

فصل‌نامهٔ جُندی‌شاپور، دانشگاه شهید چمران اهواز

سال سوم، شمارهٔ ۱۰، تابستان ۱۳۹۶

## عوامل تکامل صنعت ابریشم ایران؛ از کالای خام صادراتی تا بافته‌های فاخر یا برند «ابریشم شاهی» در عصر شاه عباس اول صفوی

فاطمه پورکاشانی<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۹۷/۶/۲

تاریخ پذیرش: ۹۷/۷/۲۳

### چکیده:

سابقهٔ تولید ابریشم در چین دستکم به عهد سلسلهٔ هان باز می‌گشت. راز تولید ابریشم در چین نمی‌توانست تا مدت‌های مدیدی سر به مهر باقی بماند و در نهایت ایران عصر ساسانی نیز توانست در زمرهٔ تولیدکنندگان این محصول پر سود تجاری درآید. تجارت ابریشم همراه با آمد و شد سلسله‌های پس از شاهنشاهی ساسانی دچار نوسانات بسیاری شد. اما به واقع می‌توان عصر صفوی را عصر رونق چشمگیر ایران در این صحنهٔ تجاری دانست. واژهٔ پَرند یا نام و نشان تجاری واژه‌ای نوین است که به تازگی جایگاه ویژه‌ای در مفاهیم بازاریابی به خود اختصاص داده است. اما کارکرد و مفهوم این واژه به معنای قابل شناسایی بودن و شهرت نام و لوگوی (نشان) تجاری محصولات تولیدی، سابقه‌ای بسیار طولانی دارد. در ایران عصر صفوی و به ویژه عهد شاه عباس اول، ابریشم به دلیل برخورداری از کیفیت بالا، عرضهٔ گستردهٔ آن توسط تجار ماهری همچون تاجران ارمنی، بازاریابی و حمایت دربار از تولیدکنندگان این محصول و همچنین روش ویژهٔ فروش ابریشم توسط تجار سلطنتی توانست در عرصهٔ تجارت بین‌المللی به جایگاه رفیعی دست یافته و به عنوان محصولی مشهور و مطرح در این عرصه، جانشین ابریشم چین شود. یافته‌های تحقیق حاضر حاکی از آن است که نوآوری به همراه صادرات گستردهٔ ابریشم به بازارهای جهانی حتی موجبات رواج مد ایرانی در کشورهای هم‌چون انگلیس را فراهم آورد.

واژگان کلیدی: برند، تجارت ابریشم، شاه عباس اول، صنعت قالی بافی، تجار ارمنی.

---

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد تاریخ ایران دورهٔ اسلامی دانشگاه شهید چمران اهواز

fatemeh.pourkashani@gmail.com

## ۱- تعریف برند و تطبیق این مفهوم با تجارت ابریشم در عصر صفوی :

### ۱-۱- برند چیست؟

برند یا به استناد مفاهیم بازاریابی، نام و نشان تجاری از دو بخش مفهومی جداگانه‌ای تشکیل شده است: ۱. نام تجاری، ۲. نشان تجاری. نام تجاری بخش قابل تلفظ کلمه نام و نشان تجاری را تشکیل می‌دهد. همانگونه که ما تمامی کالاها و خدمات و حتی اطرافیانمان را به نام خطاب می‌کنیم. نشان تجاری، که بخش غیرقابل تلفظ کلمه نام و نشان تجاری را تشکیل می‌دهد، همان مفهومی است که در بین گرافیکست‌ها و هنرمندان با عنوان لوگو و در بین عوام به عنوان مارک شناخته شده است. برند یا نام و نشان تجاری را ما امروزه تحت عناوینی چون میکروسافت، شرکت ملی نفت ایران، فولاد مبارکه اصفهان و ... می‌شناسیم.<sup>۱</sup>

### ۲-۱- کارکرد برند:

برندها ابزارهایی هستند که با کمک آن‌ها مزایا، ارزش، کیفیت، منشاء و عملکرد محصولات یا خدمات معرفی می‌شوند و به مشتری قدرت تصمیم‌گیری بهتر همراه با ریسک کمتر ارائه می‌کنند.<sup>۲</sup> این‌ها مفاهیمی از برند هستند که امروزه مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند، اما در گذشته به نظر می‌رسد ابریشم ایران تحت نام تجاری یا عناوین و اصطلاحات زیر برای مصرف‌کنندگان داخلی و خارجی قابل شناسایی بوده‌اند. به طوری که انواع ابریشم ایران در عهد صفوی به قرار زیر بوده‌اند:

۱. ابریشم میلانی: این نوع ابریشم از بهترین کیفیت برخوردار بوده که به دلیل اشکالات تاییدن آن بسیار کم تهیه می‌شده و قیمت بسیار بالایی نیز داشته است.
۲. ابریشم لاجی: لاجی در لهجه گیلانی به معنی لاهیجان است. این نوع ابریشم بسیار مورد پسند بازرگانان اروپایی بوده و بهترین نوع آن محصول رشت بود. این نوع ابریشم طبیعتاً نام خود را از شهر لاهیجان اقتباس کرده و همچنین به ابریشم خرواری معروف بوده است.<sup>۳</sup> شاردن در سفرنامه‌اش در مورد این نوع ابریشم چنین می‌گوید: خرواری به معنای خربار است و وجه تسمیه آن این است که

۱. کاتلر، پفورچ، مدیریت برندهای صنعتی، ص ۱.

۲. همان، ص ۱۷.

۳. فلور، اولین سفرای ایران و هلند، ص ۳۶-۳۷.

خریدارانی که ابریشم ایران را خوب می‌شناسند کمتر از این نوع ابریشم خریداری می‌کنند. وی در ضمن بیان می‌دارد که ابریشم خرواری در کشورهای اروپایی، لی‌ژیا خوانده می‌شود که برگرفته از نام لی‌ژیان (احتمالاً منظور شاردن لاهیجان بوده است) است و آن شهر کوچکی است در استان گیلان.

۲. ابریشم شیروانی: این نوع ابریشم، ابریشمی زمخت و به تعبیر شاردن «خشن و زشت» است،<sup>۱</sup> که در شهرهای شیروان، شماخی و گنجه تهیه می‌شود. مرغوبیت این نوع ابریشم از ابریشم لاجی پایین‌تر است. اروپاییان به این نوع ابریشم «آرداس» یا «اردش» می‌گفتند و در ایران با نام کدخدا پسند یا ابریشم تاجرباب قابل شناسایی بود.

۴. ابریشم لاس: این نوع ابریشم از کیفیت بسیار پایینی برخوردار بود. الیاف آن خشن و ورگه‌دار بوده و بیشتر درمازندران تولید می‌شد. این نوع ابریشم در بازارهای اروپایی به نام «سالواتیکا» شهرت داشت.<sup>۲</sup>

۵. ابریشم شعرباف: نام دیگر آن ابریشم زربفت بود، چرا که برای تهیه آن از رشته‌های نازک طلا پیچیده شده در لفافه‌ای از ابریشم استفاده می‌کردند. این نوع ابریشم بهترین نوع ابریشم محسوب می‌شد.<sup>۳</sup>

در دوره‌های بعدی ابریشم ایران بسته به نوع کیفیت و قیمت آن به انواع ابریشم شعربافی، اعلا، علاقه‌بندی، دوپل، کج، میلانی و تاجری تقسیم می‌شد، که بازهم ابریشم شعربافی گرانقیمت‌ترین و ابریشم دوپل ارزانترین آن‌ها بودند.<sup>۴</sup> تمامی اطلاعات در مبحث گذشته در مورد بخش نام تجاری بود، اما در مورد نشان تجاری ابریشم در عهد صفوی چه اطلاعاتی باقی مانده است؟ کاتف بازرگان روسی عصر شاه عباس اول، در سفرنامه‌اش آورده است که محصولات ایرانی در بازارهای روسیه خواهان بسیاری داشت و مهم‌ترین آن‌ها ابریشم خالص بود. در مسکو مسافرخانه‌ها و مغازه‌های مخصوص برای تجار ایرانی وجود داشت. تجارت ابریشم ایران، این بهترین محصول ایرانی در

۱. شاردن، سیاحتنامه شاردن، ج ۴، ص ۳۷۰-۳۶۹.

۲. فلور، اولین سفرای ایران و هلند، ص ۳۷.

۳. شاردن، سیاحتنامه شاردن، ج ۴، ص ۳۷۰.

۴. نواقب، ابریشم گیلان، ص ۱۶۹-۱۶۸.

انحصار دولت بود و به ابریشم کالای نقش‌دار می‌گفتند.<sup>۱</sup> به نظر می‌رسد اطلاق واژه کالای نقش‌دار به ابریشم به دلیل حک شدن نوعی مارک و یا نشان حکومتی بر این محصول بوده است. در کارگاه‌های سلطنتی اصفهان در سده یازدهم هجری پارچه‌بافی به تولید انبوه رسیده بود و تولیدات آن‌ها از نظر نقش و زیبایی تنوع بسیاری داشتند. در بین این تولیدات پارچه‌هایی هستند با نقش درخت و گل‌های نامتقارن، آهو یا خرگوشی که پای درخت ایستاده‌اند، که بی‌شک این طرح برگرفته از ادبیات عارفانه ایرانی است. یک نوع از این پارچه در لهستان به دست آمده که شاهدهی است بر بازار داغ این نوع پارچه‌ها در کشورهای اروپایی. این تکه پارچه متعلق به آستین لباسی بوده که اسقف‌ها آن را در مراسم رسمی خود بر تن می‌کردند. این لباس در حال حاضر به قطعات جداگانه‌ای تقسیم شده است. بخشی از این پارچه در نگارخانه ویلیام راکهیل نلسون در کانزاس سیتی نگهداری می‌شود که از قضا کتیبه‌ای در این بخش از پارچه حک شده است. این کتیبه شامل «حروف باریک و از شکل افتاده روسی روم اسلیک» است. روم اسلیک به معنای ابریشم روم است و روم نیز نامی است که ایرانیان برای استانبول به کار می‌بردند. لازم به توضیح است که شاه عباس تجارت خارجی ابریشم را توسط ارامنه جلفا به انجام می‌رسانید و ارامنه از نظر فرهنگی با ترک‌ها و روس‌ها قرابت داشتند. احتمال می‌رود که این پارچه در زمره کالاهایی بوده که ارامنه جلفا به منظور صادرات به مناطق دیگر همراه خود می‌بردند و این مورد ویژه برای فروش در بازار عثمانی تولید شده بوده که بعدها در جریان محاصره وین سر از لهستان درآورده است.<sup>۲</sup>

به عنوان استدلالی دیگر در مورد نشان تجاری ابریشم می‌توان بیان کرد که پارچه‌های ایرانی در بازارهای اروپا و به ویژه اروپای شرقی خواهان بسیاری داشت. این پارچه‌ها در بازارهای روسیه به نام قماش قزلباش شناخته شده بودند که برگرفته از نام یکی از قبایل عهد صفوی است.<sup>۳</sup> همچنین در عصر شاه عباس اول گروه جدیدی از هنرمندان بافنده و طراح در صحنه هنر ایران ظاهر شدند که به قدری آثار هنری ایشان با اهمیت بود که نامشان بر آنها حک می‌شد. امضای سه تن از این هنرمندان به نام‌های غیاث، عبدالله و حسین، بر برخی از پارچه‌های عهد شاه عباس ثبت شده است. غیاث در بین این سه هنرمند از شهرت بیشتری برخوردار بوده است. خواجه غیاث‌الدین علی نقشبند به بافت پارچه‌های

۱. کاتف، سفرنامه کاتف، ص ۱۲.

۲. اکرم، سیری در هنر ایران، ج ۵، ص ۲۴۴۷-۲۴۴۶.

۳. اسکارچیا، تاریخ هنر ایران، ج ۱۰، ص ۳۰.

مصور در یزد اشتغال داشت. شهر یزد از مهم‌ترین مراکز تولید پارچه‌های مصور به نقش انسانی در این عهد بود. گیاث این هنرمند توانا به زودی در زمره هنرمندان درباری درآمد. وی شهرت نقشبند را از سوی کشورهای اروپایی دریافت کرده بود. توضیح اینکه ۵۰ قطعه از پارچه‌های دست بافت گیاث به عنوان پیشکش برای اکبر شاه، پادشاه گورکانی هند فرستاده شده بودند و بدین طریق گیاث‌الدین در کشورهای دیگر شناخته شده بود. پادشاهان هند، بیزانس و عثمانی در آرزوی دریافت پارچه‌ای از گیاث، هدایای نفیسی برای او می‌فرستادند.<sup>۱</sup>

سه تن از بافندگان طراز اول در اصفهان و در عهد شاه عباس اول عبارت بودند از: مغیث، آقا محمود و رسول. نام رسول بر پارچه‌ای که در یک مجموعه خصوصی تهران نگه‌داری می‌شود بافته شده است. این پارچه، جزو خانواده بزرگی از پارچه‌های تافته با رنگ‌های مختلف و نقوش زربفت است. تمامی این پارچه‌های زربفت و لطیف به گونه‌ای هستند که نخ تار و پود آنها که نقوش را بر روی پارچه تشکیل می‌دهند در پشت پارچه به صورت آزاد و رها نمایان هستند. این سبک بافت نمونه والای سلیقه شاه عباس اول را نشان می‌دهد که به سبکی ویژه در هنر پارچه بافی بدل شد. تعدادی از پارچه‌های ابریشمی ایرانی در عرصه تجارت بین‌المللی دارای این سبک بافت ویژه بودند.<sup>۲</sup>

مبحث برند همیشه با واژه کیفیت عجین بوده است به این مفهوم که یک برند خوب قطعاً می‌بایست محصولات یا خدمات با کیفیت ارائه بدهد. بدون محصولات خوب و عالی، هیچ برندی نمی‌تواند موفقیت دائمی داشته باشد. در مراحل انتخاب یک محصول، مزایا، قیمت و کیفیت آن مدنظر خریدار قرار می‌گیرد.<sup>۳</sup> در دنیای کرم ابریشم نوع تغذیه کرم، بر ابریشم تولیدی آن تأثیر مستقیمی دارد. چنانچه غذای کرم‌ها مناسب باشد ابریشم تولیدی آنها لطیف و مرغوب و بالعکس غذای نامناسب ابریشم بی-کیفیتی را به همراه می‌آورد.<sup>۴</sup>

کشاورزان یزد از دیرباز بهترین نوع درخت توت را برای تغذیه کرم ابریشم انتخاب می‌کردند به گونه‌ای که برگ‌های آن از نظر کمی و کیفی بر سایر درختان توت برتری داشت. این امر باعث می‌شد که ابریشم یزد در زمره بهترین نوع ابریشم جهان قرار گیرد. پرورش دهندگان کرم ابریشم در یزد با بهره‌گیری از تجربه

۱. اکرم، سیری در هنر ایران، ج ۵، ص ۲۴۱۰.

۲. همان، ص ۲۴۴۲-۲۴۴۱.

۳. کاتلر، پفورچ، مدیریت برندهای صنعتی، ص ۱۶-۱۷.

۴. نوری، پروانه ابریشم ساز، ص ۱۲.

پیشینیان به نحوی از برگ درختان توت بهره می‌بردند که آسیبی به درخت وارد نکنند. انتخاب بهترین نوع تخم کرم ابریشم و در مرحله بعد تغذیه مناسب آنها، راز تولید ابریشم فراوان و با کیفیت در این شهر بوده است.<sup>۱</sup>

ابریشم ایران، در قرن نهم و اوایل قرن دهم هجری در رنگها و انواع مختلف شامل ابریشم تیلانی (دیلمی) لاهیجانی، استرآبادی و مازندرانی در بازار بین‌المللی ابریشم «بورسا» در عثمانی به فروش می‌رسید. همچنین وجود ابریشم با نام‌های گوناگونی چون شعربافی، علاقه بندی، تاجری، تای، دوپل و .. نشان دهنده وجود تنوع در رنگ و کیفیت ابریشم ایرانی در این دوره بوده است که طبیعتاً هر نوع ابریشم با قیمتی متفاوت در بازار بورسا به معرض فروش گذاشته می‌شد.<sup>۲</sup> در عصر شاه عباس اول صفوی ابریشم ایران به قدری از کیفیت بالایی برخوردار بود که با ابریشم هندوستان و ایتالیا در بازارهای اروپایی سخت در حال رقابت بود و در بازارهای عثمانی از ابریشم سوریه و یونان بسیار بهتر بود. ابریشم گیلان در این دوره به ویژه ابریشم شعربافی آن از نظر کیفیت در سطح بالایی قرار داشت و به منظور تهیه پارچه‌های گران قیمت درکشور و همچنین صادرات به اروپا مورد استفاده قرار می‌گرفت.<sup>۳</sup>

تکناندرفن در کتاب ایتروپرسیکوم ضمن توصیف سفارت آنتونی شرلی به اروپا در سال ۱۰۰۷ ه.ق / ۱۵۹۸ م از ابریشم به عنوان کالایی مرغوب و در انحصار شاه عباس اول یاد شده است،<sup>۴</sup> که این خود دلیلی است بر با کیفیت بودن ابریشم ایران در آن دوران.

پس بدین ترتیب شاه عباس اول که کلید سعادت اقتصاد کشور را در تجارت ابریشم ایران یافته بود تمام هم خود را مصروف حمایت از تولید ابریشم و پارچه‌های ابریشمی نمود و این چنین بود که تجارت ابریشم به قلب تپنده تجارت خارجی ایران تبدیل شد. ایران عصر شاه عباس اول، برای مدت کوتاهی در عرصه تجارت ابریشم جانشین چین شد.<sup>۵</sup> در کارگاه‌های پارچه‌بافی اصفهان، پایتخت شاه عباس، به دلیل حمایت دربار از هنر و هنرمند، تعداد زیادی از هنرمندان مینیاتوریست، تذهیب کار و بافنده گردهم جمع آمده بودند. این هنرمندان همکاری نزدیکی با هم داشتند و این امکان را برای بافندگان فراهم می‌آوردند که تلفیقی از شیوه‌های سنتی و نو را در تولید محصولاتشان به کارگیرند. تلفیق شیوه‌های هنری

۱. راوندی، تاریخ اجتماعی ایران، ج ۳، ص ۲۱۸.

۲. دین پرست، کانون های تجارت ابریشم در عهد ترکمانان ( قرن ۹ هجری)، ص ۱۷-۱۵.

۳. نواقب، ابریشم گیلان، ص ۱۵۴-۱۵۵.

۴. تکناندرفن، ایتروپرسیکوم، ص ۱۱.

۵. ساسان پور، هرات شهری در مسیر ابریشم، ص ۱۶.

متفاوت نه تنها در این دوره از کیفیت تولیدات کارگاه‌های سلطنتی نکاست، بلکه باعث نمود هرچه بیشتر استعداد‌های هنرمندان بافنده شد. نوع سلیقه و فرهنگ ممتاز درباری در این عصر چنان تأثیری بر کارهای هنری داشت که باعث شده بود تمامی تولیدات زنده این عهد با تمامی چندگانگی از اتحادی ظریف برخوردار باشند.<sup>۱</sup>

شاه عباس اول هنر و هنرمند را بسیارگرامی می‌داشت. از مهم‌ترین اقدامات او در این راستا تأمین مخارج زندگی هنرمندان بود به گونه‌ای که آنان در این دوره نگرانی از بابت تأمین مخارج زندگی خود نداشتند و از حمایت شاه بهره‌مند می‌شدند. بدین ترتیب هنرمندان عصر شاه عباس تمامی هم‌خویش را در جهت اعتلای هنر ایرانی به کار می‌برند. نتیجه این شد که در این عصر کیفیت جای کمیت را گرفت.<sup>۲</sup> شاه عباس علاوه بر حمایت از هنرمندان داخلی به منظور تقویت کار آنان در امر بافندگی، نمایندگانی را به کشورهای اروپایی به ویژه ونیز می‌فرستاد تا اقدام به شناسایی و انتقال کارگران ماهر فرنگی در امر بافت پارچه‌های ابریشمی به ایران کنند. تلاش شاه عباس بدین منظور بود که از هنرمندان فرنگی به منظور آموزش به کارگران ایرانی استفاده کند.<sup>۳</sup> بدین‌سان، پارچه‌های ابریشمی زربفت، مخملی و انواع دیگر پارچه‌ها با عالی‌ترین کیفیت تولید می‌شدند.<sup>۴</sup>

سرپرسی سایکس ژنرال انگلیسی دوره قاجار، ضمن تعریف از پارچه‌های زری، گلدار و مخمل‌های کاشان در عصر صفوی به بانوان ایرانی خرده می‌گیرد که چرا صنایع زیبایی سرزمین خود را کنار گذاشته و صنایع ناچیز اروپا را می‌پسندند. از نظر او منسوجات ایران هم از نظر جنس و هم از حیث نمونه عالی‌ترین هستند.<sup>۵</sup>

بخشی از شهرت جهانی فرش‌های ایرانی مرهون کیفیت بالای آنها و بخشی به واسطه طرح و رنگ و اعجاب برانگیز آنها بود. رنگ فرش‌ها در عصر صفوی بیشتر آبی (لاجوردی و نیلی) قرمز (لاکی و حنایی) و زرد بوده و از رنگ قهوه‌ای و سبز کمتر استفاده می‌شد. طرح فرش‌ها نیز طرح گل و یا اشکال

۱. اکرم، سیری در هنر ایران، ج ۵، ص ۲۴۴۰-۲۴۴۱.

۲. صفا کیش، صفویان در گذرگاه تاریخ، ص ۴۸۳.

۳. فلسفی، زندگانی شاه عباس اول، ج ۵، ص ۲۳۸-۲۳۷.

۴. شریعت پناهی، اروپایی‌ها و لباس ایرانیان، ص ۳۵.

۵. سایکس، تاریخ ایران، ج ۲، ص ۲۹۷.

هندسی بوده است. هر چند اشکال انسانی و حیوانی نیز در برخی از نمونه‌ها وجود داشته است.<sup>۱</sup> فرش‌های ابریشمی زربفت و نقره‌باف عهده شاه عباس که به اشتباه فرش‌های لهستانی خوانده می‌شوند، نشان از ثروت ایران در این عهد و همچنین احیای سلیقه ایرانی یعنی گشاده دستی توأم با تفاخر است. این فرش‌ها از چنان کیفیت بالایی برخوردار بودند که به ندرت می‌توان رقیبی برای آنان یافت.<sup>۲</sup> عامل مهم دیگر در مرغوبیت بافته‌های ایرانی، پیشرفت صنعتگران ایرانی در عرصه رنگ آمیزی بوده است. ایرانیان از عهد ساسانیان در تولید رنگ‌های زیبا مهارت داشته‌اند، به ویژه در عصر صفوی، رنگسازی و هنر آنها در رنگ آمیزی قالی و پارچه‌های ابریشمی زبائزد خاص و عام بوده است. رنگرزان ایرانی عصر صفوی علی‌رغم دشوار بودن رنگین نمودن ابریشم مهارت ویژه‌ای در این امر داشتند. آنها با استادی تمام، تمامی رنگ‌ها را در طیف‌های مختلف ایجاد می‌کردند. اکثر این رنگ‌ها گیاهی بودند و در موارد نادر از حشراتی مثل قرمزانه و ترکیبات فلزی نیز بهره می‌بردند. در صنعت رنگرزی علاوه بر رنگ‌های متفاوت از تثبیت کننده‌ها نیز استفاده می‌شد، تا به کمک آنها رنگ بر روی پارچه ثابت شود. تثبیت کننده‌ها شامل انواع زاج و برخی از سولفات‌های فلزات چون سولفات آهن و مس بودند. از پوست پسته، گردو و انار نیز بدین منظور استفاده می‌شد.<sup>۳</sup>

در عصر صفوی برخی از شهرها در تولید کالاهایی خاص به خود کفایی رسیده و انحصار آن کالاها را در اختیار داشتند و در نتیجه به تولید محصولی با کیفیتی بالا مبادرت می‌ورزیدند. به طور مثال، مردم گیلان در عرصه تولید ابریشم، یزد در عرصه تولید پارچه‌های ابریشمی شعریاف، کرمان در بافت فرش و تبریز در تولید کفش و .. مهارت داشتند.<sup>۴</sup>

## ۲- واسطه‌ها و شرکت‌های تجاری:

طبیعتاً در بازارهای بین‌المللی و صحنه رقابت با دیگر کشورها نیاز به توزیع کنندگان و واسطه‌های فروش به شدت احساس می‌شود.<sup>۵</sup> لازم است محصول تولیدی دارای نمایندگی‌های فروش در کشورهای

۱. سیوری، ایران عصر صفوی، ص ۱۳۳.

۲. پوپ، سیری در هنر ایران، ج ۶، ص ۲۷۳۷.

۳. الوند، صنعت نساجی ایران از دیرباز تا امروز، ص ۶۶-۶۴.

۴. کیوانی، پیشه وران و زندگی آنان در عهد صفوی، ص ۱۳۲.

۵. کاتلر، پفورچ، مدیریت برندهای صنعتی، ص ۳۶.



مختلفی باشد. بدین ترتیب مشتریان با افرادی وارد معامله می‌شوند که از آنها شناخت لازم را داشته و اطمینان کافی به آنها دارند.<sup>۱</sup> این فروشندگان به عنوان یک سفیر در نظام اقتصادی بین‌المللی دسترسی خریدار به محصول تولیدی را آسان می‌کنند.<sup>۲</sup> این مطلب، قابل انطباق با ارامنه جلفا در عهد شاه عباس اول صفوی است. ارامنه پیش از مهاجرت به ایران در عرصه تجارت و خرید و فروش کالا دارای استعداد بسیاری بودند.<sup>۳</sup> آنها از اواسط قرن یازدهم هجری به عنوان عاملانی برای تجارت بین ایران و سواحل دریای مدیترانه محسوب می‌شدند. شاه عباس اول در سال ۱۰۲۸ ه. ق / ۱۶۱۹ م امتیاز تجارت انحصاری ابریشم را به آنها اعطا کرد.<sup>۴</sup> تجار ارمنی توانستند در صحنه تجارت بین‌المللی ابریشم ایران به پیشرفت‌های زیادی نائل شوند. آنها با کشورهای هم‌چون عثمانی، هند و کشورهای اروپایی وارد روابط تجاری شده و به عنوان نمایندگان تجاری ایران اقدام به فروش ابریشم نمودند.<sup>۵</sup>

تجار ارمنی برای ارتباط با بازرگانان خارجی که تمایل به تجارت با ایران داشتند بسیار مفید بودند، علت این امر این بود که آنها به خوبی به آیین و رسوم ایرانی آشنایی داشته و از طرفی دیگر به دلیل هم‌کیشی با اروپاییان و بهره‌گیری از زبان مشترک حتی به عنوان مترجم می‌توانستند عمل کنند.<sup>۶</sup> ارامنه مشهورترین تجار در صحنه تجارت بین‌المللی ایران بودند. آنان با حفظ ساختار خانواده‌ای خود توانستند به موفق‌ترین جامعه تجاری در آسیا بدل شوند. خانواده‌های ارمنی حتی در عرصه تجارت نیز از اعضای خود پشتیبانی می‌کردند و فرزندان به لحاظ اقتصادی به خانواده وابسته بودند. چنانکه اگر فرزندی به منظور انجام تجارت به کشوری دیگر سفر می‌کرد خانواده سرمایه کافی در اختیار او قرار می‌داد و دیگر اعضای خانواده هیچ‌گونه اعتراضی نمی‌کردند. هر خانواده تاجر پیشه ارمنی به عنوان یک واحد تجاری در نظر گرفته می‌شدند و رابطه نزدیکی بین اعضای این واحد برقرار بود. به دلیل گسترده بودن خانواده ارمنی هر کدام از اعضای خانواده تجارتخانه‌ای را در منطقه‌ای از جهان برای خود احداث کرده بودند. به طور مثال، تجارتخانه شهر یمنان، از بیست شریک تشکیل شده بود که سه نسل از یک خانواده بودند. مرکز اصلی تجارتخانه در جلفا قرار داشته و دیگر شعبه‌ها در سورات، لیورنو و ونیز

۱. همان، ص ۲۹.

۲. همان، ص ۱۸.

۳. غوگاسیان، تاریخ ارامنه ایران در قرن هفدهم میلادی، ص ۲۷.

۴. صفاکیش، صفویان در گذرگاه تاریخ، ص ۳۲۴.

۵. اعرابی هاشمی، ارامنه جلفای نو در عصر صفوی، ص ۲۰۶.

۶. همان، ص ۲۲۱.

احداث شده بودند.<sup>۱</sup> بدین ترتیب، بازرگانان ارمنی توانسته بودند کانون‌های مهاجرنشین ارمنی را در مناطقی از ایران و قفقاز همچون: اصفهان، مشهد، تبریز، گیلان، خوزستان، لاهیجان، بصره، بغداد، شیروان، شماخی و در شمال هند شامل: بلخ، بخارا، کابل، کشمیر و در عثمانی در شهرهایی همچون: بوسا، ارزوم و ازمیر، در آفریقا، حبشه و حتی در کشورهای همچون فرانسه، هلند، پرتغال، لهستان و ... ایجاد کنند. در نتیجه ارامنه جلفا در تمامی جهان حضوری مؤثر داشته و به فعالیت‌های تجاری می‌پرداختند.<sup>۲</sup>

واسطه‌گران بسیاری نیز برای خرید ابریشم، از کشورهایی همچون پرتغال، اسپانیا و ایتالیا گروه گروه به ایران می‌آمدند که از جمله می‌توان به گروه کرملی به عنوان واسطه‌های تجارت ابریشم در عهدشاه عباس اول اشاره کرد.<sup>۳</sup>

#### ۴- بازاریابی:

به منظور افزایش فروش، تولیدکننده می‌بایست محصول تولیدی خود را در معرض دید خریداران قرار داده و زمینه آشنایی آنها را با محصولات تولیدی فراهم کند و در بخش بازاریابی موجبات رونق کسب و کار را فراهم آورد. تولیدکننده همچنین می‌بایست سرمایه‌گذاری لازم را در این زمینه به عمل آورد.<sup>۴</sup> هر زمان که محصولات تولیدی به صورت مستمر در بازارهای جهانی عرضه شوند و از سوی تولیدکننده مورد حمایت قرار گیرند، اندک اندک آن محصول تجاری به نام و نشان تجاری یا برند تبدیل می‌شود.<sup>۵</sup> در نتیجه در این زمان سود و بازده بالاتری نصیب تولیدکنندگان خواهد شد.<sup>۶</sup> بحث شناساندن محصول در بازارهای جهانی و بازاریابی در عصر شاه عباس اول صفوی نیز بسیار مشهود بوده است. شاه عباس به منظور فروش ابریشم که تجارت آن را در انحصار داشت، افرادی از نزدیکان خویش و یا بازرگانان ارمنی و ونیزی را به ونیز و دیگر کشورهای اروپایی می‌فرستاد. از جمله این افراد فردی به نام خواجه فتحی بود که در سال ۱۰۱۷ ه. ق. مأموریت یافت تا مقداری ابریشم به ونیز برده و ضمن فروش آنها مقداری جواهر و

۱. اعرابی هاشمی، ارامنه جلفای نو در عصر صفوی، ص ۲۲۳-۲۲۱.

۲. همان، ص ۲۱۸-۲۱۷.

۳. ستوده، اسناد پادریان کرملی بازمانده از عصر شاه عباس صفوی، ص ۱۰.

۴. کاتلر، پفورچ، مدیریت برندهای صنعتی، ص ۳-۵.

۵. همان، ص ۸۴.

۶. همان، ص ۲۱.

منسوجات اروپایی با خود به ایران بیاورد.<sup>۱</sup> در سال ۱۰۱۷ ه.ق، بازرگانی ارمنی به نام خواجه صفر با پنجاه بار ابریشم به اسپانیا عزیمت کرد، تا بدین طریق بارهای ابریشم را در آن کشور به فروش برساند.<sup>۲</sup> موسی بیگ سفیری دیگر در عهد شاه عباس بود، که به سال ۱۰۳۵ ه.ق وارد آمستردام پایتخت هلند شد. در ضمن سفارت وی آمده است که او با خود بارهای ابریشم به هلند برده تا آنها را به فروش برساند. در ضمن مذاکرات موسی بیگ با مقامات هلندی وی به دیگر سفرای شاه عباس اول در فرانسه و انگلیس اشاره می‌کند که آنها نیز به منظور فروش ابریشم به آن کشورها سفر کرده بودند. از این موضوع می‌توان به سیاست ویژه شاه عباس اول برای فروش ابریشم و سنجش بازارهای فروش این محصول پی برد.<sup>۳</sup>

#### ۵- مطرح شدن و شهرت ابریشم در بازارهای جهانی:

در مورد کالاهای مصرفی برند به معنای مطرح بودن نیز هست.<sup>۴</sup> محبوبیت و شهرت یک برند می‌تواند موجبات تمایز آن از دیگر کالاها و افزایش فروش آن را به همراه آورد.<sup>۵</sup> آیا محصولات ابریشمی ایران نیز دارای این ویژگی برند بوده اند یا خیر؟

ایران در اوایل قرن یازدهم هجری / هفدهم میلادی در چنان وضعیت مطلوبی به سر می‌برده که از زمان حمله اعراب یعنی در قرن هفتم میلادی هرگز چنین روزگاری را تجربه نکرده بود.<sup>۶</sup> در این دوره ایران در زمره بزرگترین صادرکنندگان ابریشم به حساب می‌آمده است،<sup>۷</sup> چرا که در این زمان پرورش کرم ابریشم به چنان پیشرفتی رسیده بود که نسبت به دوره‌های قبل و بعد از آن بی‌مانند بود. سالانه میزان زیادی از این محصول به کشورهای اروپایی صادر می‌شد.<sup>۸</sup> پرورش کرم ابریشم در این دوره، در گیلان و کاشان رواج بسیاری داشته و ابریشم کاشانی شهرت جهانی داشته است.<sup>۹</sup>

۱. فلسفی، زندگانی شاه عباس اول، ج ۵، ص ۲۳۸.

۲. فلسفی، زندگانی شاه عباس اول، ج ۴، ص ۱۷۶.

۳. فلور، اولین سفرای ایران و هلند، ص ۴۵-۴۳.

۴. کاتلر، پفورچ، مدیریت برندهای صنعتی، ص ۱۵.

۵. همان، ص ۶۰.

۶. بیات، دون ژوان ایرانی، ص ۱۵.

۷. طالب پور، تاریخ پارچه و نساجی در ایران، ص ۱۳۵.

۸. راوندی، تاریخ اجتماعی ایران، ج ۵، ص ۱۶۶-۱۶۷.

۹. ورزی، هنر و صنعت قالی در ایران، ص ۹۵.

به طور کلی در دوره شاه عباس اول شاهد رونق و شکوفای بسیاری در عرصه تجارت ابریشم ایران هستیم. مقدار زیادی ابریشم به بازارهای جهانی عرضه می‌شد و شهرت این محصول موجبات افزایش تقاضا و در نتیجه افزایش فروش آن را فراهم می‌کرد.<sup>۱</sup> هنگامی که شاه عباس آنتونی شرلی را در سال ۱۰۰۸ ه.ق / ۱۵۹۸ م راهی اروپا کرد، ضمن اتحاد برعلیه عثمانی، به دنبال انجام مذاکراتی در مورد فروش ابریشم ایران در بازارهای اروپایی بود. ابریشم ایران کالای نفیسی بود که طرفداران بسیاری در اروپا داشت.<sup>۲</sup> همچنین پارچه‌های ابریشمی، حریر و زربفت ایرانی در این دوران به دلیل طرح و رنگ درخشان از شهرت جهانی برخوردار بودند.<sup>۳</sup>

در عصر صفوی تقاضاهای بسیار زیادی برای پارچه‌های ابریشمی و تجملی وجود داشت و این محصول مورد توجه مصرف‌کنندگان داخلی و خارجی قرار داشت. تولید این پارچه‌ها با هزینه‌های زیادی همراه بود. اما ایران آن زمان از پس برآورده ساختن تمامی تقاضاهای موجود بر می‌آمد، چرا که کشوری ثروتمند بود. بافندگان هنرمند ایرانی، با بهره‌گیری از ذوق و سلیقه خود، مواد اولیه کافی و طرح‌های استادانه هنرمندان نقاش توانستند هنر پارچه‌بافی ایران را به بالاترین درجه زیبایی برسانند.<sup>۴</sup> علاوه بر منسوجات، قالی ایرانی نیز کالایی تجاری بود که از قرن نهم هجری قمری کشورهای اروپایی با آن آشنایی داشته‌اند. نام این محصول در لیست قدیمی کالاها و تعدادی از پرده‌های کار دست هنرمندان ایتالیایی دوره رنسانس باقی مانده است.<sup>۵</sup>

در عصر صفوی نیز فرش ایرانی از نظر هنری ارتقا یافته و تعداد بی‌شماری از آنها از طریق عثمانی به کشورهای اروپایی صادر می‌شد. در این زمینه قالی‌های پشمی و ابریشمی کاشان و شیراز دارای شهرت جهانی بودند.<sup>۶</sup> طرح و نقشه جالب و رنگ‌های متنوع قالی‌های ایرانی، این دست بافته‌ها را از سایر قالی‌های تولید شده در کشورهای دیگر متمایز می‌کرد.<sup>۷</sup> تعدادی قالی از عصر شاه عباس اول برجای مانده است که تجار فرش آن‌ها را قالی‌های شاه عباسی می‌نامند. این قالی‌ها ضمن بهره‌گیری از خصوصیات و

۱. لافون، رایینو، صنعت نوغان در ایران، ص ۲۴.

۲. اقبال آشتیانی، تاریخ ایران از آغاز تا انقراض سلسله قاجاریه، ص ۶۸۹.

۳. سیوری، ایران عصر صفوی، ص ۹۲.

۴. اکرم، سیری در هنر ایران، جلد ۵، ص ۲۳۸۸-۲۳۸۷.

۵. ادواردز، قالی ایران، ص ۶۶.

۶. گراتوسکی، تاریخ ایران از زمان باستان تا امروز، ص ۲۷۳.

۷. ورزی، هنر و صنعت قالی در ایران، ص ۲۵۵.

اصالت فرش‌های ایرانی دارای ویژگی‌های جدیدی نیز هستند، که به هیچ وجه در دوران پیش از جلوس شاه عباس در قالی‌های ایرانی دیده نشده است. این قالی‌ها دراز و باریک هستند و معمولاً طول آنها سه برابر عرضشان است. در طرح آنها گل، گلدان، شکوفه و برگ به کار رفته است که به آنها قالی‌های گلدانی نیز اطلاق می‌شد.<sup>۱</sup>

##### ۵- نوآوری:

پس از اینکه یک برند عالی با محصولات و خدمات بی‌نظیر خود شروع به فعالیت کرد می‌بایست در مرحله بعد دست به نوآوری بزند، تا بتواند برند تجاری خود را همچنان در صحنه رقابت حفظ کند و یک قدم از دیگر رقبا جلو باشد. نوآوری و تولید محصولات جدید این اطمینان را به خریداران می‌دهد که این برند همچنان توانسته خود را به روز نگه دارد.<sup>۲</sup>

در اینجا این سوال مطرح است که سهم صنعت ابریشم ایران از واژه نوآوری چه بوده است؟ در عصر صفوی نقاشی و به ویژه منیاور توانست به بالاترین سطح پیشرفت خود دست یابد.<sup>۳</sup> پادشاهان صفوی توجه ویژه‌ای به این هنر داشته و از زمان شاه اسماعیل اول نقاشان ماهر مورد حمایت دربار قرار می‌گرفتند.<sup>۴</sup> کمال‌الدین بهزاد، هنرمند نوآور مکتب هرات، پیش‌تر از عهد صفویه مورد توجه پادشاهانی همچون بایسنقر تیموری و حسین بایقرا بود. این فرد توانست سبکی نو در نقاشی ارائه داده و نقاشی ایران را از رکود و خشکی به سمت بلوغ و تازگی هدایت کند. بهزاد پس از روی کار آمدن سلسله صفوی مورد حمایت شاه اسماعیل اول نیز قرار گرفت.<sup>۵</sup> به طور کلی در آن زمان ارتباط نزدیکی بین انواع هنرها برقرار بود و هنرمندان پیوسته با یکدیگر تعامل داشتند، به طوری که پارچه بافان طرح‌های خود را از نقاشان زبر دست دریافت می‌کردند و برخی از پارچه بافان خود طراح و نقاش ماهری بودند.<sup>۶</sup>

۱. پوپ، سیری در هنر ایران، ج ۶، ص ۲۷۲۱.

۲. کانلر، پفورج، مدیریت برندهای صنعتی، ص ۴۸-۴۶.

۳. ویلسن، تاریخ صنایع ایران، ص ۶.

۴. فلسفی، زندگانی شاه عباس اول، ج ۲، ص ۶۹.

۵. نوایی، شاه اسماعیل صفوی، اسناد و مکاتبات، ص ۳۵۹-۳۵۳.

۶. طالب پور، تاریخ پارچه و نساجی در ایران، ص ۱۲۸-۱۲۷.

بنابراین پیشرفت در نقاشی و ایجاد سبک‌هایی نو در قرن یازدهم هجری موجب غنا بخشیدن به طرح و نقش منسوجات تولیدی شد. نقش‌های اسلیمی به معنی طرح‌های تزئینی از گل، غنچه، شاخه و برگ در این دوره با طرح گل و بوته و حیوانات ادغام شدند.<sup>۱</sup>

در دوره شاه عباس اول هنرمندانی همچون رضا عباسی و صادق بیگ افشار به دربار او راه یافته و از سبک نقاشی و طرح‌های بهزاد بهره جستند. علاوه بر این سبک جدیدی از نقاشی را ابداع کردند که آن نقش پیکره افراد مسن و درویشان بود. درکارهای رضا عباسی می‌توان ترکیبی از هر دو سبک قدیمی (استفاده از طرح انسانهایی با کمری باریک و کشیده) و جدید (استفاده از چهره‌هایی تازه با ابروهایی پر پشت و گونه‌های برجسته) را دید. طرح‌های نوآورانه رضا عباسی به دیگر حوزه‌های فرهنگی انتقال یافت، به ویژه در هنر قالی بافی در کاشان و کرمان و هرات این طرح‌ها مورد استفاده قرار گرفت.<sup>۲</sup>

در این عهد بافندگان از شیوه‌های متنوع بافت و رنگ‌های نوین بهره کافی بردند. طراحان پارچه نیز ابتکاراتی را در طراحی خود به کار بردند و تغییراتی را در طرح‌های اسلیمی ایجاد کردند. بدین ترتیب به طرح‌های تازه‌ای در این زمینه دست یافتند. همچنین طراحان از طرح برگ نخلی که در شرق یونان ابداع شده بود نیز استفاده کردند. نتیجه تمامی این اقدامات این شد که طراحان با هم در آمیختن دو یا سه طرح، طرح‌های بدیعی را به وجود آوردند. در واقع این بافندگان بودند که از نقش و طرح‌های ابداعی نقاشان کمال استفاده را می‌بردند تا شاهکارهای زیبایی را به وجود آورند. تأثیر طرح‌های نقاشان و مینیاتورست‌های این دوره در طراحی پارچه‌های ابریشمی باعث ایجاد نوآوری و رونق در این صنعت شده بود.<sup>۳</sup>

با ظهور شاه عباس اول، سبک جدیدی در صنعت قالی بافی نیز ایجاد شد. شاه عباس تولید فرش‌هایی را مدنظر داشت که دارای ابعادی بزرگ و طرح‌هایی با شکوه باشند، همچنین تأثیرگذاری بسیاری بر مخاطب داشته باشند.<sup>۴</sup> در واقع تلفیق هنر نگارگری و قالی بافی نیز در این عصر موجب پیدایش شاهکارهایی در فرش‌های ایرانی شد، به طوری که قالی شکارگاه موزه وین، فرش‌های متعلق به موزه-های کراکو و پاریس و... نشانی از دستاوردهای گران‌بهای این همکاری هستند. ناگفته نماند که در این

۱. همان، ص ۱۳۶.

۲. نیومن، ایران عصر صفوی نوزایی امپراتوری ایران، ص ۱۰۷-۱۰۶.

اکرم، سیری در هنر ایران، ج ۵، ص ۹۰-۳۲۳۸۹

پوپ، سیری در هنر ایران، ج ۶، ص ۴۲۷۱۲

دوره، سهم هنرمندان نقاش نسبت به بافندگان بسیار پر رنگ‌تر بوده است.<sup>۱</sup> پیشرفتی که در صنعت قالی‌بافی در نتیجه همکاری بین هنرمندان نقاش و بافندگان قالی ایجاد شده بود ایران را به عنوان زادگاه طراحی قالی معرفی کرد.<sup>۲</sup>

شاه عباس ضمن استقبال از ایده‌ها و طرح‌های نو از سنت‌های محلی فرش بافی نیز حمایت کرده و قدر ویژگی‌های محلی را می‌دانست.<sup>۳</sup> علاوه بر این وی به منظور ایجاد رونق در صنایع کشور از وجود هنرمندان خارجی نیز بهره برد و دستمزدهای گزافی را نیز به آنها پرداخت می‌کرد.<sup>۴</sup>

شاه عباس همچنین در صنعت پوشاک دست به نوآوری زد. شاهدان عینی این دوره توصیفاتی را از سبک لباس پوشیدن زنان و مردان ارائه می‌دهند که پیش از آن وجود نداشته است، به این قرار که زنان و مردان زیرپوش‌های چهارخانه یا راه راه نازک می‌پوشیدند. زیر پوشهای مردانه بلند بود و تا روی زانو کشیده می‌شد. مردان در زیر بالا پوش خود جلیقه‌ای نخی بر تن داشتند. زنان نیز پیراهن‌هایی بر تن داشته و زیر آن شلوارهایی ساده و یا راه راه و بلند می‌پوشیدند. آنها همچنین یقه‌های خود را با مروارید حاشیه دوزی می‌کردند.<sup>۵</sup>

در عهد صفوی عمامه‌های وجود داشته که به نام‌های متفاوت خوانده می‌شدند. به طور مثال میرزا سمیعا در تذکره الملوک از سر بند خاصی صحبت می‌کند به نام زربفت پایه که شاه آن را به امیرانش اهدا می‌کرد. محمد هاشم آصف نویسنده کتاب رستم التواریخ عمامه‌های مورد استفاده توسط مقامات درباری در عهد شاه سلطان حسین را عمامه‌های خلیل‌خانی می‌خواند. نکته حائز اهمیت این است که تحقیقات معاصر نشان داده است سبک امروزی عمامه در اوایل سلطنت شاه عباس اول ابداع شده است.<sup>۶</sup>

۶-مد ایرانی:

پوپ، سیری در هنر ایران، ج ۶، ص ۱۲۶۱۲

ادواردز، قالی ایران، ص ۲۴۳

پوپ، سیری در هنر ایران، ج ۶، ص ۳۲۶۱۷

فلسفی، سیاست خارجی ایران در دوران صفویه، ص ۱۷۰-۴۱۶۹

سوداوردیبا، پوشاک در ایران زمین، ص ۵۲۰۱

۶. همان، ص ۲۰۸.

دورهٔ صفوی را می‌توان دوره اعتلای فرهنگ ایرانی و انتقال آن به کشورهای دیگر دانست. در همین دوران بود که سیاحان خارجی همچون رابرت شرلی، تاورنیه، شاردن و پادشاه کشور سیام (تایلند امروزی) لباس ایرانی بر تن کردند و این نشان از غنی‌تر شدن هنر ایرانی و تأثیرگذاری سنت‌های اصیل این کشور بر مردمان دیگر کشورهای جهان بوده است.<sup>۱</sup>

در سال ۱۰۳۲ ه.ق / ۱۶۲۳ م رابرت شرلی از طرف شاه عباس به سفارت انگلیس انتخاب شد. این سفیر لباسی ایرانی و تاج قزلباش بر سر داشت.<sup>۲</sup> جیمز اول پادشاه انگلیس بر اثر دیدار و مصاحبه با رابرت شرلی شیفته سنن و فرهنگ ایرانی شد و از آن پس مد ایرانی را به جای مد فرانسوی در کشورش رواج داد و خود نیز لباسی ایرانی بر تن کرد. این حادثه به قدری برای پادشاه فرانسه ناخوشایند بود که وی به منظور انتقام جویی از رفتار پادشاه انگلیس دستور داد لباس ایرانی را بر تن مستخدمانش بپوشانند.<sup>۳</sup> شهر لیون در فرانسه در این زمان، از مراکز مهم تولیدکننده ابریشم بوده است<sup>۴</sup> و طبیعتاً گسترش استفاده از لباس‌های ابریشمی ایرانی در بازارهای انگلیسی ضربه بزرگی به اقتصاد فرانسه وارد می‌کرد.<sup>۵</sup>

تاورنیه، سیاح فرانسوی، که در عهد شاه عباس دوم به ایران سفر کرده بود، در تمامی مدت اقامت خود در ایران لباس ایرانی بر تن و عمامه بر سر می‌گذاشت. وی در هنگام بازگشت به فرانسه مد ایرانی را در دربار فرانسه رواج داد و تا مدتی درباریان لویی چهاردهم لباس ایرانی بر تن می‌کردند. پادشاه سیام نیز به علت نفوذ فرهنگ ایرانی در کشورش به تقلید از پادشاهان صفوی لباس ایرانی بر تن می‌کرد.<sup>۶</sup> در مراسم استقبال از شاه عباس دوم فردی به نام «باسیتان» که مقام بالایی در شرکت هند شرقی هلند داشت نیز حضور داشته است و این در حالی بود که او نیز لباس ایرانی بر تن کرده بود.<sup>۷</sup>

#### ۷- سفارش قالی و پارچه:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

مجلهٔ باغ علوم انسانی

۱. شریعت پناهی، اروپایی‌ها و لباس ایرانیان، ص ۲۸.
۲. شرلی، سفرنامه برادران شرلی، ص ۱۴۱-۱۴۰.
۳. ولایتی، تاریخ روابط خارجی ایران در عهد شاه عباس اول صفوی، ص ۸۵.
۴. راوندی، تاریخ اجتماعی ایران، ج ۵، ص ۷۷۲.
۵. نوایی، ایران و جهان از مغول تا قاجاریه، ص ۴۴۸-۴۴۷.
۶. شریعت پناهی، اروپایی‌ها و لباس ایرانیان، ص ۵۸-۵۵.
۷. واله قزوینی اصفهانی، ایران در زمان شاه صفی و شاه عباس دوم، ص ۷۰۳.



در عصر شاه عباس اول، روابط تجاری ایران با اروپا به صورت فزاینده‌ای در حال افزایش بود و تقاضاهای فراوانی برای تولید پارچه و فرش به دربار ایران فرستاد می‌شد. کارگاه‌های کاشان به منظور برآورده کردن تقاضاهای رو به افزایش اروپاییان، پیوسته در حال فعالیت بودند. پادشاه لهستان به نام «سی گیسmond» به دلیل آشنایی با هنر ایرانی در سال ۱۰۱۴ ه.ق / ۱۶۰۵ م تاجری ارمنی را به نام موراتوویچ راهی ایران کرد. این تاجر مأموریت داشت ضمن سفر به کاشان سفارش چند تخته قالی را به قالی‌بافان این شهر ارائه دهد. این قالی‌ها زینت بخش کاخ لهستان شدند.<sup>۱</sup> شرکت هند شرقی انگلیس در سال ۱۰۳۳ ه.ق / ۱۶۲۴ م سفارش بافت قالی‌های بسیار بزرگی را به بافندگان کرمانی ارائه داد.<sup>۲</sup> بعدها همین شرکت در سال ۱۰۴۹ ه.ق / ۱۶۴۰ م سفارش بافت چندین قطعه پارچه تافته ایرانی را تقدیم مقامات درباری ایران کرد. از نظر انگلیسی‌ها، تافته‌های حریر ایرانی کاملاً با معیارهای اروپایی مطابقت داشتند.<sup>۳</sup> شرکت هند شرقی هلند در سال ۱۰۷۱ ه.ق / ۱۶۶۲ م نیز سفارش بافت قالی‌های زربفت و نقره‌باف را به بافندگان اصفهانی ارائه داد. این فرش‌ها به دلیل بزرگی ابعاد و استفاده از فلز طلا در آن گران قیمت بوده و بدون سفارش آماده نمی‌شدند.<sup>۴</sup>

### نتیجه‌گیری:

تجارت ابریشم در عصر شاه عباس اول صفوی با بهره‌مندی از قدرت نبوغ و تدبیر این بزرگ پادشاه، توانست پله‌های ترقی را طی کرده و به عنوان برندی ایرانی در صحنه تجارت بین‌المللی عرض اندام کند. بی‌شک نقش واسطه‌های تجاری مانند بازرگانان ارمنی و اشراف ایشان بر مسائل تجاری در عرصه جهانی، به عنوان عامل فعال تاثیر مستقیمی در این امر داشته است. یک عامل دیگر آن بود که ابریشم در عصر شاه عباس اول در انواع و اقسام و با نام‌ها و کیفیت‌های متفاوت در بازارهای بین‌المللی عرضه می‌شد. عامل فرعی موثر در این امر این بود که ابریشم به واسطه بازاریابی مناسب آن، خواهان بسیاری یافته بود. عامل دیگر در آن دوره دستیابی به اعتبار برند و تقاضای روز افزون جهانی بود. پارچه‌ها و قالی‌های ابریشمی ایران عصر صفوی از سوی پادشاهان، اشراف‌زادگان و شرکت‌های معتبر اروپایی به

۱. نوایی، ایران و جهان از مغول تا قاجاریه، ص ۲۲۰.

۲. فلور، صنعتی شدن ایران، ص ۹۲.

۳. همان، ص ۱۰۶.

۴. همان، ص ۹۳.

بافندگان ایرانی سفارش داده می‌شد. از عوامل تداوم تقاضا برای برند ابریشم ایران آن بود که هنرمندان عصر صفوی با بافت فرش‌های ابریشمین آنهم با طرح‌ها و نقوشی زیبا و دلنواز به نیاز مشتریان پاسخ مثبت می‌دادند. افزایش تقاضا برای خرید ابریشم روش‌های نوین فروش و بازاریابی و کیفیت بالای آن در این دوره همه و همه در تبدیل این محصول به عنوان برند ایرانی در عرصه تجارت جهانی موثر شدند. اما همه این موفقیت‌ها تحت مدیریت اقتصادی و سیاسی توانمند دربار شاه عباس اول قرار گرفت که به دلیل آنکه قائم به فرد بود، پس از مرگ وی و نیز اشباع بازارها و پیدا شدن رقبای عثمانی و هلندی رو به زوال رفت.

#### منابع و مأخذ:

- ادواردز، سیسیل. *قالی ایران*. ترجمه مهین دخت صبا. تهران: انتشارات فرهنگسرا، چاپ دوم، ۱۳۶۸.
- اسکارچیا، جیان روبرتو. *تاریخ هنر ایران*. ج ۱۰. ترجمه یعقوب آژند. تهران: انتشارات مولی، ۱۳۷۶.
- اعرابی هاشمی، شکوه‌السادات. *ارامنه جلفای نو در عصر صفوی*. تهران: انتشارات اسناد و کتابخانه جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۴.
- اقبال آشتیانی، عباس. *تاریخ ایران از آغاز تا انقراض سلسله قاجاریه*. چاپ نهم. تهران: انتشارات خیام، ۱۳۸۰.
- اکرم، فیلیس. *سیری در هنر ایران*. ج ۵. ترجمه زهره روح‌فر. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی، ۱۳۸۷.
- بیات، اروج‌بیگ. *دون ژوان ایرانی*. ترجمه مسعود رجب‌نیا. تهران: انتشارات بنگاه ترجمه و چاپ کتاب، ۱۳۳۷.
- پوپ، آرتور آپم. *سیری در هنر ایران*. ج ۶. ترجمه مصطفی ذاکری. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی، ۱۳۸۷.
- تکتاندرفن، دریابل ژرژ. *ایتریپرسیکوم*. ترجمه محمود تفضلی. تهران: انتشارات بنیاد فرهنگ ایران، ۱۳۵۱.
- ثواقب، جهانبخش. «ابریشم گیلان». *مجله شناخت*. سال ۴. شماره ۳۴. ۱۳۸۱.
- دین‌پرست، ولی. «کانون‌های تجارت ابریشم در دوران تیموریان و ترکمانان (قرن نهم هجری)». *مجله تاریخ اسلام و ایران*. دانشگاه الزهرا. سال ۲۱. شماره ۱۱/۱۳۹۰.
- راوندی، مرتضی. *تاریخ اجتماعی ایران*. ج ۳. تهران: انتشارات امیرکبیر. چاپ سوم، ۱۳۵۷.

- \_\_\_\_\_ . *تاریخ اجتماعی ایران*. ج ۵. تهران: انتشارات روزبهان. چاپ چهارم، ۱۳۸۲.
- سایکس، سرپرسی. *تاریخ ایران*. ج ۲. ترجمه سید محمد تقی فخر داعی گیلانی. تهران: انتشارات افسون، ۱۳۸۰.
- سود اوردیا، لایلا. *پوشاک در ایران زمین*. ترجمه پیمان متین. تهران: انتشارات امیرکبیر، ۱۳۸۲.
- سیوری، راجر. . ترجمه کامبیز عزیزی. تهران: انتشارات مرکز، ۱۳۹۱.
- ستوده، منوچهر. *اسناد پادریان کرملی (بازمانده از عصر شاه عباس صفوی)*. تهران: نشر میراث مکتوب، ۱۳۸۳.
- ساسان‌پور، شهرزاد. «هرات شهری در مسیر راه ابریشم». *فصلنامه تاریخ روابط خارجی ایران*. سال ۱۶. شماره بیست و یکم، ۱۳۸۳.
- شاردن، ژان. *سیاحتنامه شاردن*. ج ۴. ترجمه محمد عباسی. تهران: انتشارات امیرکبیر، ۱۳۵۰.
- شرلی، آنتونی. *سفرنامه برادران شرلی*. ترجمه آوانس. به کوشش علی دهباشی. تهران: انتشارات نگاه، ۱۳۶۲.
- شریعت پناهی، حسام‌الدین. *اروپایی‌ها و لباس ایرانیان*. تهران: انتشارات قومس، ۱۳۷۲.
- صفاکیش، حمیدرضا. *صفویان در گذرگاه تاریخ*. تهران: انتشارات سخن، ۱۳۹۰.
- طالب‌پور، فریده. *تاریخ پارچه و نساجی در ایران*. تهران: انتشارات مرکب سفید، ۱۳۹۲.
- گوگاسیان، وازکن. س. *تاریخ ارمنه ایران در قرن هفدهم میلادی*. ترجمه سعید کریم‌پور. تهران: انتشارات امیرکبیر، ۱۳۹۳.
- فلسفی، نصرالله. *زندگانی شاه عباس اول*. ج ۲. تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۵۳.
- \_\_\_\_\_ . *زندگانی شاه عباس اول*. ج ۴. تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۵۳.
- \_\_\_\_\_ . *زندگانی شاه عباس اول*. ج ۵. تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۵۲.
- \_\_\_\_\_ . *سیاست خارجی ایران در دوره صفویه*. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی، ۱۳۹۴.
- فلور، ویلم. *اولین سفرای ایران و هلند*. تهران: انتشارات کتابخانه طهوری، ۱۳۵۶.
- \_\_\_\_\_ . *صنعتی شدن ایران*. ترجمه ابوالقاسم سری. تهران: انتشارات توس، ۱۳۷۱.
- کانتر، فیلیپ . والدیمار پفورج. *مدیریت برندهای صنعتی*. ترجمه کامبیز حیدرزاده. تهران: انتشارات سیتته، ۱۳۸۹.

- کیوانی، مهدی. *پیشه وران و زندگی آنان در عهد صفوی*. ترجمه یزدان فرخی. تهران: انتشارات امیرکبیر، ۱۳۹۵.
- گراتوسکی و دیگران. *تاریخ ایران از زمان باستان تا امروز*. ترجمه کیخسرو کشاورزی. تهران: انتشارات پویش، ۱۳۵۹.
- لافون، ف. ه. ل. رابینو. *صنعت نوغان در ایران*. ترجمه جعفر حمامی زاده. تهران: انتشارات موسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی پژوهشگاه، ۱۳۷۲.
- نوایی، عبدالحسین. *ایران و جهان از مغول تا قاجاریه*. تهران: مؤسسه نشر هما، ۱۳۶۴.
- \_\_\_\_\_ . *شاه اسماعیل صفوی؛ مجموعه اسناد و مکاتبات به همراه یادداشت‌های تفصیلی*. تهران: انتشارات بنیاد فرهنگ ایران، ۱۳۴۷.
- نیومن، اندرو جی. *ایران عصر صفوی (نوزایی امپراتوری ایران)*. ترجمه بهزاد کریمی. تهران: انتشارات نقد افکار، ۱۳۹۳.
- نوری، حسین. «پروانه ابریشم‌ساز». *مجله درس‌هایی از مکتب اسلام*. سال ششم. شماره ۳، ۱۳۴۳.
- واله قزوینی اصفهانی، محمد یوسف. *ایران در زمان شاه صفی و شاه عباس دوم*. ترجمه محمد رضا نصیری. تهران: انجمن آثار و مفاخر فرهنگی، ۱۳۸۲.
- ورزی، منصور. *هنر و صنعت قالی در ایران*. تهران: انتشارات رز، ۱۳۵۰.
- ولایتی، علی اکبر. *تاریخ روابط خارجی ایران در عهد شاه عباس اول صفوی*. تهران: وزارت امور خارجه، موسسه چاپ و انتشارات، ۱۳۷۴.
- ویلسن، کریستی. *تاریخ صنایع ایران*. ترجمه عبدالله فریار. تهران: انتشارات بروخیم، ۱۳۲۷.
- یوویچ کاتف، فدت آفاناس. *سفرنامه کاتف*. ترجمه محمد صادق همایون‌فرد. تهران: انتشارات کتابخانه ملی ایران، ۱۳۵۶.