



Semnan University

Journal of Applied Arts

Journal homepage: <http://aaj.semnan.ac.ir>

ISSN: 2821-0670



The Effects of Marketisation on the Visual Components in Nomadic Woven Carpets of Fars Province

Fathemeh Bagherizadeh¹, Abdollah Mirzaei² (Corresponding Author)

¹ Ph.D. Student, Islamic Art Department, Handicraft Faculty, Art University of Isfahan, Iran.

² Associate Professor, Carpet Department, Carpet Faculty, Tabriz Islamic Art University, Iran.

(Received: 29.05.2024, Revised: 19.10.2024, Accepted: 20.10.2024)

<https://doi.org/10.22075/aaj.2024.34283.1248>

Abstract:

The nomadic carpets of Fars province, which are one of the essential parts of Iran's nomadic products resemble the tribal identity, culture, customs, literature, and local and practical tribal arts. The main subject of this study is the distance grown between the nomadic carpets of Fars province and their cultural and epistemic foundations, under the influence of marketisation. This paper aims to identify the predisposing factors of cultural and identity changes in Fars nomadic carpets, in order to provide and set a suitable stage for the related authorities to apply the necessary solution for the matter. The main questions of this article are about: A. identifying the predisposing factors of marketisation of the visual components, and B. Identifying the consequences of marketisation in the visual components of Fars nomadic carpets. This qualitative research was done by targeted sampling and analysis of 50 samples of Fars nomadic carpets, through the descriptive-analytical method and using data extracted from library sources and qualitative interviews. The results showed: in the last few decades, the implementation of the compulsory settlement plan for the nomadic tribes and individuals resulted in a change in the carpet makers' lifestyle and production motivation, from producing for self-use to producing to sell in the markets. Among the effects of the marketisation of Fars nomadic carpets, the prevalence of custom-made carpet production, the abandonment of the makers' mental patterns and creativity, prioritising the taste of the people and the market, and the change in production methods such as the influence of non-native patterns can be named; All of which lead to the reduction and fading of identity fundamentals and native and cultural authenticity of one-off unique nomadic carpets. These changes were conceptualised and introduced in the results, under the title of marketisation.

KeyWords: Nomadic Carpets, Fars Province, Marketisation, Cultural Studies.

1- Email: f.bagherizadeh@aui.ac.ir

2- Email: a.mirzaei@tabriziau.ac.ir

How to cite: Bagherizadeh, F. and Mirzaei, A. (2025). The Effects of Marketisation on the Visual Components in Nomadic Woven Carpets of Fars Province, Journal of Applied Arts, 5(1), 77-94. Doi: 10.22075/aaj.2024.34283.1248

آثار بازاری شدن در مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری بافت استان فارس

فاطمه باقری‌زاده^۱
عبداله میرزایی (نویسنده مسئول)^۲

^۱ دانشجوی دکتری، گروه هنر اسلامی، دانشکده صنایع دستی، دانشگاه هنر، اصفهان، ایران.

^۲ دانشیار، گروه فرش، دانشکده فرش، دانشگاه هنر اسلامی، تبریز، ایران.

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۳/۰۹، تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۷/۲۸، تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۳/۰۷/۲۹)

<https://doi.org/10.22075/aaj.2024.34283.1248>

مقاله علمی-پژوهشی

چکیده

قالی‌های عشایری استان فارس بستری جهت بروز هویت، فرهنگ، آداب و رسوم، ادبیات و هنرهای بومی و کاربردی عشایر است. اما در سال‌های اخیر نفوذ سلیقه و معیارهای بازار در مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری فارس تأثیرات قابل‌توجهی داشته‌است. مسئله اصلی پژوهش، فاصله گرفتن قالی‌های عشایری فارس از بنیان‌های معرفتی و فرهنگی خویش تحت‌تأثیر پدیده بازاری شدن می‌باشد. هدف از پژوهش شناسایی و آشکارسازی آثار بازاری شدن و نفوذ سلیقه بازار بر طرح، رنگ و نقش قالی‌های عشایری فارس است که مهم‌ترین فرآورده فرهنگی جامعه عشایری فارس و بازتاب‌دهنده فرهنگ و تاریخ هنری این اقوام هستند و برجسته‌ترین مزیت آن‌ها را پیوندهای فرهنگی و جغرافیایی تشکیل می‌دهد. سؤالات پژوهش عبارتند از: ۱- عوامل زمینه‌ساز بازاری شدن مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری فارس کدام‌اند؟ ۲- آثار و تبعات بازاری شدن بر مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری فارس چه بوده‌است؟ پژوهش از نوع کیفی و با نمونه‌گیری هدفمند و تحلیل ۱۴ نمونه از قالی‌های عشایرباف فارس با معیار و مؤلفه‌های بصری جامعه بازار به روش تحلیلی-توصیفی و با استفاده از داده‌های حاصل از منابع اسنادی و مصاحبه‌های کیفی به انجام رسید. نتایج نشان دادند که: سیاست اسکان عشایر، که قدمتی بیش از چند دهه دارد، موجب تغییر در سبک‌زندگی و انگیزه‌ی تولید بافندگان از رویکرد تولید برای خود، به تولید با هدف عرضه در بازار گردید. از آثار بازاری شدن مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری فارس، رواج تولید قالی با نقشه‌های سفارشی، مهجور ماندن نقوش ذهنی بافندگان، اولویت دادن به سلیقه مخاطب و بازار و تغییر در شیوه‌های تولید نظیر نفوذ نقوش غیربومی هستند که منجر به کم‌رنگ شدن مبانی هویتی و اصالت‌های بومی و فرهنگی قالی‌های تک‌نسخه و منحصر به فرد عشایر می‌شود. این تغییرات تحت عنوان بازاری شدن مفهوم‌سازی و در نتایج معرفی گردید.

واژه‌های کلیدی: قالی‌های عشایری، استان فارس، بازاری شدن، مطالعات فرهنگی.

*این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد نویسنده اول با عنوان «آثار و تبعات بازاری شدن قالی‌های عشایری فارس از منظر مطالعات فرهنگی» در دانشگاه هنر اسلامی تبریز است که به راهنمایی نویسنده دوم انجام شده‌است.

1- Email: f.bagherizadeh@au.ac.ir

2- Email: a.mirzaei@tabriziau.ac.ir

شیوه ارجاع به این مقاله: باقری‌زاده، فاطمه و میرزایی، عبدالله. (۱۴۰۴). آثار بازاری شدن در مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری استان فارس، نشریه هنرهای کاربردی، ۵(۱)، ۷۷-۹۴.

Doi: 10.22075/aaj.2024.34283.1248

اشاعه و گسترش فرهنگ استفاده از هنرهای بومی می‌تواند در کنار تأثیر زیبایی‌شناسانه بر زندگی مردم، بستری را برای بازتولید مفاهیم فرهنگی فراهم آورد و موجب پویایی و تعالی فرهنگی شود. تولید و مصرف هنرهای بومی و محلی مصداقی از هویت هنری و بخش ارزشمند میراث فرهنگی و هویتی است. در این راستا دستبافته‌های داری و به ویژه قالی از نظر حفظ اصالت، فرهنگ بومی و سنت‌ها، شاخص‌ترین هنر عشایر است. هنر فرش‌بافی هر منطقه بی‌تردید بخشی از میراث فرهنگی این سرزمین می‌باشد و به عنوان میراثی از فرهنگ اجدادی و سنتی ایران بر جای مانده است. بافندگی عرصه‌ای جهت نمایش هنر بومی و کاربردی عشایر است. در واقع رسانه‌ای برای ارائه فرهنگ و هنر آن‌ها محسوب می‌شود تا بدین وسیله ذوق هنری و خلاقیت درون ذهنشان را از طریق بافندگی بر گستره دستبافته خویش به نمایش بگذارند. دستبافته‌های عشایری به نوعی زبان گویای هنری و تصویری زنان عشایر است. استان فارس به لحاظ تاریخی یکی از مراکز مهم قالی‌بافی ایران در حوزه عشایری و روستایی به شمار می‌رود. وجود اقوام متعدد با فرهنگ غنی تصویری و سنتی در این استان، قالی‌های عشایری و روستایی استان فارس را به گنجینه‌ای سرشار از عناصر فرهنگی و نمادهای تصویری اقوام ایرانی تبدیل ساخته است. در دهه‌های اخیر تحت تأثیر عوامل متعددی از جمله بازاری شدن و تولید به قصد فروش، مؤلفه‌های بصری و فنی قالی‌های عشایری فارس در حال فاصله گرفتن از پیوندهای هویتی و فرهنگی خویش هستند. از جمله تغییرات عدیده‌ای که به تبع بازاری شدن در ساختار مؤلفه‌های فنی قالی‌های عشایری فارس رخ داده است، عبارتند از: استفاده از الیاف کارخانه‌ای و ماشینی، تغییر ابعاد قالی، افزایش رج‌شمار، ظرافت بافت، استفاده از الیاف ابریشم، بهره‌گیری از رنگ‌های شیمیایی و جوهری، رنگرزی مکانیزه و صنعتی. اما مؤلفه‌های بصری به لحاظ پیوندهای هویتی و فرهنگی همواره دارای اهمیت فراوان بوده است. در واقع هویت فرهنگی قالی

عشایری عمدتاً مدیون مؤلفه‌های بصری نظیر طرح، نقش و رنگ قالی‌ها بوده و نمودی از هویت بومی، هنری و قومی عشایر به شمار می‌رود. لذا این جنبه از بازاری شدن و نگاه کالامحور به محصولات فرهنگی عشایر نیازمند بازاندیشی و آسیب‌شناسی از منظر مطالعات فرهنگی است. از این رو مسئله اصلی پژوهش حاضر، دور شدن قالی‌های عشایری فارس از بنیان‌های معرفتی، فرهنگی و سنتی خویش می‌باشد. هدف از پژوهش، شناخت عوامل زمینه‌ساز تغییرات هویتی و فرهنگی در قالی‌های عشایری فارس با هدف فراهم آوردن بستری مناسب برای اتخاذ راهکارهای لازم توسط نهادهای متولی می‌باشد. سؤالات پژوهش عبارتند از: ۱- عوامل زمینه‌ساز بازاری شدن مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری فارس کدام‌اند؟ ۲- آثار و تبعات بازاری شدن بر مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری فارس چه بوده است؟ اهمیت پژوهش در شناسایی و آشکارسازی آثار بازاری شدن قالی‌های عشایری فارس است که مهم‌ترین فرآورده فرهنگی جامعه عشایری فارس و بازتاب دهنده فرهنگ و تاریخ هنری این اقوام هستند و برجسته‌ترین مزیت آن‌ها را پیوندهای فرهنگی و جغرافیایی تشکیل می‌دهد.

پیشینه پژوهش

به لحاظ اهمیت و جایگاه استان فارس در حوزه قالی-بافی، پیرامون دستبافته‌های این استان پژوهش‌های متعددی انجام شده است. در رابطه با موضوع حاضر که به مؤلفه‌های بصری (طرح، نقوش و رنگ‌بندی) پرداخته است، می‌توان به پژوهش‌های ارزشمند سیروس پرهام اشاره کرد. بخش اصلی این پژوهش‌ها در قالب یک مجموعه دوجلدی با عنوان «دست‌بافته‌های عشایری و روستایی فارس» و به ترتیب در سال‌های (۱۳۷۰ و ۱۳۷۱ هـ) منتشر شده است. سرفصل‌های اصلی این مجموعه در سه بخش الف: بافندگی و بافندگان خطه فارس ب: ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و تاریخی ایل قشقایی و قالی قشقایی و ج: نقش‌های قالی قشقایی تدوین شده‌اند. همچنین پرهام در کتابی دیگر با عنوان «شاهکارهای فرش‌بافی فارس» (۱۳۷۵)، در سه بخش کلی به

تاریخچه فرش‌بافی فارس، گلیم و گبه قشقایی پرداخته‌است. وی در این کتاب ۱۱۷ نمونه از قالی، قالیچه، گبه و گلیم آورده و ویژگی‌های نقش‌پردازی و رنگ‌آمیزی هر یک را نیز شرح داده‌است. دادور و مؤمنیان در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و پیدایش نقوش گلیم قشقایی» (۱۳۸۵)، در نشریه گلجام، به بررسی سیر تحول نقوش گلیم‌های قشقایی و طرح‌هایی که دچار تغییر و تحول و یا فراموشی گردیده‌اند پرداخته‌اند. گوهری‌مطلق و چارئی در پژوهشی با عنوان «نمادها و نقوش تصویری افسانه‌ها و داستان‌ها در آثار هنری ایل قشقایی» (۱۳۸۹)، در نشریه نگره، با استناد به افسانه‌های به دست‌آمده از ایل قشقایی، نوع افسانه‌سرایی، داستان‌پردازی و نقوش تصویری (تصویرگری) خاص قوم قشقایی را مشخص کردند. کارخانه در پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد خود با عنوان «بررسی و ریشه‌یابی نمادها و نشانه‌ها در دست‌بافته‌های عشایر فارس (ایل قشقایی)» (۱۳۹۰)، به بررسی، توصیف و تحلیل نقش‌مایه‌های نمادین و ریشه‌یابی خاستگاه نمادین آن‌ها پرداخته‌است. سجودی و تاکی در پژوهشی با عنوان «گبه‌های سفارشی، پدیده‌ای چند فرهنگی» (۱۳۹۲)، در نشریه جامعه‌شناسی هنر و ادبیات انجام داده‌اند. در این پژوهش، علل تمایز ساختار صوری این دست‌بافته‌ها نسبت به گبه‌های متعارف عشایری بررسی شده و سفارشی‌بودن، توجه به سلیقه خریدار (فرهنگ غالب) و اعمال سیاست‌های جانشینی عشایر عواملی در پذیرش آسان‌تر سلیقه متفاوت از سوی خالق این آثار معرفی شده‌است. میرزایی در بخشی از رساله دکتری خود با عنوان «ساخت‌یابی عوامل مؤثر در شکل‌گیری مؤلفه‌های بصری قالی‌های تبریز» (۱۳۹۵)، به چرایی وقوع تغییرات متعدد در مؤلفه‌های بصری قالی‌های تبریز پرداخته و پدیده بازاری شدن را از عوامل مؤثر در گریز قالی معاصر تبریز از پیوندهای هویتی و فرهنگی ایرانی دانسته‌است. افروغ، جوانی، چیت‌سازیان و قشقایی‌فر در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر آفرینش نقوش انتزاعی و تجریدی در دست‌بافته‌های قشقایی» (۱۳۹۵)، در نشریه باغ نظر، به

بررسی علل و عواملی که بر شکل و آفرینش انتزاع و تجرید نقوش تأثیرگذار است، پرداخته‌اند. محمدتبار و حسنائی در پژوهشی با عنوان «تأثیرات ادبیات شفاهی بر دست‌بافته‌های عشایر قشقایی» (۱۳۹۷)، در نشریه پژوهش هنر، به جایگاه و تأثیرات ادبیات شفاهی و ترانه‌ها به عنوان عامل ریتمیک و نقشه‌ساز برای بافنده پرداخته‌اند و در نتایج پژوهش نشان می‌دهد ترانه عاملی است برای انتقال فرهنگ و بسیاری از عناصر فرهنگی مانند آرزوها، ارزش‌ها، هنجارها، اعتقادات، باورها و دانش بومی که از طریق این ترانه‌ها به نسل دیگر منتقل می‌شود و عشایر قشقایی اغلب نقشه‌های بافته شده را به صورت ذهنی و با توجه به خلاقیت فردی بافنده اجرا می‌کردند. باقری‌لری، شایگان‌فر و کفشچیان‌مقدم پژوهشی را با عنوان «اثر هنری به مثابه کالای هنری در مواجهه با امر تکنولوژیک» (۱۳۹۷)، در نشریه هنرهای زیبا-هنرهای تجسمی، به انجام رسانیده‌اند و در این مقاله، پژوهشگران به نفوذ تکنولوژی در هنر و کالایی شدن اثر هنری از طریق تولید انبوه و بازتولید مکانیکی به طرح موضوع پرداخته‌اند. در پژوهشی دیگر میرزایی به «تأثیر جهانی شدن بر مؤلفه‌های هویتی قالی‌های تبریز» (۱۳۹۸)، در نشریه باغ نظر، پرداخته و نتیجه گرفته است که در پی پیوستن قالی‌های معاصر تبریز به شبکه جهانی تجارت کالاهای فرهنگی در قالب پدیده جهانی شدن، مؤلفه‌های هویتی و سبک‌ساز این فرآورده دستباف ایرانی دچار التقاط شده‌اند. به طوری که مصادیق چنین پدیده‌ای در سه حوزه، مؤلفه‌های بصری، مؤلفه‌های فنی و مؤلفه‌های کاربردی قابل مشاهده‌است. پژوهش حاضر به لحاظ اینکه به آثار بازاری شدن در مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری فارس از منظر مطالعات فرهنگی پرداخته‌است، ضمن استفاده از یافته‌های پژوهش‌های پیشین، مستقل از این پژوهش‌ها دنبال شده‌است.

روش پژوهش

این پژوهش به لحاظ ماهیت موضوعی، روش جمع‌آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل داده‌ها از نوع پژوهش‌های کیفی است که به شیوه تحلیلی-توصیفی

به انجام رسیده است. داده های پژوهش با استفاده از منابع اسنادی و مشاهدات میدانی از بازارهای فرش، کارگاه های تولیدی و گفتگو با عوامل تولید و توزیع قالی ها جمع آوری شد. جامعه آماری نمونه تحقیق شامل ۱۴ تخته از قالی های عشایری استان فارس است که با توجه هدف تحقیق که همانا شناسایی مصادیق و آثار بازاری شدن در قالی های عشایری بود، به صورت هدفمند و غیر تصادفی و طی مشاهدات میدانی از بین قالی های بافته شده در جغرافیای استان انتخاب شدند.

مبانی فرهنگی قالی های عشایری فارس

دست بافته ها به عنوان صنایع دستی ایلی و تنها هنر- تجسمی عشایر محسوب می شوند که با هدف رفع و تأمین بخش مهمی از نیازها و ضروریات زندگی- عشایری (جنبه ی خودمصرفی) در گذشته و تا حدودی در شرایط کنونی بافته می شوند. در واقع جنبه کاربردی و بهره بردن از آن ها مهم ترین انگیزه و در حقیقت ماهیت و رسالت تولید این دستبافته ها است که جنبه ی زیباشناختی برجسته ای را نیز با خود همراه دارد (افروغ، ۱۳۹۴: ۹۸۲). در این بین جامعه عشایری استان فارس به عنوان یکی از بزرگ ترین جوامع عشایری ایران، تولیدکننده قالی هایی هستند که در گذشته نه چندان دور آیین تمام نمای فرهنگ این جوامع بودند. بافت این قالی ها توسط زنان قبیله و به عنوان بخشی از فعالیت روزمره آن ها صورت می پذیرد. به گونه ای که به جز پشم چینی، اکثر مراحل تولید یک قالی توسط بانوان انجام می شود. معمولاً در خانواده عشایری هر چقدر تعداد زنان و دختران بافنده بیشتری وجود داشت از دستبافته های بیشتر و سیاه چادر بزرگ تر نیز بهره مند بودند. در گذشته زنان عشایر عمدتاً به قصد مصرف خانواده و فرش کردن سیاه چادر و خیمه قالی می بافتند و تولید انواع زیرانداز، قالی و سایر دستبافته ها به منظور امرار معاش و فروش به خریداران رایج نبود. لذا در انتخاب طرح و نقش نیز از هیچ محدودیتی پیروی نمی کردند و تابع قواعد خاص و نقشه های مرسوم و رایج در بازار نبوده اند. این طرح ها از طبیعت، مظاهر فرهنگی و تاریخی و

جغرافیای پیرامون بافندگان که در طی مسافت های طولانی بین ییلاق و قشلاق با آن مواجه بودند الهام گرفته می شد. تصویر (۱) بافت طرح ها نیز عمدتاً به صورت حفظی بافی و یا با الهام از الگوهای کوچک تری که با نام واگیره، اورنک و یا دستور شناخته می شوند، صورت می گرفت. تصویر (۲). طرح و نقش برخی از قالی های اصیل عشایری از حافظه تاریخی و باورهای آیینی و فرهنگی نیز نشأت گرفته اند و تنها یک نقش ظاهری نیستند، بلکه دارای بطون و سطوح مختلف با معناهای نمادین و متعالی هستند. این نقش مایه های نمادین گذشته از ارجاع بلاواسطه خود به چیز دیگر دارای مضمون معنوی و درونی هستند که ذهن ژرف اندیش را از ظاهر نقش به حقایق رازآلود عرفانی در بطن آن راهبر می شوند (سوری، ۱۳۹۷: ۶۶). نام گذاری طرح های قالی های عشایری فارس نیز متناسب با منبع الهام آن ها و یا ساختار طراحی و ترکیب بندی نقوش صورت می پذیرد. برخی از رایج ترین طرح های اصیل عبارتند از، انواع طرح بته ای، خشتی، درختی، ناظم، حوضی و لچک ترنج. رنگرزی قالی های اصیل عشایری فارس نیز متناسب با ساختار زندگی عشایری با استفاده از رنگرهای طبیعت اطراف بافندگان از جمله استفاده از رنگرهای گیاهی از قبیل اسپرک، روناس، پوست گردو و حنا صورت می گرفت. از این رو عمده رنگ های استفاده شده در قالی های بافته شده نیز دارای منشأ طبیعی بودند. رنگ هایی چون انواع لاک، قهوه ای، کرم، آبی و طلایی از رایج ترین ترکیب های رنگی به کار رفته در قالی های عشایری فارس هستند. استفاده از برخی پشم های خودرنگ مانند قهوه ای و خرمایی نیز در بافت برخی دستبافته های عشایری فارس مرسوم بوده است. ظرافت بافت و ابعاد مورد نظر قالی ها، متناسب با کارکردهای مورد انتظار از آن ها متغیر است، به طوری که انواع مختلف قالی و گبه با رج شمار ۴۰ تا ۱۵ بافته می شدند. امروزه عمده قالی های تولیدی رج شماری مابین ۱۵ الی ۲۰ دارند. ابعاد قالی ها نیز به جهت محدودیت های فنی بافت و لزوم جابجایی مکرر دار قالی بافی عمدتاً کوچک پارچه بوده و کمتر از ۶ متر مربع مساحت دارند.



تصویر ۱- راست: قالی عشایری با طرح الهام گرفته از میراث فرهنگی و جغرافیای پیرامون. منبع: (نگارندگان)
تصویر ۲- چپ: واگیره یا اورنگ عشایری فارس که به عنوان الگو برای بافت قالی‌های بزرگ‌تر استفاده می‌شد. منبع: (نگارندگان)

دست‌بافته‌های اصیل عشایری فارس را می‌توان از جمله صنایع فرهنگی و خلاق محسوب کرد که به واسطه‌ی هویت زیبایی‌شناختی، نقوش و رنگ‌بندی از ماهیتی هنری برخوردار هستند. امروزه با اجتناب-ناپذیر شدن مبادلات کالایی میان جوامع گوناگون و با فرهنگ‌های متفاوت، کشورها سعی دارند پیوندهای فرهنگی و میانی شناختی و هویتی جوامع خود را نیز به همراه کالاها صادر و در معرض دید دیگران قرار دهند. زیرا از وقتی که افراد کالاهایی را برای رفع نیازهای خود تولید می‌کنند، این اشیا افراد را -هر چند به طور غیرمستقیم- به احتیاجات و فعالیت‌های دیگران پیوند می‌دهند، از این رو با مصرف این اشیاء در فرهنگ‌ها و اقوام دیگر، باز نمود فرهنگ اصلی در جامعه میزبان تا حدی مجسم می‌شود. هر چند آن‌ها تحت تأثیر سیستم مدرن جهانی از موطن اصلی خود جدا افتاده باشند (Helfgott, 1994: 1). قالی‌های عشایری فارس نیز به‌عنوان یکی از شاخص‌ترین آثار فرهنگی صادراتی کشور بازتاب‌دهنده اندیشه‌ها، باورها و هویت فرهنگی جوامع تولیدکننده می‌باشند. بنابراین لازم است تا با مطالعه مؤثر محرک‌های تغییر و مصادیق این تغییرات را شناسایی و از این آثار فرهنگی به‌عنوان رسانه‌ای قدرتمند و تأثیرگذار در مبادلات بین فرهنگی بهره جست. از منظر فرهنگی تولید کالا همانند یک فرآیند فرهنگی و آگاهانه است. تولید -کالا- نه تنها باید به لحاظ مواد اولیه مانند اشیاء باشد،

بلکه به لحاظ بازار فرهنگی باید حامل یک نوعی از هویت نیز باشد (Kopytoff, 2011: 64). غلبه مقاصد تجاری و سودجویانه قالی‌های عشایری در دوره معاصر با پیش‌فرض جلب رضایت مخاطب باعث انحرافات متعددی در طرح و نقش و رنگ این قالی‌ها شده‌است. سازوکارهای بازاری شدن سعی دارند قالی‌های عشایری فارس را از بستر فرهنگی خود جدا و به ابزاری برای سوداگری‌های مالی فارغ از ارزش‌های فرهنگی مبدل سازند. این فرآیندها باعث تأثیرگذاری بر ذهن بافندگان شده‌است. ادامه این روند، تحقق کارکردهای مورد انتظار از قالی‌های اصیل عشایری را به‌عنوان نمونه شاخص کالای فرهنگی دچار چالش جدی خواهد ساخت. لذا با توجه به اهمیت حفظ مصادیق فرهنگی جوامع بومی، می‌توان با شناسایی عوامل مؤثر در تحولات قالی‌های عشایری فارس و نارسایی‌های احتمالی موجود، زمینه‌های لازم جهت تصمیم‌گیری مناسب مسئولان در این خصوص را فراهم ساخت.

عوامل بازاری شدن

قالی‌های عشایری فارس ضمن ارائه سبک زندگی و ارزش‌های بومی و قومی جهت رفع نیازهای زندگی روزمره عشایر تولید می‌شدند و از پشتوانه فرهنگ -بومی و جمعی منطقه برخوردار بودند. این تولیدات به تدریج و با تغییر سبک زندگی کوچ‌نشینی عشایر به اسکان و یک‌جانشینی، جنبه اقتصادی به‌دست‌آورد. از تولیداتی که به نوعی در اقتصاد خانواده‌های عشایری نقش دارد، تولید دست‌بافته‌ها است. گر چه بافنده‌ی کوچ‌رو در اصل دست‌بافته‌ها را به منظور دادوستد تولید نمی‌کرد، اما در مواقع ضرورت، به منظور کمک به اقتصاد خانواده، تولیدات خود را به فروش می‌رساند که این مهم بعد از یک‌جانشینی برای بعضی از خانواده‌ها به منبع درآمدی مهم بدل شد (رحمانی و مقنی‌پور، ۱۳۹۸: ۶). قالی‌بافی از گذشته با زندگی اقوام کوچ‌نشین آمیخته شده و امروزه بخشی از نیازهای زندگی عشایر و منبع درآمد آنان محسوب می‌شود. در سال‌های اخیر به واسطه القای سلیقه بازار به بافندگان عشایر توسط کارفرمایان و تولیدکنندگان،

تحولاتی نظیر ارتباط با جامعه روستایی و شهری و تغییر در روش تولید قالی‌های‌شان گردیده‌است. عشایر به دلیل تمایل به اسکان در روستا و مناطق یک-جانشین، فراهم شدن اوقات فراغت بیشتر در شیوه زندگی یک‌جانشینی، کم شدن فعالیت دامداری در زندگی‌شان، ایجاد ارتباط با سایر شهرستان‌ها و تعاملات فرهنگی و اجتماعی به قالی‌بافی به‌عنوان یک شغل و منبع درآمد می‌نگریستند. یک‌جانشین شدن عشایر، با ایجاد تغییرات عمیق، جنبه‌های مختلف زندگی عشایر را تحت‌تأثیر قرار داده‌است. اسکان و یک‌جانشینی عشایر موجب می‌شود شکل سنتی مشاغل و فعالیت‌های اقتصادی در بین عشایر کاملاً متحول شود. با شکل‌گیری شرایط جدید اقتصادی، اقتصاد خودکفا و نیمه‌خودکفای عشایر به اقتصاد وابسته و پولی تبدیل شده‌است که این وابستگی اقتصادی در حال حاضر به سایر زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی آنان نیز سرایت کرده‌است (شهرکی و عابدی-سروستانی، ۱۳۹۱: ۵). از این روی زنان بافنده به جهت رفع نیازهای اقتصادی و مالی خانواده با صرف وقت بیشتر و با قصد فروش و دریافت دستمزد به تولید قالی می‌پردازند.

مجاورت عشایر با جامعه صنعتی و شهری

اسکان و تغییر در شیوه زیست عشایر و در پی آن مواجهه با جامعه صنعتی و شهری قالبیابی برای عشایر یک ضرورت و نیاز اقتصادی محسوب می‌شود. در سال‌های اخیر حضور عوامل جامعه صنعتی در زندگی عشایر موجب تحولات و تغییرات چشمگیری در قالی-بافی عشایر گردید. از جمله نتایج و تأثیرپذیری تولیدات عشایر از پدیده‌های مصرف‌گرایی، نفوذ نظام سرمایه‌داری، تجاری‌شدن تولیدات و ارتباط با شهر، می‌توان به مواردی نظیر اولویت قرار دادن سلیقه مخاطب و بازار در نقوش قالی اشاره کرد که بر اثر نفوذ عناصر جامعه صنعتی بر تولیدات قالی‌های عشایر رخ داده‌است. با حضور عناصر جامعه صنعتی در زندگی عشایر که خود از نتایج اجرای دو طرح اسکان اجباری و اصلاحات ارضی و نیز رواج آموزش عشایری بود،

مظاهر پدیده بازاری شدن در مؤلفه‌های بصری و فرهنگی قالی‌های تولیدی آشکار شده‌است. عناصری نظیر نقش، طرح و رنگ‌بندی در زمره مؤلفه‌های بصری قالی‌ها هستند و چنین عناصری در قالی‌های عشایری برگرفته از اقلیم، افکار، هویت، خلاقیت، فرهنگ و شیوه‌زیست بافندگان است. اما در سال‌های اخیر مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری فارس به جهت مواجهه با پدیده‌های تجاری‌شدن و بازاری‌شدن دچار تغییرات بسیاری شده‌است.

مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری متأخر، دائم در معرض تغییرات هستند و ممکن است بر اساس تغییر سلیقه خریداران و نیاز بازار تغییرات پیش‌بینی نشده-ای داشته باشند. چنین تحولاتی در مؤلفه‌های بصری مانند تغییر در رنگ قالی‌ها، ورود نمادها، نشانه‌ها، نقوش غیربومی و رواج نقشه‌های چاپی و آماده در پی یک‌جانشینی و ارتباط با شهرستان‌های مجاور از آثار و مصادیق بازاری‌شدن در فرش‌های عشایری فارس می-باشند. این امر که برگرفته از نیاز جامعه بازار بوده و با معیارهای سنتی و اصیل فرهنگ بافندگان بیگانه‌اند، آگاهانه و عمدتاً توسط عوامل تولید قالی‌ها در میان بافندگان عشایری رواج یافته‌است. سهولت در ایجاد ارتباط بین تولیدکنندگان و خریداران قالی با بافندگان عشایر، از جمله عواملی است که در سال‌های گذشته منجر به تغییر در مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری شده‌است. یکی از مهم‌ترین مقولات مورد توجه در حوزه جامعه‌شناسی هنر، مقوله تولید آثار است. فرآیند دریافت ایده و سپس تحقق بخشیدن به آن تولید نامیده می‌شود. شناخت زمینه‌های مؤثر در تولید از آن رو اهمیت دارد که نه تنها بازتاب محیط اجتماعی در شخصیت هنرمند و خود اثر هنری قابل مشاهده است، بلکه الهامی که در او به صورت یک فرم بیرونی فوران می‌کند در همان محیط اجتماعی جریان دارد (گریوانی و آشوری، ۱۳۸۶: ۱۲۶).

تغییر شیوه‌زیست و یک‌جانشینی عشایر

عشایر کوچ‌رو در سال‌های اخیر به واسطه اسکان و یک‌جانشینی، سبک زندگی‌شان دستخوش تغییر و

تولید فرش چهره جدیدی به خود گرفت و در اثر آموزش عشایری و تولید تجاری، سنت‌های نقش-پردازی و بافندگی طوایف و تیره‌های مختلف ادغام گردید (گریوانی و آشوری، ۱۳۸۶: ۱۲۵). با تأثیر مشغله‌های زندگی صنعتی و ماشینی به زندگی عشایری، تغییر در انگیزه و قصد تولید در بافندگان، تلاش جهت رسیدن به سود و درآمد بیشتر و ادغام سنت‌های نقش‌پردازی ایلات و طوایف مختلف، تولیدات قالی عشایر با رویه تولید تجاری شکل نوینی به خود گرفت.

پس از تجاری و بازاری شدن قالی عشایری و پذیرش هر گونه سفارش از سوی کارفرما و جامعه بازار، آنچه بیشتر از همه تحت تأثیر چنین شرایطی قرار گرفت، انگیزه تولید بود که بر سایر جنبه‌ها تأثیر گذاشت. بازار فرد را زیر سیطره نیروی نازدودنی عرضه و تقاضا و حاکمیت پول و سود می‌برد. بازار جانشین افراد می‌شود و آن‌ها را از مناسبات اجتماعی و فرهنگی پر بار محروم می‌کند و به ماشین حساب‌هایی بی‌توش و توان مبدل می‌سازد و حتی بدتر از آن به صورت ابزاری در می‌آورد که برای هدف‌های اقتصادی دیگران مورد محاسبه و برنامه‌ریزی قرار می‌گیرند (اسلیتر و تونکس، ۱۴۰۰: ۶۳). بنابراین قالی‌های سفارشی و بازارپسند با ترکیب سنت‌های قالی‌بافی دیگر مناطق شهری و روستایی بسیاری از خصوصیات بارز خود نظیر اصالت، خلاقیت و هویت را از دست می‌دهند و بر اساس چنین عواملی می‌توان قالی‌هایی با نام عشایری فارس در بازار را با ویژگی‌های مشابه قالی‌های مناطق ساکن و یک‌جانشین طبقه‌بندی نمود. تصویر ۳ نمونه-ای از قالی طرح وینتیج^۱ در مرحله بافت بر دار قالی بافنده عشایر قشقایی است که وی بر حسب سفارش از سوی کارفرما بافت قالی با نقشه موردپسند بازار را پذیرفته‌است. این قالی که بنابر سلیقه مخاطب امروزی و نیاز بازار طراحی شده‌است، با خلاقیت ذهنی بافنده و اصول نقش‌پردازی قالی‌های اصیل عشایر فارس بسیار فاصله دارد. اما تنها به این دلیل که توسط بافندگان عشایر بافته شده‌است با نام قالی عشایری فارس در بازار مطرح و فروخته می‌شود. در چنین

شرایطی که دیگر قالی‌بافی برای عشایر جنبه خودمصرفی ندارد و صرفاً به‌عنوان یک شغل محسوب می‌شود، تکرار مداوم این حرفه در پی بی‌انگیزگی و اجبار بافت به کاری وقت‌گیر و رنج‌آور تبدیل می‌شود و این رویه موجب کاهش انگیزه بافندگان در حفظ کیفیت قالی گردیده و به تبع این کاهش کیفیت، معضلاتی در بخش داخلی و صادرات قالی عشایری ایجاد شده‌است.



تصویر ۳- قالی عشایرباف فارس با رنگ‌بندی و نقوش بازارپسند (وینتیج). منبع: (نگارندگان)

نفوذ سلیقه کارفرمایان بر بافندگان

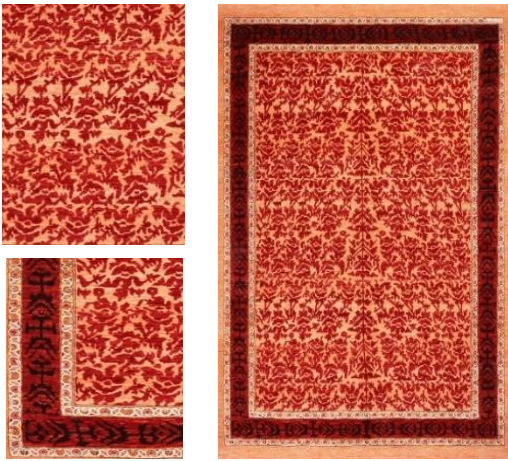
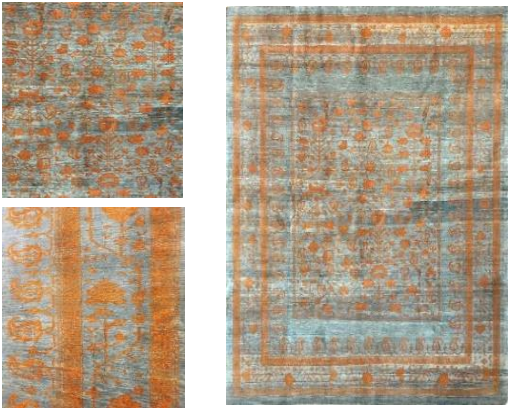
با نفوذ قدرت جامعه صنعتی و نظام سرمایه‌داری بر زندگی عشایر، در سال‌های اخیر دیگر بافت قالی توسط بافندگان عشایر جنبه خودمصرفی ندارد و تابع سفارش و دستوراتی‌اند که از جانب تولیدکننده دریافت می‌کنند. این امر موجب رواج تولید قالی با نقشه‌های سفارشی توسط عشایر گردیده‌است. قالی‌های عشایری به دلیل گسترش مناسبات پولی، کالایی و دادوستد به بازار راه یافته و به منبع درآمد و اشتغال عشایر تبدیل شده‌است. با رواج تولیدات تجاری، رشد چشم‌گیر فعالیت دلالان، تجار و واسطه‌ها استفاده از نقوش جدید و بازارپسند در بین بافندگان عشایر رایج شد. این روند در پی سهولت ارتباط عشایر با شهرستان‌های مجاور، تأسیس کارگاه‌های تولیدی و اعمال سیاست‌های سلطه‌جویی نظیر مصرفی کردن جامعه عشایری در مناطق قالی‌بافی استان فارس رخ داده‌است که این امر در سال‌های اخیر موجب بازاری شدن تولیدات عشایر و در پی آن مهجور ماندن نقوش

رواج نقشه‌های آماده

مايل توليدكنندگان به استفاده از نقشه‌های آماده و چاپي نيز سبب رواج نقشه‌های آماده جهت بافت در مناطق عشائري گرديده‌است. هر چند كه نقشه‌های آماده برگرفته از نياز جامعه بازار بوده و با معيارهای سنتي و اصیل فرهنگ بافندگان عشائر منافات دارد، اما در دهه‌های اخير توسط توليدكنندگان قالی‌های عشائري استفاده از نقشه‌های چاپي و آماده نيز در ميان بافندگان عشائر بسيار رايج و متداول شده‌است. نقشه و آرايه از ارکان اساسي توليد فرش هستند و فاکتورهای مهم و تعيين‌کننده‌ای برای محاسبه ارزش مادي و غيرمادي يك فرش به حساب می‌آیند. تأمین و استفاده از نقشه‌های نوآورانه و تقاضا محور از جمله مسائل مهمی است كه بافندگان فرش با آن روبه‌رو هستند و در توليد، بهره‌وري و درآمد آن‌ها تأثیرگذار است (احمدی‌فرد و کرمی‌دهکردی، ۱۳۹۵: ۱۱۹). امروزه اغلب بافندگان در روستاها و مناطق عشائري با هدف فروش و در قبال دریافت دستمزد سفارش، بافت قالی را انجام می‌دهند. به همین دلیل نقشه‌های چاپي كه توسط طراحان آماده می‌شود، جایگزین روش حفظی‌بافي و ذهنی‌بافي عشائر كه در گذشته مرسوم و متداول بود گرديده‌است. لذا بافندگان عشائر برای افزایش کیفیت فرش توليدي، بازارپسندی بیشتر و کسب سود بیشتر به نقشه‌هایی نیازمند هستند كه برخی از اصول مهم در طراحی در آن‌ها رعایت شده باشد. در حقیقت، طرح و نقشه كه از اصلی‌ترین عوامل مؤثر در زیبایی‌های فرش ایران است، ویژگی‌هایی دارد كه رعایت آن‌ها سبب ایجاد تصویری زیبا در ذهن مخاطب می‌شود (همان: ۱۲۱). ترویج استفاده از نقشه‌های چاپي و آماده كه اغلب نيز توسط طراحان قالی بیگانه با فرهنگ تصویری عشائر فارس در داخل و خارج از استان تهیه می‌شوند، باعث به حاشیه رانده شدن طرح‌ها و نقوش اصیل و فراموشي تدريجي این نقشه‌ها شده‌است. به گونه‌ای كه در مصاحبه با بافندگان جوان‌تر عدم شناخت آنان از آرايه‌های تصویری سنتي و كهن ایل آشكار می‌شد.

اصیل قالی‌های عشائري گرديد. در سال‌های اخير كارفرمایان و توليدكنندگان بر توليدات عشائر نفوذ و تسلط بسیار بالایی داشته‌اند. به گونه‌ای كه در شیوه كارفرمایی، بافندگان در انتخاب نوع نقشه و اندازه فرش دخالت چندان نداشتند. همچنین، با توجه به تعداد بافندگان موجود در هر خانوار، اندازه فرش را كارفرما تعیین می‌کرد. رج‌شمار در فرش‌های توليدي به شیوه كارفرمایی بالا بود و از نقشه‌های به‌روزتر، كه غالباً تعداد رنگ بیشتری نيز داشت، استفاده می‌شد (احمدی‌فرد و کرمی‌دهکردی، ۱۳۹۵: ۱۳۵). لذا با نفوذ عواملی نظیر سلطه بازار و توليدكننده بر بافندگان، تبدیل شدن قالی‌بافي به يك كار اجباري و خسته‌كننده جهت امرار معاش، دریافت دستمزدی جزئی، دستور گرفتن و نظارت مداوم از سوی كارفرما نيز خلاقیت، ذوق و قریحه بافنده را سرکوب نموده و در نتیجه بافنده عشائر به يك دستگاه بافندگی تبدیل می‌شود كه باید طبق دستور و معيارهای كارفرما قالی توليد كند. در این شرایط هنرمند بافنده دیگر خالق اثر هنري نیست، بلكه در حقیقت او به يك تكنسین تبدیل شده‌است كه صرفاً اثر را می‌سازد. با ورود نقوش جدید به حوزه قالی‌بافي عشائر، علاوه بر اینکه موجب تغییر و دگرگونی در گستره نقش‌مایه‌های عشائر گشت، منجر به فراموشي و مهجور ماندن خلاقیت‌های ذهنی و بداهه‌سازی‌های زنان بافنده عشائر شد. برخی از نگاره‌ها و نقوش كهن عشائري كه از هنر بی‌مانند بافندگان عشائر كوچرو سرچشمه می‌گرفت، در طی سال‌های گذشته بنابر سلیقه بازار تغییر کرده‌اند و بخشی از این نقوش به کلی كنار گذاشته شده‌اند. امروزه قالی‌هایی مانند تصاویر مندرج در جدول ۲ در بازار تحت سفارش و با نظارت كارفرمایان محلی و یا غیربومی توليد و به نام قالی عشائري فارس به فروش می‌رسد كه با طرحی مدرن و به دلیل عدم پایبندی به نقوش و رنگ‌بندی اصیل قالی‌های عشائري، كمترین نقش و نگاره از طرح‌های اصیل و سنتي قالی عشائر فارس را به همراه دارد.

جدول ۲- قالی تولید عشایر قشقایی و عدم پابندی به نقوش اصیل قشقایی. منبع: (نگارندگان)

ردیف	نام اثر	تصویر	توضیحات
۱	افشان زمینه مسی		طبق سفارش بازار و با طراحی و رنگ مدرن، کمترین میزان پابندی به نقوش و طرح‌های اصیل و سنتی قالی عشایر فارس را به همراه دارد. تولید عشایر قشقایی ساکن در شهر فیروزآباد. رج‌شمار ۳۵ ابعاد ۲۵۵*۱۶۵ سانتی‌متر
۲	بوته‌دار زمینه طلوسی		قالی با طرح و رنگ مدرن طبق سفارش کارفرمایان غیربومی. رج‌شمار ۳۵ ابعاد ۲۳۰*۲۰۰ سانتی‌متر

آثار بازاری شدن

امروزه توجه به سلیقه و نیاز مخاطب و مشتری از ارکان‌های طراحی نقشه فرش محسوب می‌شود و از دیدگاه جامعه بازار طرح و نقشه قالی باید از لحاظ ابعاد، رنگ و طرح براساس سلیقه و نیاز مشتری و در راستای جلب رضایت وی باشد. در چند دهه اخیر با اولویت قرار دادن سلیقه مخاطب و بازار در بافت نقوش قالی و نفوذ عناصر جامعه‌صنعتی بر تولیدات قالی‌های عشایر، تأثیر عوامل فناوریانه بر این تولیدات و آگاهی و شناخت از شیوه‌های بهتر و نوین تولید قالی، موجب تغییراتی در روش‌های سنتی تولید قالی‌های عشایری گردیده‌است. در شرح این گونه تغییرات، می‌توان به

مواردی نظیر استفاده از کاغذهای شطرنجی و انواع کاغذهای نقشه فرش و در قالب عناصر فناوریانه نیز ورود نرم‌افزارهای پیشرفته طراحی و رنگ‌آمیزی به حوزه طراحی قالی اشاره کرد. تأثیر نقشه‌های آماده با روش‌های طراحی و رنگ‌آمیزی نوین را می‌توان در طراحی قالی‌های عشایری سال‌های اخیر موجود در بازار مشاهده کرد. بافندگان روستایی به روش‌های مختلفی نقشه مورد نیاز خود را تأمین می‌کنند. ولی برای افزایش کیفیت فرش تولیدی، بازارپسندی بیشتر و کسب سود بیشتر به نقشه‌هایی نیازمند هستند که برخی از اصول مهم در طراحی در آن‌ها رعایت شده باشد (همان: ۱۲۱).

شده است و تمایل بافندگان به بافت طرح‌های قرینه را برانگیخته است. تغییر در طرح‌های اصیل و نامتقارن قالی‌های عشایری هنگامی رخ داد که تولید قالی از منازل و سیاه‌چادرها به کارگاه‌های قالی‌بافی انتقال یافت و پس از آن با تسهیل در رفت و آمد عشایر به شهر شیراز و ایجاد ارتباط با سایر تولیدکنندگان نیز موجب آشنایی و شناخت مستقیم و غیرمستقیم بافندگان با سلیقه مشتری، نیاز بازار و مشاهده قالی‌هایی با طرح قرینه در بازارهای شهر گردید. ورود طراحان آموزش دیده و دانش‌آموختگان فرش در منطقه موجب گردید بافندگانی که تا آن زمان قالی‌ها را به شکل نامتقارن می‌بافتند، با نقشه‌های متقارن یک‌دوم و یک‌چهارم و قرینه‌سازی طرح‌های گردان شهری آشنا شوند که این امر تمایل بافندگان به تغییر ترکیب‌بندی نقوش و در نتیجه سرعت بخشیدن به فرآیند قالی‌بافی را به همراه داشت. در تصویر ۴ بافت قالی طبق نقشه یک‌دوم طولی توسط بافنده عشایر فارس توسط بافنده عشایر طایفه کشکولی ساکن در حومه شهر شیراز بافته شده است. همچنین در تصویر ۵ قالی طبق نقشه یک‌چهارم توسط بافنده عشایر طایفه کشکولی ساکن در حومه شهر شیراز بافته شده است. بافت هر دو نمونه بر اساس سفارش تولیدکننده صورت پذیرفته است.



تصویر ۵- قالی بافت عشایر
قشقایی، نقشه یک‌چهارم.
منبع: (نگارندگان)

تصویر ۴- قالی بافت عشایر
قشقایی، نقشه یک‌دوم
طولی. منبع: (نگارندگان)

از این‌روی نقوش نامتقارن، ذهنی و متراکم که در گذشته به صورت غیرمنتظم در قالی‌های عشایری فارس نمود پیدا می‌کرد، امروزه با توجه به سلیقه مشتری و جامعه بازار با رعایت اصول قرینه‌سازی و تناسب به صورت کاملاً قرینه و متوازن در نقشه‌های کامپیوتری تولید می‌شوند. چنین سبک‌های جدیدی با استقبال طراحان، بافندگان و تولیدکنندگان قالی مواجه گردید و در نتیجه منجر به جایگزینی شیوه‌های نوین به جای روش‌های سنتی طراحی و رنگ‌آمیزی قالی شد. در جدول ۳ یک نمونه نقشه کامپیوتری قرار دارد که براساس این نقشه، قالی مندرج در جدول توسط عشایر اسکان یافته طایفه کشکولی ساکن در شهر فیروزآباد فارس با ابعاد ۱۰۵*۱۵۸ سانتی‌متر بافته شده است. چنین نقشه‌هایی که دارای جنبه بازارپسندی‌اند، غالباً در انحصار تولیدکنندگان هستند و آن‌ها با توجه به شناخت از سلیقه بازار این گونه نقشه‌ها را در اختیار بافندگان عشایر قرار می‌دهند. بافنده عشایر تنها در صورتی قادر است به نقشه‌های بازارپسند دسترسی داشته باشد که در ازای دریافت سفارش و به صورت مزدی برای کارفرما قالی بافته باشد. با ورود تکنولوژی از طریق نقشه‌های کامپیوتری به حوزه قالیبافی عشایر، به علت تداول استفاده از نقشه‌های آماده گستره خیال‌پردازی و توانایی ذهنی-بافی بافندگان در نقش‌پردازی قالی کمتر شده است. لذا تمرکز بافنده اغلب در جهت دقت در اجرای صحیح نقشه و کیفیت بافت معطوف است و در راستای ابداع و آفرینش طرح و نقش جدید قدرتی ندارد.

ظهور نقشه متقارن و غیربومی

رواج نقشه‌های جدید قالی در مناطق عشایری توسط تولیدکننده‌ها، پس از مدتی ماندگاری این نقوش در تولیدات عشایری را سبب گردیده است. از نمونه طرح-های رایج سال‌های اخیر قالی عشایری، عمدتاً همان نقوش اصیل قالی‌های عشایری است اما با ترکیب نقوش منتظم که امروزه بنابر سلیقه بازار و مخاطب، برخلاف گذشته که نقوش اصیل به صورت غیرمنتظم و نامتقارن بود، به صورت کاملاً قرینه و منتظم رایج

جدول ۳- نقشه آماده و قالی تولید شده براساس نقشه مندرج در جدول. منبع: (نگارندگان)

نام اثر	تصویر	توضیحات
نقشه ذرع و نیم زمينه لاکی		نقشه کامپیوتری قالی عشایری ارس موجود در بازار
قالی ذرع و نیم بافت عشایر فارس		قالی تولید شده توسط بافنده عشایر فارس بر اساس نقشه کامپیوتری مندرج در ردیف ۱. رج‌شمار ۳۵. ابعاد ۱۰۵*۱۵۸ سانتی-متر



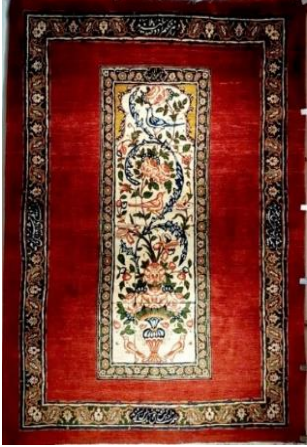
تصویر ۶- طرح واگیره گردان، بافت ایل قشقایی. منبع: (نگارندگان)

نقوش و عناصر طبیعت‌پردازانه

طرح‌هایی که از فرهنگ غالب جامعه‌بازار نشأت می‌گیرد، همواره با نشانه‌های فرهنگ عشایری در قالی‌های اصیل و سنتی آن‌ها متفاوت است. به نحوی که نقش‌مایه‌های به‌کاررفته در بسیاری از قالی‌های سفارشی از بازنمایی آن نقوش تجریدی دو بُعدی و انتزاعی قالی‌های اصیل عشایری فاصله گرفته‌اند. از جمله طرح‌های رایج در قالی‌های نوبافت عشایر، نگاره‌های طبیعت‌پردازانه است. روش طبیعت‌پردازانه این دست‌بافته‌ها، در مقابل بازنمایی ساده، تجریدی و دو بُعدی قالی‌های اصیل عشایری قرار دارد. نگرش طبیعت‌پردازانه و واقع‌نگاری به دلیل نفوذ سلیقه

از دیگر مصادیق دگرگونی و تحول در طرح و نقش قالی‌های عشایری فارس می‌توان به تغییر در ساختار طراحی قالی‌ها اشاره کرد. در گذشته نقوش قالی‌ها بنابر انتخاب زنان بافنده عشایر صورت می‌پذیرفت و تنها سلیقه ایشان در نوع نقش و رنگ قالی تعیین‌کننده بود. چنان که نقوش قالی‌های عشایری ذهنی، متراکم، هندسی، نامتقارن و فاقد خطوط منحنی بافته می‌شد. مهم‌ترین شاخصه این نقوش، پرهیز از به‌کاربردن هر گونه فرم دایره‌ای و خطوط منحنی است که یکی از دلایل انتخاب بافت هندسی، آسان بودن عمل بافت است زیرا بافت اشکال منحنی، نیاز به دانش بیشتر دارد. این هندسه‌گرایی، از نخستین تجربه‌های انسان در آغاز جوامع بدوی و کوچ‌رو می‌باشد (شهرکی و عابدی‌سروستانی، ۱۳۹۱: ۶۶). اما امروزه قالی‌ها برطبق سلیقه بازار و خواست مشتری با

جدول ۴- قالی‌های عشایرباف با نقوش طبیعت‌پردازانه و واقع-گرایانه. منبع: (نگارندگان)

نام اثر	تصویر	توضیحات
قالی مشهور به نام: گل و مرغ		تولید عشایر ایل- قشقایی ساکن در حومه شهر شیراز، ابعاد ۲۷۵*۲۲۰ سانتی‌متر.
قالی مشهور به: گل پتو یا گل‌فرنگ		قالی عشایرباف قشقایی، تولید عشایر ایل قشقایی ساکن در شهر فیروزآباد، ابعاد- ۳۱۰*۲۳۰ سانتی‌متر.
قالی‌کناره، مشهور به: گل و بوته یا گل‌فرنگ		قالی‌کناره تولید عشایر ایل قشقایی ساکن در شهر فیروزآباد، ابعاد ۴۴۵*۹۲ سانتی‌متر.

جامعه بازار و مخاطب در فرهنگ غالب جامعه است. گرایش به این رویکرد هنری که از محافل آکادمیک و زیر نظر هنرمندان نقاش شروع شد، رفته‌رفته به مردم کوچه و بازار نیز کشیده شد، تا جایی که بعد از گذشت سال‌ها و دگرگونی نگرش درآکادمی‌ها و نیز ایجاد تحولات گونه‌گون در عرصه‌های مختلف هنری نزد هنرمندان غربی و ایرانی، هنوز علاقه به طبیعت-نگاری از سلاقی غالب مردم به شمار می‌رود (سجودی و تاکی، ۱۳۹۲: ۲۱۲). گل‌های بافته شده در قالی‌های سفارشی که با شیوه بازنمایی طبیعت و روش طبیعت-نگاری هستند، هیچ‌گونه همگونی و مشابهت با گل‌های مرسوم و متداول قالی‌های عشایری ندارد. در این قالی‌ها نقوش و نگاره‌ها از حالت دوبعدی و انتزاعی خارج شده و با ایجاد تنوع در شکل گل‌ها در زاویه‌های متعدد دیده می‌شود. در قالی‌های مندرج در جدول ۴ گل‌ها و برگ‌ها به منظور بازنمایی هر چه طبیعی‌تر شدن به صورت طبیعت‌گرایانه و با سایه‌پردازی‌های دقیق اجرا شده‌است که بسیار به طبیعت‌پردازی واقع-گرایانه نزدیک می‌شوند و یادآور گل‌های روی گوبلن-ها، نقوش کاشیکاری‌های سنتی و تابلوهای گل‌ومرغ هستند. نقوشی که هرگز در شیوه نقش‌پردازی قالی عشایر فارس مرسوم و متداول نبوده‌است. لذا چنین نقوشی در قالی‌های عشایر نشانه‌ای مبرهن مبنی بر نفوذ قدرت و سلطه جامعه بازار بر این دستبافته‌های اصیل است. علاوه بر تفاوت‌هایی که روش طبیعت-نگاری در قالی‌های عشایری پدید آورده، استفاده از نقوش و نگاره‌هایی که برگرفته از نیاز جامعه شهری و سلیقه بازار نشأت گرفته، آشکارا نقوش قالی‌های اصیل عشایری را از هویت خویش دور ساخته و آن را به کالایی بازاری در فرهنگ جامعه شهری تبدیل کرده-است.

رواج نقشه‌های نوظهور

در سال‌های گذشته تغییرات چشمگیری در طرح و نقشه قالی‌های عشایری ایجاد شد که این تحولات بر اساس تقاضای بازار و بر حسب سلیقه مخاطب پیش می‌رود. به گونه‌ای که نقش‌مایه‌ها و طرح‌های اصیل و سنتی عشایری بر حسب خواست بازار و توسط تولیدکنندگان به صورت پیش‌رونده‌ای دچار تقلید، بدعت، کپی‌برداری و سبک‌پردازی نوین شده‌است. امروزه طرح‌هایی همچون نقشه عشایری وینتیج، نقشه قالی‌های عشایری با رنگ‌آمیزی مدرن، طرح پتینه، تلفیق نقشه‌های گردان و عشایری و نقوشی که با ماهیت نگاره‌های اصیل عشایری بیگانه‌اند و هیچ‌گونه نشانه‌ای از نقوش عشایری فارس را ندارند، توسط بافندگان عشایر تولید و عرضه می‌شوند تا خواسته‌های مشتریان، خریداران و سلیقه جامعه بازار را برآورده نمایند. در جدول ۵ یک نمونه قالی عشایرباف با نقشه وینتیج قرار دارد که بافنده براساس سلیقه مخاطب و بازار چنین سفارشی را پذیرفته‌است. بافت این قالی توسط عشایر ایل قشقایی انجام شده‌است. تحریک نیاز در مخاطبان با طرح‌های جدید و تبلیغات مؤثر، باعث ایجاد تقاضا می‌شود. در نتیجه، کنش‌گران بازار می‌توانند طرح‌های جدید را به هنرمندان سفارش دهند و بدین وسیله طرح جدیدتر وارد بازار می‌شود. بنابراین، طرح‌های جدید و استفاده از خلاقیت در طرح فرش باعث استقبال مصرف‌کنندگان و توسعه مصرف فرش دستباف خواهد شد (احمدی‌فرد و کرمی‌دهکردی، ۱۳۹۵: ۱۲۲). در سال‌های اخیر بر اساس سفارش تولیدکنندگان قالی‌های بسیاری به نام عشایری و ایلپاتی تولید و سپس وارد بازار شده‌اند که غالباً در ظاهر طرح و نقشه‌ای هندسی و ایلپاتی دارند اما از آن اصالت نقوش کهن عشایری کمتر بهره‌مند هستند و اکنون نقشه قالی‌های عشایری بیانگر سلیقه، خواست و نیاز بازار هستند تا اینکه نشان‌دهنده هویت، اصالت و خواستگاه تولید قالی‌های عشایری باشند.

جدول ۵- نقشه نوین با نام وینتیج عشایری تولید عشایر فارس.
منبع: (نگارندگان)

نام اثر	تصویر	توضیحات
وینتیج		نمونه‌ای از قالی طرح وینتیج در مرحله بافت بر دار قالی.
قالی عشایرباف		بافت قالی بر اساس نقشه مدرن وینتیج عشایری تولید عشایر قشقایی طبق سفارش تولیدکننده. ابعاد ۱۸۳*۱۰۵ سانتی‌متر



تصویر ۷- قالی عشایرباف طرح خورشید و گل، ویژه اتاق کودک.
منبع: (نگارندگان)



تصویر ۸- راست: قالی کف ساده و زمینه سفید، عشایری بافت. منبع: (نگارندگان)

تصویر ۹- چپ: قالی افشان، زمینه بژ، عشایری بافت. منبع: (نگارندگان)

جذب کرده و کثیف دیده می‌شد و عشایر نیز شرایط شست‌وشوی مداوم قالی را نداشتند. لذا بافندگان جهت مفروش کردن محل زندگی خویش به قالی‌هایی با رنگ تیره علاقه بیشتری نشان می‌دادند. اما در سال‌های اخیر بنابر سفارش بازار و رنگ‌بندی چیدمان نوین منازل شهری، قالی‌هایی با زمینه روشن توسط بافندگان عشایر فارس تولید می‌شود. در تصویر (۸) قالی زمینه سفید، که در نزد عشایر با نام «کف ساده» خوانده می‌شود، تک حاشیه و با ابعاد ۲۳۲*۱۴۶ سانتی‌متر توسط بافنده عشایر ایل قشقایی ساکن در شهر فیروزآباد بنابر سفارش و سلیقه بازار بافته شده‌است بدین جهت رنگ‌های موردپسند و باب‌سلیقه سفارش‌دهندگان شهری با رنگ‌آمیزی طبق چیدمان نوین منازل امروزی متداول گشت و بافندگان ناگزیر به تولید قالی‌هایی طبق سلیقه و ذائقه مشتریان و معیارهای بازارپسند روی آوردند. از دیگر رنگ‌های سفارشی که در سال‌های اخیر از سوی تولیدکنندگان به بافندگان عشایر ابلاغ می‌شود، قالی‌هایی با رنگ زمینه بژ و بنابر اصطلاح رایج میان تولیدکنندگان رنگ‌نسکافه‌ای است. زیرا از سوی مشتریان و جامعه بازار بسیار مورد استقبال قرار می‌گیرد. تصویر (۹) قالی با طرح یک‌دوم و فاقد حاشیه، در نزد عشایر با نام «افشان» مطرح است، با زمینه‌ای به رنگ بژ یا نسکافه‌ای، تولید عشایر ایل قشقایی ساکن

با رواج نقشه‌های نوظهور توسط تولیدکنندگان، برخی از قالی‌های عشایری از نقش‌مایه‌های مصنوعات بازاری و مخصوصاً قالی‌های ماشینی اقتباس کرده‌اند. در تصویر ۷ قالی تولید عشایر ایل خمسه ساکن در شهر مرودشت، بدون حاشیه و با نقش‌مایه خورشید و گل به شیوه تصویرسازی‌های آثار کودک با ابعاد ۲۱۰*۱۸۰ سانتی‌متر اجرا شده‌است که امروزه چنین تصاویری بر روی کالاهای صنعتی و قالی‌های ماشینی ویژه اتاق خواب کودک در بازار به‌وفور دیده می‌شود. این نقوش تداعی‌کننده نقش‌مایه‌های قالی‌های ماشینی و بازاری هستند که نتیجه نفوذ سلیقه بازار بر تولیدات عشایری می‌باشد. ساختار این قالی‌ها آن‌ها را از فرهنگ بومی و عشایری دور و به سلیقه فرهنگ غالب‌جامعه نزدیک ساخته‌اند.

تغییر در رنگ‌بندی قالی‌ها

در گذشته رنگ قالی‌ها بر اساس سلیقه زنان عشایر بافنده انتخاب می‌شد و قالی‌ها اغلب دارای رنگ‌های گرم بودند. اما طی گذشت زمان و دگرگونی در برخی از طرح و نقش‌ها، قالی عشایری نیز دچار تغییراتی شد و رنگ‌های موردپسند سفارش‌دهندگان شهری و رایج در بازار متداول شد. امروزه قالی عشایری طبق سلیقه مشتری و سفارش‌دهندگان با مجموعه‌ای از رنگ‌های سرد، ملایم، معتدل و با اعمال محدودیت رنگی که در بازار رواج یافته تولید می‌شود که این امر در جهت بازاری‌شدن تولیدات عشایری صورت گرفته‌است. در گذشته که قالیبافی نزد عشایر جنبه خودمصرفی داشت، ایشان به ندرت قالی با زمینه رنگ روشن و مخصوصاً سفید می‌بافتند. زیرا بافنده عشایر همواره سعی داشت از رنگ‌های شاد، گرم و پر طراوت در بافت قالی استفاده کند تا از این طریق گرما و طراوت را در فضای کوچک سیاه‌چادرشان انعکاس دهد. از طرفی به دلیل شیوه زیست عشایر محل کار و زندگی آن‌ها در طبیعت قرار داشت و قالی با زمینه روشن بر اثر رفت‌وآمد، آلودگی، بارندگی، دود آتش و... خیلی زود لکه‌ها و آلودگی را

حومه شهر شیراز با ابعاد ۲۸۸*۲۰۳ سانتی‌متر است. تولیدکنندگان بر اساس نیاز بازار و همسو با رنگ‌آمیزی مرسوم و متداول قالی‌های ماشینی در بازار نقشه‌هایی با رنگ‌بندی طبق مد روز در اختیار بافندگان قرار می‌دهند.

نتیجه‌گیری

قالی‌های عشایری فارس همواره از گذشته نمودی از هویت، فرهنگی و هنر بومی-کاربردی ایلات است. اما مؤلفه‌های بصری این تولیدات در چند دهه اخیر دچار تغییراتی شده‌است. بدین جهت در این پژوهش شناسایی و آشکارسازی عوامل و آثار بازاری شدن مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری استان فارس با بررسی نفوذ سلیقه مخاطب و بازار بر تولیدات عشایر صورت گرفت و تأثیر پدیده بازار، جامعه صنعتی و جامعه بازار بر اسلوب‌های فرهنگی، هویتی و بومی قالی‌های عشایری در جهت تحلیل و تبیین موضوع به بحث گذاشته شد. لذا نتایج این پژوهش در راستای شناسایی عوامل زمینه‌ساز بازاری شدن مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری فارس، نشان می‌دهد که: سیاست اسکان عشایر، که قدمتی بیش از چند دهه دارد، موجب تغییر در سبک‌زندگی و انگیزه‌ی تولید بافندگان از رویکرد تولید برای خود، به تولید با هدف عرضه در بازار گردید. این تولیدات با تغییر در سبک زندگی کوچ‌نشینی عشایر، رواج سبک زندگی صنعتی و ماشینی و تأثیر آن بر زندگی عشایری به دلیل روی آوردن به اسکان و یک‌جانشینی، جنبه اقتصادی به دست آورد. در دهه‌های اخیر با اسکان اجباری عشایر، قالی‌بافی برای عشایر یک ضرورت و نیاز اقتصادی محسوب شد و در جهت تلاش در رسیدن به سود و درآمد بیشتر قالی‌های عشایر با هدف تولید تجاری وارد بازار شدند. تأثیرپذیری عشایر از عواملی همچون

نفوذ نظام سرمایه‌داری، رواج مصرف‌گرایی، بازاری شدن تولیدات عشایری و ارتباط با شهر موجب شد تا عشایر با اولویت قرار دادن سلیقه مخاطب و نیاز جامعه بازار، بافت قالی‌هایی با سبک طراحی و رنگ‌بندی نوظهور را آغاز کنند. در نتیجه این عوامل آثار و تبعاتی را با عنوان بازاری شدن در مؤلفه‌های بصری قالی‌های عشایری فارس در پی داشت که عبارتند از: نفوذ نقوش غیربومی، مهجور ماندن نقوش اصیل عشایری، تلفیق نقوش گردان و شکسته، رواج نقوش طبیعت‌پردازانه، سایه‌پردازی‌های واقع‌گرایانه، ادغام سنت‌های نقش-پردازی ایلات، طوایف و مناطق شهری در تولیدات قالی عشایر، استفاده از رنگ‌های غیرمتداول و همسو با رنگ‌آمیزی قالی‌های ماشینی بنابر نیاز بازار. به تبع این جریان، نقوش جدیدی که با هویت نقوش اصیل قالی-های عشایر بیگانه بود، به سرعت در بین بافندگان عشایر مرسوم و در برخی موارد منجر به فراموشی و مهجور ماندن خلاقیت‌های ذهنی و بداهه‌سازی‌های زنان بافنده عشایر شد. نقش‌مایه‌هایی که در سال‌های متمادی از سوی نسل‌های گذشته مانند میراث اجدادی صیانت و حفظ شده بود، توسط دلالان و تولیدکنندگان مورد هجوم و دگرگونی قرار گرفته‌است. چنین تغییراتی در مؤلفه‌های بصری قالی عشایری فارس از آثار و تبعات نفوذ جامعه صنعتی و روند بازاری شدن قالی‌های عشایری می‌باشد. امروزه برخی از قالی‌هایی که در بازار به نام قالی عشایری فارس به فروش می‌رسد، دیگر طرح‌های اصیل و سنتی عشایر فارس را در خود به همراه ندارد. بازاری شدن تولید قالی‌های عشایری و به عبارتی کالاشدگی آن‌ها از نخستین و مهم‌ترین تأثیرات صنعت فرهنگی است، که سبب از کار افتادن خلاقیت واقعی پدیدآورندگان این آثار شد و بافندگان را به تبعیت از معیارهای انبوه-سازی ناچار ساخته‌است.

۱. اصطلاح وینتیج به گروهی از قالی‌ها گفته می‌شود که طرح و رنگ آن‌ها از روی قالی‌های قدیمی و کهنه اقتباس شده‌اند. این نوع از قالی‌ها که در بازار به نام کهنه‌نما نیز شناخته می‌شوند نخستین بار توسط تولیدکننده صاحب سبک آلمانی به نام «یان‌کات» از دو دهه قبل و با الهام از ویرانی‌های بازمانده از جنگ جهانی دوم در شهرهای آلمان، در کشور نپال تولید شدند. با استقبال از این قالی‌ها توسط طراحان دکور و خریداران غربی، از دهه ۸۰ شمسی تولید قالی‌های مشابه و نیز کهنه کردن قالی‌های تجاری نو و مستعمل در کشور ایران نیز رواج یافت.

منابع

- احمدی‌فرد، الهام؛ کرمی‌دهکردی، اسماعیل (۱۳۹۵)، دسترسی بافندگان فرش روستایی به نقشه فرش ابریشمی: مطالعه موردی در شهرستان زنجان، *مجله گلجام*، ۱۲ (۲۹)، ۱۴۰-۱۱۹.
- اشنبورنر، اریک (۱۳۸۴)، *قالی و قالیچه‌های شهری و روستایی ایران*، ترجمه مهشید تولایی و محمدرضا نصیری، چاپ دوم، تهران: یساولی.
- افروغ، محمد (۱۳۹۴)، اقتصاد خلاق و کارآفرینی بومی هنر در دستبافته‌های عشایری (قشقایی)، *همایش ملی فرش دستباف خراسان جنوبی دانشگاه بیرجند*، ۹۷۸.
- افروغ، محمد؛ جوانی، اصغر؛ چیت‌سازیان، امیرحسین؛ قشقایی‌فر، فتحعلی (۱۳۹۵)، عوامل مؤثر بر آفرینش نقوش انتزاعی و تجریدی در دست‌بافته‌های قشقایی، *باغ نظر*، ۱۳ (۴۵)، ۹۰-۷۷.
- اسلیتر، دن؛ تونکیس، فرن (۱۴۰۰)، *جامعه‌بازار (بازار و نظریه اجتماعی مدرن)*، مترجم حسین قاضیان، چاپ پنجم، تهران: نشر نی.
- پرهام، سیروس (۱۳۷۰)، *دستبافته‌های عشایری و روستایی فارس*، جلد اول، تهران: امیرکبیر.
- پرهام، سیروس (۱۳۷۱)، *دستبافته‌های عشایری و روستایی فارس*، جلد دوم، تهران: امیرکبیر.
- پرهام، سیروس (۱۳۷۵)، *شاهکارهای فرش‌بافی فارس*، (چاپ اول). تهران: سروش.
- دادور، ابوالقاسم؛ مؤمنیان، حمیدرضا (۱۳۸۵)، عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و پیدایش نقوش گلیم قشقایی، *مجله گلجام*، ۲ (۲)، ۶۴-۴۷.
- رحمانی، اشکان؛ مقنی‌پور، مجیدرضا (۱۳۹۸)، «بررسی وضعیت قالی‌بافی شهرستان فیروزآباد در ده سال اخیر با تأکید بر تحولات شیوه‌های انتقال طرح و نقش بر روی قالی»، *مجله گلجام*، ۱۵ (۳۵)، ۲۳-۵.
- سجودی، فرزانه؛ تاک، شادی (۱۳۹۲)، گبه‌های سفارشی، پدیده‌ای چند فرهنگی، *مجله جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*، ۵ (۲)، ۲۲۰-۲۰۵.
- سوری، آزاده (۱۳۹۷)، پژوهشی در نقش‌پردازی گلیم قشقایی، *نشریه هنرهای زیبا-هنرهای تجسمی*، ۲۳ (۲)، ۶۸-۵۵.
- شهرکی، محمدرضا؛ عابدی‌سروستانی، احمد (۱۳۹۱)، عشایر، کوچ و اسکان: تحلیلی بر گزیدارهای توسعه جوامع عشایری، *همایش ملی توسعه روستایی، رشت*، ۲۸۱-۲۷۰.
- کارخانه، فاطمه (۱۳۹۰)، *بررسی و ریشه‌یابی نمادها و نشانه‌ها در دستبافته‌های عشایر فارس (ایل قشقایی)*، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.
- کفشچیان‌مقدم، اصغر؛ شایگان‌فر، نادر؛ باقری‌لری، محمدرضا (۱۳۹۷)، اثر هنری به مثابه کالای هنری در مواجهه با امر تکنولوژیک، *نشریه هنرهای زیبا-هنرهای تجسمی*، ۲۳ (۴)، ۲۸-۲۱.
- گریوانی، نفیسه؛ آشوری، محمدتقی (۱۳۸۶)، شیوه‌های تولید در فرش‌بافی قشقایی، *مجله گلجام*، ۳ (۷-۶)، ۱۴۲-۱۲۵.
- گوهری‌مطلق، زهرا؛ چارنی، عبدالرضا (۱۳۸۹)، نمادها و نقوش تصویری افسانه‌ها و داستان‌ها در آثار هنری ایل قشقایی، *نگره*، ۱۴، ۹۳-۸۵.
- محمدتبار، مریم؛ حسنائی، محمدرضا (۱۳۹۷)، تأثیرات ادبیات شفاهی بر دستبافته‌های عشایر فارس، *مجله پژوهش هنر*، ۱۵، ۳۸-۲۷.
- میرزایی، عبدالله (۱۳۹۸)، تأثیر جهانی شدن بر مؤلفه‌های هویتی قالی‌های معاصر تبریز، *نشریه باغ نظر*، ۱۶ (۷۲)، ۴۰-۳۳.

- میرزایی، عبدالله (۱۳۹۵)، *ساخت‌یابی عوامل مؤثر در شکل‌گیری مؤلفه‌های سبکی قالی‌های معاصر تبریز*، رساله دکتری، دانشکده هنر اسلامی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران.

References

- Helfgott, M. Leonard. (1994), *Ties that Bind, A social history of the Iranian carpet*, Washington: Smithsonian institution.
- Kopytoff, Igor. (2011), *The cultural biography of things: commoditization as process*, printed in: *The social life of things: commodities in cultural perspective*, Edited by Arjun Appadurai, 9th printing, New York: Cambridge university press.