

تأثیر حضور شرکت زیگلر بر طرح، نقش و رنگ قالی‌های ایران از دوره قاجار تا پایان جنگ جهانی دوم

سحرا ایلخان*

۱. کارشناس ارشد پژوهش هنر، دانشگاه هنر، تهران، ایران

دکتر محمد تقی آشوری**

۲. استاد گروه پژوهش هنر، دانشکده علوم نظری، دانشگاه هنر، تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۷/۲۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۲۴

صفحه ۱۰-۴۷

چکیده

بیان مسئله: در دوران طولانی صد و سی ساله حکومت قاجار تحولات و رویدادهای بسیاری در ایران رخ داد که آثار آن هنوز هم در جامعه دیده می‌شود. در میانه دوره قاجار تولید و تجارت فرش در ایران رواج یافت. این تجارت پرسود پای سرمایه‌گذاران خارجی را به عرصه تولید و تجارت فرش ایران باز کرد. شرکت‌های چندملیتی فعالیت‌های گسترده‌ای را در این زمینه آغاز کردند. از مشهورترین این شرکت‌ها زیگلر بود که در مناطق اراک، تبریز، کرمان و... فعالیت می‌کرد.

هدف: ورود شرکت‌های چندملیتی به اقتصاد فرش ایران سبب دگرگونی‌هایی در کمیت و کیفیت آن شده است. در برخی مناطق این دگرگونی‌ها بیشتر است چنان‌که اصول زیباشناسانه فرش منطقه را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. تحقیق حاضر می‌کوشد به تجزیه و تحلیل طرح و نقش فرش‌های تولیدی شرکت زیگلر در منطقه سلطان‌آباد (اراک) - که از مراکز اصلی فعالیت شرکت زیگلر بوده است - بپردازد.

سؤال تحقیق: سؤال‌های اصلی این مقاله عبارت‌اند از:

۱. ویژگی‌های کیفی فرش‌های تولیدی شرکت زیگلر کدام‌اند؟
۲. مهم‌ترین تحولات در طرح و رنگ فرش‌های ایرانی با آغاز به کار شرکت زیگلر چگونه است؟

۳. آیا طرح و نقش جدید به فرش ایران اضافه شد؟

روش تحقیق: روش تحقیق این مقاله به روش توصیفی-تحلیلی نوشته شده و روش جمع‌آوری اطلاعات به صورت ترکیبی (میدانی و کتابخانه‌ای) می‌باشد و برای برخی بررسی‌های تاریخی به اسناد مراجعه شده است. داده‌ها به روش کیفی تجزیه و تحلیل شده‌اند.

نتیجه‌گیری: نتایج این تحقیق نشان می‌دهد طراحی فرش در تولیدات این شرکت از قید قوانین و اصول پیش از خود خارج شد؛ اما طرح و نقش جدیدی به فرش ایران اضافه نشد. تولیدات شرکت زیگلر با تغییر در تناسبات و شیوه سامان‌بندی نقوش مطابق با سلیقه بازارهای هدف تولید شد و تا امروز نیز در برخی فرش‌های ایران مورداستفاده دارد.

واژگان کلیدی: قالی بافی، دوره قاجار، شرکت زیگلر، طرح، نقش، رنگ.

* Ilkhansahar@gmail.com

** Ashouri@art.ac.ir



The Ziegler Company's influence on Persian carpets' patterns, designs and colors from late Qajar Era until the end of the World War the second

Sahar Ilkhan*¹

1.M. A. of Art Research, Department of Art Research, Tehran University of Art, Tehran, Iran

Dr. Muhammad Taghi Ashouri**²

2.Professor, Department of Art Research, Tehran University of Art, Tehran, Iran Mashhad, Iran

Received: 12/10/2020

Accepted: 10/2/2021

Page 11-47

Abstract:

During the Qajar Era (1789 - 1925), lots of transformative events took place in Iran, the effects of which could still be seen in the Iranian society. At the beginning of the Qajar Era, the situation of the carpet trade was not favorable and even many famous carpet weaving centers had lost their former prosperity. In the middle of the Qajar Era, the Persian carpet weaving industry reflowered, caused by many interacting factors.

This lucrative trade attracted foreign investors to the Persia. During the Gilded Era in America, the West showed an interest to invest directly in Persian rug production. Multinational corporations began extensive activities in this field. According to some experts, with establishing multinational companies, claimed to be merely for the carpet weaving's growth, The Western companies were following their colonial goals; an example of many privileges given to the Europeans, Russians and Americans by the Qajar kings.

These Western companies were benefited by carpet weaving technology which already existed in Persia (Iran) as well as low-priced local workers. Investing in several Iranian cities and due to their financial upper hand, they were able to employ many workers in both centralized and decentralized carpet weaving workshops.

These companies initially applied the indigenous technology but after mastering the techniques and learning the craft's skills, they started to make changes in the methods of carpet production which affected the craft both quantitatively and qualitatively. In some weaving centers, the efficacy was so severe that it totally changed the aesthetic principles of the region's rug weaving.

The pioneer was a British-Swiss company called Ziegler, which established its workshops chiefly in Sultanabad (Arak), Tabriz, Kerman, etc. The company started its activity in 1883. Its parallel interest was Persian opium cultivation. They learned the ropes from Tabrizi merchants who were expanding their workshops around Sultan-Abad at that time. So Ziegler and co., too, established their workshops there, followed by American companies, initiating a new type of designs in Sultan-Abad (nowadays called Arak).

The total structure and identity of Persian carpets have not changed in these productions. Ziegler went after its Western tastes, which was forming under the influence of artistic movements such as Art Nouveau. The new products enjoyed Persian patterns and motives but in different designs. The shapes mostly followed curvilinear designs but in a somehow

rectilinear way. The result was something similar to loom-drawings on graph papers which was a shake-up for that time.

Multinational corporations caused many designs, patterns, colors, and even textures to be forgotten. After the Ziegler's dissolution, the loom drawings remained in Arak's workshops and the style mingled with the previous traditions of the regions in which the company had used to produce carpets.

The present study tries to analyze the designs and patterns of carpets produced by Ziegler Company in Sultanabad (Arak) - which has been the center of Ziegler's activities. The main questions of this article are:

1. What are the characteristics of Ziegler carpets?
2. What innovations Ziegler made in Persian palettes and designs?
3. Did Ziegler give something new to the Persian carpet?

The study's results indicate the so-called Ziegler carpets have been designed with a new type of composition using patterns from various Iranian hand-woven pieces. Ziegler's designers used freely the various elements from different Iranian regions, making new compositions with them. At first glance, one may assume the Ziegler's designs as novel patterns with no relation to the traditional Persian designs. But with a more accurate look it would be apparent that the general forms of Persian patterns remained unchanged in these pieces. It is not the

patterns, but the designs and compositions that have been changed as well as the palettes and favorable sizes.

Ziegler's designs enjoyed Persian patterns and motives but in different designs and with different proportions. In the long run, Ziegler's designs did not add anything new to the Persian carpets' patterns and designs. Only by changing the proportions and colors Ziegler managed to achieve a new style that became fashionable in the target markets for a while. The presence of multinational companies, like Ziegler, in the Iranian economy had some positive results, such as increasing foreign investments and growing the carpet production. Nevertheless, it degraded the quality and originality of Persian designs. The research's method: Analytical-descriptive method is used in this article. The data have been collected from both field and library. Historical texts have been also used as references. The method of analysis is qualitative. The results indicate that despite breaking the traditional rules, Ziegler designers could not introduce something new to the Persian carpets' world. Following the Western markets' temporary tastes, Ziegler designer made some changes in patterns' proportions and arrangements. Such innovations may still be seen occasionally, here and there, in new Persian products.

Keywords: Carpet weaving, Persian carpets, The Qajar Era, Ziegler Company, design, Pattern and color.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

تولیدی شرکت زیگلر در استان مرکزی را بررسی و تأثیر این ویژگی‌ها را بر فرش ایران مطالعه کند؛ بنابراین تحقیق کنونی ساختار طرح‌های قالی‌های شرکت زیگلر را بررسی می‌کند، نقوش و رنگ‌های غالب را مو می‌شکافد و در پایان آن‌ها را دسته‌بندی و اصول و کیفیت‌های زیباشناسانه‌شان را تحلیل می‌کند. با این مقدمه سؤال‌های ذیل مطرح می‌شود:

۱. ویژگی‌های کیفی فرش‌های تولیدی شرکت زیگلر کدام‌اند؟

۲. مهم‌ترین تحولات در طرح و رنگ فرش‌های ایرانی با آغاز به کار شرکت زیگلر چگونه است؟

۳. آیا طرح و نقش جدید به فرش ایران اضافه شد؟
بررسی چندوچون تأثیر حضور شرکت‌های چندملیتی به‌ویژه زیگلر بر کمیت و کیفیت فرش ایران در درازای زمان و از سویی تجزیه و تحلیل ویژگی‌های کیفی و زیباشناسانه فرش‌های تولیدی شرکت زیگلر از مهم‌ترین ضرورت‌های انجام تحقیق حاضر است. با توجه به پیشینه تحقیق بیشتر آگاهی‌ها درباره تأثیر شرکت‌های چندملیتی بر فرش ایران دارای جنبه‌های کمی و اقتصادی است. تحقیق کنونی می‌کوشد به جنبه‌های کیفی فرش‌های تولیدی شرکت‌های چندملیتی و به‌ویژه زیگلر بپردازد و خلأ اطلاعاتی در این زمینه را پر کند.

روش تحقیق

روش انجام این تحقیق، به صورت توصیفی-تحلیلی است. روش گردآوری اطلاعات به صورت ترکیبی (میدانی و کتابخانه‌ای) می‌باشد. غالب تصاویر مورد استفاده از طریق مراجعه به کتب فارسی و لاتین تهیه شده است و تعدادی دیگر نیز در مطالعات میدانی جمع‌آوری شده است. همچنین از منابع اینترنتی برای چند نمونه تصویر فرش استفاده شده است. تحلیل اطلاعات در این تحقیق به روش کیفی خواهد بود.

مقدمه و بیان مسئله:

تا دوره صفوی داده دقیق از شیوه‌های تولید، طرح و نقش و اقتصاد و دادوستد فرش دستباف در دست نیست؛ مگر اشاره‌هایی در سفرنامه‌های جهانگردان و سفیران کشورهای غربی. از دوره صفوی به این سو با گسترش روابط بازرگانی و فرهنگی با اروپا، در نوشته‌های مستشرقین و سفرنامه‌های اروپاییان به نکته‌های در این باره برمی‌خوریم. گرچه این نوشته‌ها نیز منسجم نیستند و مختص فرش نیز نوشته نشده‌اند. پیشینه حضور فرش در بازارهای خارجی به همین دوران برمی‌گردد که به سبب توجه به تمامی وجوه و جنبه‌های کیفی قالی، از جمله طرح، نقش، رنگ و مواد اولیه، فرش ایران توانست به کشورهای اروپایی راه یابد و از آن زمان تاکنون با وجود فراز و نشیب‌های مختلف در تولید و تجارت فرش، این محصول هنری همواره در ردیف اقلام عمده صادرات غیرنفتی ایران قرار داشته است. روندی که در دوره صفوی با پیوستن ایران به شبکه تجارت جهانی آغاز شده بود، در میانه دوره قاجار گسترش بیشتری پیدا کرد. در این دوران، صنعت فرش بافی علاوه بر ارزش صادراتی بستری برای سرمایه‌گذاری خارجی را نیز فراهم آورد و شرکت‌های چندملیتی فعال در حوزه اقتصادی ایران و خاورمیانه را به سمت خود فراخواند. از این رو شرکت‌های چندملیتی که پیش‌تر در دیگر عرصه‌های اقتصادی فعال بودند، قدم در تولید و تجارت فرش دستباف ایران نیز گذاشتند. شرکت انگلیسی-سوئیس زیگلر از شناخته‌شده‌ترین این شرکت‌هاست که در سال ۱۸۷۸م (۱۲۵۶.ش) در تبریز و سپس در اراک (سلطان‌آباد) تأسیس شد. حضور شرکت‌های بیگانه در سیاست و اقتصاد نابسامان دوره قاجار آثار کمی و کیفی بسیاری داشت. این تأثیرات در حوزه فرش دستباف در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و هنری قابل پیگیری و ارزیابی است. این تحقیق در پی آن است که ویژگی‌های کیفی (طرح، نقش و رنگ) فرش‌های

پیشینه تحقیق

بیشترین تمرکز پژوهشگران تاکنون بر روی معرفی و شناسایی شرکت‌های چندملیتی فعال در حوزه فرش دستباف ایران بوده است. رویکردهای ریشه‌شناسانه و بررسی سیر تحول طرح‌ها و نقوش و رنگ‌بندی‌های متفاوت در تولیدات شرکت زیگلر کمتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است.

سیسیل ادواردز (۱۳۶۸) در کتاب «قالی ایران» در بخش‌های مربوط به حوزه‌های قالی‌بافی تبریز، اراک و سایر مراکز مهم قالی‌بافی به نحوه ورود شرکت‌های چندملیتی در حوزه تولید و تجارت فرش دستباف ایران پرداخته است. او مدت ۵۰ سال در کار دادوستد قالی ایران بوده که سیزده سال آن را در ایران گذراند. ادواردز به تناسب کار خود این امکان را داشته است که در مدتی کوتاه از مراکز قالی‌بافی این کشور بازدید نماید. جمع‌آوری مطالب سیسیل ادواردز به سال ۱۹۸۴ برمی‌گردد و او این زمان را مقارن دوره‌ای می‌داند که هنر قالی‌بافی ایران از لحاظ طرح و رنگ و بافت و نیز حجم تولید به پایین‌ترین سطح خود تنزل پیدا کرده است. بحث شرکت‌های چندملیتی و تجارت فرش توسط اروپاییان و آمریکاییان در بخش معرفی قالی‌های تبریز، اراک، کرمان و اصفهان مطرح شده است.

پروان (۱۳۹۸) در کتاب خود با نام «تاریخ تجارت فرش ایران، عصر قاجار» تصویری از تجارت داخلی و خارجی فرش ایران در دوران قاجار را ترسیم کرده است. این کتاب در چهارفصل تنظیم شده است. در فصل اول نویسنده به ساختار تولید و تجارت فرش در دوران قاجار در ایران می‌پردازد. در فصل دوم به شرایطی که در بازار ایران و بازار بین‌المللی، به‌ویژه بازار اروپا رخ داد و باعث رونق در صادرات فرش ایران شد، را بررسی می‌کند. در این فصل فعالان عرصه تجارت فرش در ایران معرفی شده و در ادامه مبادی مختلف صادرات و قیمت فرش ایران در این دوران مورد بررسی قرار می‌گیرد. فصل سوم به مسائل مربوط به بازارهای جهانی فرش ایران پرداخته است. موضوعاتی که در بازارهای جهانی فرش در عصر قاجار در این کتاب مورد بررسی قرار گرفته معرفی کشورهای متقاضی فرش دستباف ایران و میزان صادرات فرش به این کشورهاست. در فصل چهارم و پایانی نیز به سیاست‌های دولت قاجار در صنعت و تجارت فرش دستباف ایران پرداخته است. در این کتاب به بررسی طرح‌ها و نقوش فرش‌های این دوران پرداخته است. در مقاله پیش‌رو سعی دارد به بررسی سیر تحول نقوش، طرح‌ها

و رنگ‌های غالب در فرش‌های دوران قاجار پس از ورود شرکت‌های چندملیتی بپردازد؛ مطلبی که در این کتاب به آن هیچ اشاره‌ای نشده است.

صوآسرافیل (۱۳۷۲) در کتاب «غروب زرین فرش ساروق» به طور ویژه به فرش‌بافی منطقه اراک و معرفی مراکز قالی‌بافی این استان می‌پردازد. در مباحث کتاب اشاره‌هایی به حضور و نحوه فعالیت شرکت زیگلر در این استان می‌کند. مبحث اصلی کتاب پیرامون معرفی قالی‌های استان اراک و شیوه‌های تولید و رنگ‌رزی است. تصاویر کتاب به صورت میدانی تهیه شده و در موارد بسیاری تاریخ و نام و نشان مشخصی برای آن‌ها ذکر نگردیده است. نگارنده در جمع‌آوری تصاویر و شناخت فرش‌های تولیدی اراک از این کتاب بهره گرفته است.

حشمتی رضوی (۱۳۸۹) در کتاب «تاریخ فرش (سیر تحول و تطور فرش بافی ایران)» در بررسی سیر تاریخی هنر قالی‌بافی ایران، بزرگ‌ترین ویژگی خاص فرش بافی دوران قاجار را ایجاد شرکت‌های چندملیتی می‌داند که برای فروش قالی ایران سرمایه‌گذاری هنگفتی به عمل آوردند. او بحث شرکت‌های چندملیتی را به طور مشخص در بخش مربوط به فرش بافی دوران قاجار مورد بررسی قرار می‌دهد. نویسنده در بحث از این شرکت‌ها با جمع‌آوری مطالب و اسناد به صدمات رسیده از سوی این شرکت‌ها در اجتماع ایران دوران قاجار پرداخته است.

یارشاطر (۱۳۸۴) در کتاب «تاریخ و هنر فرش بافی در ایران (بر اساس دایره‌المعارف ایرانیکا)» مقاله‌هایی مربوط به ادوار پیاپی هنر قالی‌بافی ایران را نکرده است. دو مقاله از این کتاب که در معرفی هنر قالی‌بافی در دوران قاجار و صفوی است. مقاله فرش‌های دوران صفوی، نوشته «دانیل واکر» و مقاله دیگر، فرش‌های قاجار نوشته «آنت اتیک» است. آنت اتیک شرکت‌های چندملیتی فعال در تولید و صادرات فرش ایران در دوران قاجار را نام می‌برد و به طور خاص به فعالیت‌های شرکت زیگلر در آن سال‌ها می‌پردازد. نحوه عملکرد شرکت زیگلر و گستره فعالیت‌های تولیدی او از ابتدای تأسیس بیان شده است.

پروان و اتحادیه (۱۳۹۵) در مقاله «نقش دستگاه‌های دولتی عصر قاجار در صنعت و تجارت فرش ایران» منتشر شده در شماره ۱۴ نشریه «پژوهش‌های علوم تاریخی» به بررسی اقدامات دولت در زمینه صنعت فرش در عصر قاجاریه می‌پردازد. این پژوهش نشان می‌دهد دستگاه‌های دولتی عصر قاجاریه، به فراخور درخواست‌های فعالین این

پروان (۱۳۸۹) در پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد خود با نام «تاریخ تجارت فرش ایران (قاجار و پهلوی اول)» به راهنمایی منصوره اتحادیه در رشته ایران‌شناسی (گرایش تاریخ) دانشگاه شهید بهشتی انجام شده، به بررسی افت‌وخیزهای تجارت فرش ایران در دوران قاجار و پهلوی پرداخته است.

باتوجه به پیشینه تحقیق بیشتر آگاهی‌ها درباره تأثیر شرکت‌های چندملیتی بر فرش ایران دارای جنبه‌های کمی و اقتصادی است. تحقیق کنونی می‌کوشد به جنبه‌های کیفی (طرح، نقش و رنگ) فرش‌های تولیدی شرکت‌های زیگلر بپردازد و خلأ اطلاعاتی در این زمینه را پر کند.

بحث و تحلیل یافته‌ها

۱. فرش بافی در دوران قاجار

فرش بافی که در دوره صفوی تحت حمایت دربار بود با پایان آن دوره تاروی کار آمدن آغامحمدخان قاجار کمابیش متوقف شده و کارگاه‌های بزرگ شهری که به تقاضاهای اعیان و اشراف ایران و اروپا می‌پرداخت، تعطیل شده بود. در قرن هجدهم و اوایل قرن نوزدهم، تقاضای بازار اروپا برای فرش‌های شرقی روبه کاهش نهاد و بافندگان ماهر کارگاه‌های درباری پراکنده شدند. از آن زمان تا استقرار دولت قاجار فرش بافی به صورت حرفه‌ای روستایی درآمد و تولیدات در رفع نیاز بازارهای داخلی بود. در دوره فتحعلی‌شاه فعالیت‌های هنری گسترده و کارگاه‌ها و نگارخانه‌های سلطنتی دایر شدند و نقاشان بسیاری به خلق اثر پرداختند (تناولی، ۱۳۶۸، ص ۱۱). شاه قاجار شماری از برجسته‌ترین هنرمندان را در تهران گرد آورد و آنها را به کار نقاشی پرده‌های بزرگ اندازه برای نصب در کاخ‌های خود، گماشت. این پرده‌ها از ویژگی‌ها و ضوابط یک سبک رسمی جدید پیروی می‌کرد که عمده مشخصات آن عبارتند از: «ترکیب بندی متقارن و ایستا با عناصر افقی و عمودی و منحنی؛ سایه‌پردازی مختصر در چهره و جامه؛ تلفیق نقشمایه‌های تزیینی و تصویری؛ و رنگ‌گزینی محدود با تسلط رنگ‌های گرم بخصوص قرمز» (پاکباز، ۱۳۸۷، ص ۱۵۱). در این تابلوهای رنگ و روغن سبک زندگی باشکوه و مجلل درباری به نمایش درآمده است. در اغلب آن‌ها می‌توان نقوش قالی‌هایی را دید که از هر حیث پیرو ویژگی‌های این سبک رسمی جدید است و با طرح‌های بندی، ختایی یا اسلیمی، نقشمایه‌های گل و گیاهی درهم و دسته‌های گل سرخ (گل فرنگ) شکل گرفته‌اند. در سال‌های نخست سلطنت ناصرالدین‌شاه تاریخ جدیدی

عرصه، برنامه‌های از جمله مبارزه با رنگ‌های جوهری، حمایت از شرکت‌های خارجی، معرفی بین‌المللی فرش ایران و کمک به توسعه تجارت بین‌المللی را اجرا کردند. در مباحث مقاله، این موارد مورد شرح و بررسی قرار گرفته و به مقوله طرح و نقش در این دوران پرداخته است.

کشاوری (۱۳۹۰) در مقاله «بررسی مؤلفه‌های مدیریتی تولید فرش با سرمایه خارجی در دوره قاجار (آسیب‌شناسی موردی مؤسسه بازرگانی زیگلر و شرکا)» که در اردیبهشت ۱۳۹۰ در نشریه فرش دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد منتشر شده با محوریت قرار دادن فعالیت‌های شرکت زیگلر به عنوان نخستین شرکت چندملیتی که در ایران به تولید و تجارت فرش اقدام کرده، به آسیب‌شناسی حضور این شرکت پرداخته است. در این مقاله به شرایط اقتصادی ایران در دوران قاجار می‌پردازد و عواملی را که سبب حضور سرمایه‌های خارجی در بخش تولید و تجارت فرش دستباف شده بود را مورد بررسی قرار می‌دهد. این مقاله ضمن بررسی فرش بافی دوران قاجار به موقعیت فرش ایرانی در میان سایر تولیدکنندگان دنیا نیز پرداخته است.

لعبت فرد و ثواقب (۱۳۹۵) در مقاله «عوامل مؤثر بر رشد صادرات فرش و پیامدهای اقتصادی آن در ایران قرن نوزدهم میلادی» منتشر شده در شماره ۷۸ مجله «تاریخ ایران» به بررسی تجارت فرش ایران در نیمه دوم قرن نوزدهم میلادی (برابر با سیزدهم هجری) می‌پردازد. شرکت‌های چندملیتی و سرمایه‌گذاری خارجی را سبب رونق تولید و صادرات فرش در این دوران می‌داند. این پژوهش به منظور پاسخ به پرسش‌های زیر انجام شده است:

۱. چه عاملی سبب رشد تولید و صادرات فرش ایران در نیمه دوم قرن نوزدهم شد؟
۲. پیامدهای رشد تولید و صادرات فرش در اقتصاد ایران چه بود؟

هدف نگارنده از انجام این پژوهش نشان دادن چشم‌اندازی برای چگونگی برون‌رفت از سیطره اقتصاد نفتی و احیاء اقتصاد جایگزین به‌ویژه صنعت نفت در شرایط کنونی است.

ملکی (۱۳۹۰) در پایان‌نامه دوره کارشناسی خود با نام «بررسی قالی‌های زیگلر» به بحث پیرامون شکل‌گیری و نحوه فعالیت شرکت زیگلر پرداخته است. این پژوهش، موشکافی ساختار و نقوش قالی‌های تولیدی شرکت زیگلر و تأثیرات آتی این تولیدات بر فرش ایران را مدنظر نداشته است.



تصویر ۱: نقاشی فتحعلی شاه قاجار اثر مهرعلی نقاش، تاریخ: ۱۳۲۷-۱۳۲۸ ه.ق، محل نگهداری: موزه نگارستان تهران

Pic1: A portrait of Fath-Ali Shah Qajar by Mehr-Ali Naqqash 1850, Tehran's Negarestan Museum

منطبق با سلیقه اروپاییان باشد. تغییر در سبک و سیاق تولیدات و همسو کردن آن با مزاج غربی‌ها به توسعه نواحی فرش بافی و حجم تولیدات فرش ایران افزود. شرکت‌های بزرگ چندملیتی که همواره به دنبال بهره‌برداری از سرمایه کشورهای در حال توسعه بودند، فرصت را برای سرمایه‌گذاری در بخش فرش‌های ایرانی مناسب دیدند. پس از ورود شرکت‌های چندملیتی و تولید گسترده، فرش‌های صادراتی ایران، متناسب با خواست بازارهای اروپایی و آمریکایی تغییراتی را پذیرفت. دگرگونی‌هایی که به تغییر در طرح و تناسبات آن، نقوش و رنگ‌بندی قالی‌های ایران در این دوران انجامید، موضوع اصلی این پژوهش است.

شرکت چندملیتی به شرکت‌هایی گفته می‌شود که در کشورهای خارجی، شرکت‌های کوچک اقماری ایجاد می‌کنند (چارلز، ۱۳۸۰، ص ۵۲). در شرکت‌های چندملیتی با یک شرکت مادر (اصلی) که تابعیت کشور محل ثبت خود را داراست و مرکز محسوب می‌شود و چندین شرکت فرعی مواجه هستیم که این شرکت‌های فرعی نیز هرکدام تابعیت کشور محل ثبت خود را خواهند داشت. این شرکت‌ها در اصل شعبه شرکت اصلی‌اند که در کشورهای دیگر مستقر هستند. این شرکت‌ها بر طبق قانون تجارت یک کشور تأسیس و بر طبق همان مرکز واحد اداره می‌شوند. تمامی

در صنعت قالی‌بافی ایران گشوده می‌شود. گسترش قالی‌بافی پس از نیمه دوم قرن نوزدهم و پس از بیماری کرم ابریشم و بحران تولید پنبه و قائله جنگ تریاک روی می‌دهد. به‌واقع تولید فرش آخرین دستاویز قاجار برای ثبات است. در این دوران ترکیه بازاری برای فروش قالی‌های ایرانی به بازرگانان خارجی می‌شود (آذریاد، رضوی، ۱۳۷۲، ص ۱۷۶). با این رویداد تجار و بازرگانان تبریزی صنعت جدید قالی‌بافی ایران را پایه‌گذاری می‌کنند و احیای نوین قالی‌بافی در ۱۳۰۴ ه.ق/ ۱۸۸۵ م. آغاز می‌شود (ادواردز، ۱۳۶۸، ص ۷۰). واقعه‌ای که تأثیر بسزایی در تحول اوضاع اقتصادی دولت و جلوگیری از سقوط سلسله قاجار داشت. ایجاد روابط فرهنگی و توجه هنرمندان غربی به هنرهای شرقی موجی جدید در علایق و دنیای پیرامون غربی‌ها افکند. از آثار نیک این روابط، بازگشت مجدد قالی‌های ایران در دکوراسیون‌ها و حتی بر نقاشی‌های هنرمندان غربی بود. اقبال دیگر فرش ایران در بازارهای اروپایی، افزایش قدرت خرید اروپاییان در دوران پس از انقلاب صنعتی بود. در این دوره در اروپا مردم صاحب خانه‌های بزرگ شدند و ترجیح می‌دادند به شیوه ثروتمندان زندگی کنند و خانه‌های خود را با قالی‌های ایرانی مزین کنند. فرش‌های شهری و روستایی ایران در دوره قاجار و هم‌زمان با توجه و تقاضای غربی‌ها تغییراتی را پذیرفت که

دنیا به فروش می‌رسانند. نکته تأمل برانگیز در این فرآیند، نحوه تولید و چگونگی استفاده از مواد اولیه بومی است. شرکت‌های چندملیتی در بدو ورود خود، عوامل داخلی را واسطه قرار می‌دهند. فعالیت شرکت‌های چندملیتی ساختارهای اقتصادی کشورهای در حال توسعه را تغییراتی می‌دهد. از جمله این تغییرات وابسته کردن شرکت‌های بومی به سرمایه‌های خارجی است. (کاظمی، ۱۳۸۴، ص ۲۲ و ۲۰).

۲. ورود شرکت‌های چندملیتی به حوزه فرش بافی

اوضاع نابسامان ایران در دوره قاجاریه، بستری مناسب برای تصاحب ساختار اقتصادی ایران به دست سایر کشورهای قدرتمند جهان را فراهم کرد. ایران در این زمان رفته‌رفته گام‌های وابستگی را طی کرد و قدرت انگلیس و روسیه روزبه‌روز بیشتر رخ نمود. این اوضاع راه را برای ورود و نفوذ شرکت‌های چندملیتی به ایران باز کرد. این شرکت‌ها و تجار غیرایرانی در مدتی کوتاه در بخش‌های مختلف اقتصادی سیاسی ایران وارد شدند. مهم‌ترین شرکت‌های چندملیتی عبارت بودند از:

- زیگلر؛

فعالیت‌های تولیدی و تجاری مراکز فرعی این شرکت‌ها تحت نظارت شرکت مادر است. کلیه امور مربوط به تأمین بودجه، امور حقوقی و اداری در آن کشور متمرکز است. این شرکت‌های فراملیتی هر جا که تولید ارزان و کارایی بیشتر باشد به سرمایه‌گذاری اقدام می‌کنند. بدیهی است، شرکت‌های چندملیتی کسب حداکثر سود برای شرکت مادر را در الویت اهداف خود قرار می‌دهد و سودآوری شرکت‌های تابعه می‌تواند در مرحله بعدی واقع شود. مسئله قابل بررسی بعد از معرفی و تعریف شرکت‌های چندملیتی، پرداختن به کشورهای میزبان این شرکت‌هاست. این شرکت در نقاطی از جهان که امکان سودآوری بیشتر، نیروی کار ارزان و نبودن محدودیت‌های سیاسی باشد بعد از بررسی ابعادی همچون صنایع بومی این کشورها اقدام به تأسیس و راه‌اندازی کارخانه‌ها و مراکز تولیدی خود می‌کنند. حضور این شرکت‌ها مزایا و معایبی را برای کشورهای میزبان به همراه دارد. این شرکت‌ها ضمن ورود به بازارهای کشورهای میزبان صنعت و تکنولوژی خود را برای تولید آسان و بهره‌برداری سریع‌تر وارد می‌کنند. نیروی کار بومی را به خدمت می‌گیرند و کالاهای بومی را با قیمت ارزان‌تر تولید می‌کنند و در بازارهای



تصویر ۲: قلعه حاج وکیل مربوط به اواخر دوره قاجار است که در شهر اراک و در تاریخ ۲۶ آبان ۱۳۷۵ با شماره ثبت ۱۷۷۱ به عنوان یکی از آثار ملی ایران به ثبت رسیده است. بانی این بنا در اصل یک شرکت تجاری - انگلیسی (سویسی الاصل) به نام زیگلر بود که پس از انحلال، قسمتی از آن توسط یکی از متمولین شهر اراک به نام حاج محمد حسین میثمی وکیل خریداری شد و از آن پس به نام قلعه حاج وکیل شهرت یافت. (مأخذ: نگارنده).

Pic 2: The Haj Vakil castle is a late Qajar building in Arak built by Ziegler Company, then sold to Haj Mohammad-Hossain Meythami, an Araki notable (Source: the author)

- شرکت ایتالیایی- انگلیسی برادران کاستلی؛

- شرکت تجارت قالی مشرق زمین نیویورک که با سرمایه‌گذاری بین‌المللی انگلیس، ایتالیا، روسیه و آلمان تأسیس شد؛

- شرکت انگلیسی-یونانی فرش شرق لندن که با علامت اختصاری (O.C.M) در کرمان آغاز به کار کرد؛
- نمایندگان کمپانی‌های دیگری چون تاوشانچیان، عطیه و چند شرکت دیگر که به دادوستد فرش می‌پرداختند.
(حشمتی رضوی، ۱۳۸۷، ص ۲۴۲).

۳. شرکت زیگلر

نخستین تلاش‌ها برای سازمان دادن تولید فرش در ایران با سرمایه خارجی، از طریق مؤسسه تجاری زیگلر^۱ در منطقه سلطان‌آباد انجام گرفت. نام زیگلر امروزه به دنبال قالی‌های عتیقه و آنتیک در گوشه‌وکنار مجامع فرش شنیده می‌شود. شرکت انگلیسی-سویسی زیگلر در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم در ایران به تولید قالی مشغول بود. فرش‌های تولیدی زیگلر در اندازه‌هایی جدید، با ایجاد تغییراتی در الگوهای رنگ و طرح وارد بازارهای جهان و به‌ویژه اروپا و آمریکا شد. اگرچه شرکت‌های چندملیتی دیگر نیز اقدام به سرمایه‌گذاری و تولید در فرش ایران پرداختند، اما شرکت زیگلر به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان غیرایرانی فرش‌های شرقی در طول این مدت زمان باقی‌ماند. این شرکت، دفاتر و اداره‌های خود را در شهر سلطان-آباد برپا کرد.

بافندگان منطقه سلطان‌آباد در قلعه زیگلر به کار بافت مشغول شدند. شرکت زیگلر به‌صورت ماهیانه و منظم دستمزدی را برای بافندگان مقرر می‌کرد که خود موجب آن شد که هزاران بافنده به خدمت کارگاه‌های زیگلر درآیند. بافندگان که تاکنون درآمد حاصل از بافت را پس از اتمام کار دریافت می‌کردند، اکنون از این شیوه دستمزدراضی بودند. کار بافت هر قالی ممکن بود چند ماه به طول انجامد ولی اکنون بافنده در حین کار دستمزد خود را به‌صورت ماهیانه دریافت می‌کرد. احمد سیف تأکید می‌کند که افزایش شماره دارهای فرش بافی و تغییر کیفی در مناسبات حاکم بین بافندگان و صاحبان کارگاه‌ها، تحولاتی منحصربه‌فرد بودند که در بخش فرش بافی اتفاق افتاد. شرکت زیگلر در تولید قالی‌های خود نکاتی از قبیل مقیاس و اندازه اتاق‌های غربی و مبلمان و دکوراسیون‌های آن‌ها را مدنظر قرار داد. شاید بتوان گفت این نخستین بار بود که سلايق کشورهای

صادرکننده در بخش صادرات مورد کنکاش و بررسی قرار گرفت. طراحی فرش‌های بافته شده توسط شرکت زیگلر دارای خصایص برجسته‌ای چون داشتن یک ترنج مرکزی و با تکرار الگویی در تمامی متن قالی است. تکرار گل‌های بزرگ شاه‌عباسی و دسته‌گل‌هایی که به‌صورت یکپارچه سراسر متن قالی را می‌پوشاند گروه دیگری از طرح‌های تولیدی شرکت زیگلر را شامل می‌شود. اساساً در این طرح‌ها از شلوغی و انباشتگی نقوش پرهیز شده بود و نقش‌ها به صورتی باز در زمینه گسترده شدند.

۴. ورود شرکت زیگلر به حوزه قالی بافی اراک

رنگ‌بندی قالی‌های منطقه سلطان‌آباد یا اراک می‌تواند از دلایل توجه اروپاییان و آمریکاییان برای قالی‌های این منطقه باشد. قالی‌های اراک در وهله نخست به دلیل رنگ‌های آن در جهان شناخته شد. منابع تاریخی نشان می‌دهد شهر اراک تا اوایل قرن بیستم در رنگ‌رزی با رنگ‌های گیاهی و شیوه چینش رنگ‌ها در سراسر قالی بسیار بی‌نظیر عمل کردند. بیشتر قالی‌های قدیمی ساروق با رنگ قرمز دوغی مشهور خود، فرش‌های فراهان با رنگ آبی پرزرق‌وبرق و فرش‌های مشک‌آباد با رنگ روناسی خود و پشم مرغوب، توانستند در زمان تولید بازارهای جهانی و امروزه موزه‌ها و مجموعه‌های شخصی را زینت دهند. (در سال ۱۳۰۸ در اراک قریب به ۳۰ تجارت‌خانه خارجی وجود داشت که بیشتر آنان به تجارت فرش اشتغال داشتند. از جمله تجارت‌خانه‌های بزرگ‌تر و وسیع‌تر، تجارتخانه زیگلر بود که مرکز آن در منچستر از بلاد انگلستان و شعبه‌ای نیز در تهران داشت. این تجارت‌خانه قسمتی از فرآورده‌های خود را به‌صورت فرش در شهرستان اراک تهیه می‌نمود... تجارت‌خانه مزبور مشتری تمامی قالی‌هایی است که در سلطان‌آباد شهر اراک بافته می‌شود و همه آن کارگران به خرج آن تجارت‌خانه کار می‌کنند) (صوراسرافیل، ۱۳۷۲، ص ۱۰).

شرکت زیگلر در ربع قرن نوزدهم م، بازار بزرگی برای تولیدات قالی‌های ایرانی و فروش آنها در اروپا آمریکا فراهم کرد.

منطقه سلطان‌آباد (اراک فعلی) علاوه بر اینکه از تولیداتی با کیفیت بالا بهره‌مند بود، مکان مناسبی نیز برای برپا کردن کارگاه‌های بافندگی و مراکز تولیدی بود. این منطقه و شهرها و روستاهای اطراف آن چون ساروق، فراهان، لیلیان و... پس از تأسیس و حضور کمپانی‌های چندملیتی از شهرتی جهانی بخصوص در آمریکا برخوردار شدند. طرح قالی‌های این منطقه بر اساس سلیقه مصرف‌کنندگان خارجی تولید

تهیه می‌نمودند، مثلاً به قالی‌باف‌هایی که نقشه‌ای از تجارتخانه زیگلر داشت به قیمت گران‌تر فرشی داده و او را مکلف می‌کردند که با طرح و نقشه تجاری زیگلر بیافد. تولیدکنندگان و تجار محلی از این موقعیت استفاده نموده و با نقشه‌های تجاری زیگلر فرش‌های خود را بافته به تجار آلمانی می‌فروختند» (دهگان، ۱۳۸۶، ص ۱۵۶).

به این ترتیب قالی‌هایی که در آن زمان با طرح و نقش و رنگ‌بندی شرکت زیگلر بافته شد، منحصر به تولیدات خود شرکت نبود. در آن زمان با دو گروه از قالی‌های زیگلر روبه‌رو بودیم. گروهی از قالی‌هایی که توسط خود شرکت و در کارگاه‌های زیگلر و توسط بافنده‌های استخدامی خودشان بافته می‌شد. گروه دیگر قالی‌هایی است که توسط بافندگان محلی هم‌زمان با شرکت زیگلر و با استفاده از طرح و نقشه آن‌ها بافته شده است. از این روست که تشخیص دقیق قالی‌های تولیدی شرکت زیگلر به گفته آنت اتینگ تقریباً غیرممکن است. از جمله راه‌های شناخت قالی‌های قدیم زیگلر، بافت ریزتر و ظریف‌تر آن است. دور از انتظار نیست که بافته‌های مستقیم و تحت نظارت شرکت زیگلر بافتی ریزتر داشته باشند و کیفیت الیاف رنگ‌شده آن مرغوب‌تر باشد. سرمایه‌آفراد محلی و بافنده‌های خانگی احتمالاً آن قدر نبود که به تولید پشم رنگ‌شده مرغوب برسند. همچنین در آن زمان با ورود رنگ‌های شیمیایی، رنگرزان محلی نیز به استفاده از آن ترغیب شده بودند. از آنجاکه رنگرزان ایرانی به شیوه رنگری با مواد شیمیایی آشنا نبودند، صدماتی به مراتب سنگین‌تر به کیفیت قالی ایران وارد آمد. شرکت زیگلر برای تولیدات خود از الیافت پشم و پنبه استفاده کرده است. سندی در استفاده از ابریشم در بافته‌های زیگلر وجود ندارد. در کتاب غروب زرین فرش ساروق، دوران رواج فرش‌های خاص منطقه را در چهار دوره زمانی مورد بررسی قرار می‌دهد. صوراسرافیل دوره اول را مربوط به دورانی می‌داند که فرش اراک هنوز به عنوان یک کالای صادراتی و تجاری دستخوش تغییر و تحول نشده بود. او این دوران را از اواخر فتحعلی-شاه (۱۲۱۲-۱۲۶۰ ق.ه) تا اواخر سلطنت ناصرالدین‌شاه (۱۲۶۴-۱۳۱۳ ق.ه) می‌داند (صوراسرافیل، ۱۳۸۹، ص ۲۸). در واقع امر دادوستد و صادرات فرش به اروپا در این دوران نیز بود، ولی اطلاعات کافی در این امر در دسترس نیست. «در واقع طبق اسناد و مدارک موجود به نظر می‌رسد در نیمه اول قرن سیزدهم ق.ه فرش همراه با

می‌شد و به این نحو نوع جدیدی از تولیدات وارد بازارهای غربی شد. تولیدات قالی زیگلر در سلطان‌آباد با چند مشخصه خاص وارد بازار شدند. اولین و مهم‌ترین این ویژگی‌ها توجه به طراحی نقشه این قالی‌ها بود که مطابق سلیقه غربی‌ها طراحی شده بود. بر اساس گفته آنت اتینگ در شماره ۸۰ مجله هالی شرکت زیگلر گاهی طرح‌هایی از فروشندگان غربی که با سلیقه خریداران خود آشنا بودند می‌پذیرفت و در تولیدات خود از آن‌ها استفاده می‌کرد. ثانیاً شرکت زیگلر به برقراری امکانات رنگرزی مخصوص خود شرکت در سلطان‌آباد پرداخت. شرکت برای تأمین سریع الیاف موردنیاز بافنده‌ها، ناگزیر به استفاده از سیستم رنگرزی سریع بود. در این سیستم رنگ‌های شیمیایی جایگزین رنگ‌های گیاهی شد که هم از نظر هزینه به صرفه نبود و هم زمان زیادی برای آماده‌سازی نیاز داشت.

آنت اتینگ^۱ در سال ۱۹۹۵ مقاله‌ای تحت عنوان «نقشه فرش‌های شرکت زیگلر» در شماره ۸۰ مجله هالی^۲ منتشر کرد. در این مقاله گزارشی از مطالبی که نخستین رئیس شرکت زیگلر در سلطان‌آباد نوشته، ارائه شده است. اتینگ در مقاله خود به طور ویژه به طرح و نقش قالی‌های بافته‌شده شرکت زیگلر پرداخته است. او در معرفی مجموعه طرح‌های قالی زیگلر به این نکته اشاره می‌کند که واژه زیگلر در تجارت امروز برندی بر کیفیت و ساختار بافت است (Ittig, 1991, p17). حضور شرکت زیگلر در منطقه اراک، تأثیرات بی‌شماری بر طرح و رنگ سایر بافته‌های منطقه گذاشت. شرکت زیگلر با تمامی پوششی که برای تولیدات خود بکار برد نتوانست آن را منحصر به خط تولید خود سازد. این شرکت با استفاده از سیستم رنگرزی مستقل و جداگانه و ایجاد کارگاهی برای حضور بافندگان تلاش داشت تولیدات خود را محفوظ داشته و سایر تجار از آن استفاده نکنند. این نکته برای شرکت زیگلر تا آنجا اهمیت داشت که پشم‌های رنگ‌شده خود را به آسانی در دسترس بافندگان نمی‌گذاشت و فقط از بافندگانی استفاده می‌کرد که مورد اعتماد آن‌ها باشد. اگر بافندگان کار خود را صادقانه انجام می‌دادند پاداش می‌گرفتند و در غیر این صورت متحمل پرداخت جریمه بودند. در کتاب تاریخ اراک می‌خوانیم: «...تهیه نقشه و طرح و رنگ‌آمیزی را در خود تجارتخانه مزبور می‌نمودند. نقشه‌هایی را که زیگلر تهیه کرده بود و مطبوع دیگر تجارتخانه‌ها شد، به وسیله قالی‌باف‌ها آن نقشه‌ها را گرفته از روی آن فرش

1-Annette
2-Hali

ابریشم و پنبه و شال از کالاهای عمده تجارت داخلی بوده است، در شرح وقایع از همان دوران نشان می‌دهد که بیشتر فرش‌هایی که از ایران صادر می‌شده، بدو به مقصد هندوستان، ترکیه و یا روسیه بوده است. (اتیک، ۱۳۸۴، ص ۹۷) اگر این دوران را که صوراسرافیل به عنوان مرحله اول در بررسی طرح و نقش قالی‌های منطقه سلطان‌آباد قرار داده، مبنا قرار دهیم در حقیقت در دوران پیش از فعالیت کمپانی‌های خارجی در منطقه هستیم. بنا به گفته سیسیل ادواردز در سال ۱۸۸۳ م (حدود ۱۳۰۰ ه. ق و ۱۲۶۱ ه. ش) یکی از کارمندان شرکت زیگلر به نام اشتراوس^۱ به سلطان‌آباد رفت و ظرف مدت یکی دو سال دفتر و تأسیسات وسیعی برای تولید قالی ایجاد کرد. از زمان تأسیس این شرکت در سلطان‌آباد مرحله تازه‌ای در تولید، طرح، نقش، رنگ و رنگرزی و کلیه امور مرتبط به قالی‌بافی، ایجاد شد. شروع این دوران با استناد به کتاب صوراسرافیل مرحله دوم در تولید فرش منطقه سلطان‌آباد است. این دوران از اواخر سلطنت ناصرالدین‌شاه آغاز و تا اوایل پهلوی ادامه دارد. فرش‌های منطقه اراک و روستاهای هم‌جوار آن در این دوران تحت تأثیر طرح‌ها و نقوش و رنگ‌آمیزی اروپایی قرار می‌گیرد. بعد از جنگ جهانی اول و عقب‌نشینی کمپانی‌های اروپایی، فعالیت وسیع آمریکاییان در حوزه صادرات فرش آغاز می‌شود. در این دوره فرش‌ها از حالت بومی و سنتی خود خارج می‌شود که در ادامه مباحث به آن خواهیم پرداخت. مرحله سوم مربوط به سال‌های ۱۳۱۰ تا ۱۳۳۰ است. در این دوران با تأسیس شرکت سهامی فرش ایران روبرو هستیم. شرکت سهامی فرش ایران در سال ۱۳۱۴ ه. ش با هدف حمایت از فرش دستباف ایرانی و کنترل صادرات و بسیاری اهداف دیگر تشکیل شد. با تأسیس این شرکت تمامی اختیارات از شرکت‌های خارجی گرفته شد. یکی از برنامه‌های شرکت حفظ اصالت فرش-های مناطق مختلف ایران بود که بر این مبنا شعبه‌هایی در شهرهای دیگر تأسیس شد. مرحله چهارم از سال ۱۳۳۰ و تقریباً پس از پایان یافتن جنگ جهانی دوم بود. در این دوره به گفته صوراسرافیل دیگر از آن همه تنوع طرح‌های بومی و غنای رنگ‌های سنتی خبری نبود (صوراسرافیل، ۱۳۸۹، ص ۲۸).

۵. بررسی مشخصات کیفی (طرح، نقش و رنگ) قالی‌های تولیدی شرکت زیگلر

عوامل گوناگونی در سیر تحول و تطور نقوش مؤثر است. شرایط اقلیمی، موقعیت‌های شهری و نظام‌های حکومتی و

بسیاری عوامل دیگر. در این مورد مشخص که موضوع این پژوهش است، ورود شرکت‌های چندملیتی در بازار فرش ایران عاملی در دگرگونی ساختار و طرح و نقش فرش ایران بود. استقرار و فعالیت شرکت‌های چندملیتی در ایران و فعالیت گسترده‌ای که در بخش تولید و صادرات فرش ایران انجام دادند، موجب دگرگونی‌هایی در طراحی و شیوه‌های تولید فرش در ایران شد. این دگرگونی و تغییر سبک بر مبنای پسند زیباشناسانه بازارهای هدف آن شرکت‌ها شکل گرفت. (در ابتدای امر، قالی ساروق مطابق میل و خواست واردکنندگان نیویورک نبود، درحالی‌که بلافاصله پس از جنگ جهانی اول تنها بازار ثابت برای قالی‌های ظریف ایران را هم اینها تشکیل می‌دادند. ویژگی‌هایی که مردم آمریکا در مورد تهیه قالی‌های ساروق ضروری می‌دانستند (و هنوز هم می‌دانند) از این قرار بود: ۱. بافت سخت و محکم با پرهایی به طول ۱۲-۱۱ میلی‌متر که طاقت دو بار شسته شدن با مواد قلیایی را داشته باشد. ۲. طرح گل و بونه تمام متن قالی را پوشانند. ۳. ۹۰ درصد متن با رنگ سرخ بافته شود. (ادواردز، ۱۳۶۸، ص ۱۶۰). بنابراین قالیبافان ساروق با این دستورالعمل جدید شروع به تولید انبوه کردند. شرکت زیگلر در آغاز کار خود نقشه‌هایی را که مطابق سلیقه و خواست آن‌ها بود جمع‌آوری و به تولید آن‌ها می‌پرداختند. تولیدات اولیه آن‌ها همان طرح‌های رایج مناطق مختلف قالی‌بافی ایران بود. از آنجاکه تولیدات شرکت زیگلر در منطقه سلطان‌آباد بود، بیشتر طرح‌هایی که در آرشو این شرکت یافت شده مربوط به خود منطقه سلطان‌آباد است. پس از مدتی طراحان این شرکت با تلفیق و تلخیص طرح‌ها و نقوش ایرانی به سبکی جدید در تولیدات خود دست یافتند. نمونه‌ای از طرح‌های مربوط به آرشو کمپانی زیگلر از آقای حشمتی رضوی جمع‌آوری شده است. طرح‌هایی که در قالی‌های موسوم به زیگلر باقی‌مانده‌اند را می‌توان در تقسیم‌بندی‌های زیر معرفی کرد.

طرح‌های یک چهارم. ۱. لچک‌ترنج: نمونه‌های فراوانی از طرح لچک‌ترنج در میان تولیدات زیگلر وجود دارد. در این نمونه ساختار و ترکیبات کاملاً بومی و از سبک و سیاق تولیدات ایرانی است. فرم کلی لچک و ترنج و نحوه ترسیم گل‌های شاه‌عباسی و دسته‌های گل و غنچه با سنت‌های طراحی اراک هماهنگی دارد. فضاهای زمینه و لچک‌ترنج کاملاً پراست. تعداد حاشیه‌ها فرد و به ۵ قسمت تقسیم شده است. رنگ‌بندی غالب طرح سرمه‌ای و قرمز است که با

در گوشه‌ها یکدیگر را قطع می‌کنند. در طراحی سنتی و شهری گوشه حاشیه بر روی زاویه ۴۵ درجه طراحی می‌شود. نقوش حاشیه و نقوش طرح شده در متن فرش از الگوی یکسان و مشابه پیروی نمی‌کنند. نقوش در حاشیه کوچک و از ساختاری هندسی پیروی می‌کند در صورتیکه در متن، نقوش درشت و تمایل به فرم‌های گردان دارد. عدد حاشیه فرد و سه عدد است. زمینه روشن فرش با قابی تیره تلفیق شده است. تعداد رنگ‌ها شش عدد است.

تصویر شماره ۵ نمونه‌ای دیگر از طرح‌های یک چهارم شرکت زیگلر است. این طرح که چهارچوب اصلی آن لچک‌ترنج است، در واقع طرحی درختی است. درختان این طرح در چهارچوب ترنج و لچک‌ها به‌گونه‌ای ظریف و نیمه‌هندسی رشد کرده است. ترنج به‌صورت لوزی است و لچک‌ها از ساختاری مثلثی پیروی می‌کنند. در این نمونه‌های لچک‌ترنج نحوه ترسیم نقوش و چینش عناصر تغییراتی را پذیرفته اما ساختارهای کلی و قواعد طرح‌های منطقه همچنان باقی است. فضای خالی میان لچک و ترنج موجب بهتر دیده شدن درختان شده است. این طرح به‌صورت کف ساده است که نمونه‌های مشابه بسیاری از این طرح را می‌توان در قالی‌های زیگلر دید. دسته‌های گل و برگ نقوش قالی را تشکیل می‌دهند. گل‌های گرد بیشترین حضور را در پرکردن دسته‌گل‌ها دارند. نمایش نقوش به رنگی روشن بر روی زمینه‌ای کاملاً تیره، کنتراستی را ایجاد می‌کند که از یکنواختی طرح می‌کاهد. سه حاشیه پیرامون این طرح قرار دارد. قرمز و سرمه‌ای دورنگ اصلی این طرح است. از لحاظ تیپ‌شناسی کار فضایی مابین طرح‌های روستایی و شهری را تداعی می‌کند. گویی طراح به‌قصد نقشه شهری را به سمت روستایی بودن و تمایل به هندسی کردن سوق می‌دهد. حاشیه صورتی ساده دارد و با نقش شاه‌عباسی تکرار می‌شود.

تصویر ۶ و ۷: تصاویر زیر دو نمونه از قالی‌های کف ساده زیگلر را نشان می‌دهد. در این تصاویر طرح خلوت‌تر و از رنگ‌های روشن استفاده شده است. ترنج فرمی لوزی دارد و لچک‌ها مثلثی هستند. اندازه لچک و ترنج نسبت به ابعاد کلی فرش کوچک است و بیشتر فضا بدون نقش است. ایجاد سطحی ساده و بدون طرح تقریباً در قالی‌های ایرانی سابقه نداشت. در تصویر سمت راست ترنج و لچک متفاوت طراحی شده و در تصویر سمت چپ لچک‌ها از همان نقشه ترنج پیروی می‌کند. گویی قانونی برای ترسیم وجود ندارد و این شباهت و تفاوت‌ها با توجه به سلیقه طراح

تولیدات اراک همخوانی می‌کند. این نمونه از نقشه منصوب به شرکت زیگلر تا حد زیادی به الگوهای طراحی سنتی ایران پایبند است (تصویر ۳).



تصویر ۳: نقشه لچک‌ترنج، مجموعه خصوصی، آرشیو کمپانی زیگلر (مآخذ: مجموعه شخصی حشمتی رضوی).

Pic 3: A loom-drawing with medallion design from Ziegler Company's archive (Source: Mr. Heshmati Razavi's private collection)

تصویر شماره ۴ نمونه دیگری از قالی زیگلر با نقشه لچک‌ترنج را نشان می‌دهد. فاصله گرفتن از الگوهای پیشین را در نحوه تقسیم‌بندی فضاهای لچک و ترنج و نیز در نحوه ترسیم نقوش می‌توان دید. ابعاد ترنج نسبت به ابعاد کلی فرش کوچک ترسیم شده است. در قسمت سرترنج از دو شاه‌عباسی بزرگ استفاده شده که از ویژگی‌های موردپسند تولیدات زیگلر است. نقوش زمینه درشت است. چرخش منظم در فضای زمینه برای قرارگرفتن نقوش بر روی آن طراحی نشده است. حرکت‌های مدور و چرخش‌ها به سمت نیمه هندسی مایل هستند. گویی طرح در فضای مابین شهری و روستایی سیر می‌کند. فرم‌ها انسجام گذشته را ندارند. واگیره‌های حاشیه کامل و دقیق مشابه هم نیست و

آن پیرامون متنی با نقوش منفصل و نیمه هندسی ترکیبی جدید است. رنگ‌ها ملایم و ترکیب رنگ محدود است؛ نکته‌ای که تقریباً در اکثر تولیدات زیگلر می‌توان دید.

۲. **قالی‌های موسوم به «ساروق آمریکایی»:** قالی‌های موسوم به «ساروق آمریکایی» یا «ساروق نقاشی شده» در اصل توسط شخصی به نام س. تیریاکیان^۱ که رئیس شرکت تاوشندچیان^۲ بود، تولید شد. تیریاکیان به این برآیند رسیده بود که آمریکاییان قالی‌هایی که زمینه آن به صورت دسته‌دسته با نقش گل رز پر شده است را خوب می‌خرند.

یا سفارش‌دهنده تعیین می‌شد. حاشیه این دو نمونه از پنج قسمت تشکیل شده که حاشیه بزرگ‌بیشترین این فضا را به خود اختصاص داده است. نقوش حاشیه تکرار متقارن یک‌واگیره است که در قسمت گوشه‌ها منظم نشده است. رنگ‌بندی آن محدود است و از سه‌الی چهاررنگ تشکیل می‌شود. دورنگ اصلی برای هرکدام وجود دارد که بیشتر فضاهای رنگی با این دو پرمی‌شود.

تصویر شماره ۸ نمونه‌ای از قالی لچک‌ترنج زیگلر است. ترنج همچنان فرم لوزی شکل خود را حفظ کرده است.



تصویر ۴: قالی زیگلر با طرح لچک‌ترنج (مأخذ: عرسین، تولیدکننده)

Pic 4: A Ziegler carpet with medallion design (source: Mr. Arsin, producer)

او بر اساس نظریات خود طرحی را در اختیار بافندگان اراک گذاشت. این دسته طرح‌ها از لحاظ ساختار خیلی ایرانی نبود ولی جذابیت خاص خود را داشت. ادواردز معتقد است که این طرح‌ها حتی بیشتر از آنچه خود تولیدکننده آن انتظار داشت موفق بود و مورد استقبال قرار گرفت. در قالی‌های ساروق آمریکایی از گره نامتقارن یا فارسی استفاده شده است. این قالی‌ها دوپوده هستند و کمی ضخیم و سنگین. تقریباً زمینه تمامی این قالی‌ها به وسیله گل‌های رز پر شده است. این دسته گل‌ها که شماری از آن‌ها آبی‌رنگ است، به صورت دسته‌گل‌های پراکنده و به اندازه‌ای متناسب با

لچک طرحی مستقل ندارد و تکرار یک‌چهارم ترنج است. نکته قابل توجه در این نمونه قالی، نقوش و عناصر زمینه است. نقوش به صورتی منفصل در متن پراکنده شده است. این نحوه چینش عناصر یادآور بافته‌های روستایی و عشایری ایران است. فضای خالی فرش زیاد است و این نکته تقریباً در قالی‌های شهری دیده نمی‌شود. سبک این فرش‌ها نیمه‌هندسی است. فرم‌ها ترکیبی از منحنی‌های نامنظم و خطوط شکسته است. حاشیه فرش از واگیره‌ای تشکیل شده که بیشتر در فرش‌های شهری کاربرد دارد. نقوش حاشیه کاملاً فرمی شهری و منظم دارند و قرار دادن

1-S. Tyriakian
2-Taushandjian



تصویر ۵: فرش تولیدی شرکت زیگلر (مأخذ: مجموعه خصوصی)
Pic 5: A carpet produced by Ziegler Co. (source: private collection)



تصویر ۶ و ۷: دو نمونه قالی زیگلر با نقشه لچک ترنج
Pic 6 & 7: Two examples of Ziegler rugs with medallion design

بر روی زمینه تیره خودنمایی می‌کند. در این نمونه‌ها اغلب یک پس زمینه قرمز یا حاشیه آبی یا پس زمینه آبی با حاشیه قرمز وجود دارد. رنگ‌های قرمز آن متنوع است و از عمق

ابعاد کلی قالی، طرح زمینه را پوشانده است. در بعضی از این قالی‌ها، ترنجی مرکزی و با ابعادی کوچک کار شده است. در قالی‌های ساروق آمریکایی، گل‌های رز با رنگ‌های روشن



تصویر ۸: قالی زیگلر با نقش لچک ترنج

Pic 8: A Ziegler rug with medallion design



تصویر ۹: نمونه‌ای از قالی ساروق-آمریکایی (مجموعه شخصی)

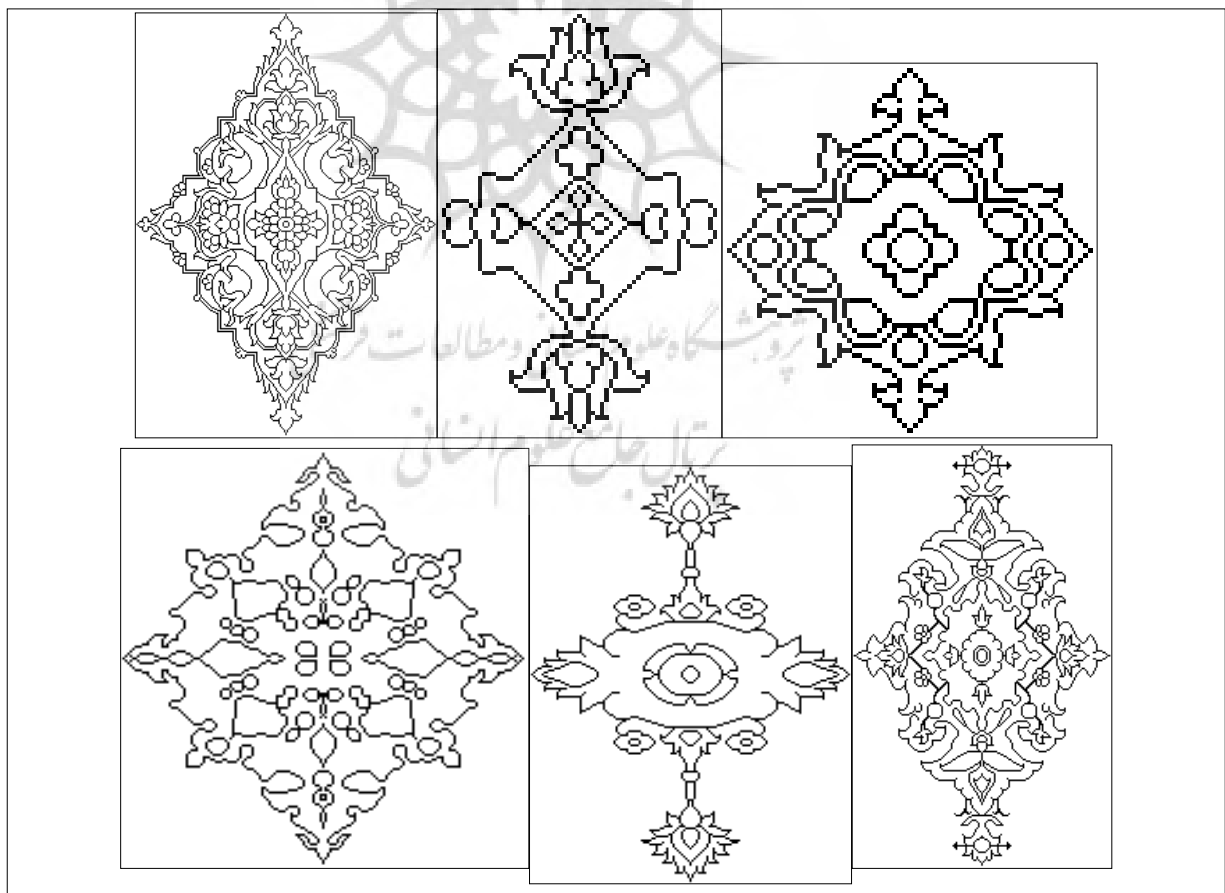
Pic 9: An example of American-Sarug rugs (private collection)

بسیار بدی برخوردارند. گمان می‌رود طرح‌های قالی‌های ساروق آمریکایی در طی قرن بیستم بسیار موردپسند و استقبال آمریکاییان بود. تقاضا برای این نوع قالی‌ها در طی سال‌های ۱۹۲۰ میلادی تا ۱۹۵۰ بسیار زیاد بود.

رنگی متفاوتی بهره می‌برد. این ترکیب رنگ تقریباً در تمامی قالی‌های موسوم به ساروق آمریکایی دیده می‌شود. امروزه نیز از این قالی‌های ساروق در آمریکا استفاده می‌شود. اما بر اساس گفته‌های موجود بعضی از آن‌ها از بافت و رنگ آمیزی

نیز فضای زمینه با نقوش درشت و به نحوی ترسیم شده که رنگ زمینه کاملاً خودنمایی می‌کند)؛
- سرلچک و سرترنج عنصری مهم و ضروری تلقی نشده است؛
- استفاده از گل‌های شاه‌عباسی بزرگ در زمینه فرش از ویژگی‌های خاص قالی زیگلر است؛
- عناصر و نقوش زمینه اندازه‌ای درشت دارند؛
- اسپیرال‌ها و نقوش گردان قالی‌های زیگلر فرمی نیمه‌هندسی دارند و از سبکی مابین فرش‌های شهری و روستایی پیروی می‌کنند؛
- تعداد حاشیه‌ها فرد است و معمولاً سه و یا پنج حاشیه طراحی می‌شود؛
- تناسبات حاشیه‌ها عوض شده است و قانونی ثابت برای نسبت حاشیه و زمینه وجود ندارد. (عرض حاشیه پهن عموماً حدود سه برابر حاشیه کوچک است. در قالی زیگلر این نسبت رعایت نشده است. اندازه حاشیه اصلی بسیار بزرگ‌تر از حاشیه‌های فرعی است و تقریباً حاشیه کوچک وجود ندارد و تنها نوارهای تزئینی باریکی اطراف حاشیه اصلی

از تجزیه و تحلیل قالی‌های لچک‌ترنج زیگلر را می‌توان با ویژگی‌های زیر ترسیم‌بندی کرد:
- ترنج‌ها ساختاری لوزی دارند (تصویر ۱۰)؛
- لچک‌ها مثلثی شکل هستند؛
- فضاهای میانی طرح با دسته‌های گل و غنچه پر می‌شود؛
- در ترسیم اندازه‌های لچک و ترنج مبنای و مبادی زیباشناسانه طراحی سنتی ایران لحاظ نشده است؛
- در ترسیم شکل لچک و ترنج مبنای و مبادی زیباشناسانه طراحی سنتی ایران لحاظ نشده است. (طراح با توجه به سلیقه و نظر شخصی طرح لچک و ترنج را یکسان یا متفاوت طراحی کرده و در این زمینه قوانینی تعیین نشده بود)؛
- اهمیت به وجود و ایجاد فضاهای خالی. (این نکته کاملاً با اصول هنرهای سنتی ایرانی در تضاد است. در مبنای زیباشناسی هنر ایرانی پرهیز از فضای خالی وجود دارد. در بسیاری از نمونه‌های لچک‌ترنج فضای زمینه بدون نقش و به اصطلاح کف‌ساده است. در سایر نقشه‌های لچک‌ترنجی



تصویر ۱۰: طراحی خطی از ترنج قالی‌های زیگلر (نگارنده)

Pic 10: A Ziegler medallion's outline drawing



تصویر ۱۱: نقشه لچک ترنج، مجموعه خصوصی، آرشیو کمپانی زیگلر (مأخذ: مجموعه شخصی حشمتی رضوی).

Pic 3: A loom-drawing with medallion design from Ziegler Company's archive (Source: Mr. Heshmati Razavi's private collection)

تصویر شماره ۱۲ نمونه‌ای دیگر از قالی‌های زیگلر با طرح واگیره‌ای است. واگیره این طرح شش بار به صورت کامل در زمینه تکرار شده است. اتصال واگیره زمینه به حاشیه در قسمت طولی از نظم خاص پیروی نمی‌کند و نقوش ناگهان قطع می‌شود. نقوش در سطح واگیره و در نگاه کلی در سطح زمینه به صورتی منفصل پخش شده است. در این نحوه طراحی گویی نقوش و ترکیبات روستایی و عشایری در فضای منظم طرح‌های شهری محبوس و ملزم به تکرار شده‌اند.

در میان نقوش این طرح، علاوه بر گل‌های شاه‌عباسی بزرگ نقش یک حیوان که گویی شتر است و سایه آن به صورتی معکوس دیده می‌شود. گل‌های شاه‌عباسی بزرگ و کوچک در کنار هم قرار گرفته‌اند. جهت گل‌ها و حرکت نقوش به یک سمت خاص نیست و تقریباً می‌توان گفت

را گرفته است):

- عدم تناسب نقوش حاشیه با نقوش مرکزی قالی. این عدم تناسب حتی در میان نقوش لچک و ترنج و زمینه هم دیده می‌شود؛

- فضایی برای ساده‌باف وجود ندارد یا اگر هست بسیار کوچک است؛

- تکرار حاشیه‌ها بر اساس اصول تقارن و تکرار است؛

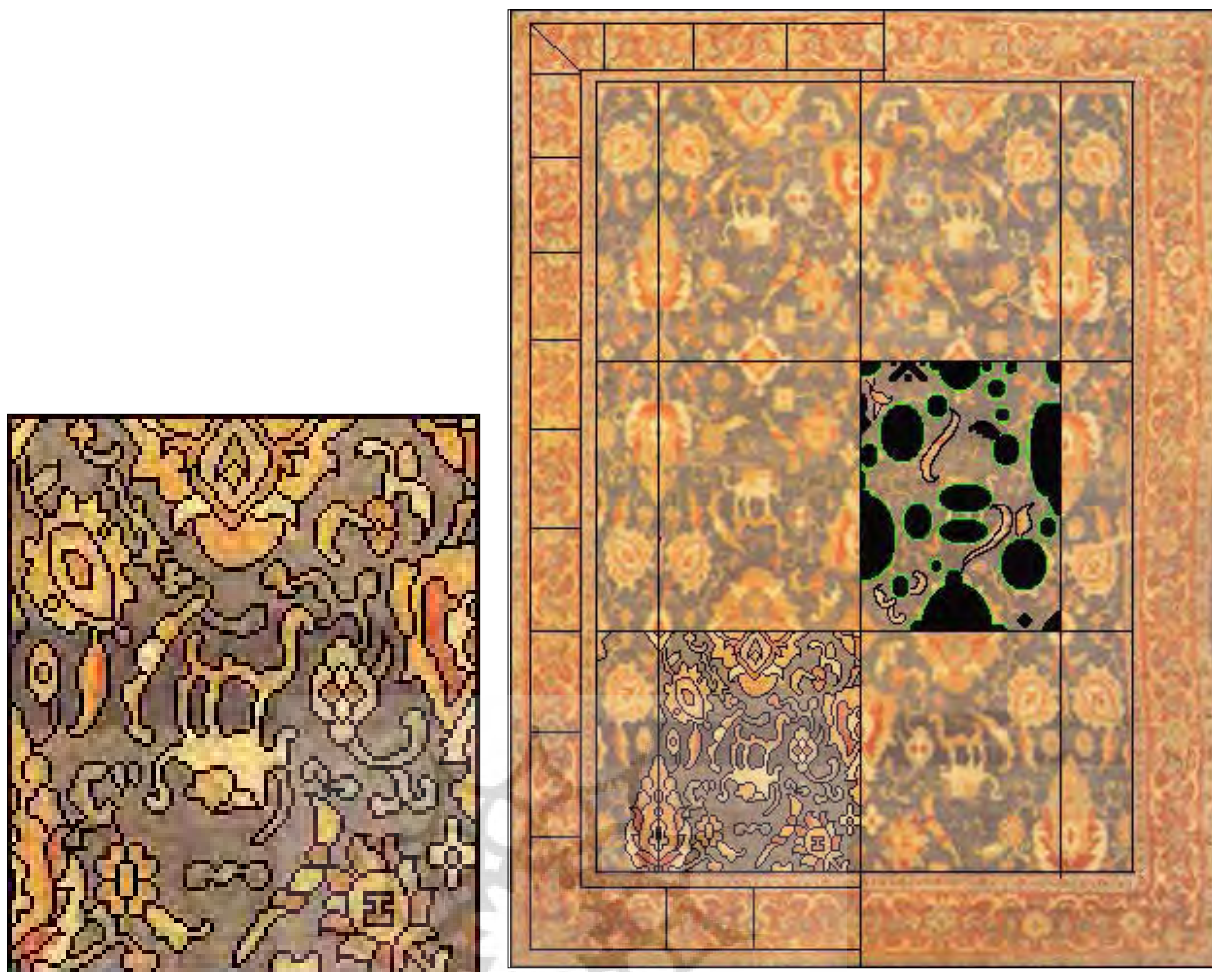
- گوشه‌سازی دقیقی در حاشیه اکثر قالی‌های زیگلر انجام نشده و مانند فرش‌های روستایی نقوش حاشیه در گوشه فرش به هم می‌رسند و گاهی درهم فرو می‌روند؛

- تعداد رنگ‌ها بین چهار تا شش عدد است؛

- استفاده زیاد از رنگ سورمه‌ای و قرمز؛

- تنوع رنگی قرمز بسیار زیاد است که از دلایل آن می‌توان استفاده از رنگ‌های جوهری است.

طرح‌های واگیره‌ای: بیشترین نمونه قالی‌های موسوم به زیگلر را طرح‌های واگیره‌ای تشکیل می‌دهند. در این نمونه‌ها یک مربع و یا مستطیلی از زمینه انتخاب می‌شود و نقوش بر روی آن چیده می‌شود. این واگیره انتخاب شده در سراسر زمینه تکرار می‌شود و متن را می‌پوشاند. این نمونه‌ها نیز تا حد زیادی همان ویژگی‌های قالی لچک ترنج را دارد. تصویر (۱۱) نمونه‌ای از قالی‌های زیگلر با طرح واگیره‌ای است. دقت در این طرح و جزئیات آن نشان می‌دهد تا حد بسیار زیادی از همان ویژگی‌های قالی‌های لچک ترنج پیروی می‌کند. استفاده از گل‌های درشت شاه‌عباسی ویژگی تقریباً ثابت طرح‌های زیگلر است. واگیره‌ها تکراری منظم ندارند و گویی طرح در تکرار خود ناگهان به حاشیه رسیده است. نقش واگیره با وجود داشتن گردش اسپرالی نتوانسته اتصالی بین نقوش ایجاد کند. نقوش طرح شده در یک واگیره، به صورتی منفصل پیرامون اسپرال قرار گرفته‌اند. الگوی حاشیه از فرش‌های سنتی ایران گرفته شده ولی در نحوه اجرا تغییراتی را پذیرفته است. گوشه سازی در حاشیه انجام نشده است. تعداد رنگ‌ها محدود است و از پنج رنگ تجاوز نمی‌کند.



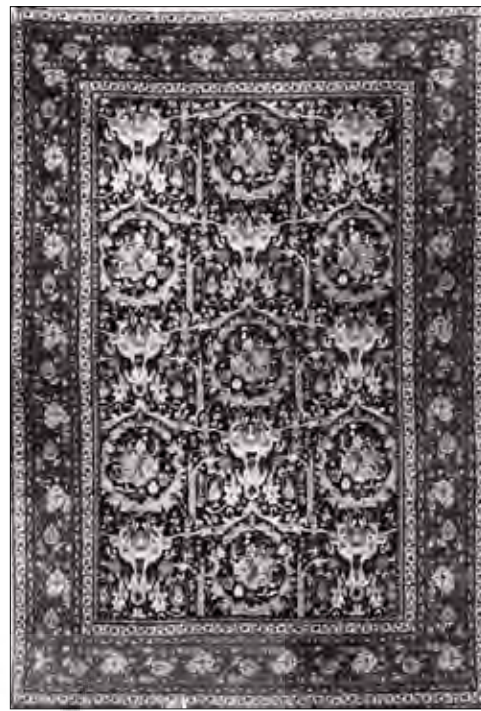
تصویر ۱۲: قالی زیگلر با نقشه واگیره‌ای و یک نمونه از دورگیری واگیره نقشه که توسط نگارنده انجام شده است.

Pic 12: A Ziegler rug with vagireh design and an outline drawing done by the author



تصویر ۱۳ و ۱۴: قالی زیگلر با طرح واگیره‌ای (مأخذ: عرسین، تولیدکننده)

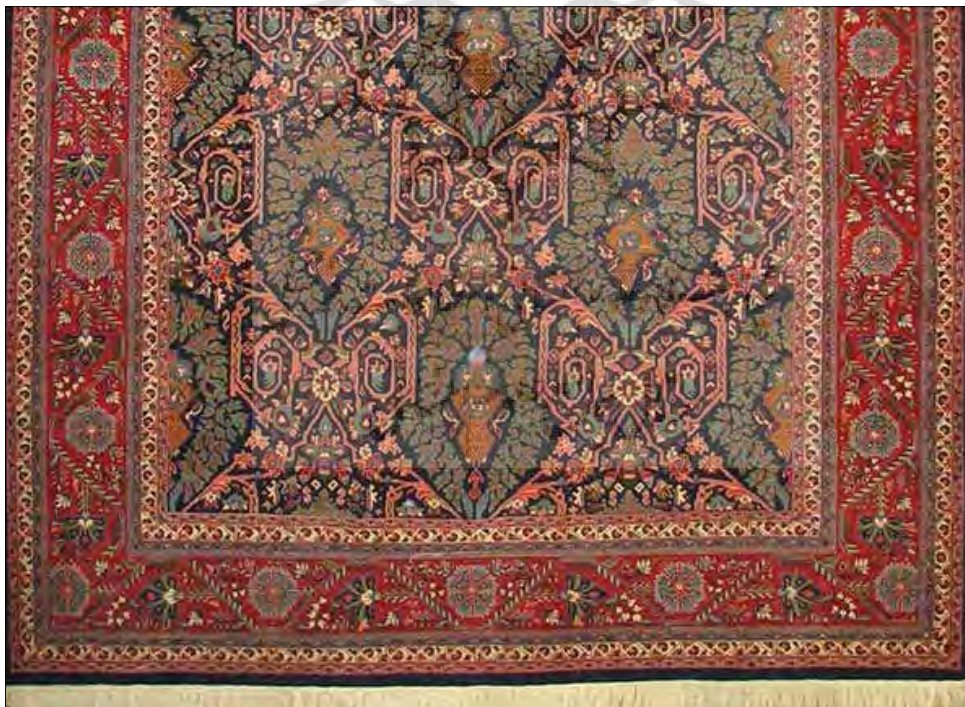
Pic 13 & 14: A Ziegler rug with vagireh design (source: Mr. Arsin, a rug-producer)



تصویر ۱۵ (سمت راست): قالی ساروق، نقش مستوفی (صوراسرافیل، ص ۴۶)
تصویر ۱۶ (سمت چپ): ساروق، نقش مستوفی

Pic 15: A Saruq rug with Mustaufi design

Pic 16: A Saruq rug with Mustaufi design



تصویر ۱۷: قالی زیگلر با طرح واگیره‌ای و نقش گل فرنگ مستوفی

Pic 17: A Ziegler rug with vagireh design and Mustaufi golfarang pattern

که به استثنای قسمت گوشه تکراری منظم دارد. گوشه‌سازی
عموماً در حاشیه‌های قالی زیگلر انجام نمی‌شد. تعداد

چشم در نقوش متوقف است. برخلاف نقوش درشت
زمینه، حاشیه اصلی از واگیره‌ای نسبتاً کوچک تشکیل شده

- بیشترین فراوانی در میان قالی‌های زیگلر در این دسته قرار می‌گیرد.

- ترکیبات واگیره‌ای در تکرار خود ساختاری لوزی شکل را تشکیل می‌دهند.

- واگیره‌های قالی‌های زیگلر اندازه مشخصی ندارند. واگیره‌ها گاه به اندازه یک چهارم متن قالی می‌شود و گاه یک واحد کوچک است. (واگیره بسیار بزرگ تا پیش از فرش‌هایی که توسط شرکت‌های چندملیتی طراحی شد، در طراحی فرش‌های ایرانی چندان مرسوم نبوده است).

- استفاده از گل‌های شاه‌عباسی بزرگ در واگیره‌ها بسیار دیده می‌شود.

- قرینه‌سازی و محاسبات دقیقی در واگیره‌ها وجود ندارد. به‌گونه‌ای که تکرار این واگیره‌ها در نقاط متصل به حاشیه منظم نیست و ناگهان در میانه نقش قطع می‌شود. گاهی تکرار واگیره‌ها در ترکیب با ترنج یا لچک طراحی می‌شود و یا خود این تکرار به نحوی است که فرمی ترنجی و یا لچک‌مانند را می‌سازند.

- اهمیت به ایجاد فضای خالی در نقوش واگیره‌ها.

- نقوش نسبت به اندازه طبیعی خود بزرگ‌تر شده‌اند.

- نقوش تکرار شونده در اکثر نمونه‌های واگیره‌ای به صورتی منفصل طراحی شده‌اند.

- حاشیه نسبت به اندازه استاندارد خود بزرگ شده و فضای زمینه کاهش یافته است.

- تعداد حاشیه‌ها فرد و معمولاً سه یا پنج عدد است.

- حاشیه اصلی بسیار بزرگ شده و حاشیه‌های کوچک

رنگ‌های این طرح چهار عدد است که از لحاظ رنگ‌بندی با سایر نمونه‌ها مشابهت دارد.

دو نمونه تصویر شماره ۱۳ و ۱۴ ساختاری واگیره‌ای دارند.

در این ترکیب‌بندی‌ها به‌خوبی می‌توان زیبایی‌شناسی فرش‌های زیگلر را شناخت. تصویر سمت راست (شماره

۱۳) تکرار واگیره‌ای از نقوش پراعوجاج است. نقوش از نظم خارج شده و گویی نقشه صورتی ذهنی بافت دارد. تصویر

سمت چپ (شماره ۱۴) مجموعه‌ای از گل‌های درشت شاه‌عباسی است که در دل هم جای گرفته‌اند. این سنت

استفاده از گل‌های درشت شاه‌عباسی و تکرار آن به‌صورت واگیره‌ای در کنار سایر ریزنقش‌ها را در فرش‌های کلاسیک

تبریز نیز می‌توان دید. تکرار واگیره این طرح به‌صورت یک‌چهارم است. این طرح هفته حاشیه دارد که یکی اصلی

و شش عدد دیگر حاشیه‌های فرعی هستند که به‌صورت سه‌تایی در بالا و پایین حاشیه اصلی قرار گرفته‌اند. نمونه‌ای

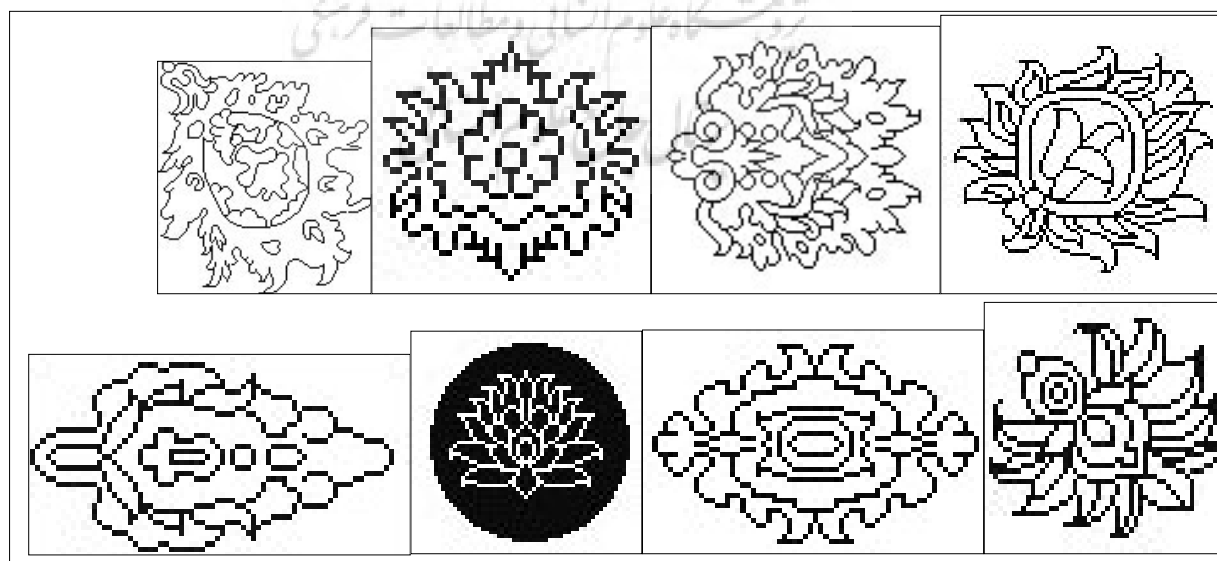
دیگر از طرح‌های واگیره‌ای، با نام گل فرنگ مستوفی در دوره قاجار و در زمان فعالیت شرکت‌های چندملیتی رایج شد. این

طرح در استان اراک و احتمالاً توسط شرکت زیگلر بافته شد. در این طرح‌ها نقوش اسلیمی و گل فرنگ فرمی پنج‌ضلعی را

ایجاد می‌کنند. ترسیم نقوش اسلیمی و ترکیب آن با گل‌های فرنگ به شکل زیر، ترکیبی جدید در هنر قالی‌بافی ایران بود.

نمونه‌های مشابه عناصر این طرح در قالی‌های فراهان دیده می‌شود.

نتایج کلی از بررسی قالی‌های زیگلر با طرح واگیره‌ای را می‌توان با ویژگی‌های زیر تقسیم‌بندی کرد:



تصویر ۱۸: طرح‌های خطی از نقش گل شاه‌عباسی در قالی‌های زیگلر (مأخذ: نگارنده)

Pic 18: Outline drawings of the Ziegler's Shah Abbasi motif (source: author)



تصویر ۱۹: نقش گل شاه عباسی در قالی‌های زیگلر (مأخذ: نگارنده)

Pic 19: Shah Abbasi motifs in Ziegler rugs (source: author)



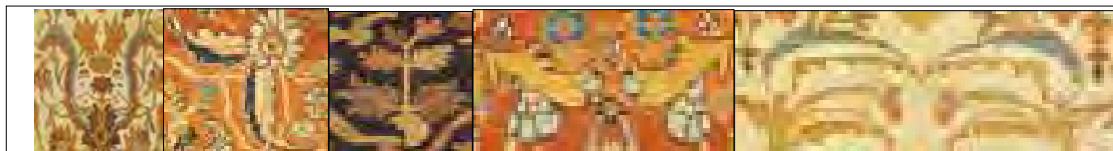
تصویر ۲۰: نقش گل‌های گرد در قالی‌های زیگلر (مأخذ: نگارنده)

Pic 20: Round floral motifs in Ziegler rugs (source: author)



تصویر ۲: نقش غنچه در قالی‌های زیگلر (مأخذ: نگارنده)

Pic 21: Bud and blossom motifs in Ziegler rugs (source: author)



تصویر ۲۲: نقش برگ در قالی‌های زیگلر

Pic 22: Leaf motifs in Ziegler rugs



تصویر ۲۳: نقش اسلیمی در قالی‌های زیگلر (مأخذ: نگارنده)

Pic 23: Eslimi (Arabesque) motifs in Ziegler rugs (source: author)

اولین نکته در ترسیم این گل رعایت ابعاد کلی فرم این گل به مرور و بر اساس پسند بازارهای هدف شرکت زیگلر تغییر یافت. در حقیقت این تغییر رو به سمت فرم کردن گل داشت تا جایی که در برخی نمونه‌ها تشخیص آن از گل گرد دشوار است.

این نقش نسبت به سایر گل‌هاست. گل شاه‌عباسی در اصول طراحی فرش از سایر گل‌ها درشت‌تر و از ترکیبات دسته‌گل‌ها کوچک‌تر است. در طراحی قالی‌های زیگلر اندازه گل شاه‌عباسی و نسبت آن با سایر نقوش رعایت نشده است. گاهی این گل در ابعادی بسیار بزرگ نقش شده و گاهی برای تزیین داخل قاب به اندازه یک گل گرد کار شده است. در نمونه‌هایی نیز وسط گل شاه‌عباسی همچون قابی برای قرار دادن نقوش ریزتر طراحی شده است. در این فرم‌ها قسمت اناری شکل این گل بزرگ، و گلبرگ‌ها ریزتر پیرامون آن نقش می‌شوند.

۲. گل‌های چند پر

گل‌های گرد چند پر به صورت خوشه‌ای و دسته‌گلی از نقوش رایج قالی‌های زیگلر است. از این گل در ابعاد و اندازه‌های

تقریباً حذف و نوارهای باریک منقوش پیرامون آن را گرفته است.

- محاسبات ریاضی در تکرار واگیره‌های قالی‌های زیگلر رعایت نشده است. با وجود اینکه اصول طرح‌های واگیره‌ای بر مبنای تکرار و تقارن است اما در نمونه‌های زیگلر به گونه‌ای است که قسمت بالا و پایین طرح و سمت چپ و راست با یکدیگر قرینه نیست.

- در بیشتر نمونه‌های واگیره‌ای گوشه‌سازی در حاشیه انجام نشده است.

- رنگ‌ها محدود است. تنوع رنگی کاهش یافته زیرا سراسر زمینه توسط یک واگیره تکرار شده است.

- در قالی‌های زیگلر رنگ‌ها به سمت یکنواخت شدن و کاهش کنتراست رنگی حرکت می‌کند.

نقوش مورد استفاده در قالی‌های زیگلر

۱. نقش گل شاه‌عباسی

نقش گل شاه‌عباسی در قالی‌های زیگلر بسیار متداول و مورد پسند آن‌ها بود. این نقش در ابعاد و اندازه‌های مختلف و به صورت‌های متنوع در قالی‌های زیگلر کار شده است.

- نقشه‌های قالی‌های زیگلر از هندسه و ریاضیاتی مشخص پیروی نمی‌کنند.

- در نقشه‌های واگیره‌ای قرینه‌سازی و محاسباتی در نحوه چینش واگیره‌ها و نقوش وجود ندارد و نقوش در نقاط متصل به حاشیه ناگهان قطع می‌شود.

- در قالی‌های زیگلر نقوش نسبت به اندازه طبیعی خود بزرگ‌تر شده‌اند.

- استفاده از گل‌های شاه‌عباسی درشت از ویژگی‌های طرح‌های قالی زیگلر است.

- طرح‌ها و نقوش قالی‌های زیگلر با فرم‌های نیمه هندسی ترسیم می‌شوند.

- تعداد حاشیه‌ها فرد است و معمولاً سه یا پنج حاشیه دارند.

- حاشیه از اندازه طبیعی خود بزرگ‌تر شده و فضای بیشتری از متن را اشغال می‌کند.

- تقسیمات حاشیه‌ها عوض شده است. حاشیه کوچک از بین رفته و پیرامون حاشیه بزرگ را نوارهای باریک تزیین شده گرفته است.

- عدم هماهنگی و تناسب نقوش حاشیه با نقوش میانی قالی وجود دارد.

- در بیشتر نمونه‌ها فضایی برای سایه‌بان وجود ندارد.

- نقوش حاشیه بر اساس اصول تکرار و تقارن است.

- با وجود نظمی که در تکرار و تقارن واگیره‌های حاشیه وجود دارد ولی در قسمت گوشه این نظم به هم می‌ریزد و نقوش به صورتی بی‌نظم و بدون گوشه‌سازی باهم ترکیب می‌شوند.

- تعداد رنگ‌ها محدود و از دورنگ شروع می‌شود و از شش رنگ تجاوز نمی‌کند.

- تنوع رنگی کاهش یافته است.

- در قالی‌های زیگلر کنتراست رنگی کاهش یافته و به سمت یک‌نواخت شدن رنگی حرکت می‌کنند.

بررسی نقاط افتراق طرح و نقش و رنگ قالی‌های

زیگلر با سنت‌های فرش بافی ایران

در مقایسه قالی‌های شرکت زیگلر با فرش‌های ایرانی و به‌طور ویژه قالی‌های منطقه اراک به سبکی جدید در طراحی فرش ایران می‌رسیم. در این سبک جدید که حاصل حضور و فعالیت شرکت‌های چندملیتی است، ساختارهای سنتی هنر ایران با توجه به سلیقه بازارهای غربی تغییر فرم می‌یابد. نقاط افتراق و اشتراک قالی‌های زیگلر با فرش‌های بافته شده در منطقه اراک را از منظر زیبایی‌شناسی ایرانی بیان می‌کنیم.

مختلف استفاده شده و حتی به فرم‌های جدیدتر نیز درآمده است. نمونه‌های متنوعی از کاربرد این نقش در تصاویر زیر آمده است.

۳. نقش غنچه

غنچه در قالی‌های اراک هم‌پای نقش گل گرد به صورت دسته‌ای و خوشه‌ای طراحی می‌شود. در نمونه‌های قالی زیگلر از این نقش استفاده اندکی شده است که از دلایل آن می‌توان به ابعاد کوچک آن اشاره کرد. در طرح‌های زیگلر نقوش صورتی درشت دارند و نقش ریز کاربرد اندکی دارد.

۴. نقش برگ

برگ‌های کنگره‌ای با سبکی جدید در طرح‌های قالی زیگلر دیده می‌شود. کنگره این برگ‌ها بدون فرم و با ابعاد مختلفی طرح گردیده است.

۵. نقش اسلیمی

اسلیمی در طرح‌های قالی زیگلر نمودی فراوان دارد. نمونه‌های متنوعی از قاب‌بندی اسلیمی با سبکی جدید و فرم‌دهی غیرمعمول در قالی‌های زیگلر دیده می‌شود.

بیان ویژگی‌های کیفی (طرح و نقش و رنگ) قالی‌های زیگلر

- بیشترین فراوانی طرح‌های شرکت زیگلر در دسته طرح‌های واگیره‌ای قرار می‌گیرد.

- در طراحی گروهی از قالی‌های تولید شده شرکت زیگلر تعادلی ظریف میان طراحی پیچیده فرش شهری و خوداندیختگی و پویایی فرش بافی روستایی دیده می‌شود.

- طراحی قالی‌های زیگلر متکی بر سطح است.

- فرش‌های شرکت زیگلر همچون نمونه‌های روستایی و عشایری از طراحی تک سطحی بهره برده است. سطوح به‌کاررفته در این قالی‌ها تک‌تراز هستند. بدین معنی که

نقوش به‌تنهایی در متن وزمینه استقلال داشته و به‌سادگی قابل تفکیک و حتی جایگزینی هستند.

- تمرکز در نحوه چینش عناصر و نقوش فرش وجود ندارد و تأکید بر ایجاد فضای خالی است.

- ترنج‌های قالی‌های شرکت زیگلر ساختاری لوزی‌شکل دارند. ترکیبات واگیره‌ای نیز در تکرار به ساختاری لوزی‌شکل می‌رسند.

- طراحی شرکت زیگلر تغییراتی در اندازه لچک و ترنج، نقوش و عناصر قالی‌های خود ایجاد کرد. در طرح‌های

واگیره‌ای نیز اندازه مشخصی برای واگیره وجود ندارد. گاهی

این واگیره به‌اندازه یک‌چهارم فرش می‌شود.

الف) اندازه

اروپاییان متفاوت است. قالی‌هایی که برای حمل به آمریکا بافته می‌شود باید به طول و عرض ذیل باشد:

عرض	طول
۲ و نیم فوت	۳ فوت
۳	۴
۳ الی سه و نیم	۵
۴	۶
۲ و نیم	۷
۵	۸
۵ الی ۵ و نیم	۹

تصویر ۲۴: مأخذ: (اسنادی از صنعت فرش ایران، ۱۳۸۶، ص ۱۳۳)
Pic 24: Source: some documents of Iran's carpet industry

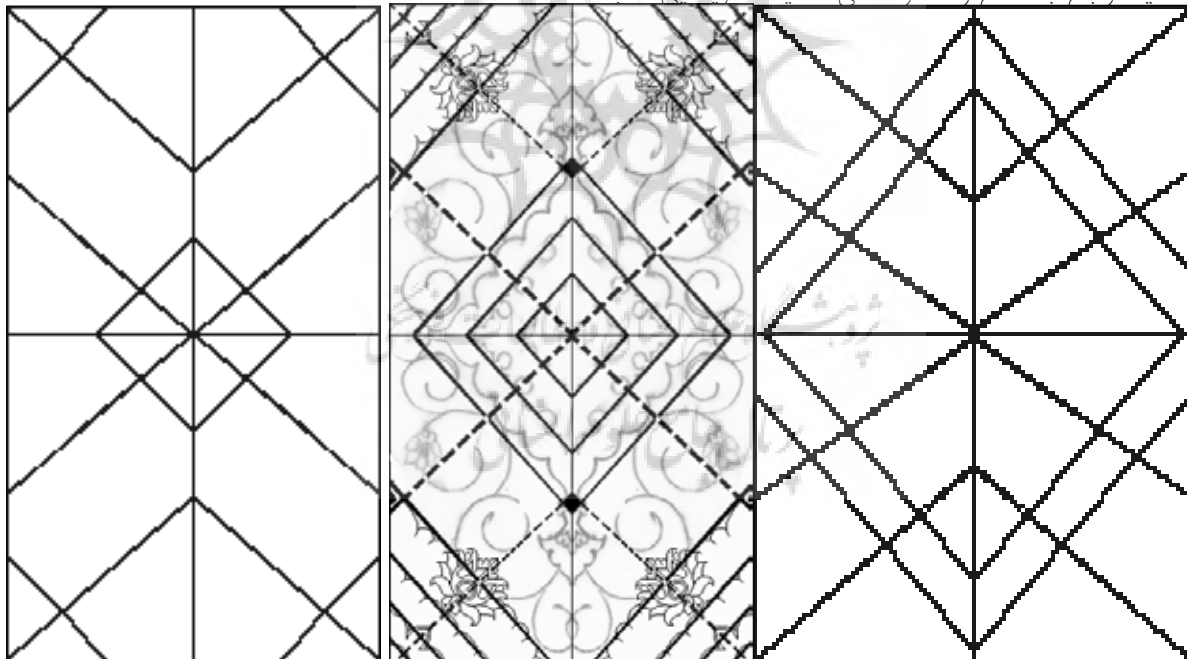
لیکن قالی‌های بزرگ قطع به ندرت طالب دارد مگر فوق‌العاده خوب و از معایب بری باشد که گاهگاهی خریدار پیدا می‌نماید» (اسنادی از صنعت فرش ایران، ۱۳۸۶،

این تناسب‌ها شامل تناسب طرح و نقش به ابعاد کلی فرش، تناسب کلی طرح و نقش نسبت به یکدیگر و نسبت حاشیه به زمینه و ... است.

۱. تغییر در ابعاد کلی فرش

از جمله مشکلاتی که فرش‌های ایرانی برای صادرات به بازارهای غربی داشت بحث مقیاس و اندازه آن بود. شرکت زیگلر در تولیدات خود اندازه‌اتاق‌ها و منازل بازارهای هدف را مبنا قرار داد و مطابق با آن به تولید پرداخت. فرش‌های ایرانی ابعادی نسبتاً بزرگ داشتند و برای منازل غربی‌ها مناسب نبود. پس تغییر در ابعاد کلی فرش یکی از نخستین مؤلفه‌های قالی‌های زیگلر بود.

در سند شماره ۴۱/۱۰ مورخه ۱۷ دی‌ماه ۱۳۰۸ آمده است: «اندازه و قطع قالی خود یک سبب عمده برای فروش آن در خارجه است. قالی‌هایی که برای حمل به خارجه بافته می‌شوند باید مطابق میل و احتیاج خارجی‌ان از حیث طول و عرض معین بافته شده باشند نه به قطع و اندازه‌های غیرمتناسب که به درد آن‌ها نخورد و رفع احتیاج آن‌ها را ننماید. راجع به قطع و اندازه قالی سلیقه آمریکایی‌ها یا



تصویر ۲۵: نحوه سامان‌بندی لچک و ترنج نسبت به ابعاد کلی زمینه را در طراحی سنتی فرش‌های شهری ایران نشان می‌دهد. مأخذ: نگارنده
تصویر ۲۶: نحوه سامان‌بندی لچک و ترنج در قالی زیگلر است. در این تصویر می‌بینیم که اندازه لچک و ترنج نسبت به ابعاد کلی فرش، بزرگ ترسیم شده است. مأخذ: نگارنده
تصویر ۲۷: نحوه سامان‌بندی لچک و ترنج در قالی زیگلر است. در این تصویر می‌بینیم که اندازه لچک و ترنج نسبت به ابعاد کلی فرش، کوچک ترسیم شده است. مأخذ: نگارنده

Pic 25: The proportion of medallion and corners in a traditional Persian design (the author)

Pic 26: The proportion of medallion and corners in a Ziegler design (the author)

Pic 27: The proportion of medallion and corners in a Ziegler design (the author)

سنتی ایران با سبک شهری مقایسه با لچک‌ترنج زیگلر مورد مقایسه قرار گرفته است.

۳. تغییر در تناسبات طرح‌های واگیره‌ای

اصول طرح‌های واگیره‌ای بر تقارن و تکرار است. در قالی‌های زیگلر واگیره‌های تکرارشونده بزرگ می‌شوند و گاه تا یک‌چهارم متن فرش را در برمی‌گیرند. در طراحی به شیوهٔ اصولی تکرار واگیره‌ها به‌نوعی است که در قسمت‌های انتهایی به حاشیه منظم است. در این قالی‌ها الگوی تکرار با توجه به اندازهٔ فرش از پیش تعیین می‌شود و واگیره در این واحد طراحی و تکرار می‌شود. در قالی‌های زیگلر واگیره‌ها بدون توجه به ابعاد فرش طراحی شده و نقوش در محل اتصال به حاشیه ناگهان می‌شکند. تصویر زیر نمونه‌ای از قالی زیگلر با طرح واگیره‌ای است (تصویر ۲۸ و ۲۹).

۴. تغییر در ابعاد و اندازهٔ حاشیه نسبت به متن و حاشیه‌ها نسبت به هم
اندازهٔ حاشیه نسبت به متن در طراحی سنتی ایران مقیاس

ص ۱۱۳۳). در ادامه نیز گزارشی از میزان صادرات فرش ایران از طریق استانبول آورده شده که در آن‌ها اندازه قالی‌های ساروق تازه‌بافت را یک‌ذریعی و دو ذریعی اعلام می‌کند.

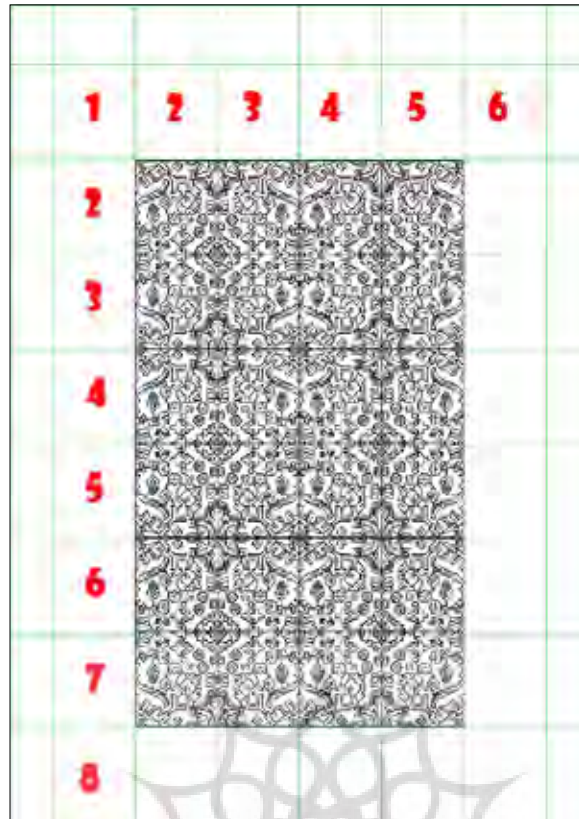
۲. تغییر در ابعاد و اندازهٔ لچک‌ترنج نسبت به زمینه

تناسبات لچک و ترنج در قالی‌های زیگلر از تنوع بسیار برخوردار است. ضوابطی در تعیین اندازه لچک و ترنج نسبت به فضای زمینه و نسبت به یکدیگر وجود دارد. در سنت طراحی فرش، این نحوهٔ سامان‌بندی و محورهای اصلی فرش را پیش از طراحی می‌کشند. از جمله تغییراتی که در طرح‌های زیگلر ایجاد شد، تغییر سامان‌بندی و محورهای زیبایی‌شناختی موجود در سنت طراحی فرش ایران بود. طرح‌های زیگلر در ترسیم فرم لچک و ترنج نسبت و مقیاسی مشخص نداشت. نمونه طرح‌های به‌جای‌مانده نشان می‌دهد این ابعاد نسبت به میزان استاندارد آن در دیدگاه زیبایی‌شناسی ایرانی یا بزرگ‌تر شده یا کوچک‌تر. در تصاویر زیر نحوهٔ سامان‌بندی طرح لچک‌ترنج در قالی‌های

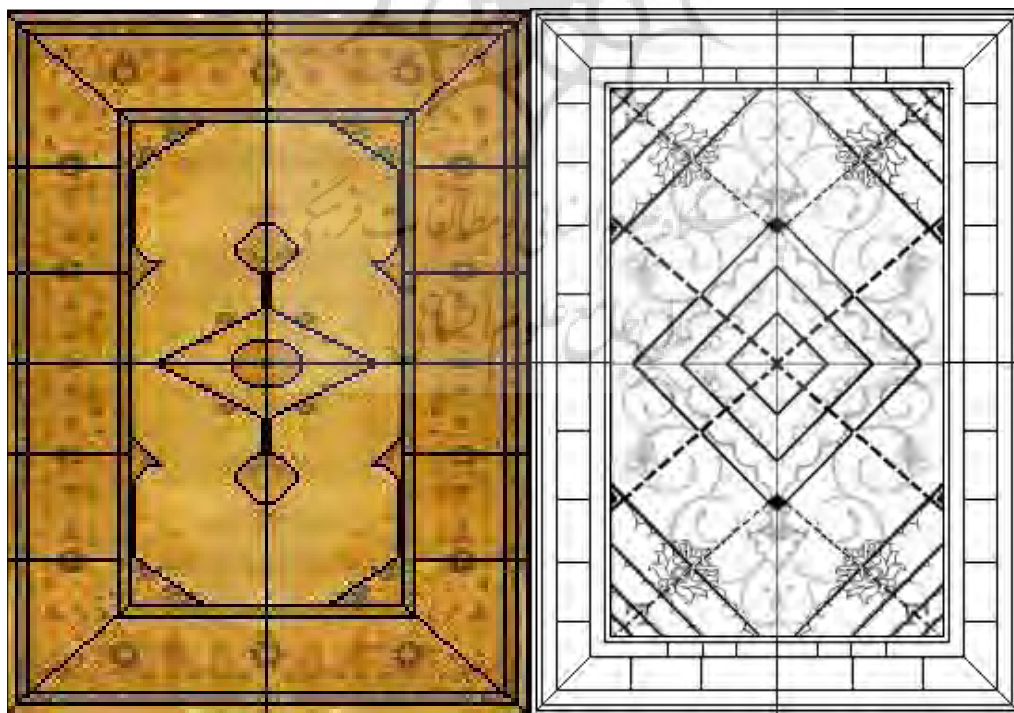


تصویر ۲۸: نمونه‌ای از نقشه واگیره‌ای در قالی زیگلر. در این تصویر مشخص شده که اندازه واگیره متناسب با اندازه قالی نیست. احتمال دارد که از این تکرار برای سایزهای مختلف استفاده می‌شود. در طراحی به شیوهٔ سنتی برای هر سایز واگیره مشخص اندازه‌گیری می‌شود که در سراسر متن به صورت یکنواخت تکرار شود. مأخذ: همه تصاویر به صورت میدانی و نمایش تکرار توسط نگارنده

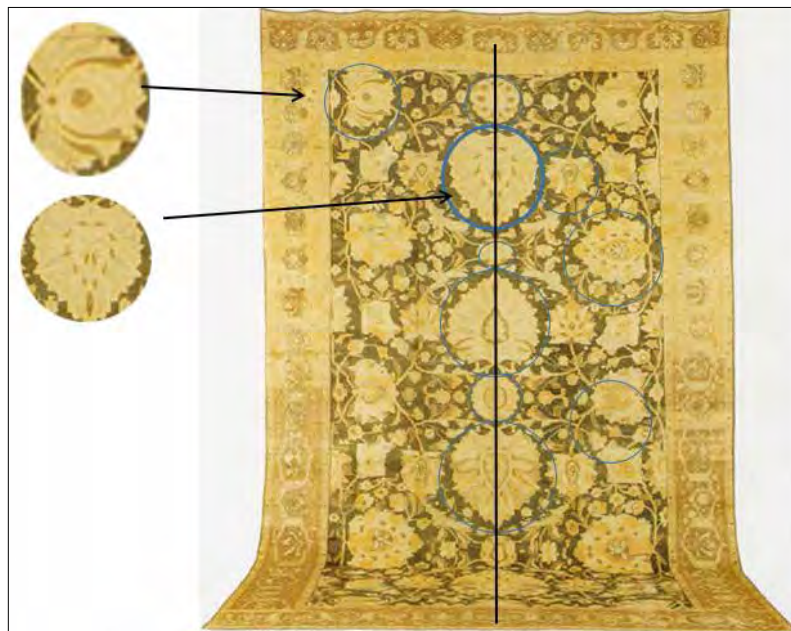
Pic 28: A disproportionate vagicreh in a Ziegler design (the author)



تصویر ۲۹: طرح خطی از فرش قدیمی اراک با نقشه واگیره‌ای، ۲/۵×۳/۵، طرح خرچنگی (مأخذ: صوراسرافیل، ۱۳۷۲، ص ۱۲۸)
 در این تصویر که توسط نگارنده تهیه شده نشان می‌دهد که واگیره برای سایز مشخصی طراحی و تعداد تکرارها و نقوش منتهی به حاشیه منظم است. (مأخذ: نگارنده)
 Pic 29: Outline drawing of an Arak's old school design with a proportional vagireh (the author)



تصویر ۳۰: طراحی خطی از نمونه قالی زیگلر در قیاس با قالی قدیم اراک
 تصویر سمت راست: نحوه سامان‌بندی حاشیه نسبت به زمینه و حاشیه‌ها نسبت به یکدیگر در یک قالی قدیم اراک نشان داده شده است.
 تصویر سمت چپ: نحوه سامان‌بندی حاشیه نسبت به زمینه و حاشیه‌ها نسبت به یکدیگر در یک قالی زیگلر نشان داده شده است.
 Pic 30: A comparison between a Ziegler design (left) and an old school Arak's (right)



تصویر ۳۱: نمونه‌ای از قالی زیگلر را نشان می‌دهد. در این تصویر گل‌های شاه‌عباسی در ابعادی وسیع ترسیم شده‌اند و نقش غالب این طرح را تشکیل می‌دهند.

Pic 31: Shah Abbasi motif in a Ziegler design

و محاسباتی دقیق دارد. در قالی‌های زیگلر این نسبت تغییر می‌کند و در برخی نمونه‌ها از فضای زمینه می‌گیرد و بزرگ می‌شود. بنابراین یک تغییر در حاشیه مربوط به بزرگ شدن ابعاد کل حاشیه نسبت به متن است و تغییر دیگر در نحوه تقسیم‌بندی حاشیه‌هاست. در قالی‌های زیگلر فضای مربوط به حاشیه اصلی بزرگ شده و حاشیه کوچک تقریباً از بین رفته است. در پیرامون حاشیه اصلی نوارهایی مزین با عرضی اندک قرار گرفته است. تعداد این حاشیه‌ها معمولاً سه یا پنج عدد است که یک حاشیه بزرگ در وسط و یک یا دو نوار تزئین‌شده در اطراف آن وجود دارد. در (تصویر ۳۰)



تصویر ۳۲: ساختار تک‌سطحی در قالی‌های زیگلر

Pic 32: Level structure of Ziegler designs

داشته و به آسانی از دیگر نقوش جدا می‌شوند و به همین روی می‌توان جایگزینی نقوش را در متن فرش انجام داد. در این فرش‌ها پوشانندگی و درهم‌آمیختگی نقوش انجام نمی‌شود.

فرش‌های تولیدی شرکت زیگلر از ساختاری شهری در تولید استفاده می‌کرد اما ماهیت عشایری و روستایی را در طرح و نقش خود نمایش می‌داد. تولیدات این شرکت به صورتی متمرکز و در کارگاه‌های خود شرکت و با نقشه‌های از پیش طراحی شده، تولید می‌شد. این شیوه تولید مخصوص تولیدات شهری است. علاوه بر شیوه تولید ساختار کلی طرح نیز ماهیت شهری آن‌ها را نمایش می‌دهد. تصویر زیر نمونه‌ای از قالی زیگلر است که ساختار تک‌تراز آن و قابلیت و تفکیک و جایگزینی نقوش در آن با دایره‌های سفید نمایش داده شده است تصویر (۳۲).

۷. اهمیت در ایجاد فضای خالی

از دیگر نقاط افتراق قالی‌های زیگلر با سنت‌های فرش بافی منطقه و اساساً با هنرهای سنتی ایران تأکید بر ایجاد فضای خالی است. در هنرهای سنتی ایرانی تلاش هنرمند در پرهیز از ایجاد فضای خالی و بدون نقش است. سطح فضایی برای نقش آفرینی است. برخلاف این تفکر تولیدات زیگلر سطح را جلوه‌گاه رنگ می‌داند و حتی با بزرگ کردن نقش،

نحوه تقسیم‌بندی حاشیه و نسبت آن با زمینه در دو قالی قدیم اراک و قالی زیگلر مورد مقایسه قرار گرفته است.

۵. تغییر در اندازه نقوش

یکی از عوامل مهم در طرح متن فرش، تناسب نقوش با طرح کلی و یکپارچگی و پراکندگی صحیح آن‌ها در کل طرح است. یکی از ویژگی‌های مهم طرح و نقش قالی زیگلر بزرگ شدن نقوش و تغییر در اندازه معمول آن‌هاست. در طرح‌های قالی زیگلر، هر نقش سطح وسیع رنگی است که حتی می‌تواند فرمی همچون لچک و ترنج بسازد. در این نمونه قالی زیگلر (تصویر ۳۱)، طرح متکی بر سطح است و از این نظر با قالی‌های شهری ایران متفاوت است. در قالی‌های شهری عمدتاً طرح‌ها متکی بر خط هستند. بدین معنی که نقوش در اندازه‌هایی کوچک و ترکیبات چندلایه با یکدیگر ترکیب می‌شوند.

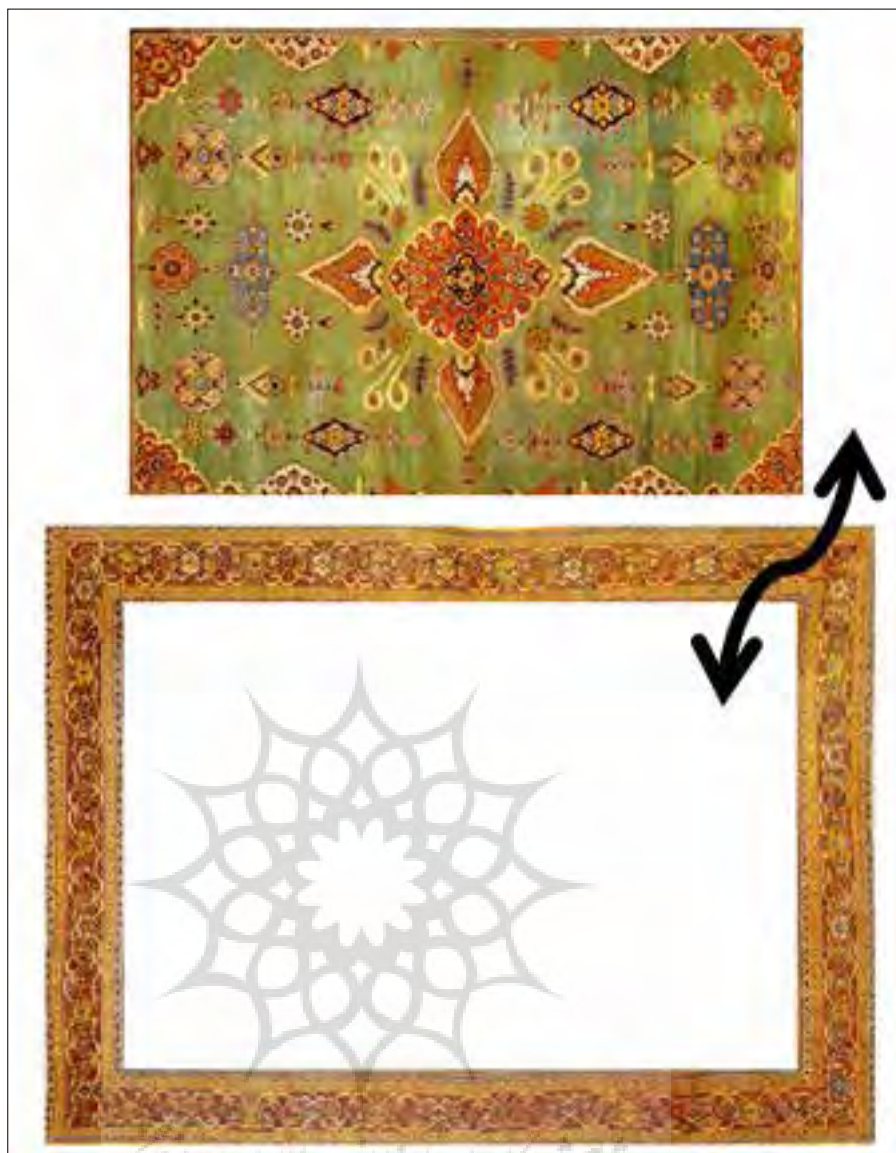
۶. ساختار چندلایه در طرح و نقش

بخش‌بندی طرح به ساختارهایی یک یا چندسطحی از ویژگی‌های قابل بررسی در طرح و نقش فرش دستباف است. از این دیدگاه می‌بایست فرش‌های شهری را از فرش‌های عشایری و روستاباف جدا کنیم. سطوح به کاررفته در فرش‌های عشایری و روستایی تک‌ترازند یعنی در این طرح‌ها نقوش به تنهایی در متن و زمینه فرش، خودایستایی



تصویر ۳۳: تصاویر بالا نشان‌دهنده اهمیت به ایجاد فضای خالی در ترکیبات قالی‌های زیگلر است

Pic 33: The importance of blank spaces between patterns in Ziegler designs



تصویر ۳۴: قالی زیگلر، نمایش عدم وجود ارتباط میان نقوش و ترکیبات حاشیه و متن در قالی زیگلر

Pic 34: Incoherence in a Ziegler design

متن فرش گرفته شده است و گاه به صورتی مستقل و جدا از متن در حاشیه مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این دو صورت ارتباط و تأثیر متن و حاشیه نسبت به یکدیگر متمایز است. نکته مهم حفظ تشابه و استفاده از فرمها و ساختارهایی یکسان است. در قالی‌های زیگلر نحوه فرم‌دهی به حاشیه بر مبنای اصول طراحی فرش ایران و بر اساس تکرار و تقرارن است. اما نحوه ارتباط و پیوند نقوش متن و حاشیه متفاوت از ساختارها و اصولی است که در بالا ذکر شد. نقوش مورد استفاده در متن و حاشیه قالی‌های زیگلر گاه از هیچ‌گونه تشابه فرمی پیروی نمی‌کنند. گویی چندان تفاوتی نمی‌کند که کدام حاشیه را برای زمینه طراحی شده برگزینند (تصویر ۳۴).

سطح می‌آفریند. در تمامی نمونه‌های قالی زیگلر فضای خالی در زمینه اهمیتی بسیار داشته تا جایی که قالی‌های با زمینه خالی و بدون نقش بافتند. تصاویر (۳۲) دو نمونه از قالی زیگلر را نشان می‌دهد. مطابق نمونه می‌بینیم فضایی که خالی و بدون نقش است، تقریباً برابر و یا حتی بیشتر از فضای منقوش است.

۸. پیوند میان حاشیه و متن در طرح فرش

یکی از بنیادهایی که زیبایی‌شناسی فرش ایرانی را پی می‌ریزد، پیوند میان حاشیه و متن فرش است. این پیوند و هماهنگی دربرگیرنده پیشی و پسی دیداری، کشش و گیرش، شمار ساخت‌مایه‌ها، جهت ساخت‌مایه‌ها، اندازه و جنبش ساخت‌مایه‌هاست. گاهی نقوش حاشیه از نقوش

۹. اندازه نقوش حاشیه

در گروهی از قالی‌های زیگler اندازه نقوش متن و حاشیه هماهنگ نیست؛ بدین معنی که گاه نقوش حاشیه با اندازه بزرگ‌تر و یا کوچک‌تری به نسبت نقوش متن طرح می‌شود. در فرش‌های سنتی ایران این هماهنگی به طور کامل حفظ می‌شود و نوعی هم‌پوشانی نقوش و یکی شدن عناصر طرح

دارد و در آن نقوش حاشیه با نسبتی چندبرابر نقوش زمینه طراحی شده است.

۱۰. عدم رعایت گوشه‌سازی در نقوش حاشیه

حاشیه‌های قالی‌های تولیدشده با سنت فرش بافی شرکت زیگler بر مبنای تقارن و تکرار و نظم شهری است. با توجه به اینکه تمامی این بافته‌ها نقشه‌ای از پیش تعیین شده



تصویر ۳۵: نمایش نسبت اندازه نقوش حاشیه به متن در قالی‌های زیگler

Pic 35: Marginal motifs' proportion in a Ziegler rug

دارند و دست‌بافته‌های شهری محسوب می‌شوند، اما اصول طراحی قالی‌های شهری را به طور کامل رعایت نمی‌کنند. واگیره‌های حاشیه طرح‌های زیگler در قسمت طول و عرض تکراری منظم دارند و در قسمت گوشه این نظم به یک‌باره از بین می‌رود. نقوش درهم ادغام می‌شوند و چینش درست

به وجود می‌آید. سه تصویر شماره (۳۵) نمونه‌هایی از قالی زیگler است که در آن‌ها هماهنگی میان اندازه نقوش حاشیه و متن وجود ندارد. تصویر اول سمت راست، نقوش حاشیه با نسبت بسیار کوچک‌تری نسبت به نقوش متن طرح شده است. تصویر دوم و سوم صورتی عکس نمونه نخست



تصویر ۳۶: عدم رعایت گوشه‌سازی در نقوش حاشیه‌ی قالی‌های زیگلر

Pic 36: Incorrect edge-making in a Ziegler rug

رنگی تأثیر می‌گذارد. به صورتی که از طریق هم‌مین مبادلات تراکم‌های رنگی، می‌توانیم دوری و نزدیکی رنگ‌ها نسبت به هم، گرمی و سردی آن‌ها، طریقه‌ی متعادل قرارگرفتن آن‌ها در کل پهنه‌ی فرش و یا سنگینی و سبکی آن‌ها و... را دریافت نماییم. مبادله‌ی میان تراکم‌های رنگی موجب تأثیر در میزان ادراکات بصری است. قالی‌های زیگلر از تراکم رنگی یکنواختی در قالی‌های خود بهره می‌برد. کنتراست رنگی بسیار کم است و در مواردی تشخیص پالت رنگ بسیار دشوار می‌شود.

تعادل درخشش و پرهیز از شدت رنگی: در فرش ایرانی به‌کارگیری رنگ‌ها در حالت متعادل، ملایم و لطیف صورت می‌گیرد. یکی از دلایل این تعادل رنگی استفاده از رنگ‌های گیاهی است. تولیدات شرکت زیگلر در تلاش بود تا با استفاده از رنگ‌های جوهری این تعادل رنگی را ایجاد کند اما طرح‌ها در مواردی به سمت یک‌رنگ شدن پیش رفت تا متعادل شدن.

زیبایی رنگ در فرش از چند دیدگاه بررسی می‌شود:

خود را از دست می‌دهند. قالی‌های روستایی و عشایری ایران و به‌ویژه بافته‌های ذهنی این مردمان از این ویژگی بهره‌مند است. در اینجا باره دیگر با ترکیبی از اصول و مبادی طراحی قالی‌های شهری و روستایی مواجه هستیم (تصویر ۳۶).

۱۱- رنگ‌بندی

شرکت زیگلر در تولیدات خود تغییراتی در شیوه رنگ‌گذاری و رنگ‌بندی قالی‌های سنتی ایران ایجاد کرد که به شرح زیر است:

خلوت رنگی: قالی‌های سنتی ایران کمتر در طیف رنگی محدود به سه یا پنج رنگ بافته می‌شوند. در رنگ قالی‌های زیگلر خلوت رنگی اصلی نسبتاً ثابت است که تقریباً تمامی نمونه‌های یافت شده از آن پیروی کرده‌اند. تمایل به استفاده محدود از طیف‌های رنگی ویژگی خاص قالی‌های زیگلر است. تعداد رنگ‌ها معمولاً از سه رنگ شروع و از شش رنگ تجاوز نمی‌کند.

مبادله‌ی میان تراکم‌های رنگی: هر رنگی با ویژگی‌های بیانی، حرکتی و خصوصیات خاص خود، بر دیگر محدوده‌های

الف) پاس داشتن هنجارهای نظری مبانی رنگ در کار

ب) روش رنگ آمیزی گیاهی یا شیمیایی

ج) سازه‌های پیوسته به جغرافیای بافت

در قالی‌های زیگزر جغرافیای بافت کاملاً مفهوم خود را از دست می‌دهد. رنگ‌ها شیمیایی یا جوهری شده و تنالیت‌هایی جدید وارد فرش‌های منطقه اراک و حتی کل فرش بافی ایران می‌شود. برای نمونه دیگر در منطقه اراک با یک مایه رنگی قرمز مواجه نیستیم بلکه در هر نمونه از قالی‌ها می‌توان رنگ قرمز جدید را دید. جغرافیای بافت خاصیت خود را از دست می‌دهد زیرا دیگر رنگ‌ها خاص منطقه نیستند و هر رنگی در هر شهری قابلیت تولید داشت. از لحاظ زیبایی‌شناسی دیدگاهی غربی وارد رنگ‌بندی فرش‌های ایران می‌شود که تأثیرات آن امروزه در کل مناطق فرش بافی ایران دیده می‌شود.

تأثیرات حضور شرکت زیگزر در بخش طرح و نقش و رنگ قالی ایران مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این شرکت اصول طراحی و تولید خود را کاملاً بر پایه سنت‌های فرش بافی ایران و به طور ویژه منطقه‌ای که در آن به تولید پرداخت، بنا نهاد. او بر پایه این سنت و با توجه به سلیقه و پسند بازارهای غربی شروع به تغییر و دگرگونی در ترکیبات نقشه‌های ایرانی زد. ساختار و هویت فرش ایران در این تولیدات دگرگون نشده و تنها می‌توان ورود یک سبک و ساختار جدید را در این تولیدات جست.

شرکت‌های چندملیتی در دو دهه آخر دوره قاجار سرمایه‌گذاری‌های وسیعی را در امر تجارت فرش ایران انجام دادند. این شرکت‌ها به مرور در تمام قسمت‌های مربوط به تولید و تجارت فرش ایران وارد شدند و کم‌کم عنان این فعالیت‌ها را از دست دولت ایران ربودند. با روی کار آمدن سلسله پهلوی تلاش‌هایی در جهت سروسامان دادن به اوضاع فرش و نیز بهبود شرایط بافندگان و نیز کیفیت تولیدات انجام شد. حشمتی رضوی بزرگ‌ترین خصلت دوران پهلوی در زمینه فرش دستباف را، دولتی کردن آن می‌داند. او می‌نویسد: «در اجرای این سیاست شرکت‌های چندملیتی در آغاز قرن جدید هریک پس از چندی برچیده شدند و سازمان خاصی در سال ۱۳۰۹ به نام (مؤسسه قالی ایران) تشکیل شد» (حشمتی رضوی، ۱۳۸۹، ص ۲۹۳). این مؤسسه اولین نهاد تشکیلاتی فرش در ایران بود. پس از انحلال مؤسسه قالی ایران، دولت مصوبه تأسیس شرکت سهامی فرش را تصویب نمود. هیئت وزراء در جلسه ۲۰ دی ماه ۱۳۱۴ اعلام کرد که از تاریخ اول بهمن ماه ۱۳۱۴ کلیه حقوق

مربوط به صادرات فرش، از هر نوع شرکتی به شرکت فرش واگذار شود. این شرکت با هدف تولید و ترویج قالی بافی، حمایت از قالی بافان، تهیه مواد اولیه استاندارد، اشاعه و احیای طرح‌ها و نقوش اصیل فرش ایران و ایجاد امکانات آموزشی در شهرها و روستاها تشکیل شد.

در بهمن ماه سال ۱۳۱۴ با تأسیس شرکت سهامی فرش ایران، تجارت فرش ایران در انحصار دولت درآمد و فعالیت کمپانی‌های خارجی مخصوصاً کمپانی شرق از طریق انتقال و واگذاری کلیه تأسیسات آن به شرکت سهامی فرش ایران کاهش یافته و به تدریج متوقف شد. بعدها بر اثر اعتراض تجار ایرانی موضوع انحصار منتفی شده و شرکت فرش نیز چنان‌که در اساس نامه آن مقرر شده است، به عنوان یک بخش دولتی به کار ترویج صنعت فرش و تولید و تجارت در این کار پرداخته است. (نشریه داخلی شرکت سهامی

فرش ایران، ۱۳۵۸

اگرچه کمپانی تولیدکنندگان قالی شرق به عنوان اولین و بزرگ‌ترین شرکت خارجی حاضر در عرصه تولید و صادرات فرش ایران نقش مهمی را حتی در بخش قابل ملاحظه‌ای از تاریخ معاصر فرش ایران داشته است اما هیچ‌گاه نمی‌توان از تأثیر و حضور شرکت‌هایی نظیر شرکت ایتالیایی برادران نیرکوکاستلی و یا شرکت قدرتمند زیگزر به سادگی گذشت. شرکت زیگزر طی نزدیک به پنج دهه فعالیت مستمر اما انحصاری در حوزه بافندگی سلطان‌آباد (اراک فعلی) به تولید انبوهی از فرش‌های روستایی پرداخت که امروزه از نظر کیفیت و مرغوبیت مواد اولیه و طرح‌های زیبا، نماینده گروهی از بهترین فرش‌های روستایی مرکز ایران در اوایل این قرن است و واژه زیگزر در ادبیات فرش شناسی ایران، یادآور فرش‌هایی شاخص با ویژگی‌های منحصر به فرد است.

(ژوله، ۱۳۹۲، ص ۶۱)

ژوله معتقد است شرکت زیگزر با گردآوری عده‌ای از بهترین طراحان سلطان‌آباد، در کنار شرکت‌های خارجی دیگر، تحولی عظیم در تغییر شیوه‌های فرش روستایی اراک پدید آورد.

شرکت زیگزر پس از پایان جنگ جهانی دچار کمبود سرمایه و مشکلات مالی شد. بسیاری از بنیادهای زیگزر توسط نیروهای روس و آلمان غارت شد. مشکل دیگر در ناامن بودن جاده‌های ایران بیان شده که راهزنی و غارت اموال در جاده‌ها اوضاع را وخیم‌تر می‌کرد. در سال ۱۹۱۰ فعالیت‌های زیگزر به دلیل از دست دادن مقدار زیادی از دارایی‌های خود روبه زوال رفت و به حدی رسید که شرکت



تصویر ۳۷: نمونه‌ای از آرم شرکت زیگلر

Pic 37: The Ziegler emblem



تصویر ۳۸: نمایی از بازار فرش شهر اراک (مأخذ: نگارنده)

Pic 38: Arak's carpet bazar (the author)

بیشترین حضور تأثیرات شرکت زیگلر را می‌توان در فرش‌های صادراتی ایران مشاهده کرد. از جمله تولیدکنندگانی که با این دیدگاه و برای بازار آمریکا در شهر نیشابور تولید می‌کند؛ آقای عرسین است. تصاویر زیر نمونه‌هایی از تولیدات شرکت عرسین برای صادرات است که از الگوهای قالی‌های زیگلر بهره فراوان برده است. تولیداتی از این دست به طور آشکار تأثیرات حضور شرکت زیگلر را در فرش ایران تا زمان حاضر نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری

دوره قاجار، بستری پرفرازونشیب و نقطه عطفی در هنر قالی‌بافی ایران بود. حضور شرکت‌های چندملیتی در بخش‌های تولیدی و صادراتی فرش، علی‌رغم تمامی

تصمیم به جمع‌آوری و بستن دفاتر خود در ایران نمود. اوایل سال ۱۹۳۰ بحران اقتصادی غرب را فراگرفت، و درخواست غرب برای فرش‌های شرقی به ناگهان پس از سقوط وال استریت در سال ۱۹۲۹ کاهش یافت. همچنین بحران اقتصادی جهانی باعث شد تا زیگلر در سال ۱۹۳۲ تصمیم خود را برای بستن این شرکت بگیرد. در نهایت شرکت در سال ۱۹۳۴ (۱۳۱۲ ه.ش.) منحل شد.

بعد از برجیده شدن شرکت زیگلر، طرح و نقشه‌های این شرکت همچنان در دست بافندگان شهر اراک باقی ماند و به احتمال زیاد با سنت‌های پیشین ترکیب شده و طرح‌هایی برای بافت مهیا شد که حاصل دوره‌های پیشین قالی‌بافی منطقه بود.



تصویر ۳۹: نمونه‌ای از نقشه‌های امروز اراک که به صورت میدانی توسط نگارنده از قالیپافان تهیه شده است. (مأخذ: نگارنده)
Pic 39: An example of contemporary Arak loom-drawings (the author)



تصویر ۴۰: نقشه‌ای که توسط یکی از قالیپافان در حال یافت بود. ساینز: قالیچه. (مأخذ: نگارنده)
Pic 40: A loom drawing for area rug (the author)

آغاز به کار شرکت زیگلر چگونه است؟
۳. آیا طرح و نقش جدید به فرش ایران اضافه شد؟
نتایج بررسی روی قالی‌های موسوم به زیگلرنشان می‌دهد که این تولیدات با مبنا قرار دادن نقوش دستبافته‌های ایران به ترکیبی جدید دست‌یافت. طراحان شرکت زیگلر نقوش و عناصر مورداستفاده در قالی‌های مناطق مختلف ایران را مطابق خواست و سلیقه خود در ترکیباتی جدید به کار بردند. در نگاه نخست این تولیدات

مشکلاتی که به بار آورد نظامی جدید را در هنر-صنعت قالی ایران موجب شد. این پژوهش با هدف آسیب‌شناسی حضور شرکت زیگلر در بخش کیفی (طرح و نقش و رنگ) قالی‌های ایران نگاشته شده و در تلاش برای پاسخ به سؤالات زیر بود:

۱. ویژگی‌های کیفی فرش‌های تولیدی شرکت زیگلر کدام‌اند؟
۲. مهم‌ترین تحولات در طرح و رنگ فرش‌های ایرانی با



تصویر ۴۱: نمونه‌ای از فرش‌های صادراتی شرکت عرسین که کاملاً تأثیرات تولیدات شرکت زیگلر را نشان می‌دهد. (مأخذ: نگارنده)

Pic 41: An example of exportable Arsin's products which are under the influence of Ziegler designs

جدید سنت‌های طراحی و رنگ‌بندی قالی‌های ایران شکسته شده و اصالت‌های بومی خود را از دست داده است. اما بررسی و مقایسه این تولیدات و دقت بر نقوش آنها نشان می‌دهد که نقوش و ترکیبات کلی دگرگون نشده است. بلکه ساختارها شکسته شده و نقوش در ترکیباتی جدید با تغییر در اندازه و رنگ نمایش داده شده است. ویژگی دیگر در این دگرگونی تلاش در جهت نمایش ذهنی باف بودن قالی‌های زیگلر بود. شرکت زیگلر مطابق خواست بازارهای هدف تناسبات کلی موجود در نقش و رنگ قالی‌های ایران را تغییر داد. در نهایت طرح‌های شرکت زیگلر چیز جدید به طرح و نقش فرش ایران وارد نکرد و تنها با تغییر در تناسبات و رنگ‌بندی نقوش سنتی به سبکی جدید دست یافت که باب پسند بازارهای هدف شد.

نتایج کلی این پژوهش را می‌توان به صورت فهرست وار به شرح زیر بیان کرد:

- نگاه شرکت‌های چندملیتی و به طور خاص شرکت زیگلر به فرش‌های ایران، نگاهی گزینشی بود.
- این شرکت‌ها چندان به سنت‌های قالی بافی ایران پایبند نبودند. تولیدات این شرکت ترکیبی از نقوش، رنگ‌بندی و ساختار فرش‌های مناطق مختلف ایران بود.
- تولیدکنندگان زیگلر، زیبایی‌شناسی فرش‌های ایران را در راستای اهداف زیباشناسانه خود تغییر دادند.
- شرکت زیگلر بازار و سلیقه خریداران غربی را مبنای حرکت و جستجو در طرح و نقش قالی ایران قرار داد.
- طرح‌ها متناسب با رج‌شمار قالی تهیه نمی‌شد. یک طرح در چندین رج‌شمار تولید می‌شد. در این فرایند توافق می‌افتد؛ فضای زمینه و مابین نقوش بسیار خالی می‌شود یا طرح در رج‌شمار پایین فرم‌های خود را از دست می‌دهد.
- نقوش قالی‌های زیگلر برگرفته از نقوش اصیل ایرانی است. در نقوش ایرانی فرم‌ها مشخص و معین است ولی در قالی‌های زیگلر دفرمه شده و تغییر شکل یافته‌اند.
- نقوش قالی‌های زیگلر نوعی را غلط‌بافی عمدی را نمایش می‌دهند. این تولیدات تلاش دارد که نوعی ذهنی بافی را در آثار خود نمایش دهد.
- بیشترین نوآوری در زمینه تولیدات قالی زیگلر مربوط به تغییر تناسبات و نسبت‌های مشخص در سنت‌های قالی بافی ایران بود.

• شرکت زیگلر در تولیدات خود سبکی جدید را در طرح و نقش قالی ایران به جای گذاشت.

• سلیقه بازارهای هدف ایران همواره مسیر این تولیدات را پی می‌گیرد و بسیاری از فرش‌هایی که امروزه برای صادرات بافته می‌شوند همچنان از اصول زیباشناسانه قالی‌های زیگلر پیروی می‌کنند.

• از دیگر فعالیت‌های شرکت زیگلر در زمینه طرح و نقش، انتقال نقشه‌های سنتی یک منطقه به منطقه‌های دیگر و ترکیبی از طرح‌ها و نقوش قالی‌های مناطق مختلف بود.

• قالی‌ها زیگلر با رنگ‌های محدود و کنتراست کم تولید می‌شد.

• رنگ‌های کدر و از رَمق افتاده جایگزین رنگ‌های شفاف و با اصالت شدند.

تولیدکنندگان زیگلر با شناخت و بررسی کامل از فرش‌های تمامی مناطق ایران، تولیداتی را روانه بازار کردند که در ظاهر کاملاً ویژه و منحصر به خود آنها بود. تیزبینی و دقت آنان باعث شد گلچینی از دست‌بافته‌های ایرانی که باب طبع خریداران خارجی بود، در یک مجموعه جمع شود. متأسفانه امروز از طرح و نقش و رنگ و ویژگی‌های فنی فرش‌های برخی مناطق تا پیش از ورود شرکت‌های بیگانه آگاهی اندکی داریم. پس از ورود شرکت‌های چندملیتی بسیاری از طرح‌ها، نقوش، رنگ‌ها و حتی شیوه‌های بافت به دست فراموشی سپرده شد و تنها آن‌هایی به جای ماندند که بازاری در غرب و اروپا داشتند. از سویی کشورهای غربی به دنبال بازاری برای کالای خود نیز بودند؛ بنابراین به وارد کردن کالاهای خود و تحمیل آن به اقتصاد کشور پرداختند. نتیجه این رویداد ورود رنگ‌های مصنوعی و رنگ‌رزی نهاده‌های تولید با این مواد است که به کاهش کیفیت فرش ایران و بدنامی آن در بازارهای جهانی انجامید. در اصطلاح به این رنگ‌های شیمیایی، جوهری می‌گویند که از برجسته‌ترین موارد تنزل فرش ایران به شمار می‌رود. اگرچه حضور شرکت‌های چندملیتی به اقتصاد ایران چه در زمینه داخلی و چه خارجی ویژگی‌های مثبتی هم به همراه داشت و سبب کارآفرینی شد و سرمایه‌گذاری خارجی را افزایش داد اما حضور آن‌ها با آنکه به رونق و توسعه کمی قالی بافی ایران انجامید اما از کیفیت آن کاست.

اعلام عدم تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که در انجام این پژوهش هیچ‌گونه تعارض منافی برای ایشان وجود نداشته است.

فهرست منابع

- ادواردز، سیسیل، سال ۱۳۶۸، قالی ایران، ترجمه مهین دخت صبا، تهران. انتشارات انجمن دوستداران کتاب،
- اتیک، آنت، ۱۳۸۳، «فرش‌های دوران قاجاریه»، دایرةالمعارف ایرانیکا، به سرویراستاری احسان یارشاطر، ترجمه ر. لعلی خمسه،
تهران، انتشارات نیلوفر.

- اسنادی از صنعت فرش ایران، مرکز اسناد ریاست جمهوری، جلد اول

- صوراسرافیل، شیرین، ۱۳۷۲، غروب زرین فرش ساروق، تهران، ناشر: شیرین صوراسرافیل، چاپ اول.

- حشمتی رضوی، فضل‌الله، ۱۳۸۹، تاریخ فرش (سیر تحول و تطور فرش بافی ایران)، تهران، انتشارات سمت، چاپ دوم.

- تناولی، پرویز، ۱۳۶۸، قالیچه‌های تصویری ایران، تهران، انتشارات سروش.

- دهگان، ابراهیم، ۱۳۸۶، تاریخ اراک، تهران، انتشارات زرین و سیمین.

- حصوری، علی، ۱۳۸۱، مبانی طراحی سنتی در ایران، تهران، نشر چشمه.

- آذریاد، حسن، حشمتی رضوی، فضل‌الله، ۱۳۷۶، فرش نامه ایران، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، چاپ
دوم.

- ژوله، تورج، ۱۳۸۱، پژوهشی در فرش ایران، تهران، انتشارات یساولی، چاپ اول.

- ژوله، تورج، ۱۳۹۲، شناخت فرش (برخی مبانی نظری و زیرساخت‌های فکری)، تهران، انتشارات یساولی.

- پاکباز، رویین، ۱۳۸۵، دایرةالمعارف هنر، تهران، انتشارات فرهنگ معاصر.

- عیسوی، چارلز، ۱۳۶۹، تاریخ اقتصادی ایران، ترجمه دکتر یعقوب آژند، تهران، نشر گستره، چاپ دوم.

- رادریگز، چارلز، ۱۳۸۰، مدیریت در عرصه بین‌المللی، ترجمه شمس‌السادات زاهدی و حسن دانایی‌فر، صفار و اشراقی، تهران،
چاپ اول.

- سیف، احمد، ۱۳۷۳، اقتصاد ایران در قرن نوزدهم، تهران، نشر چشمه.

- ویلهلم، فلور، ۱۳۶۶، جستارهایی از تاریخ اجتماعی ایران در عصر قاجار، ترجمه دکتر ابوالقاسم سری، تهران، انتشارات توس.

مقاله‌ها

- اتیک، آنت، «نقشه فرش‌های شرکت زیگلر»، مجله هالی، شماره ۸۰، ۱۹۹۱.

- کنشاورز، حسام، «بررسی مؤلفه‌های مدیریتی تولید فرش با سرمایه خارجی در دوره قاجار (آسیب‌شناسی موردی مؤسسه
بازرگانی زیگلر و شرکا)، همایش ملی هنر، فرهنگ، تاریخ و تولید فرش دستباف ایران و جهان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد
نجف‌آباد، اردیبهشت ۱۳۹۰.

- کاظمی، بابک، «نقدی بر شرکت‌های چندملیتی»، نشریه اقتصاد، شماره ۸۰، ۷۹، بهمن و اسفند ۱۳۸۴

- اتحادیه، منصوره، پروان، رسول، تحولات تجارت فرش دستباف ایران در دوره قاجاریه، نشریه مطالعات تاریخ فرهنگی،
پژوهش‌نامه انجمن ایرانی تاریخ، سال دوم، شماره پنجم، پاییز ۱۳۵۹.

- بررسی مسائل مربوط به هنر-صنعت فرش ایران و شرکت سهامی، نشریه داخلی شرکت سهامی فرش ایران، تهران، ۱۳۵۷.

پایان‌نامه‌ها

- ملکی، کیمیا، «بررسی فرش‌های مشهور به زیگلر»، کارشناسی فرش، دانشگاه هنر تهران، ۱۳۹۰

- پروان، رسول، «تاریخ تجارت فرش ایران (قاجاریه و پهلوی اول)»، کارشناسی ارشد ایران‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی،
۱۳۸۹

Davis, Keith; 2004 .Human Relations in Business, USA, New York, McGraw Hill.

Ian Bennett, 2004 rugs and carpets of the word, Greenwich edition, London.

Ford, P.R.J., *Oriental carpet design: A guide to traditional motifs, patterns and symbols*, London: Thames and Hudson.