و نهضت‌های تجددطلبی آنان دارد. لذا به نظر می‌رسد تأثیر رونق تولید و تجارت قالی در دهه‌های منتهی به انقلاب مشروطه، در تشدید جریان مشروطه‌خواهی - به لحاظ فراهم‌ساختن بسترهای مالی و بسیج توده‌های مردمی و انسجام سیاسی در بین اقشار جامعه به‌ویژه در آذربایجان - قابل مطالعه است.

تبیین بسترهای تاریخی پدیده نوگرایی در قالی‌های معاصر تبریز | ۱۴۳

متعدد مشروطه‌خواه که تعداد آنها به بیش از ۳۰ انجمن هم می‌رسید، انجمن آذربایجانی‌ها با بیش از ۳۰ هزار نفر عضو بزرگ‌ترین گروه به حساب می‌آمد که از طرف تجار تبریزی حمایت مالی و توسط یک مهندس مهاجر آذربایجانی بازگشته از قفقاز و فعال پیشین حزب سوسیال‌دموکرات روسیه اداره می‌شد (آبراهامیان، ۱۳۸۰، ۷۹). «عمده‌ی این افراد مقیم قفقاز بودند و به دلیل بحران هویت ناشی از زندگی در غربت نقش مؤثری در تحولات مشروطه برعهده گرفتند. این روال تا آستانه‌ی جنگ جهانی اول ادامه داشت (آبادیان، ۱۳۸۸، ۶۷). از آن‌جا که عمده‌ی فداییان و هواخواهان مشروطه را افراد طبقات متوسط و کارگران تشکیل می‌دادند و بررسی «گزارش‌های کنسولی، سفرنامه‌ها و دیگر منابع نشانگر آن است که حدود ۱۲۶۰۰۰ کارگر در مناطق شهری در دهه‌ی نخست قرن بیستم وجود داشت که از این تعداد ۶۰ تا ۷۰ هزار نفر در کارگاه‌های قالی‌بافی استخدام شده بودند» (اشرف و بنوعیزی، ۱۳۸۸، ۶۶).

به عبارتی «بیش از نیمی از نیروی کار فعال جامعه در آن سال‌ها جذب بخش‌های مختلف نظام تولید قالی شده بودند» (فوران، ۱۳۷۱، ۹۳)، می‌توان انتظار داشت تفکر نوگرایی و تجددطلبی همانند سایر بخش‌های جامعه مانند حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی، هم‌زمان در لایه‌های مختلف نظام تولید قالی نیز رسوخ کرده باشد. به‌ویژه اینکه مدیران این کارگاه‌ها نیز توجه ویژه‌ای به سلايق مخاطبان غربی داشتند. «در کارگاه قالی‌بافی محمداصف از اهالی گنجه در تبریز که بیش از ۱۵۰۰ کارگر در استخدام داشت و در طول هفته ۱۰ هزار قرص نان برای کارگران پخت می‌کرد، همواره یکصد تخته‌ی قالی در حال بافت بود که از گران‌قیمت‌ترین و مرغوب‌ترین مواد اولیه پشم و ابریشم استفاده می‌کرد.

عمده‌ی طرح‌های این قالی‌ها بر پایه‌ی سلیقه‌ی خریداران اروپایی و آمریکایی بود و قالی‌های تولیدی به انگلیس و آمریکا صادر می‌شدند. ما چنین کارخانه‌ی عظیمی در ایران آن سال‌ها (۱۸۹۹م) سراغ نداریم» (Essawi, 1971, p. 298). هم‌زمان «افزایش تولید قالی‌های ظریف با هدف صادرات، فرصت‌های بیشتری برای ابداع و نوآوری در اختیار طراحان قالی گذاشت» (Runder, 2011, p. 55)، در چنین شرایطی و با توجه به اینکه «تاجران قالی تبریزی آدم‌های نوآوری بودند که حامی جنبش تجددخواهانه مشروطه نیز

بودند» (وین، ۱۳۹۷: ۸۲)، «با تغییر شیوه‌های تولید از ماهیت تولید سنتی به یک تولید صنعتی محلی، طرح قالی‌ها نیز شروع به اصلاحات ساختاری در پی سلايق اروپا و آمریکای شمالی در جهت هماهنگی با هنر دکوراسیون داخلی کردند» (Runder, 2011, p. 50).



تصویر (۶). قالی باسکرویل، منبع: (<http://iranian.com/History/Aug98/Baskerville/index>)

ب) زمینه‌های اجتماعی

در تبیین تغییرات اجتماعی عقیده بر آن است که «منشأ تغییرات و دگرگونی‌های اجتماعی در کشورها و جوامع غیرصنعتی بیشتر در خارج از آن جوامع و از طریق اشاعه و نفوذ فرهنگی بوده است. بدان معنا که ورود یا جذب عناصر فرهنگی بیگانه حتی اجناس و محصولات مصرفی مانند پوشاک نهایتاً منتج به تغییراتی در عادات و شیوه‌ی زندگی مردمان جوامعی مثل ایران شده است» (سلماسی‌زاده و برزگر هفشجانی، ۱۳۹۸، ۹۰). از طرفی با توجه به اینکه نشانه‌های فرهنگی و هنری نه در خلأ، بلکه در زمینه و بافتار اجتماعی شکل می‌گیرند، اهمیت توجه به زمینه‌های اجتماعی در مطالعات تبیینی-تاریخی آشکار می‌شود. با توجه به اینکه شکل‌گیری مؤلفه‌های هویتی قالی‌های تبریز در طی

فرایندی تاریخی و از طریق تعامل میان عوامل انسانی و شرایط ساختاری پیرامونی از جمله عوامل فناورانه‌ی عمدتاً وارداتی از غرب، نوع مواد و مصالح و... حاصل شده‌اند، در ادامه به معرفی مهم‌ترین مؤلفه‌های اجتماعی و زمینه‌ای مؤثر در وقوع پدیده‌ی نوگرایی در قالی‌های تبریز پرداخته شده است.

- عوامل فناورانه: از منظر اجتماعی انسان‌ها متناسب با امکانات و تکنولوژی‌های موجود، اعمال خود را شکل می‌دهند. به عبارتی فنون تولید هنری موجود رویاروی هنرمند قرار دارند و وضعیت او را آشکار می‌کنند (ولف، ۱۳۸۹، ۲۶۴). در این بخش برخی از عوامل فناورانه‌ی مؤثر در تحولات معاصر قالی تبریز شناسایی و معرفی شده‌اند. «نرم‌افزارهای رایانه‌ای طراحی و رنگ‌آمیزی نقشه‌های قالی» یکی از محصولات فناورانه هستند که با فراگیر شدن کارخانجات فرش ماشینی در ایران از دهه‌ی ۷۰ و عمدتاً با هدف آماده‌سازی نقشه‌های سنتی قالی برای بافت ماشینی فرش به بازار عرضه شدند. با آشکار شدن مزیت‌های فنی و اقتصادی این نرم‌افزارها، استفاده از آنها در آماده‌سازی نقشه‌های قالی تبریز به صورت فراگیر رواج یافت (میرزایی و عارف‌پور، ۱۳۹۲، ۸۴-۸۲). نرم‌افزارهای طراحی در کنار دیگر محصولات فناورانه از جمله دستگاه‌های اسکن و چاپ، قابلیت متنی‌برداری از طرح‌های واقع‌گرایانه توسط طراحان قالی و نیز تشخیص و بافت رنگ‌های پُر تعداد و مشابه را با کمک کدهای عددی برای بافندگان فراهم ساخته‌اند. همچنین ظهور صنعت عکاسی، چاپ و تولید کتب مصور چاپی و ورود انبوه باسمه‌ها، کارت‌پستال‌ها و نشریه‌های مصور فرنگی باعث تغییر ذائقه‌ی مخاطبان و گرایش عوامل تولید قالی تبریز به سوی استفاده از نقوش و مناظر طبیعت‌گرا با محتوای مردم‌پسند شد (شایسته‌فر و صباغ‌پور، ۱۳۹۰، ۶۴). (تصویر ۷).



تصویر (۷). قالی چهار فصل تبریز با مناظر روستایی و مردم پسند،
(منبع: نگارنده، موزه فرش ایران).

«ابزار، مواد اولیه و انواع رنگزها»، از دیگر محصولات فناورانه هستند که در گرایش به نوگرایی در قالی‌های تبریز نقش مؤثری دارند. امروزه با پیشرفت سیستم‌های ریسندگی الیاف و تکنولوژی تولید رنگزهای مختلف و نیز ابزارهای رنگ‌آمیزی نقشه‌های قالی، طیف وسیعی از ابزارهای طراحی و رنگ‌آمیزی نقشه‌ها، انواع رنگزهای شیمیایی و نیز الیاف ظریف و یکدست جهت تهیه الیاف رنگی متعدد و بافت قالی‌های ظریف و نوآورانه در دسترس عوامل تولید قالی دارند تا موضوعات تصویری و ایده‌های نوآورانه خود را تحقق بخشند. در این بین عوامل انسانی درگیر در طراحی و تولید قالی تبریز به علت وجود زمینه‌های تاریخی در این شهر - که پیش‌تر در مورد آنها بحث شد - سریع‌تر و مشتاقانه‌تر از دیگر مناطق قالی‌بافی ایران اقدام به استفاده از قابلیت‌های این فناوری‌ها در تولیدات خویش کردند.

- نیروهای انسانی توانمند: موفقیت در تولید محصولاتی که فرایند طراحی و تولید آنها به همکاری مجموعه‌ای از عوامل انسانی وابسته است، مستلزم وجود هماهنگی میان همه‌ی این عوامل و متناسب‌بودن سطح توانمندی و مهارت آنها است. به عبارتی «هنرمندان متعارف با وفق‌دادن ایده‌ها و طرح‌های خود با منابع موجود، محدودیت‌هایی را می‌پذیرند که از وابستگی آنها به همکاری اعضای شبکه‌ی همیاری موجود مایه می‌گیرند» (بکر، ۱۳۸۹، ۳۹۵). سابقه‌ی تاریخی تولید قالی در تبریز و دسترسی به تجارب و فنون دیگر مناطق تولید به سبب امتیازات و موقعیت خاص این شهر، باعث انباشت دانش و مهارت لازم و کافی جهت عملی‌کردن هرگونه تمایلات نوگرایانه در قالی‌های تولیدی شده است، طوری‌که هر نوع ابداع و نوآوری در یک بخش از طرف بخش‌های دیگر به راحتی پذیرفته و عملیاتی می‌شود. برای مثال، طراحان و نقاشان قالی تبریز با اطمینان از توانمندی و مهارت رنگرزان تبریزی در همانندسازی رنگ‌های متعدد نقشه‌های قالی روی الیاف پشمی یا ابریشمی (گاه تا ۱۵۰ رنگ) یا اطمینان از مهارت بافندگان در بافت ظریف‌ترین طرح‌ها در ابعاد و اشکال متنوع و حجمی، اقدام به نوآوری در ترکیبات طرح و رنگ نقشه‌ها می‌کنند. از این رو هرگونه ابداع و نوآوری در تولید قالی تبریز، برآمده از همکاری مجموعه‌ای از افراد و گروه‌ها از قبیل بافندگان، رنگرزان الیاف، عوامل پرداخت و تکمیل، رنگ و نقطه‌کاران طرح‌هاست که در بستر شرایط تاریخی و اجتماعی زیست‌بوم خود فعالیت می‌کنند. چنین سطحی از مهارت و هماهنگی یکدست و موزون عوامل انسانی در بخش‌های مختلف طراحی و تولید قالی دستبافت، در دیگر مناطق تولید قالی ایران عمومیت ندارد.

بحث در یافته‌ها

یافته‌های پژوهش ضمن تأیید وقوع تحولات نوگرایانه‌ی گسترده در قالی‌های تبریز، زمینه‌های تاریخی و اجتماعی این پدیده را نیز آشکار ساختند. از آن‌جا که قالی به‌عنوان تنها صنعت خلاق ایرانی در مقیاس جهانی شناخته می‌شود (زکریایی و شعیری و سجودی، ۱۳۹۲، ۱۲) و به‌عنوان شاخص‌ترین هنر صناعی ایران پیوندهای گسترده‌ای با تاریخ

فرهنگی جوامع تولیدکننده دارد، لذا تحلیل و شناخت دقیق پدیده نوگرایی در قالی معاصر تبریز برای مدیریت نحوه‌ی مواجهه با آن ضروری است.

از اواخر دوره‌ی قاجار به این سو، مؤلفه‌های فرهنگ غربی در قالب مفاهیمی چون تجدیدطلبی، نوگرایی و مشتری‌مداری سوار بر امواج مدرنیته، مرزهای سیاسی و جغرافیایی ایران را درنوردیدند. عوامل تولید قالی تبریز به عنوان پیشاهنگ مواجهه با چنین پدیده‌ای در پی تطبیق تولیدات خود با این مفاهیم نوظهور، تغییرات عمده‌ای در مؤلفه‌های سبکی و هویتی قالی‌ها به وجود آوردند. تداوم رو به گسترش این تغییرات، قالی تبریز را از بستر یک محصول سنتی و فرهنگی جدا و به ابزاری برای سوداگری‌های مالی تھی از ارزش‌های فرهنگی مبدل ساخته است. از طرفی با توجه به اینکه برخورداری از پشتوانه‌های فرهنگی، تاریخی و سنتی، مهم‌ترین مزیت رقابتی قالی‌های ایران در بازارهای جهانی است، لذا گریز قالی تبریز از پیوندهای فرهنگی و سنتی خود هرچند ممکن است سلابق بخشی از مخاطبان نوگرای عمدتاً داخلی را به سوی خود جلب کند، اما کارکردهای مورد انتظار از قالی تبریز به‌عنوان نمونه‌ی شاخص فراورده‌ی فرهنگی ایرانی‌اسلامی و قابل عرضه در شبکه‌ی بازار جهانی محصولات فرهنگی را با چالشی جدی مواجه ساخته است. زیرا از دست‌دادن مبانی هویتی و اصالت‌های فرهنگی قالی تبریز باعث جایگزینی این مبانی با شیوه‌های شخصی شده و برآمده از محاسبه‌گری‌های فایده‌باورانه‌ی تفکر بازاری شده است. اندیشمندان فرهنگی عقیده دارند «جامعه‌ی بازار به میزانی که محاسبه‌گری‌های فایده‌باورانه را در زندگی روزمره معمول می‌کند، عملاً ریشه‌ی خود را هم می‌زند. زیرا مداوماً شالوده‌های هنجاری و هم‌بستگی آفرین خود را که برای ثبات خویش نیازمند آن است، فرسوده می‌سازد» (استیلر و تونیس، ۱۳۹۰، ۱۴۷). به عبارتی، تداوم روند فایده‌باوری و نگاه بازاری به قالی تبریز باعث فرسایش حافظه‌ی جمعی و افول بیش‌ازپیش ارزش‌های قوام‌بخش نظام تولید قالی تبریز خواهد شد.

از طرفی تولید قالی با طرح‌هایی مغایر با مبانی طراحی اصیل و نهادینه‌شده‌ی قالی ایران، جنبه‌ی فرهنگی و سنتی قالی‌ها را سلب و فقدان این ویژگی، حافظه‌ی تاریخی مصرف‌کنندگان را نیز از کارکردهای هویتی و ارزشی قالی‌های ایرانی دگرگون خواهد

ساخت (ملول، ۱۳۸۴، ۵۳). در چنین شرایطی و با ازدست‌رفتن پیوندهای فرهنگی به‌عنوان مهم‌ترین مزیت رقابتی قالی تبریز، قدرت رقابت‌پذیری این قالی‌ها در عرصه‌های تجاری نیز به شدت کاهش یافته است. طبیعی است در چنین شرایطی خریداران خارجی و سنتی بالقوه‌ی قالی تبریز نیز انگیزه‌ی لازم را برای ترجیح و خرید قالی بافت تبریز با قیمت به‌مراتب بالاتر نسبت به قالی‌های دیگر مناطق داخلی یا خارجی - از دست خواهند داد.^۱ در مجموع می‌توان گفت، هرچند ابداع، نوآوری و تمایز از ویژگی‌های هنر مدرن بوده و نشانه‌ی آزادی و خلاقیت هنرمند است، ولی در عرصه‌ی هنر سنتی گزینش و ابداع شیوه‌های هنری بایستی در گستره‌ی فرهنگ جامعه و با تکیه بر اصول و مبانی مورد تأیید نخبگان آن جامعه صورت پذیرد. زیرا «امروزه دیگر فقط کالا، خدمات یا سرمایه از مرز کشورهای خارج نمی‌شود، بلکه فرهنگ، سنت و دانش نیز همراه کالاها به خارج از مرزهای قراردادی صادر می‌شود» (فنی و آقایی، ۱۳۹۳، ۱۳۹). از این رو با توجه به برخورداری قالی ایران از ارزش‌های کیفی ذاتی و فراتر از معیارهای کمی بازاری، نباید شیوه‌های مرسوم کالایی را در فرایند طراحی و تولید قالی تبریز به کار بست، زیرا تداوم چنین روندی به تقلیل سرمایه‌های فرهنگی و هویتی قالی تبریز به سطح یک کالای تجاری معمولی و با ارزش‌گذاری‌های بازاری منجر خواهد شد.

نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر تبیین زمینه‌های تاریخی وقوع پدیده‌ی نوگرایی در قالی تبریز و بررسی پیامدهای تداوم چنین روندی در قالی‌های معاصر تبریز بود. نتایج، وقوع تغییرات وسیع و رو به گسترش در مؤلفه‌های هویتی و قوام‌بخش قالی‌های تبریز را تأیید کردند،

۱. مشاهدات میدانی نگارنده (۱۳۹۶) از طرح و رنگ قالی‌های ارایه شده در بازار تبریز و مقایسه با طرح و رنگ قالی‌های عرضه شده در بازارهای اروپای مرکزی نشان داد، سنخیتی بین طرح و رنگ قالی‌های معاصر تبریز و نیاز کشورهای عمده مصرف‌کننده اروپایی وجود ندارد. به طوری که به ندرت از قالی‌های معاصر تبریز در این بازارها دیده می‌شود. لذا می‌توان گفت رویکرد نوگرایانه در طرح و رنگ قالی‌های تبریز به کاهش ملموس مخاطبان اروپایی این قالی‌ها منجر شده است و در حال حاضر مشتریان اصلی قالی‌های تبریز مخاطبان داخلی هستند.

طوری که بافت همه‌نوع طرحی و استفاده از همه‌نوع رنگی به شاخصه‌ی اصلی در توصیف هویت قالی‌های معاصر تبریز تبدیل شده است. بررسی عوامل زمینه‌ساز پیشاهنگی تبریز در احیای قالی‌بافی ایران، نشان داد شهر تبریز به لحاظ برخورداری از ویژگی‌های ممتاز سیاسی، اقتصادی و جغرافیایی توانست پیشاهنگی نهضت احیای قالی‌بافی ایران در دوره قاجار را بر عهده بگیرد.

تحلیل فرایندی بسترهای تاریخی و اجتماعی گرایش به نوآوری در قالی تبریز، نقش برخی عوامل زمینه‌ای سیاسی و اجتماعی را آشکار ساخت. با توجه به نتایج این بخش می‌توان گفت آشنایی مردم تبریز با فرآورده‌های فکری از طریق عثمانی، رفت‌وآمد به قفقاز در قالب کار و فعالیت‌های شغلی، ولیعهدنشین بودن تبریز و حضور گسترده‌ی هیئت‌های تجاری و سیاسی خارجی و بازگشت نخبگان اقتصادی و اجتماعی از خارج، تبریز را بالقوه آماده‌ی نوعی جهش به سوی تجدد کرده بود. با پیشاهنگی شهر تبریز در مواجهه با امواج قدرتمند مدرنیته، اندیشه‌های جدید و نوگرایانه متأثر از غرب، نه تنها در بین اندیشه‌ورزان و نخبگان سیاسی و اجتماعی این شهر نفوذ داشت، بلکه به دلیل قرارگیری عوامل تولید قالی در متن جریان‌ات تجددطلب، در بین این عوامل نیز مورد پذیرش واقع شد، طوری که از نخستین دهه‌های رونق تولید و صادرات قالی که منجر به تأسیس بزرگ‌ترین شرکت‌های تولیدی قالی در ایران و تبریز شد، نفوذ مظاهر فرهنگ و هنر غربی در کاربردی‌ترین مصداق هنر سنتی ایران یعنی قالی دست‌بافت به وضوح و بارها گزارش شده است. هم‌زمان با وقوع تحولات اجتماعی گسترده در بین تولیدکنندگان قالی‌های تبریز و مستعدبودن آنان برای پذیرش ایده‌های نوگرایانه، بهبود کیفیت مواد اولیه در حوزه‌های بافت، رنگرزی و تولید، توسعه‌ی امکانات فنی بافت و طراحی نقشه‌ها، ورود اینترنت و نرم‌افزارهای رایانه‌ای، دستگاه‌های عکاسی، چاپ و تکثیر و فراهم‌بودن نیروی انسانی توانمند باعث شده است قالی‌های تولیدی تبریز در زمینه‌ی نوگرایی در طرح و رنگ، سرآمد مناطق تولید قالی ایران باشد.

در بررسی بسترهای تاریخی و اجتماعی نوگرایی در طرح و رنگ قالی‌های تبریز، نباید از دگرگونی معیارهای سنتی قوام‌بخش به نظام طراحی و تولید قالی‌ها نیز غافل شد. در

فضایی که سنت حاکم بر جامعه نیز پشت‌سر گذاشتن مظاهر سنتی و گرایش به سمت معیارهای نوظهور و عمدتاً غربی در تمامی شئون شخصی و اجتماعی است و رسانه‌های مختلف نیز این روند را تشدید می‌کنند، نفوذ ایده‌های نوآورانه و مستقل از معیارهای سنتی اصالت، در قالی‌ها مورد انتظار است. از این رو در طی دهه‌های اخیر و با ورود معیارهای هنری غربی و امواج حاصل از مدرنیسم برآمده از مکاتب فایده‌باورانه غربی، طراحان و تولیدکنندگان قالی تبریز نیز تحت تأثیر این معیارها دچار دوگانگی و تضاد میان سنت و تجدد شده‌اند.

اهمیت صیانت از پیوندهای فرهنگی و هویتی فراورده‌های سنتی و بومی در مقابل امواج پُر قدرت مدرنیسم ضرورت تحلیل و تبیین عالمانه این پدیده را آشکار می‌سازد. لذا ضروری است با مواجهه علمی و مبتنی بر عقلانیت با این پدیده به شناخت آسیب‌های آن و هدایت استعدادها موجود در نیروهای انسانی خلاق و توانمند نظام تولید قالی تبریز در جهت نوآوری و خلاقیت در چهارچوب معیارهای سنتی و فرهنگی ایرانی اسلامی اقدام کرد. آموزش و توانمندسازی فنی و هنری مبتنی بر اصالت‌های بومی نیروی‌های انسانی شاغل در بخش‌های مختلف نظام تولید و توزیع قالی تبریز و نیز یادآوری و ترویج ارزش‌ها و قابلیت‌های فرهنگی و سنتی هنرهای صناعی به منظور آگاهی‌بخشی به مخاطبان داخلی و خارجی از طریق رسانه‌های جمعی را از راهکارهای مؤثر و کوتاه‌مدت در این زمینه می‌توان برشمرد.

منابع و مآخذ

- آبادیان، حسین (۱۳۸۸)، *بحران آگاهی و تکوین روشنفکری در ایران*، تهران: انتشارات کویر.
- آبراهامیان، یرواند، (۱۳۸۰)، «معرفی یک سند: تجارت در قدیم‌الایام در ولایات شمالی ایران در دوره قاجار»، ترجمه‌ی محمد عوادزاده، *فصلنامه‌ی تاریخ معاصر ایران*، سال پنجم، شماره‌ی ۱۸، صص ۱۹۴-۱۸۱.
- آذریاد، حسن و فضل‌الله حشمتی رضوی، (۱۳۸۳)، *فرش‌نامه‌ی ایران*، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ادواردز، سیسیل، (۱۳۶۷)، *قالی ایران*، ترجمه‌ی مهین‌دخت صبا، تهران: فرهنگسرا.
- استیلر، دن، و فرن تونکیس، (۱۳۹۰)، *جامعه‌ی بازار و نظریه‌ی اجتماعی مدرن*، ترجمه‌ی حسین قاضیانی، تهران: نشر نی.
- اشرف، احمد و علی بنوعزیزی، (۱۳۸۸)، *طبقات اجتماعی، دولت و انقلاب در ایران*، ترجمه‌ی سهیلا ترابی فارسانی، تهران: نیلوفر.
- افشارمهاجر، کامران، (۱۳۸۴)، *هنرمند ایرانی و مدرنیسم*، تهران: دانشگاه هنر.
- اکبری، فاطمه، جواد حسن پورنامی و رحیم چرخ، (۱۳۹۳)، *بازشناسی طراحی اصیل قالی تبریز به منظور اصلاح تولیدات معاصر*، طرح پژوهشی ملی، کد ۹۰۰۰۷۰۲۳، تهران: صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران.
- برزآبادی فراهانی، مجتبی، (۱۳۸۰)، *زندگی و افکار امیرکبیر*، تهران: اوستا.
- بکر، هوارد، (۱۳۸۹)، «جامعه‌ی هنری و فعالیت‌های مشترک»، در: *مبانی جامعه‌شناسی هنر*، علی رامین، تهران: نشر نی.
- پیرنیاکان، داریوش، (۱۳۸۵)، «مروری بر برخی تحولات موسیقی ایران بر انقلاب مشروطه»، *گلستان هنر*، سال ۲، شماره‌ی ۳، صص ۱۲۸-۱۲۵.
- جعفریان، رسول، (۱۳۸۵)، *درک شهری از مشروطه: مقایسه‌ی حوزه‌ی مشروطه‌خواهی اصفهان و تبریز*، تهران: انتشارات مؤسسه‌ی مطالعات تاریخ معاصر ایران.
- حشمتی رضوی، فضل‌الله، (۱۳۸۷)، *تاریخ قالی، سیر تحول و تطور قالی‌بافی در ایران*، تهران: سمت.
- حصوری، علی، (۱۳۸۱)، *مبانی طراحی سنتی در ایران*، تهران: چشمه.
- رحمتی، سیدمحمدحسین، (۱۳۸۷)، «آسیب‌شناسی طراحی قالی‌های رایج و نوآوری در آنها».

تبیین بسترهای تاریخی پدیده نوگرایی در قالی‌های معاصر تبریز | ۱۵۳

- فصلنامه‌ی گلجام، شماره‌ی ۱۰، صص ۴۷-۶۸.
- زکریایی، ایمان، حمیدرضا شعیری و فرزانه سجودی، (۱۳۹۲)، «تحلیل نشانه‌ی معناشناختی سازوکار روابط بینا فرهنگی در نظام گفتمانی فرش کرمان»، فصلنامه‌ی مطالعات تطبیقی هنر، سال سوم، شماره‌ی ششم، صص ۳۰-۱۱.
- ژوله، تورج، (۱۳۸۱)، پژوهشی در فرش ایران، تهران: یساوولی.
- سلماسی‌زاده، محمد و سجاد برزگر هفشجانی، (۱۳۹۸)، «بررسی واکنش‌های ایرانیان نسبت به رواج کالا و محصولات خارجی در عصر قاجار (سال‌های ۱۳۲۴-۱۲۶۴ هجری قمری)». فصلنامه‌ی تاریخ‌نامه‌ی ایران بعد از اسلام، سال دهم، شماره‌ی ۲۱، صص ۸۷-۱۱۵.
- شایسته‌فر، مهناز و طیبه صباغ‌پور، (۱۳۹۰)، بررسی قالی‌های تصویری دوره‌ی قاجار (موجود در موزه‌ی فرش ایران)، فصلنامه‌ی باغ نظر، دوره ۸، شماره‌ی ۱۸، صص ۷۳-۶۳.
- شمیم، علی‌اصغر، (۱۳۸۰)، ایران در دوره‌ی سلطنت قاجار، تهران: زریاب.
- صوراسرافیل، شیرین، (۱۳۸۱)، طراحان بزرگ قالی ایران، تهران: نشر پیکان.
- عطارزاده، مهدی، (۱۳۸۳)، سیمای تبریز در دوره‌ی ناصرالدین‌شاه قاجار، تبریز: اختر.
- فرمان‌فرمایان، رکسانه، (۱۳۸۹)، جنگ و صلح در ایران دوره‌ی قاجار، تهران: مرکز.
- فنی، زهره و پرویز آقایی، (۱۳۹۳)، «سنجش و تحلیل میزان ادغام کلان‌شهرهای تهران و استانبول در فرایند جهانی‌شدن»، فصلنامه‌ی مطالعات راهبردی جهانی‌شدن، سال پنجم، شماره‌ی ۱۳، تهران: مرکز ملی جهانی‌شدن، صص ۱۶۲-۱۳۷.
- فوران، جان، (۱۳۷۱)، «مفهوم توسعه‌ی وابسته، کلید اقتصاد سیاسی ایران در عصر قاجار»، ترجمه‌ی علی طائفی، مجله‌ی اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره‌ی ۵۹ و ۶۰، صص ۹۷-۹۱.
- فونتن، پاتریس، (۱۳۷۵)، قالی ایران یا باغ همیشه بهار. ترجمه‌ی اصغر کریمی، تهران: معین.
- فیودورکوف، بارون، (۱۳۷۲)، سفرنامه‌ی بارون فیودورکوف. ترجمه‌ی اسکندر ذبیحیان، تهران: فکر روز.
- قره‌باغی، محمدعلی، (۱۳۹۵)، مصاحبه ۱۵/۱۰/۱۳۹۵، تبریز: بازار فرش: دفتر هنری قره‌باغی.
- لعبت‌فرد، احمد و جهانبخش، ثواقب، (۱۳۹۵)، «عوامل مؤثر بر رشد صادرات قالی و پیامدهای اقتصادی آن در ایران قرن نوزدهم میلادی»، فصلنامه‌ی تاریخ ایران، شماره‌ی ۲۰، صص ۱۲۶-۸۷.
- ملول، غلامعلی، (۱۳۸۴)، بهارستان: دریچه‌ای به قالی ایران، تهران: زرین و سیمین.

- میرزایی، عبدالله و فاطمه عارف پور، (۱۳۹۲)، «معرفی و بررسی انواع روش‌های تهیه نقشه‌ی فرش در تبریز»، فصلنامه‌ی جلوه‌ی هنر، شماره‌ی ۱۰، صص ۷۷-۸۶.
- میرزایی، عبدالله، (۱۳۹۵)، ساخت‌یابی عوامل مؤثر در شکل‌گیری مؤلفه‌های سبکی قالی‌های معاصر تبریز، رساله‌ی دکتری، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، به راهنمایی محمدتقی پیربابایی و اعظم راوودراد، دانشکده‌ی هنر اسلامی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز.
- نیک‌نفس، حجت، (۱۳۹۷)، «تخته‌قاپوکردن ایلات و عشایر ارسباران (قره‌داغ)، ضرورت تاریخی یا پروژه‌ی سیاسی»، فصلنامه‌ی تاریخ اسلام و ایران، شماره‌ی ۳۸، صص ۱۷۷-۱۵۵.
- وحدت، فرزین، (۱۳۸۴)، رویارویی فکری ایران با مدرنیت. ترجمه‌ی مهدی حقیقت‌خواه، تهران: مرکز.
- ورزی، منصور، (۱۳۸۵)، هنر و صنعت قالی در ایران، تهران: رز.
- ولف، جنت، (۱۳۸۹)، «ساختار اجتماعی و آفرینش هنری»، در: مبانی جامعه‌شناسی هنر، علی رامین، تهران: نشر نی.
- وین، آنتونی، (۱۳۹۷)، سه شتران روانه به اسمیرنا، تاریخچه‌ی کمپانی شرق، ترجمه‌ی یدالله آقاعباسی و زهرا آقاعباسی. تهران: مؤسسه‌ی تألیف و ترجمه و نشر آثار هنری متن.
- Amirahmadi, H, (2012), *the Political Economy of Iran under the Qajars*, London: I. B. Tauris & Co ltd.
- Essawi, C, (1971), *the economic history of Iran, 1800-1914*, Chicago: The University of Chicago press.
- Fray, J. A, (1996). *The Iranian constitutional revolution, 1906-1911*, New York: Columbia university press.
- Helfgott, M. L, (1994), *Ties that Bind, Asocial history of the Iranian carpet*, Washington: Smithsonian institution.
- Runder, M, (2011), "The modernization of Iran and the development of the Persian Carpet Industry: The neo-classical Era in the Persian carpet industry", 1925-1945, *Iranian studies*, Vol 44:1, pp.49-76.
- Seyf. A, (1992), "the carpet trade and economy of Iran, 1870-1906, *British institute of Persian studies*", Vol 30, pp. 99-105.
- Werner, C, (2000), "An Iranian town in transition, *Asocial and economic history of the elites of Tabriz, 1747-1848*", Wiesbaden: Harrassowitz-Verlag. Wright, D, (2001), *The English amongst the Persians*, 2nd edition, London: I. B. Tauris.
- Zarinebaf, F, (2008), "From Istanbul to Tabriz: Modernity and Constitutionalism in the Ottoman Empire and Iran", *Journal of Comparative studies of South Asia, Africa and the Middle East*, Vol 28 (1), 154-169.