

دشگاه الزهراء فصلنامه علمی

فصلنامه علمی جلوه هنر دانشگاه الزهراء (س)

سال ۱۴، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱

شماره پیاپی: ۳۶



شاپا چاپی: ۹۸۶۸-۷-۱۶۰۷

شاپا الکترونیکی: ۲۵۶۸-۸-۲۵۳۸

آسیب شناسی صادرات صنایع دستی ایران در شرایط تحریم

ابوالقاسم دادور، عفت السادات افضل طوسی، منصوره پزشک زاده

۷-۲۰

معرفی نسخه خطی دیوان حسینی به رقم سلطانی مشهدی ۸۹۰ هجری و تحلیل آرایه های تذهیب آن

مرضیه جعفرپور، صمد نجارپور جباری

۲۱-۳۴

بررسی جایگاه سوژه و رخداد حقیقت در عرصه تبلیغات تعاملی- مشارکتی زیست محیطی

مائده حسینی کومله، بهمن نامور مطلق

۳۵-۴۷

بیش متن های نگاره «ولادت غازان خان» در دو نسخه از جامع التواریخ مصور دوره بابر هند (قرن ۱۶م)

لیلا حقیقت چو، یعقوب آژند، فاطمه شاهرودی

۴۸-۶۲

بازنمایی گرافیکی مضامین اجتماعی در پوستر فیلم های اجتماعی سینمای ایران (مورد مطالعاتی: فیلم های برگزیده جشنواره فجر

سال های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸)

پریسا غدیری، جواد امین خندقی، سحر چنگیز

۶۳-۷۴

قالی در منابع مکتوب قرون چهارم تا هشتم هجری قمری

اکرم نوری، فاطمه کاتب، علی خلیقی

۷۵-۸۴

خوانش شمایل شناسانه قالی تصویری کلیمی موزه «beth

»tzedek

آزاده یعقوب زاده، مهدی محمدزاده

۸۵-۹۷





سال ۱۴، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱
شماره پیاپی: ۳۶

صاحب امتیاز: دانشگاه الزهرا (س)، معاونت پژوهشی
مدیر مسئول: دکتر ابوالقاسم دادور
سر دبیر و مدیر هنری: دکتر عفت السادات افضل طوسی

هیأت تحریریه

دکتر عفت السادات افضل طوسی (استاد، دانشکده هنر - دانشگاه الزهرا (س))

دکتر زهرا حسین آبادی (دانشیار، دانشگاه سیستان و بلوچستان)

دکتر محمد ابراهیم زارعی (استاد، دانشکده هنر و معماری - دانشگاه بوعلی سینا همدان)

دکتر ابوالقاسم دادور (استاد، دانشکده هنر - دانشگاه الزهرا (س))

دکتر جلال الدین سلطان کاشفی (استاد، دانشگاه هنر تهران)

دکتر پریسا شادقزوینی (دانشیار، دانشکده هنر - دانشگاه الزهرا (س))

دکتر سودابه صالحی (دانشیار، دانشگاه هنر تهران)

دکتر فریده طالب پور (استاد، دانشکده هنر - دانشگاه الزهرا (س))

دکتر محمود طاووسی (استاد، دانشکده هنر - دانشگاه تربیت مدرس)

دکتر مینو معلم (استاد، دانشگاه برکلی)

دکتر اشرف السادات موسوی لر (استاد، دانشکده هنر - دانشگاه الزهرا (س))

دبیر اجرایی: حمیده آرخی

ویراستار فارسی: دکتر سوسن پورشهرام

ویراستار انگلیسی: نسترن صابری

طراح جلد: نیلوفر نعمت پور

صفحه آرا: نیلوفر نعمت پور

قیمت: ۳۰۰۰ ریال

نشانی نشریه: ونک، دانشگاه الزهرا (س)، دفتر معاونت پژوهشی

کدپستی: ۱۹۹۳۸۹۱۱۷۶ تلفن: ۸۵۶۹۲۲۳۲ سامانه نشریه <http://jjhgor.alzahra.ac.ir>

داوری مقالات این شماره بنا به موضوع، به وسیله اعضای هیأت داوران مجله انجام شده است.

مقالات مندرج لزوماً نقطه نظرات «جلوه هنر» نبوده و مسئولیت مقالات بر عهده نویسندگان محترم می باشد.

چاپ نوشتارهای نشریه «جلوه هنر» با ذکر مأخذ بلامانع است.

نشریه «جلوه هنر» در پایگاه استنادی علوم کشورهای اسلامی ISC به نشانی <http://www.srlst.com> نمایه شده است.

درجه علمی فصلنامه «جلوه هنر» طی حکم شماره ۴۸ / ۳ مورخ ۱۳۸۷ / ۸ / ۸ دبیرخانه کمیسیون
بررسی نشریات علمی کشور، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ابلاغ گردیده است



فصلنامه علمی دانشگاه الزهراء (س)

ضوابط پذیرش مقاله

- نشریه علمی جلوه هنر مقاله های تحقیقاتی مرتبط با هنرهای تجسمی و کاربردی را طبق ضوابط ذیل می پذیرد:
- دفتر نشریه، آماده پذیرش الکترونیکی مقالات از طریق سامانه نشریه به نشانی <http://jjhjol.alzahra.ac.ir> می باشد.
 - مقاله ها باید حاصل کار پژوهشی نویسنده یا نویسندگان (Research Articles) باشند.
 - طبق آیین نامه جدید نشریات علمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مورخ ۱۳۹۸/۲/۲، طبق بند ۲-۴؛ مقاله علمی، گزارشی دقیق از فعالیت های پژوهشی اصیل، فناوری و یا ترویج و یا عمومی سازی علمی است که توسط یک یا چند پژوهشگر انجام شده است. مقاله باید از دو ویژگی اصالت و ابداع برخوردار باشد و با هدف پیش برد مرزهای علم و فناوری، انتشار یافته های پژوهش و فناوری یا ارتقای سطح دانش بهره برداران ارائه شود. بنابراین، نویسندگان موظف هستند مقاله علمی خود طبق شاخص های ارائه شده در آیین نامه تنظیم نمایند.
 - طبق بند ۲-۵ آیین نامه نشریات علمی، انواع مقاله علمی، عبارتند از: پژوهشی، مروری، کوتاه، مطالعه موردی، روش شناسی، کاربردی، نقطه نظر، مفهومی، فنی و ترویجی. نویسندگان می توانند نسبت به ارسال انواع مقاله علمی به مجله علمی جلوه هنر اقدام نمایند.
 - مقاله های ارسالی نباید قبلاً در نشریه دیگری چاپ شده باشند یا هم زمان برای نشریه دیگری ارسال شده باشند.
 - مقاله ها باید به زبان فارسی و با رعایت اصول درست نویسی و آیین نگارش این زبان باشند و نویسندگان می بایست قبل از ارسال مقاله به مجله، نسبت به رفع ایرادهای تایپی و املايي اهتمام ورزند و نیم فاصله ها را رعایت کنند.
 - مسئولیت مطالب مطرح شده در مقاله ها بر عهده نویسنده یا نویسندگان است.
 - مجله در قبول، رد یا اصلاح مقاله ها آزاد است.
 - مقاله ها پس از تایید داوران و تصویب هیأت تحریریه چاپ می شوند.
 - منابع مورد استفاده مقاله تا حد امکان مربوط به ۵ سال اخیر باشد و از منابع بسیار قدیمی در صورت وجود منابع جدید پرهیز گردد.
 - مقاله ها حدود ۶۰۰۰ کلمه و با احتساب تمام بخش های مقاله ۱۲ صفحه باشد.
 - مقاله ها باید در محیط Word در قطع A4 در سامانه مجله بارگذاری شود.
 - چاپ نوشتارهای مجله جلوه هنر، بدون ذکر مأخذ در نشریه های دیگر ممنوع می باشد.

راهنمای نویسندگان

نویسندگان می بایست مقاله خود را طبق فایل اصل مقاله به شرح ذیل تنظیم و نسبت به ارسال آن از طریق سامانه مجله، از بخش ارسال مقاله: <https://jjh.jor.alzahra.ac.ir/author> اقدام نمایند.

- بدنه مقاله از تیتراهای زیر تشکیل شود و تیتراهای مربوط به موضوع به شکل سوتیتر این تیتراها بیاید.

۱- **چکیده فارسی:** حدود ۲۰۰ تا ۲۵۰ کلمه، شامل عنوان، بیان مسأله، هدف، چگونگی پژوهش، موضوع مقاله، مهم ترین یافته ها و نتیجه باشد.

۲- **کلید واژه ها:** شامل ۴ تا ۶ واژه.

۳- **مقدمه:** شامل طرح موضوع، اهداف تحقیق و معرفی کلی مقاله.

۴- **پیشینه پژوهش.**

۵ **روش انجام پژوهش.**

۶- **متن مقاله:** شامل مبانی نظری، یافته ها و نتیجه گیری تحقیق باشد.

در بخش تشکر و قدردانی، راهنمایی و کمک های دیگران یادآوری شود و به طور خلاصه از آن ها سپاس گذاری گردد.

۷- **پی نوشت ها:** شامل معادل های انگلیسی و توضیحات ضروری درباره اصطلاحات و مطالب مقاله، به ترتیب شماره گذاری شده در انتهای متن، قبل از فهرست منابع مشخص می شوند.

۸- **فهرست منابع.**

۸-۱- **نحوه استناد دهی به منابع داخلی و خارجی در فهرست منابع عبارتند از:**

- فهرست منابع فارسی و لاتین به ترتیب حروف الفبا برحسب نام خانوادگی نویسنده درج شود.

- منابع داخلی و خارجی که در متن مقاله از آن ها استفاده شده است در فهرست منابع، بر اساس ضوابط نگارشی APA ارائه شوند:

کتاب: نام خانوادگی، نام نویسنده یا نویسندگان (سال انتشار). **عنوان کتاب به صورت بولد و ایتالیک**، محل انتشار: نام ناشر.

کتاب (ترجمه): نام خانوادگی، نام نویسنده یا نویسندگان، (سال انتشار). **عنوان کتاب به صورت بولد و ایتالیک**، نام و نام خانوادگی مترجم یا مترجمان، محل انتشار: نام ناشر.

مقاله: نام خانوادگی، نام نویسنده یا نویسندگان (سال انتشار). **عنوان مقاله، نام نشریه به صورت بولد و ایتالیک**، دوره (سال) و شماره، شماره صفحات آن مقاله از کم به زیاد.

پایان نامه: نام خانوادگی، نام نویسنده یا نویسندگان (سال انتشار). **عنوان پایان نامه به صورت بولد و ایتالیک**، پایان نامه کارشناسی ارشد/ دکتری، رشته، دانشکده، نام دانشگاه.

۸-۲- **پایگاه های اینترنتی:**

در منابع پایانی: در صورت وجود نام و نام خانوادگی نویسنده؛ ابتدا درج نام و نام خانوادگی، سپس، نشانی کامل پایگاه URL و تاریخ بازدید به روز، ماه و سال نوشته شود.

- **در داخل متن مقاله:** در صورت وجود نام و نام خانوادگی نویسنده؛ درج نام و نام خانوادگی نویسنده و سال نشر مطلب. در صورت عدم وجود نام و نام خانوادگی نویسنده، درج نام پایگاه.

- **نحوه استناد دهی به منابع داخلی و خارجی در متن مقاله:** در متن مقاله به صورت (نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار: شماره صفحه).

عکس ها، تصاویر، نمودارها و جدول ها در حداقل تعداد ضروری، با کیفیت مناسب 300 DPI با فرمت TIF یا JPG و با اشاره به منبع مورد استفاده، سال و شماره صفحه.

۹- **چکیده انگلیسی:** حدود ۲۵۰ تا ۳۰۰ کلمه شامل عنوان، بیان مسأله، هدف، چگونگی پژوهش، موضوع مقاله، مهم ترین یافته ها و نتیجه؛ ترجمه انگلیسی چکیده در این قسمت قرار می گیرد.

۱۰- **کلید واژه های انگلیسی:** شامل ۴ تا ۶ کلمه.

لازم به ذکر است کلیه نویسندگان پس از پذیرش مقاله، ملزم هستند نسبت به ترجمه منابع فارسی به انگلیسی و تنظیم چکیده گسترده انگلیسی (۱۳۰۰ الی ۱۵۰۰ کلمه) طبق راهنمای ارسالی از سوی مجله اقدام نمایند.



فصلنامه علمی دانشگاه الزهرا (س)

زمینه انتشار: هنر

سال ۱۴، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱

- آسیب‌شناسی صادرات صنایع دستی ایران در شرایط تحریم
ابوالقاسم دادور، عفت‌السادات افضل طوسی، منصوره پزشک‌زاده ۷
- معرفی نسخه خطی دیوان حسینی به رقم سلطان‌علی مشهدی ۸۹۰ هجری و تحلیل آرایه‌های تذهیب آن
مرضیه جعفرپور، صمدنجارپور جباری ۲۱
- بررسی جایگاه سوژه و رخدادهای حقیقت در عرصه تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست‌محیطی
مائده حسینی‌کومله، بهمن‌نامور مطلق ۳۵
- بیش‌متن‌های نگاره «ولادت‌غازان‌خان» در دو نسخه از جامع‌التواریخ مصور دوره بابر هند (قرن ۱۶م)
لیلا حقیقت‌جو، یعقوب‌آژند، فاطمه شاهرودی ۴۸
- بازنمایی گرافیکی مضامین اجتماعی در پوستر فیلم‌های اجتماعی سینمای ایران
(مورد مطالعاتی: فیلم‌های برگزیده جشنواره فجر سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸)
پریسا غدیری، جواد امین‌خندقی، سحر چنگیز ۶۳
- قالی در منابع مکتوب قرون چهارم تا هشتم هجری قمری
اکرم نوری، فاطمه‌کاتب، علی خلیقی ۷۵
- خوانش‌شمایل‌شناسانه قالی تصویری کلیمی موزه «beth tzedek»
آزاده یعقوب‌زاده، مهدی محمدزاده ۸۵



فصلنامه علمی دانشگاه الزهراء (س) زمینه انتشار: هنر

سال ۱۴، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱

مقاله پژوهشی، ص ۲۰-۷

<http://jjhjol.alzahra.ac.ir>

آسیب شناسی صادرات صنایع دستی ایران در شرایط تحریم^۱

ابوالقاسم دادور^۲

عفت السادات افضل طوسی^۳

منصوره پزشک زاده^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۲۷

چکیده

ارزش های هنری و فرهنگی در کنار ارزش افزوده زیاد و ارز آوری بالا، صنایع دستی را به یک کالای ایدئال صادراتی تبدیل می کند. مقاله حاضر با هدف کمک به وضعیت نابسامان صادرات صنایع دستی، برای آسیب شناسی و شناخت مشکلات صادرات صنایع دستی ایران در شرایط تحریم و پیشنهاد راه حل هایی برای رفع و بهبود آنها شکل گرفته است. این پژوهش کیفی و توصیفی تحلیلی است که با هدف کاربردی نگارش شده و برای جمع آوری داده ها از مطالعات کتابخانه ای و روش میدانی به شکل مصاحبه های نیمه ساختار یافته استفاده شده و روش تحلیل آن، روش مضمون (تماتیک) است. حوزه میدان پژوهش شامل تولید کنندگان، صادر کنندگان و مسئولان صنایع دستی است که با توجه به سطح اشباع داده، با روش نمونه گیری هدفمند بر اساس موارد بارز ۱۰ نفر برای مصاحبه و ۱۰ مصاحبه چاپ شده در جریان انتخاب شده اند. بر اساس یافته ها بزرگ ترین آسیب های صادرات صنایع دستی ایران در ۴ مضمون اصلی «تحریم های داخلی علیه صنایع دستی»، «در دسر های تحریمی»، «بازرگانی حلقه گم شده صادرات» و «دو گانه سنتی و مدرن» خلاصه شده است. مشکلات در مضمون اول به سه گروه مدیریت ضعیف، قانون گذاری به مثابه تحریم و ضعف نهاد متولی تقسیم می شود. در مضمون دوم به تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم تحریم های خارجی در دو گروه نیمه پر لیوان تحریم و نیمه خالی آن و در مضمون سوم به آثار فقدان وجود بازرگانان متخصص در پنج مضمون فرعی بازرگان، خریدار، اصل بقا در بازار، فروش مجازی و غفلت از برند سازی و تبلیغات توجه شده است. در نهایت مضمون چهارم نگاهی دارد به شخصیت هنرمند و محصول تولیدی او در کشمکش دو گانه سنتی و مدرن. یافته های این پژوهش می تواند برای نهادهای تسهیلگر صادرات صنایع دستی و شرکت های صادراتی مفید باشد.

کلیدواژه ها: آسیب شناسی، صنایع دستی، صادرات، تحریم.

1-DOI: 10.22051/JJH.2022.40321.1791

این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد منصوره پزشک زاده با عنوان: "آسیب شناسی صادرات صنایع دستی ایران در شرایط تحریم" است.

۲-استاد گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. a.dadvar@alzahra.ac.ir

۳-استاد گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. afzaltousi@alzahra.ac.ir

۴-کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران، نویسنده مسئول.

مقدمه

در ایران بالغ بر ۲۹۰ شاخه صنایع دستی وجود دارد که از لحاظ تنوع در صدر کشورهای جهان ایستاده است. ارزش‌های هنری و فرهنگی در کنار ارزش افزوده زیاد و ارزآوری بالا صنایع دستی را به یک کالای ایدئال صادراتی تبدیل می‌کند. با توجه به اینکه بخش بزرگی از مواد اولیه صنایع دستی بومی بوده، می‌تواند از صدور خام مواد کشاورزی مثل پنبه، چرم، پوست، کنف، چوب و ابریشم جلوگیری و به ارزش افزوده تبدیل کند.

از آنجا که محل تولید اصلی صنایع دستی روستا است، کمک به صادرات آن، در چرخش اقتصادی روستا، حفظ جمعیت روستانشین و جلوگیری از مهاجرت به شهرها نقش بزرگی ایفا می‌کند. تقویت مشاغل خانگی روستایی نه تنها از لحاظ اقتصادی که از بُعد روان‌شناسی و جامعه‌شناسی با توانمندسازی زنان روستایی می‌تواند احساس تعلق و عرق، خلاقیت، مهم و مفید بودن را در آنان تقویت کند.

با این وجود کشور ما از نظر میزان صادرات صنایع دستی در جهان جایگاه مناسبی ندارد. در میان اقلام غیرنفتی صادراتی از ایران، فرش و صنایع دستی در عین داشتن ارزش افزوده بالا، پایین‌ترین میزان صادرات را دارند، به‌طوری که این سهم در سال ۱۴۰۰ تنها چهارصدم درصد از کل ارزش صادرات غیرنفتی بوده است.

با توجه به سابقه طولانی تولید، نیروی انسانی ارزان، وجود مواد اولیه بومی، شناخته‌بودن برخی از کالاهای ایرانی در بازار جهانی مثل فرش و دیگر پتانسیل‌ها، صادرات صنایع دستی ایران در شرایط تحریم با چه مشکلاتی روبه‌روست و برای رفع و بهبود آن چه راه‌حلهایی می‌توان اندیشید. برای یافتن پاسخ این پرسش‌ها با تعدادی از هنرمندان، متولیان و بازرگانان فعال در زمینه صنایع دستی مصاحبه و گفته‌های آنان با روش تحلیل مضمون، بررسی شد.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌هایی که به موضوع صادرات صنایع دستی توجه کرده‌اند، به دو دسته کلی تقسیم می‌شوند: یکی با اولویت اقتصاد و با روش‌های کمی و آماری که پژوهشگرانی از رشته‌های اقتصادی و علوم انسانی آن را انجام داده‌اند و دیگری از زاویه نقد هنری و معمولاً معطوف به محصول و بسته‌بندی که حاصل کار پژوهشگرانی از رشته‌های هنری است. پژوهش حاضر تلاش در ادغام این دو دیدگاه و به دست آوردن دید کلی

درباره موضوع است، به‌طوری که آسیب‌های هنری، اقتصادی، سیاسی، مدیریتی و... هم‌زمان کنار یکدیگر توصیف شوند. یکی از تحقیقاتی که در این زمینه انجام شده، کتابی با عنوان جستاری در سنت و مدرنیسم و تأثیر آن بر صنایع دستی (۱۳۹۴) از انتشارات دانشگاه الزهراء (س) است که مؤلفان آن، ابوالقاسم دادور، فرنز عرب‌نیا و نازنین قریب‌پور شهریاری، کوشیده‌اند نگاهی به وضعیت کنونی صنایع دستی از منظرهای متفاوت داشته باشند، اما به دلیل وسعت موضوعات، مجال نگاه جامع و عمیق به آسیب‌های صادرات صنایع دستی فراهم نشده است.

زینب شفیعی در کتاب دو جهان موازی: مطالعه جامعه‌شناختی اقتصاد صنایع دستی مدرن (۱۳۹۸) که در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات منتشر شده است با نگاه جامعه‌شناختی به مفاهیمی مثل اخلاق خود انجामी^۱ و برند در صنایع دستی مدرن می‌پردازد. تأکید این کتاب به نقش شبکه‌ها و بازارهای مجازی در فروش صنایع دستی مدرن، یاری‌بخش پژوهش حاضر در جهت یافتن راهکارهای جدید بوده است.

آسیب‌شناسی طراحی بسته‌بندی در محصولات صنایع دستی صادراتی ایران (۱۳۹۸) نوشته سمیرا اشعری چاپ شده در نشر سنجش و دانش است. موضوع این کتاب یکی از آسیب‌های صادرات صنایع دستی یعنی بسته‌بندی محصول است که در پژوهش حاضر زیرگروه یکی از مباحث فرعی است. در همین زمینه می‌توان از مقاله «تحلیل عوامل هویت‌بخش در طراحی بسته‌بندی صنایع دستی روستایی ایران با رویکرد صادرات» (۱۳۹۶) نوشته محمدرضا شریف‌زاده و زهرا کریمی‌پور یاد کرد که با نگاه جزئی‌تری به بسته‌بندی محصول صنایع دستی توجه کرده است. زهرا گراوند نیز در پایان‌نامه ارشد خود «مطالعه و طراحی الگوی بسته‌بندی فرش دست‌باف؛ راهکاری برای بهبود در بازاریابی داخلی و خارجی» (۱۳۹۹)، دو موضوع بازاریابی و بسته‌بندی درباره فرش دست‌باف را مطرح نظر قرار داده است.

هر سه پژوهش اخیر که تا حدی همپوشانی دارند معطوف به یکی از ده‌ها آسیب در صادرات صنایع دستی یعنی بسته‌بندی آن است. البته، در این پژوهش، هدف یافتن دورنمایی از مجموعه این آسیب‌ها از نگاه فعالان این حوزه است. مریم متفکر آزاد و محمدعلی متفکر آزاد نیز در مقاله‌ای با عنوان «نقش هنری-اقتصادی بازار فرش دست‌باف تبریز» (۱۳۹۶) که در مجله جلوه هنر به چاپ رسیده مراکز فرش‌بافی

صادراتی تبریز و انواع قالی این منطقه را معرفی کرده‌اند. بازاریابی و روش‌های نوین آن از دیگر موضوعات جزئی مدنظر پژوهشگران در رویارویی با موضوع صادرات است: مقاله «مطالعه پیش‌ران‌ها و راهبردهای بازاریابی آنلاین در توسعه صنایع دستی» (۱۳۹۸) به قلم حامد آرامش، نورمحمد یعقوبی، نجمه مهدی‌بیگی و مریم گرگیچ است که استفاده از امکان اینترنت توسط شرکت‌های صنایع دستی و ساخت فضایی بزرگ و مجازی برای ارائه محصولات خود، با بازاریابی آنلاین را بررسی کرده‌اند. در پژوهش حاضر بازاریابی به‌عنوان یکی از مضمون‌های فرعی زیرمجموعه بازرگانی قرار گرفته است.

روش انجام پژوهش

روش کلی این تحقیق توصیفی تحلیلی و از لحاظ هدف کاربردی است. گردآوری اطلاعات و داده‌ها از طریق روش کتابخانه‌ای، فیش‌برداری و مصاحبه صورت گرفته است. حوزه میدان این پژوهش فعالان در زمینه تولید صنایع دستی، تجار و صادرکنندگان صنایع دستی، همچنین مسئولان صنایع دستی است که بر مبنای حد اشباع ده نفر از آنها بر اساس موارد بارز انتخاب و با آنها مصاحبه‌های عمیق نیمه‌سازمان‌یافته صورت گرفته است. ده مصاحبه چاپ‌شده با ده فعال دیگر نیز با همین روش انتخاب و کدگذاری شده است. (جدول ۱ و ۲)

جدول ۱. افراد مصاحبه‌شده (منبع: نگارندگان)

کد	گروه سنی	تحصیلات	شغل
۰۱	۴۰ تا ۵۰	دکترای بازرگانی	صادرکننده، مدیریت شرکت صادراتی ایران روسیه
۰۲	۳۰ تا ۴۰	کارشناسی ارشد	تولیدکننده و صادرکننده فرش دست‌باف در انگلیس
۰۳	۳۰ تا ۴۰	دیپلم	مسئول، رئیس اتحادیه صنایع دستی اصفهان و تولیدکننده با سابقه
۰۴	۳۰ تا ۴۰	دکترای جغرافیا	مسئول، دبیر کمیسیون گردشگری و برند اتاق بازرگانی اصفهان
۰۵	۷۰ تا ۸۰	زیر دیپلم	تولیدکننده، خاتم‌کار با بیش از ۵۰ نمایشگاه در خارج کشور
۰۶	۳۰ تا ۴۰	کارشناسی ارشد	تولیدکننده، قلم‌زن با سابقه فروش خارجی
۰۷	۳۰ تا ۴۰	دکترای فلسفه	تولیدکننده، مدیر استارت‌آپ فعال در زمینه پارچه‌های قلمکار
۰۸	۴۰ تا ۵۰	دیپلم	تولیدکننده، قلم‌زن دارای نشان اعتماد صنایع دستی
۰۹	۳۰ تا ۴۰	دکترای بازرگانی	صادرکننده، مدیریت شرکت صادراتی در عمان با ۱۵ سال سابقه
۱۰	۵۰ تا ۶۰	دکترای جامعه‌شناسی	فعال فرهنگی در حوزه صنایع دستی

ادغام یا حذف شدند. داده‌های درون هر تم یا مضمون بایستی از نظر معنی و مفهوم دارای انسجام و همخوانی باشند، اما

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات کیفی و به‌صورت تحلیل مضمون (تماتیک) است. این روش داده‌های متنوع و پراکنده

کد	منبع	عنوان
۱۱	۴۰ تا ۵۰	«چشم‌انداز خوبی برای آینده صنایع دستی نمی‌بینم»
۱۲	۳۰ تا ۴۰	«صادرات زیور آلات نقره از مشهد و هزار اما و اگر»
۱۳	۳۰ تا ۴۰	«خطر تعطیلی ۲ هزار کارگاه نقره‌سازی»
۱۴	۳۰ تا ۴۰	«آمار نگران‌کننده صادرات صنایع دستی از نصف جهان»
۱۵	۷۰ تا ۸۰	«تلاش برای جبران سال‌های غیبت در بازار جهانی»
۱۶	۳۰ تا ۴۰	«اگر قوانین صادراتی اصلاح نشود هنرمندان مهاجرت می‌کنند»
۱۷	۳۰ تا ۴۰	«موانع صادرات صنایع دستی؛ از نگاه سنتی به تولید تا خلأ برنامه‌ریزی»
۱۸	۴۰ تا ۵۰	«صادرات صنایع دستی ۹ درصد کاهش یافت»
۱۹	۳۰ تا ۴۰	«اجرای قانون پیمان ارزی، هزار هنرمند اصفهانی را بیکار کرد»
۲۰	۵۰ تا ۶۰	«قامت صنایع دستی فارس پس از کرونا صاف نشد»

میراث فرهنگی از آن یاد می‌شود) همگی صنایع دستی‌اند؛ «به‌طوری که ۱۸ گروه، ۱۵۶ رشته و ۱۴۳ زیرمجموعه (با احتساب فرش در مجموع ۲۹۹ رشته و زیرمجموعه) در صنایع دستی وجود دارد»^۴ (URL7).

صادرات

صادرات در پی کسب ارز بیشتر برای یک کشور است و در لغت انتقال کالا یا فرستادن آن از جایی به جای دیگر را معنا می‌دهد (گوهریان، ۱۳۷۹: ۴). صادرات سنتی‌ترین و شناخته‌شده‌ترین شکل فعالیت در بازارهای خارجی است که راه‌های مختلفی دارد. سه راه اصلی آن، صادرات مستقیم، غیرمستقیم و تولید در کشور مقصد است (Carter, 1997). صادرات غیرمستقیم ساده‌ترین و ارزان‌ترین روش صادرات کالا است، به‌ویژه برای هنرمندانی که تخصصی در صادرات ندارند و می‌خواهند دست‌ساخته‌های خود را در کشورهای دیگر ارائه کنند.

تحریم

تحریم از منظرهای سیاسی، اقتصادی، بین‌المللی، امنیت ملی و... تعاریف مختلفی دارد. تحریم‌ها به لحاظ دامنه پوشش اقتصادی می‌توانند به دو دسته کلی (فراگیر) و هوشمند (هدفمند) تقسیم شوند. دامنه خسارت تحریم‌های فراگیر بسیار وسیع‌تر است و کلیه گروه‌های اجتماعی را در بر می‌گیرد. پیامدهای ناخواسته و ضایعات انسانی شدید از مشخصات آن است، در حالی که تحریم هوشمند دامنه

در عین حال تمایز مشخص و واضحی میان آنها وجود داشته باشد (همان).

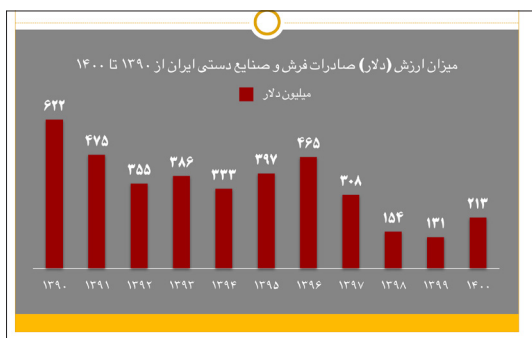
در این مرحله مضمون‌های به‌دست آمده در گروه‌های شبیه به هم و بر اساس موضوع دسته‌بندی شدند. دسته‌بندی تا زمانی ادامه دارد که شبکه رضایتمندی از مضمون‌ها حاصل شود. این شبکه‌ها خود تحلیل نیستند، بلکه ابزاری برای تحلیل‌اند و به پژوهشگر کمک می‌کنند تا درک بهتری از معانی پنهان در متن پیدا کند و بتواند مضامین را تشریح و الگوهای آن را شناسایی کند (Attride-Stirling, ۲۰۰۱: ۳۸۵-۴۰۵).

در گام پنجم شبکه مضامین که شامل چهار مضمون اصلی است ترسیم شد. پس از ترسیم شبکه مضامین بازگشت به متن و تفسیر آن بر اساس آن شبکه‌ها انجام شد؛ در گام ششم، بعد از آنکه مجموعه کاملی از مضمون‌های نهایی فراهم آمد تحلیل و تدوین گزارش نهایی صورت گرفت.

صنایع دستی

اصطلاح «صنایع دستی» از منظر لغتی دارای مفهوم ثابتی نیست. هنوز مرز مشخصی بین صنایع دستی، صنایع روستایی و صنایع خانگی تعریف نشده و غالباً این اصطلاحات به جای هم به کار می‌روند. در لغت‌نامه دهخدا تعریف صنایع دستی این‌گونه آمده است: «آنچه با دست ساخته می‌شود از پارچه قالی و ساخته‌های فلزی و غیره مقابل صنایع ماشینی است» (دهخدا، ۱۳۷۳: ۲۸۰).

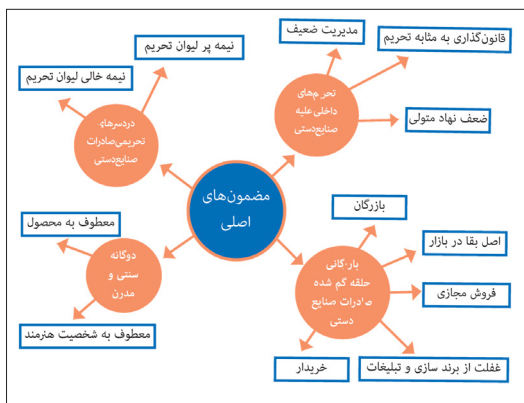
مشهورترین هنرهای تاریخی ایرانی (آنچه امروز به‌عنوان



تصویر ۲. میزان ارزش دلاری صادرات فرش و صنایع دستی ایران از ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ (تنظیم مجدد: نگارندگان؛ URL 13)

یافته‌های پژوهش

برای تجزیه و تحلیل و دسته‌بندی داده‌های این پژوهش از تحلیل مضمون در شش گام استفاده شد: گام اول، آشنایی با داده‌ها با خواندن چندباره متون است؛ سپس در مرحله کدگذاری اولیه تکه‌های معنادار کوتاهی از متون که شامل معنای آشکار یا پنهان مصاحبه‌ها است جمع‌آوری شد؛ بعد از کدگذاری اولیه در گام جست‌وجو و شناخت مضامین، کدها به گروه‌های پرتعداد تقسیم شده سپس گروه‌های مشابه کنار هم قرار گرفتند و مضامین اولیه را شکل دادند. در گام ترسیم شبکه مضامین، مضامین پایه مشخص شده، بررسی و کنترل مضامین با کدهای مستخرج انجام شد و شبکه مضامین رسم شد. (تصویر ۳)



تصویر ۳. شبکه مضامین اصلی (منبع: نگارندگان)

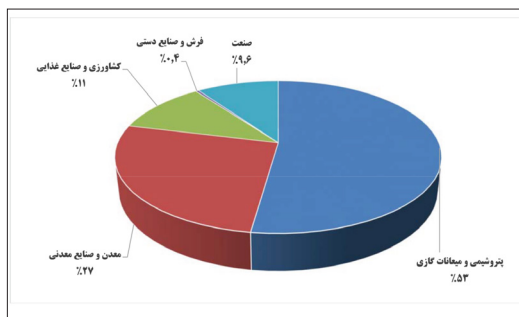
در گام پنجم، تحلیل شبکه مضامین، به نام‌گذاری و تعریف مضمون‌ها و سپس توصیف شبکه مضامین پرداخته شد؛ در گام نهایی که تدوین گزارش است و خروجی آن در اینجا ارائه شده تلخیص شبکه مضامین به چهار گروه اصلی و شرح مختصری از آن، استخراج نمونه‌های جالب، آوردن نقل قول از مصاحبه‌ها و در نهایت نوشتن گزارش از تحلیل‌ها صورت گرفت.

اقتصادی معینی را هدف قرار می‌دهد و خسارت آن به گروه‌های اجتماعی خاص مدنظر محدود می‌شود (عابدینی، ۱۳۹۵: ۱۸).

بعد از قطعنامه ۱۹۲۹ شورای امنیت تحریم‌های علیه جمهوری اسلامی ایران به تحریم‌های فراگیر تبدیل شدند، به طوری که دامنه پوشش آن همه بخش‌های اقتصادی را در بر می‌گیرد: مواردی مثل فروش و سرمایه‌گذاری نفت و گاز، حمل‌ونقل هوایی و دریایی، حوزه مالی و بانکی، علوم و تکنولوژی، نهادها و اشخاص و زیرساخت‌های ارتباطی (پیغامی و دیگران، ۱۳۹۴: ۴۳).

وضعیت کنونی صادرات صنایع دستی

طبق آمار سازمان توسعه تجارت ایران، سهم ارزشی فرش و صنایع دستی از صادرات غیرنفتی ایران در طی یازده ماه اول سال ۱۴۰۰ تنها ۴ درصد بوده است. این در حالی است که سهم وزنی این دسته کالای صادراتی ۱۷ هزار تن از مجموع ۱۱۲۶۵۸ هزار تن یعنی فقط یک درصد است. متوسط قیمت هر تن کالای صادراتی در سال ۱۴۰۰ حدود ۳۸۶ دلار بوده، اما این رقم برای هر تن کالای صنایع دستی معادل ۱۰۴۷۰ دلار، یعنی ۲۷ برابر بیشتر است.^۳ تنها توجه به همین آمار نشان‌دهنده میزان بالای ارزش افزوده و سودآوری صنایع دستی و در عین حال غفلت از صادرات آن است. (تصویر ۱)



تصویر ۱. سهم ارزشی بخش‌های عمده کالایی از صادرات طی یازده ماهه ۱۴۰۰ (URL ۱۱)

تحریم فرش دست‌باف ایرانی از جانب ایالات متحده از سال ۱۳۹۷ اعمال شد، اما اگر به آمار صادرات فرش و صنایع دستی از سال ۱۳۹۰ تا کنون نگاهی بیندازیم خواهیم دید شیب نزولی صادرات این اقلام به‌طور پیوسته ادامه داشته و در سال ۱۳۹۹ به پایین‌ترین حد خود در دهه گذشته رسیده است (تصویر ۲). (URL 13)

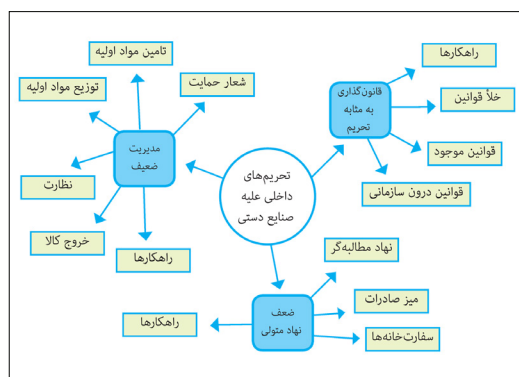
نقره به ۳ کیلو گرم را داشته‌اند.

از دیگر دغدغه‌های فعالان حوزه صنایع دستی وجود تعارضات در قانون‌های موجود یا خلأ قوانین است. در بخش خلأ قوانین، مصاحبه‌شونده‌ها به این موارد اشاره کرده‌اند: نبود قانون و سازوکاری برای شفافیت فروش که به جلوگیری از کلاهبرداری کمک می‌کند، نبود نظارت بر ورود و خروج کالا و قاچاق، نبود استاندارد برای محصولات صادراتی و....

قوانین محدودکننده دیگری نیز وجود دارند که در سازمان‌های مختلف وضع شده‌اند و به‌نحوی با صادرات و فروش خارجی صنایع دستی در ارتباط‌اند؛ از جمله آن‌ها قوانین شرکت‌های حمل‌ونقل خصوصی و پست است. محدودیت وزنی ۳۰ کیلوگرمی پست و شرکت‌های هوایی از جمله مشکلاتی است که به‌صورت کدهای تکرار شونده مشاهده شد. از مشکلات دیگر پست، ضمانت‌نداشتن محصولات است. ضمانت پست شامل همه محصولات نشده و سقف ۳ میلیون تومانی دارد که برای کالاهای صنایع دستی که ممکن است قیمتی چندین برابر داشته باشند، بسیار پایین است. علاوه بر آن قبول نکردن شکستگی‌ها مثل قاب‌های شیشه‌ای از دیگر مشکلات ارسال با پست است که در ضعف تجارت آنلاین و فروش مجازی نقش پررنگی دارد. ارسال با پست به‌علت تحریم‌هایی با محدودیت‌هایی روبه‌روست، مثل عدم امکان ارسال به بعضی از کشورها، نبود هماهنگی لازم با بیمه و پست کشورهای دیگر برای بیمه محصولات به محض ورود به کشور مقصد. مشکلات حمل‌ونقل محدود به پست نشده، حمل‌ونقل بین‌شهری و حمل‌ونقل شرکت‌های خصوصی را نیز شامل می‌شود.

مضمون فرعی دوم: مدیریت ضعیف

در این مضمون گروه‌های خروج کالا، تأمین مواد اولیه، توزیع مواد اولیه، شعار حمایت و نظارت قرار گرفته‌اند. شاید در بعضی موضوعات با مضمون فرعی قبلی هم‌پوشانی داشته باشد، اما این مضمون بیشتر معطوف به نحوه اجرای قوانین و مدیریت است. در بحث خروج کالا به قوانین محدودکننده پست و شرکت‌های هواپیمایی اشاره شد، اما نباید فراموش کرد که این محدودیت‌های وزنی تنها شامل صادرات چمدانی کالا یا به عبارتی فروش خارجی می‌شود. صادرات در تعداد بالا اولاً مستلزم رشد بازار صنایع دستی در همه جهات و ثانیاً وابسته به نوع صنایع دستی است. باید در نظر گرفت که بسیاری از محصولات صنایع دستی زمان زیادی برای تولید تک محصول می‌برند و اساساً امکان تولید به‌شکل انبوه ندارند.



تصویر ۴. شبکه مضمون اصلی اول (منبع: نگارندگان)

مضمون اصلی اول: تحریم‌های داخلی علیه صنایع دستی (تصویر ۴)

منظور از تحریم‌های داخلی، تصمیمات و مصوبات دولت و مجلس، اشکالات مدیریتی و ضعف نهادهای متولی صنایع دستی است؛ به‌طور کلی سوء مدیریتی که بر بستری از قانون‌گذاری‌های غلط یا خلاف قوانین و بدون مطالبه‌گری از سمت نهاد متولی ایجاد شده است. در مصاحبه‌ها بارها به این عنوان اشاره شد: «اولین تحریم را خود دولت برای ما گذاشته است». (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۸)

مضمون فرعی اول: قانون‌گذاری به مثابه تحریم

این مضمون متشکل از ۳ گروه کد اصلی است که شامل قوانین موجود مشکل‌زا، خلأ قوانین لازم و قوانین درون سازمانی و راهکارهای پیشنهادی آن‌هاست. منظور از قوانین موجود مشکل‌زا چیست؟ این مضمون به‌صورت پرتکرار در اغلب موارد مصاحبه‌شده‌ها یافت می‌شود و نقش پررنگی در ذهن فعالان، چه صادرکننده و چه تولیدکننده داشته است. از قوانین مهم بحث‌شده ابتدا باید به قانون «پیمان ارزی» اشاره کرد. تعهد انتقال ارز حاصل از صدور کالا به کشور را پیمان ارزی می‌نامند.

در سال ۱۳۶۹ قانون معافیت از تودیع پیمان ارزی برای صادرات صنایع دستی تصویب شد، اما یک سال بعد، گلیم و مصنوعات آبکاری‌شده با طلا و نقره از مستثنیات موضوع این تصویب‌نامه حذف شدند. از سال ۱۳۹۸ یعنی در مجلس دهم نیز، صنایع دستی شامل اجرای قانون پیمان ارزی شد و تولیدکنندگان صنایع دستی را گرفتار مشکل کرد. قانون دیگری که اغلب دغدغه مصاحبه‌شوندگان بود، قوانین مربوط به خروج مصنوعات فلزات گرانبها از کشور است که در صادرات چمدانی محدودیت وزن ۱۵۰ گرم برای آن در نظر گرفته شده است و این در حالی است که نقره‌سازان درخواست افزایش محدودیت مصنوعات نقره به ۶ و زیورآلات

این مسئله در صنایع دستی فاخر بیشتر به چشم می خورد. پس نه تنها ایجاد و مدیریت سازوکار صادرات انبوه درباره کالاهایی که امکان آن را دارند، بلکه مدیریت صحیح صادرات چمدانی مخصوصاً در رابطه با کالاهای فاخر ضروری است.

یکی از مشکلات اشاره شده عدم امکان برگزاری حراج های فاخر است و دلیل اصلی آن هم همین مسئله خروج کالای سنگین و گران بها از کشور و جابه جایی پول است که باید با مدیریت صحیح حل شود. اما تأمین مواد اولیه که به نظر می رسد با توجه به بومی بودن آن باید راحت باشد گروه دیگری در مضمون های این بخش است. بعضی از شاخه های صنایع دستی نیازمند تولیدات کارخانه های مواد معدنی و فلزات هستند؛ از جمله مس، فولاد، نقره و... تأمین مواد اولیه این گروه از هنرمندان قبلاً به صورت خرید مستقیم یا با واسطه و با وزن های بالا از کارخانه ها بود، چون هم هنرمند توان خرید داشت و هم کارخانه فروش آزاد، اما از سال ۱۳۸۲ که فلزات و معادن رسماً وارد بورس شدند، عرضه محصول کارخانه ها هم محدود به بورس شد، حالا مشکل کجاست؟

«اولین تحریم را خود دولت برای ما گذاشت. قیمت را در بورس چوب می زنند، به صورت حراج. وقتی ما می خواهیم بخریم در بورس ۷۰ یا ۸۰ هزار تن باید بخریم. تولیدکننده خرد و جزء نهایت در سال ۳۰۰ کیلو، ۴۰۰ کیلو تا ۵۰۰ کیلوگرم مصرف دارد. ۵۰۰ کیلو کجا ۸۰ هزار تن کجا؟ نمی تواند، توان خریدش را ندارد که بخواهد از بورس خرید کند. یک رانت به وجود آورده دولت که در واقع آنکه پول دارد می تواند از بورس بخرد. در صورتی که ما انتظار داریم مس با هنر یک دفتر فروش اینجا بزند، ولی ندارد. دفتر فروش با همان قیمتی که می فروشند، ولی قیمتی که در بورس می فروشند تا می آید برسد به تولیدکننده خیلی اختلاف پیدا می کند. ما حداقل با چهار تا پنج واسطه می خریم.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۸)

لذا تأمین مواد اولیه با چندین واسطه و در نتیجه با هزینه های بالاتر انجام می شود. اکنون منبع اصلی مواد اولیه فلز کاران، ضایعات کارخانه ها است که خود می تواند در کیفیت کار نهایی مؤثر باشد. می توان گفت مشکل اصلی تأمین مواد اولیه این دسته از هنرمندان نحوه توزیع آن است.

وجود نمایندگی های فروش کارخانه ها در شهرهایی که صنایع دستی مبتنی بر محصولات آن کارخانه را تولید می کنند مثل نمایندگی مس با هنر کرمان در شهرهای شیراز و اصفهان، راهکاری است که در مصاحبه ها به آن اشاره شد. در اختیار قرار دادن نظارت و تصمیم گیری های توزیع کالا

به اتحادیه ها و به صورت مویرگی از جمله راهکارهای دیگر ارائه شده در این بخش است.

شعاری بودن حمایت ها موضوع دیگری است که معنای پنهان بسیاری از پاسخ ها درباره حمایت های دولت بود. صرف برگزاری نمایشگاه فقط برای گزارش عملکرد، چه در داخل و چه در خارج بدون نتایج واقعی و ناتوانی سازمان صنایع دستی در برگزاری نمایشگاه های خارجی با کیفیت از موضوعات اشاره شده است.

«سازمان صنایع دستی هر جایی گیرش بیاید نمایشگاه می زند، نه جایی که به درد بخور است.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۵)

حمایت هنرمندان هنگام شرکت در نمایشگاه های خارجی می تواند از طریق اعطای مجوز بردن بار بیش از ۳۰ کیلوگرم، کمک هزینه هواپیما، محل اقامت یا... باشد. نبود حمایت های لازم هنرمندان را به سمت مهاجرت به خارج از کشور یا قبول سفارش از کشورهای رقیب واداشته است. هنرهایی نیز در حال منسوخ شدن هستند و احتیاج به حمایت دارند. همچنین کمک نوآرهای^۴ جدید که احتیاج به تسهیل گری برای فروش خارجی دارند.

حمایت دولت از صادرکنندگان صنایع دستی می تواند با تشویق و اهدای جوایز به صادرکنندگان این حوزه باشد. «شما هر جای دنیا وقتی که کالایی صادر می کنید جایزه صادراتی می دهند؛ مثلاً به ازای هر یک دلار قبلاً از ۲۰ تومان، ۳۰ تومان، ۵۰ تومان تا ۱۰۰ (تک) تومان جایزه می دهند.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۹)

اما حمایت فقط مختص دولت نمی شود، بلکه بخش خصوصی نیز نقش ویژه ای دارد. تأمین سرمایه توسط بخش خصوصی راهکار مهمی در پیشبرد صنایع دستی است. «بزرگ ترین مشکل فروش یا صادرات صنایع دستی تأمین سرمایه است، چون معمولاً سازندگان آدم های ضعیفی هستند، سرمایه دار نیستند. چطور باید اعتماد کنند یا چه مجموعه ای هست که بیاید تأمین کند، مثلاً حقوق ماهیانه یا ثابتی از فروش آینده یا نه اصلاً محصول را پیش خرید کنند. کدام مجموعه حاضر است این کار را بکند؟ باید ریسک کار را بپذیرد و کالا را به خارج از کشور ببرد و آنجا عرضه کند و تأمین سرمایه را باید بخش خصوصی انجام دهد.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۱)

موضوع دیگر نظارت است؛ از جمله مشکلات هنرمندان، قاچاق کالای نامرغوب و در نتیجه خراب شدن بازار،

بی‌اعتمادی مصرف‌کننده و شکستن قیمت‌هاست؛ نه تنها قاچاق محصولات بی‌کیفیت به خارج از کشور که قاچاق و واردات قانونی محصولات کشورهای رقیب مثل هند و چین به داخل.

مضمون فرعی سوم: ضعف نهاد متولی

نهاد مطالبه‌گر، میز صادرات صنایع دستی و نقش سفارتخانه‌ها، گروه‌هایی است که در این مضمون شکل گرفت. برای حل و بهبود آسیب‌های یادشده چه در بخش مدیریت و چه در بخش قوانین، نیاز به یک نهاد مطالبه‌گر قوی است. نهادهای که ابتدا مشکلات را شناسایی کند و سپس با حمایت افراد متخصص با بخش‌های مختلف از جمله بانک مرکزی، وزارت صمت، پست، شرکت‌های هوایی، بیمه، حمل‌ونقل و غیره رایزنی کند و در همه موارد رفع مشکلات صادرکنندگان صنایع دستی را در اولویت خود قرار دهد. وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی نهاد اصلی متولی صنایع دستی است که متأسفانه با عنوان حیاط خلوت دولت‌ها از آن یاد می‌شود.

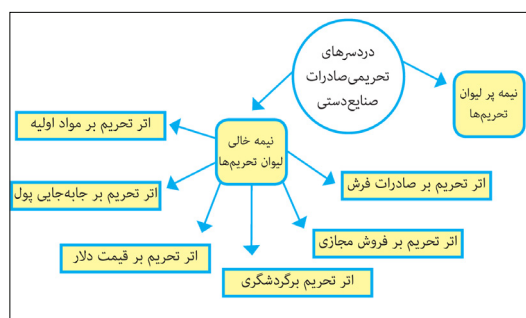
این وزارتخانه است که می‌تواند با نقش مطالبه‌گری خود سفارتخانه‌های ایران در کشورهای مختلف را ملزم به همکاری در فروش خارجی صنایع دستی، از جمله کمک در انتقال پول، کمک به بازاریابی، یافتن رابط‌های مناسب و همکاری با بازرگانان فعال در حوزه صنایع دستی کند. «سفارتخانه‌ها باید هماهنگی شکل و نوع صادرات را بر طبق قوانین کشور مقصد انجام بدهند، اما متأسفانه نمی‌کنند. چون حجم تردد کالا زیاد است، بیشتر ذهنیتشان این است که من برای کشاورزی یا نفت این کار را انجام بدهم.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۶)

اینکه سفارتخانه‌ها اجازه کار اقتصادی ندارند و نمی‌توانند به صادرکنندگان کمک کنند، بحثی است که می‌توان آن را در مشکلات قانون‌گذاری نیز بررسی کرد، اما با همین قوانین موجود هم بخشی از مشکلات حل‌شدنی است. میز صادرات صنایع دستی به‌عنوان جزئی از نهاد متولی، قرار بود تسهیلگر صادرات این محصولات باشد و بعد از چند سال فعالیت ناموفق در همدان به اصفهان منتقل شد. در اصفهان هم بیش از ۴ سال در اتاق بازرگانی ابتدا در انجمن صادرکنندگان و تولیدکنندگان بود و سپس به معاونت صنایع دستی منتقل شد، ولی با هر فعالی در این حوزه هم کلام شویده نه چیزی از میز صادرات شنیده‌اند و نه خروجی از آن دیده‌اند.

دبیر کمیسیون صنایع دستی و گردشگری اتاق بازرگانی اصفهان درباره علت ناکارآمدی این میز چنین گفت: «میز صادرات صنایع دستی الان چند سال است که در اصفهان

است و یکی از اشکالات حوزه صنایع دستی مثل مابقی بخش‌های حوزه گردشگری، تعدد هسته‌های کوچک مطالبه‌گری است؛ مثلاً اینها ۴ یا ۵ تا هستند، یک اتحادیه دارند، یک انجمن دارند یک انجمن کارفرمایی دارند. تعدد هسته‌های کوچک در این حوزه باعث شده میز صادرات در رقابت بین این هسته‌های کوچک قرار بگیرد و کشمکش بین این هسته‌ها اجازه استفاده بیشتر از میز صادرات ندهد.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۴)

رقابت هسته‌های کوچک مطالبه‌گر در یک استان را می‌توان به مجموعه‌های بزرگ‌تر در سطح وزارتخانه‌ها بسط داد. همین کشمکش‌های موجود که در سطح کوچک‌تری در استان جریان دارند در کل کشور یافت می‌شود. نبود وحدت و انسجام بین هسته‌های مختلف و نبود هم‌افزایی مشکلی است که در بسیاری از موضوعات دامن مدیریت و نهادهای



تصویر ۵. شبکه مضمون اصلی دوم (منبع: نگارندگان)

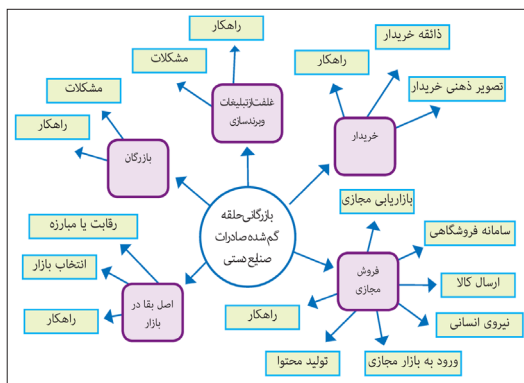
مطالبه‌گر را گرفته است.

مضمون اصلی دوم: دردسرهای تحریمی در صادرات صنایع دستی (تصویر ۵)

به نظر می‌رسد تحریم‌ها به‌عنوان مهم‌ترین عامل در کاهش صادرات صنایع دستی مطرح شود، اما در مصاحبه‌ها نسبت به مشکلاتی که در زمینه قوانین، مدیریت و بازاریابی وجود دارد، تحریم بسامد کمتری داشت.

«تحریم‌ها درست است که خودشان مشکل‌آفرین شده‌اند، ولی اصلی‌ترین چیز سوءمدیریت و افرادی است که قانون‌گذار هستند.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۳)

آیا صادرکنندگان نیز اولویت اول خود را نقص قوانین و سوءمدیریت و تأثیر تحریم را بر صنایع دستی کم می‌دانند؟ «دلیل تولیدکننده‌ها این است که آنها بازرگانی بلد نیستند. چند گردشگری که می‌آیند در میدان امام خرید می‌کنند فکر می‌کنند تحریم نیست. این‌ها می‌خرند می‌برند. من بازرگان



تصویر ۶: شبکه مضمون اصلی سوم (منبع: نگارندگان)

متوجه می‌شویم نمی‌توانیم بهرم. تولیدکننده‌ها به یک متری خودشان نگاه می‌کنند. من به کل جامعه صنایع دستی نگاه می‌کنم.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۹)

این مضمون اصلی به دو مضمون فرعی، نیمه خالی و نیمه پر لیوان تحریم‌ها تقسیم شده است.

مضمون فرعی اول: نیمه خالی لیوان تحریم

این مضمون شامل اثر تحریم بر مواد اولیه، اثر تحریم بر جابه‌جایی پول، اثر تحریم بر قیمت دلار و گرانی، اثر تحریم بر گردشگری، اثر تحریم در دنیای مجازی و اثر تحریم در صادرات فرش دست‌باف است.

در گروه اول یعنی اثر تحریم بر مواد اولیه شاهد مشکلاتی در واردات بعضی از مواد مصرفی صنایع دستی از قبیل فلزاتی مثل فولاد هستیم. تأثیر تحریم بر مواد اولیه با تأثیر تحریم در قیمت دلار و گرانی دست در گردن هم دارند. تحریم نه تنها باعث خلل در واردات بعضی کالاهای لازم می‌شود که قیمت مواد مصرفی وارداتی و حتی تولید داخل را هم بالا می‌برد. از دیگر تأثیرات مستقیم تحریم گران بودن دلار یا به عبارت بهتر کاهش ارزش پول ملی است که غیر از تحریم عاملی مثل ایجاد نقدینگی بدون هدایت به بخش تولید هم در آن نقش اساسی دارد.

اثر تحریم بر جابه‌جایی پول از پر تکرارترین کدهای مصاحبه‌ها بود، چه برای کسانی که با حضور در کشور مقصد محصولات خود را می‌فروشند، چه کسانی که به شکل مجازی در حال فروش‌اند. البته مسئله اینجاست که دغدغه جابه‌جایی پول در تولیدکنندگانی که شخصاً اقدام به فروش خارجی کرده بودند دیده می‌شد، نه در کسانی که با بازرگانان و شرکت‌های صادراتی کار می‌کردند.

ورود گردشگر به کشور نیز به نحوی تحت تأثیر تحریم‌ها قرار گرفته است، ارتباط تنگاتنگ گردشگری و صنایع دستی تا حدی است که برخی وجود یکی را بدون دیگری ناممکن می‌دانند. این منظر طرف‌داران خود را دارد که تا زمانی که بازار گردشگری باز نشود، بازار صنایع دستی نیز باز نخواهد شد.

«زمانی که در یک کشور صنعت توریسم وجود نداشته باشد و صنعت توریسم نتواند کار خود را انجام دهد، قطعاً چیزی به عنوان فروش صنایع دستی وجود نخواهد داشت. ببینید ما در دنیا چیزی به نام صادرات صنایع دستی نداریم، چون اصلاً مفهومی ندارد، صنایع دستی یک هنری است که باید در مکان و در همان کشور عرضه شود. هیچ‌کس نمی‌رود در یک کشور دیگر بگیرد. ممکن است فروش محدود در یک فروشگاه

که تخصصش فروش صنایع دستی کشور خودش و سایر کشورها در یک مکان توریستی است را ببینیم اما صادرات صنایع دستی فرق می‌کند.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۱)

وجود کرونا و رونق بازارهای صنایع دستی دنیا نشان داد با بسته‌شدن بازارهای گردشگری همچنان راه‌هایی برای زنده نگه‌داشتن بازار صنایع دستی هست. گردشگر سنتی صادرکننده کالای صنایع دستی است که همه هزینه‌ها و زحمات حمل‌ونقل را خود بر عهده می‌گیرد. پس قطعاً باید برای سهولت این فرایند برنامه‌ریزی کرد؛ مثلاً مشتری نقره مشهد، گردشگران مسلمانی بودند که برای زیارت به مشهد می‌آمدند و با خود سوغات زیورآلات نقره می‌بردند، اما قوانینی که در بخش پیش به آن اشاره شد سنگ بزرگی است جلوی پای این روش صادراتی آسان و بی‌هزینه.

تحریم در فروش مجازی محصولات صنایع دستی نیز مشکلاتی ایجاد کرده است. صرف نظر از بحث جابه‌جایی پول به علت تحریم‌ها بسیاری از سایت‌ها و سرویس‌های اینترنتی به نام ایران حساس شده، در صورت مشاهده آن را حذف یا جریمه می‌کنند. حساب‌های پی‌پل^۵ در صورت داشتن نام ایران حتی در عنوان خرید یا واریز پول، حساب را مسدود یا تعلیق می‌کنند. سرویس‌های فروش اینترنتی مثل آمازون^۶، ای‌بی‌ی^۷ و ای‌تسی^۸ هم که می‌توانند بستر مناسبی برای عرضه صنایع دستی ایران باشند نام ایران را بر نمی‌تابند. در لیست‌های صادراتی از مبدأ کشورهای دیگر نیز حساسیت به نام ایران وجود دارد. «تحریم‌ها اثر منفی خود را روی صادرات گذاشته؛ مثلاً ما یک فرش که بخواهیم بفروشیم دیگر نمی‌توانیم پرشن راگ یا کارپتر را بزنیم، چون لیستینگ از طرف همان کشور کنسل می‌شود و هر چیزی که اسم ایران در آن باشد نمی‌توانید بفروشید، اما آن هم راه‌هایی دارد؛ مثلاً در نوشتن ایران فاصله می‌گذاریم.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۲)

تأثیر تحریم بر صادرات فرش دست‌باف

از جمله تحریم‌های ترامپ بر اقتصاد ایران، تحریم مستقیم فرش دست‌باف بود که صادرات این محصول را در مقطعی نزدیک به صفر رساند. می‌توان گفت بخشی که در صنایع دستی بیشترین و مستقیم‌ترین تأثیر را از تحریم گرفت فرش دست‌باف بود. از راهکارهای مطرح‌شده برای مشکلات فرش دست‌باف تبدیل آن به کالای سرمایه‌ای است. «اما اگر ما فرش را یک برند جهانی می‌کردیم مثل رولکس که کارشناسان بین‌المللی و بیمه‌های بین‌المللی به این‌ها پروبال می‌دادند. فرش مثلاً اگر برند اکو، برند فرش معروف ایرانی باشد و این فرش ارزش گذاری شده باشد و شناسنامه زده باشند، ده هزار دلار، مثل رولکس می‌شود گذاشت توی بانک. ساعت را در می‌آورد می‌گذاری در بانک به شما ده هزار دلار پول می‌دهند.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۹)

مضمون فرعی دوم نیمه پر لیوان تحریم‌ها

پایین آمدن ارزش پول ملی با همه مشکلاتی که می‌آفریند نه تنها نباید برای صادرکننده مشکل‌آفرین باشد، بلکه به سبب مقرون به صرفه شدن هزینه‌های تولید نسبت به قیمت‌های ارزی محصولات، بهار صادرات قلمداد می‌شود. اکثر تولیدکنندگان قائل به تأثیر مستقیم تحریم بر کار خود نبودند و مشکلات را بیشتر معطوف به سوءمدیریت‌ها می‌دانستند. به‌طور کلی به جز فرش دست‌باف بقیه محصولات صنایع دستی ایران شامل تحریم مستقیم نیست و با توجه به اینکه خواهان خود را دارد امکان صادرات به کشورهای مختلف باقی است.

مضمون اصلی سوم: بازرگانی حلقه گمشده صادرات صنایع دستی (تصویر ۶)

بازاریابی، تبلیغات، استراتژی صادرات، بازارهای مجازی و حقیقی، ذائقه مخاطب و بسیاری از مفاهیم دیگر که در بررسی آسیب‌های صادرات مطرح می‌شوند همگی تکه‌های کوچک یک پازل بزرگ‌تر هستند به نام بازرگانی. یکی از مشکلاتی که در اغلب صحبت‌های تولیدکنندگان مشاهده می‌شود این است که آن‌ها خود اقدام به صادرات و فروش خارجی می‌کنند و به علل زیادی از جمله ناآگاهی از تجارت بین‌المللی، نداشتن منابع و ارتباطات لازم جهت جابه‌جایی پول و محصول و... با ضرر و زیان مواجه شده یا موفقیت چندانی پیدا نمی‌کنند. شرکت‌های صادراتی فعال در صنایع دستی نیز به تعداد وفور و لازم وجود ندارند و همان شرکت‌های محدود نیز برای تولیدکنندگان شناخته شده نیستند.

علت اینکه تولیدکنندگان سراغ صادرکنندگان نمی‌روند چیست؟ یکی از اولین دلایل ناشناخته‌بودن و ابهام عملکرد شرکت‌های صادراتی در ذهن تولیدکنندگان است. بسیاری حتی از وجود چنین شغلی بی‌خبر هستند یا اعتمادسازی انجام نشده و ترس از کلاهبرداری و از دست دادن بخشی از سود یا به‌طور کلی محصولات خود را دارند. عیب اصلی نبود چنین رابطه‌ای است که مناسبات سنتی بازار صنایع دستی از دیگر موانع تشکیل آن است.

مضمون فرعی اول: بازرگان

برای برداشتن قدم‌های اصولی در راه صادرات باید با آموزش افراد متخصص در صادرات شروع کرد. کسانی که مسائل را کلی می‌بینند و به تمام جوانب کار احاطه دارند، محصول انتخاب می‌کنند، بازار را تحلیل و بعد برمی‌گزینند، با تولیدکننده و خریدار مذاکره کرده، راه‌های فروش و بازاریابی صادرات را پیدا می‌کنند؛ کسانی که تخصصشان تولید نیست، بلکه عرضه محصول به دست ایشان به بهترین شکل، سودآور است. «آنها متأسفانه چون تجربه بالایی ندارند تکه تکه می‌بینند. برندینگ، مارکتینگ، بازار، عدم فلان... گوگلی حرف می‌زنند. وقتی من ۱۵ سال است که تجارت بین‌المللی دارم می‌کنم، وقتی کامل کار می‌کنی، یک کلام: بازرگان. بقیه را بازرگان... باید خودش به وجود بیاورد. یکی از آیت‌های ما برندینگ است. یک دانه‌اش بازاریابی است. یک دانه‌اش تشریفات صادرات است. یک دانه‌اش لجستیک و شپینگ لاین است.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۹)

مضمون فرعی دوم: اصل بقادر بازار

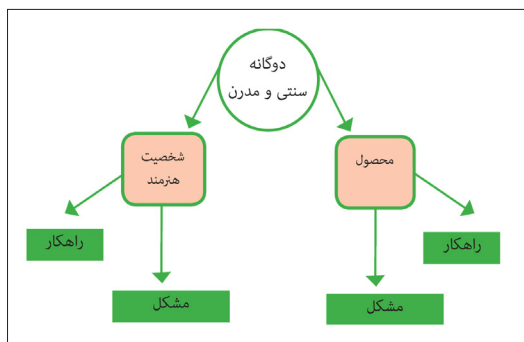
این مضمون در سه گروه رقابت یا مبارزه، انتخاب بازار و راهکارها دسته‌بندی شده است. از کدهای پرتکرار مسئله رقابت در بازار با کشورهایی مثل چین، هند، پاکستان، ترکیه، کردستان عراق و... در زمینه صنایع دستی است. مسئله انتخاب بازار نکته کلیدی است که برای هر صادراتی باید به آن توجه شود. «مشکل دیگر آن است که خود تولیدکننده نمی‌داند کجا جنس‌اش را بفروشد که بازار داشته باشد. محصول را به اشتباه در کشوری می‌فروشد که بازار ندارد و با ضرر و زیان آن‌ها را یا برمی‌گرداند یا با قیمت‌های بسیار پایین؛ مثلاً تابلو فرش‌ها را جدا می‌کند، قطعه قطعه می‌کند و برمی‌گرداند.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۴)

از دست دادن بازار، بعد از به دست آوردن آن نیز نکته تلخی است که اغلب به واسطه طمع فروشندگان یا اقدامات نسنجیده در رابطه با کاهش کیفیت محصول یا افزایش

حلقه تجار و صادرکنندگان بازمی‌گردد. «وقتی که الان بازار این قدر خراب است و بسته‌بندی به این گرانی هیچ‌کسی راغب نیست رویش کار کند.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۳)

مضمون فرعی پنجم: فروش مجازی

در این مضمون گروه بازاریابی مجازی، سامانه فروشگاهی، ورود به بازار مجازی، نیروی انسانی، تولید محتوا، ارسال کالا و راهکارها قرار دارند. در مشکلات فروش مجازی اگر فروشنده‌ای سد ورود به بازارهای مجازی را شکست درگیر مشکل تأمین نیروی انسانی متخصص برای مسائل فنی و تولید محتوا و همچنین ارسال کالا می‌شود که در بخش‌های پیشین بحث شد. «ما استارت‌آپیم و نمی‌توانیم مثلاً ماهی ۵ میلیون تومان بدهیم. باید به یک درآمد بیفتیم تا بتوانیم. مشکل نیروی انسانی داریم. مشکل تولید محتوا. تولید محتوا خیلی گران است. چیز ارزانی نیست. بله من می‌توانم بشنیم یک سایت همین جوری بالا بیاورم، ولی نمی‌خواهیم آن طوری باشد. تمام این کارها برایش زحمت کشیده شده. خیلی برایش وقت گذاشته‌ایم. نمی‌خواهیم ارائه ضعیف باشد. اصلاً خارجی‌ها سمتش نمی‌آیند. می‌روند سمت هند. هندی از من قوی‌تر است، زبانش قوی‌تر است، محتوایش قوی‌تر است.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۷)



تصویر ۷. شبکه مضمون اصلی چهارم (منبع: نگارندگان)

مضمون اصلی چهارم: دوگانه سنتی و مدرن (تصویر ۷)

صنایع دستی هنر- صنعتی است که برآمده از سنت و استفاده‌کننده از سنت در طراحی و شیوه ساخت و حتی در تعاملات انسانی در کارگاه‌های تولیدی است. مفهوم استادشاگردی که هنوز هم در میان هنرمندان این رشته وجود دارد مثال بارزی از آن است. این زمینه‌ها معمولاً محصولات برآمده از صنایع دستی و آدم‌های نفس‌کشیده در

قیمت‌ها حاصل می‌شود. «در ماه تا یک تن طلای ساخته شده از ایران می‌رفت دی. ببینید چقدر تفاوت کار بود. اما خود این طلافروشان هی قاتی‌اش کردند. هی عیار آوردند پایین. هر چی گفتیم اینها ۲۲ می‌خواهند، ۲۱ می‌خواهند. ۱۸ نزنید. هی سنگ رویش گذاشتند، قیمت سنگ را بردند بالا تا چینی‌ها و ترک‌ها به‌خصوص جای ما را گرفتند.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۵)

در نظر گرفتن شرایط فرهنگی بازار مقصد برای انتخاب محصول نیز مواردی است که مصاحبه‌شوندگان یادآور شده‌اند.

مضمون فرعی سوم: خریدار

در این مضمون دو گروه ذائقه خریدار و تصویر ذهنی خریدار ایجاد شده است. باید توجه داشت در بحث مشتری و ذائقه او چرخشی از سنتی به مدرن به وجود آمده است. مخاطب نسل‌های جدید دیگر طراحی‌های قدیمی را نمی‌پسندد. این مسئله در طراحی محصول هم مطرح است که در مضمون اصلی چهارم به آن توجه شده است.

شبکه‌های اجتماعی در شکل‌دادن سلیقه و یک‌دست کردن ذائقه مردم در سراسر جهان نقش بزرگی دارند. اختلافات فرهنگی، جغرافیایی و سنتی در جوامع جدید به‌سمت کم‌رنگ‌شدن است. سادگی و زندگی مینیمال در همه‌جای دنیا جا باز کرده است. مسئله دیگر تصویر ذهنی خریدار است نسبت به کالای ایرانی و نسبت به نام ایران. اگر بر فرض و با وجود تحریم‌ها، بتوانیم کالا را به اسم دست‌ساخته ایرانی به فروش برسانیم آیا خریدار تصویر ذهنی مثبتی نسبت به آن خواهد داشت. «دومین معضل ایران هراسی و مسائل مربوط به ایران.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۰۱)

مضمون فرعی چهارم: غفلت از برندسازی و تبلیغات

نام کالای ایرانی که قرن‌ها با فرش دست‌باف گره‌خورده در دنیا ناشناخته نیست، اما متأسفانه به دلایل مختلف که به برخی آنها اشاره شد بازارهای دنیا کم‌کم از محصولات با کیفیت صنایع دستی ایرانی خالی شدند و جای آن را محصولات مشابه یا کپی‌شده کشورهای دیگر گرفتند. پایین آمدن کیفیت، نامرغوبی، تقلب، حذف شدن در رقابت و مسائلی از این دست این نام را در صنایع دستی دنیا به حاشیه رانده و تنها راهکار ورود بازرگانان کاربرد و ساختن برندهای جهانی و تبلیغ بر روی آن‌هاست. اینکه خود تولیدکننده وارد بازار صادرات شود و به‌علت بالا بودن هزینه‌های برندسازی، تبلیغات و بسته‌بندی از آنها صرف‌نظر کرده و فقط به‌دنبال فروش محصول در هر حالت و وضعی باشد، باز به مسئله نبود

آن را نیز سنتی بار می آورد. چنان ریشه های سنتی محکمی می تواند هم نقطه قوت باشد هم نقطه ضعف. در دنیای مدرن طراحی محصولات، به طوری که ریشه تاریخی و فرهنگی خود را حفظ کرده در عین حال برای مخاطب جدید قابل ارتباط باشد، یعنی جایی بین سنت و مدرن، از اهمیت بسیاری برخوردار است. در این مضمون دو مجموعه فرعی محصول و شخصیت هنرمند قرار گرفته اند.

مضمون فرعی اول: شخصیت هنرمند

در این مضمون کدهایی مثل ساختارهای سنتی استادشاگردی، سنتی بودن شغل، آدم ها و فضای کسب و کار، به روز نبودن دانش هنرمند در ساخت و تولید، فراگیری زبان انگلیسی، وجود ته نشست های روان شناسی غرور، سد ذهنی برای ورود به بازار خارجی، نبود سد شکنان صادرات به روش های مدرن از جمله دلایل مشکلات صادرات صنایع دستی مطرح شد. از هنرمندی که خود محصور در چارچوب های سنتی است نمی توان انتظار طراحی مدرن و محصول خلاقانه و تغییر در شیوه های سنتی آبا و اجدادی را انتظار داشت. «مشکل دیگر اینکه فرش بافت های ما به روز نیستند. می خواهند سنتی بیاوند. بگویند این لچک و ترنج است در صورتی که خارجی ها و چینی ها دارند فرش به روز درست می کنند. سالی که امروزی است دیگر فرش قدیمی به دردش نمی خورد.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۵)

مضمون فرعی دوم: محصول

شخصیت هنرمند سنتی، محصول سنتی خلق می کند. محصولی که طراحی آن از چهل سال پیش تاکنون تغییر نکرده است. شاید آن هنرمند اصلاً به طراحی محصول فکر نکرده، فقط تکرار الگوهای پیشین کند. الگوهایی که برای او راحتی و آسودگی دارند. سابقه فروش در بازار را دارند. نتیجه پیش بینی پذیری دارند و از نتایج پیش بینی شونده آن شکست در بازارهای جهانی است! طرح ها سنتی نیستند، بلکه کهنه شده اند. در سنت ما خلق وجود دارد، ابتکار وجود دارد. سنت باید زنده باشد، اما اکنون مرده است و جسد آن سالهاست که تکرار می شود. دنیای صنایع دستی جهان به سمت کاربردی شدن رفته است. کارخانه هایی هستند که کالای کاربردی به روش صنعتی ولی با طرح های سنتی می زنند. محصولات صرفاً تزئینی بازار محدود و خاصی دارند، در حالی که کالای کاربردی که با دست تولید شده به دلیل وجود ویژگی های غیر ماشینی و

خاطره انگیزی اش جذابیت دارد. محصولات صنایع دستی ما نه تنها باید به سمت خلق مجدد و طراحی نو بروند، بلکه لازم است کاربردی نیز شوند. «قطعاً طراحی باید آپدیت شود. اگر ما تابلو فرش تیم بارسلونا که خودم پیشنهاد دادم بزنیم روی فرش بدون قاب و خیلی ارزان در فری شاپ ها بفروشیم که همین کار را کردیم. ۵۰۰۰ سفارش هم گرفتیم این یعنی تغییر به خلق و خوی مارکت. بله، قطعاً فرش ما هم باید روی تم های ساده تر برود. شما تمام طراحی های ساختمان های دنیا را ببینید دیزاین ها آمده روی سادگی. سوشال میا دارد همه را یک رنگ می کند.» (منبع: نگارندگان، مصاحبه ۹)

یافته ها:

پژوهش حاضر به منظور آسیب شناسی مشکلات صادرات صنایع دستی ایران در شرایط تحریم و پیشنهاد راهکارهایی جهت تسهیل امر صادرات شکل گرفت. اولین یافته ای که از این پژوهش به دست آمد، این است که برخلاف انتظار، تحریم های داخلی یعنی وجود قوانین مشکل زا، ضعف نهاد متولی و سوء مدیریت اولین و پرتکرارترین آسیب معرفی شده تولید کنندگان است که در مضمون اصلی اول بحث شد.

راهکارهای پیشنهادی نیز برحسب آسیب های یاد شده به قرار زیر است:

حل تعارض قوانین موجود، حذف قوانین مشکل زا درباره صنایع دستی مثل حذف صنایع دستی از قانون پیمان ارزی، وضع قوانین جدید کارآمد با مشورت فعالان حوزه تولید و صادرات صنایع دستی، تصحیح قوانین مشکل زای درون سازمانی مثل قوانین پست، تقویت نهاد متولی و مطالبه گری از طریق آن، تعریف دقیق وظایف ارگان ها و سازمان های مربوط به صنایع دستی، هم افزایی بین هسته های متعدد مطالبه گر، تقویت میز صادرات صنایع دستی، ورود سفارتخانه ها برای کمک به حل مشکلات فروش خارج، به کارگیری و تربیت مدیران لایق، تسهیل خروج کالای صنایع دستی از کشور، حمایت های واقعی و غیر شعاری از هنرمندان و بازرگانان فعال در زمینه صادرات صنایع دستی، دادن جوایز صادراتی، تأمین سرمایه با کمک بخش خصوصی، تأمین مواد اولیه و توزیع آن از طریق اتحادیه های صنفی.

طبق یافته های این پژوهش از دیگر زمینه های آسیب در صادرات صنایع دستی، دردسرهای تحریمی است که در مضمون اصلی دوم بررسی شد. در ادامه درباره تأثیرات

نتیجه‌گیری

ارزش هر تن کالای صادراتی صنایع دستی ۲۷ برابر متوسط قیمت هر تن کالای صادراتی در سال ۱۴۰۰ است، این در حالی است که چنین ارزش افزوده بالایی تنها چهارصدم درصد از کل صادرات ایران در این سال را تشکیل می‌دهد. آنچه پژوهشگر را مجاب به مطالعه میدانی کرد، اختلاف و تنوع نظر در دلایل مطرح‌شده قشر تولیدکننده و صادرکننده است که هر کدام بر مبنای تجربیات خود دلایلی را برای سهم کوچک صنایع دستی از صادرات ایران و راه‌حل‌های آن مطرح می‌کنند. این سهم پایین ریشه در ضعف‌های متعددی دارد که در این پژوهش سعی شد با نگاهی از بالا شمایی کلی از مشکلات و آسیب‌های صادرات این محصول گران‌بها ترسیم شود. در پژوهش‌های مرتبط با این موضوع معمولاً این نگاه کلی مورد اغفال واقع‌شده و ذره‌بین تنها بر بخشی از آسیب‌ها قرار می‌گیرد که معمولاً مرتبط با حوزه کاری پژوهشگر است. در پژوهش‌های آتی می‌توان به‌صورت جداگانه راهکارهای هر ۴ مضمون به‌دست‌آمده در این پژوهش را به‌طور مفصل و اولویت‌بندی‌شده بررسی کرد. در پایان این طور می‌توان گفت که برای عبور از مشکلات فعلی صنایع دستی هر یک از سه بخش متولی، بازرگان و هنرمند نیازمند تغییر و اصلاح هستند. صادرات مناسب در زمان تحریم امکان‌پذیر است به شرطی که اول بر تحریم داخلی، نبود بازرگانان فعال و متخصص، کهنگی طرح‌ها و محصولات و سدهای ذهنی هنرمندان این عرصه به مدد آموزش نیروی انسانی مناسب در هر سه وجه و تقویت اصولی نهاد متولی صنایع دستی فائق آییم.

مستقیم تحریم مثل تحریم فرش دست‌باف ایرانی و تأثیرات غیرمستقیم مثل تأثیر بر تأمین و تولید مواد اولیه، جابه‌جایی پول، قیمت دلار و گرانی، تأثیر بر فروش مجازی و تأثیر بر گردشگری بحث شد. در بخش راهکارها نیز همکاری تولیدکننده با شرکت‌های صادراتی و بازرگانان برای دورزدن تحریم‌ها خصوصاً در امر جابه‌جایی پول، ایجاد زیرساخت‌های گردشگری مجازی و استفاده از فرصت خلق‌شده در زمان کرونا، استفاده از شخص و شرکت‌های ثالث مستقر در دیگر کشورها برای فروش مجازی و ورود به سایت‌های مطرح فروش جهانی، حمایت بخش خصوصی از سامانه‌های فروش آنلاین، استفاده از رمز ارزها، تبدیل فرش دست‌باف به برند جهانی و کالای سرمایه‌ای و... پیشنهاد شد.

از زمینه‌های غفلت‌شده اما بسیار تأثیرگذار در آسیب‌های صادرات صنایع دستی، یعنی حلقه گمشده بازرگانان در مضمون اصلی سوم مطرح شد. بازرگانان و تجار به‌عنوان حلقه واسط تولید و صادرات کلید حل مشکلاتی مثل رقابت در بازار، انتخاب بازار، برندسازی و تبلیغات، ذائقه‌سنجی مخاطب، تصحیح تصویر ذهنی مخاطب و البته برخی از مشکلات مربوط به فروش مجازی مثل بازاریابی مجازی هستند. در فروش مجازی نیز مشکلات در شش گروه بازاریابی مجازی، سامانه فروشگاهی، ورود به بازار، نیروی انسانی، تولید محتوا و ارسال کالا دسته‌بندی و بررسی شد. از راهکارهای ارائه‌شده در این بخش می‌توان به آموزش و تربیت بازرگانان شجاع و فعال، جدایی امر تولید و صادرات، تخصصی‌شدن صادرات، جلوگیری از واردات بی‌رویه محصولات موازی از کشورهای رقیب، شناخت و انتخاب صحیح بازار هدف و... اشاره کرد.

وجود دوگانه سنتی و مدرن در محصولات و شخصیت هنرمند از دیگر زمینه‌های آسیب‌زای یافت‌شده در صادرات صنایع دستی در پژوهش حاضر است که در مضمون اصلی چهارم بیان شد. در بخش راهکارها نیز نوکردن طرح‌های سنتی کهنه، آموزش و تسهیل ورود نسل جدید هنرمند به بخش تولید صنایع دستی، به‌روزشدن طرح‌ها و روش‌های کار، استفاده از علوم و تکنولوژی جدید، ورود به بازارهای کسب و کار نوین و کاربردی کردن کالاها از جمله مواردی است که در این بخش مطرح شد.

References

- Abedini, A. (2016). *A Comparison of Iran's Military Embargo at the UNSC Resolution 2231 and Previous resolutions. Strategic Studies Quarterly*, 19(72), 107-130, (Text in Persian).
- Attride-Stirling, J. (2001). "Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research", *Qualitative Research*, 1(3), 385-405.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). "Using thematic analysis in psychology", *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Carter, S. (1997). *Global agricultural marketing management. (Marketing and agribusiness texts-3)*. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAG), Rome, Italy.
- Dehkhoda, A.A. (1994). *Dehkhoda dictionary*, Tehran: University of Tehran, (Text in Persian).
- Goharian, M.E. (2000). *Non-oil export management*, (2nd ed), Tehran: Business studies and research institute, (Text in Persian).
- Motafakkerazad, M., Motafakkerazad, M. (2017). Artistic – Economic Role of Hand-Woven Carpet Market of Tabriz. *Glory of Art (Jelve-y Honar) Alzahra Scientific Quarterly Journal*, 9(1), 71-86, (Text in Persian).
- Peighami, A., Samienasab, M., Soleimani, Y., Seyed-Hoseinzadeh, S. (2015). *inquiries in moqawama economy Iran economic sanctions foundations dimensions & solutions*, Tehran: Imam Sadiq university, (Text in Persian).

URL(s)

- URL1: <http://fna.ir/ex4nfw> دسترسی در ۲۹/۹/۱۴۰۰
- URL2: irna.ir/xjFx6z دسترسی در ۱۴۰۰/۹/۴
- URL3: <https://www.isna.ir/news/96112815614/> دسترسی در ۱۴۰۰/۹/۳۰
- URL4: <https://www.isna.ir/news/97031908214/> دسترسی در ۱۴۰۰/۹/۲۹
- URL5: <https://www.isna.ir/news/98020904449> دسترسی در ۱۴۰۰/۹/۵
- URL6: <http://khorasanrazavi.khorasannews.com/Newspaper/PagePDF/41534> دسترسی در ۱۴۰۰/۹/۳
- URL7: <https://www.mcth.ir/Portals/0/pdf/Download.pdf?ver=1397-09-12-104247-897> دسترسی در ۱۴۰۱/۳/۳
- URL8: mehrnews.com/xLwkC دسترسی در ۱۴۰۰/۹/۲۳
- URL9: mehrnews.com/xWH5K دسترسی در ۱۴۰۰/۹/۲۱
- URL10: <https://www.mizan.news/?p=250826> دسترسی در ۱۴۰۰/۹/۲۹
- URL11: tpo.ir/uploads/1/2022/Mar/12/am-ar_11mahe1400.pdf دسترسی در ۱۴۰۱/۱/۲۴
- URL12: <https://www.yjc.news/00VzJ1> دسترسی در ۱۴۰۰/۹/۱۱
- URL13: <https://tinyurl.com/24purpcr>

1. DYI

۲. برگرفته از سایت وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی
۳. این آمار از گزارش سالیانه (یازده ماهه) وبسایت «سازمان توسعه تجارت ایران» که نهاد مدیریتی صادرات غیرنفتی کشور است با عنوان «آمار صادرات غیر نفتی تفکیک بخش‌های عمده» استخراج شده است (URL7).
4. Startup
5. PayPal
6. Amazon
7. eBay
8. Etsy

منابع

- پیغامی، عادل؛ سمیعی‌نسب، مصطفی؛ سلیمانی، یاسر؛ سیدحسین‌زاده‌یزدی، سعید (۱۳۹۴) *جستارهایی در اقتصاد مقاومتی: تحریم‌های اقتصادی ایران؛ مبانی، ابعاد و راهکارها*، تهران: دانشگاه امام صادق (ع)
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۳) *لغت‌نامه دهخدا دائرةالمعارف نامه‌ها*، تهران: دانشگاه تهران
- عابدینی، عبدالله (۱۳۹۵) «مقایسه تحریم تسلیحاتی علیه ایران در قطعنامه ۲۲۳۱ و قطعنامه‌های پیش از آن»، *مطالعات راهبردی*، ۱۹ (۷۲)، ۱۰۷-۱۳۰.
- گوهریان، محمدابراهیم (۱۳۷۹) *مدیریت صادرات غیرنفتی*، چاپ ۲، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- متفکر آزاد، مریم؛ متفکر آزاد، محمدعلی (۱۳۹۶) «نقش هنری-اقتصادی بازار فرش دست‌باف تبریز» *جلوه هنر*، ۱ (۱)، ۷۱-۸۶.



فصلنامه علمی دانشگاه الزهرا (س) زمینه انتشار: هنر

سال ۱۴، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱

مقاله پژوهشی، ۲۱-۳۴

<http://jjhjor.alzahra.ac.ir>

معرفی نسخه خطی دیوان حسینی به رقم سلطانعلی مشهدی ۸۹۰ هجری و تحلیل آرایه‌های تذهیب آن^۱

مرضیه جعفرپور^۲

صمد نجارپور جباری^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۰۶

چکیده

دیوان اشعار سلطان حسین بایقرا، مشهور به دیوان حسینی، از جمله آثار ادبی است که در دربار تیموریان و ادوار پس از آن، به کرات به رشته تحریر درآمده است. یکی از رونوشت‌های آن، سند ۱۲۱۴۸، موجود در دیپارتمان نسخ خطی موزه ملی پاریس، مورخ ۸۹۰ قمری است. این نسخه سلطنتی (استنساخ در دارالسلطنه هرات) به جهت برخورداری از عناصر کتاب‌آرایی از قبیل نگارگری، خوشنویسی (به قلم سلطانعلی مشهدی)، تجلید، تذهیب، تشعیر، جدول کشی و در دسترس بودن تمامی صفحات، نمونه‌ای شاخص و درخور مطالعه ساختاری به‌ویژه از حیث تزیینات تذهیب به نظر می‌رسد؛ بنابراین تحلیل فنی-هنری عناصر تذهیب این دیوان، هدف اصلی پژوهش حاضر است. بر همین مبنا، مقاله پیش رو، با رویکردی سبک‌شناختی و روشی توصیفی تحلیلی، ضمن رجوع به منابع کتابخانه‌ای، آرایه‌های تذهیب نسخه مذکور را بررسی و تحلیل خواهد کرد. در این روند پس از معرفی نسخه خطی دیوان حسینی (۸۹۰ ق)، به توصیف ساختاری مؤلفه‌های تذهیب آن پرداخته، سپس این عناصر به تفکیک رنگ، نقش و ترکیب‌بندی تحلیل خواهند شد. ضمناً این پژوهش مترصد پاسخ به این پرسش است که ویژگی‌های بصری تذهیب نسخه دیوان حسینی چه بوده و در چه سبکی گردآوری شده است. در نهایت یافته‌های پژوهش، نشان می‌دهند که ویژگی‌های سبکی تذهیب این نسخه با ویژگی‌های تذهیب سایر نسخه‌های دوره تیموری مطابقت دارد. تنوع و غنای تزیینات در کتیبه‌ها، استفاده از رنگ طلایی و طلایی در کنار لاجوردی، کاربست نوعی رویکرد طبیعت‌گرایانه در استفاده از نقوش ختایی، گرایش به تزیینات چینی و ترکیب‌بندی پیچیده و هماهنگ، از جمله این موارد است.

واژه‌های کلیدی: کتاب‌آرایی، تذهیب، دوره تیموری، هرات، دیوان حسینی، سلطانعلی مشهدی.

1-DOI:10.22051/JJH.2022.39792.1769

۲- کارشناسی ارشد هنر اسلامی، دانشکده صنایع دستی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران. نویسنده مسئول. m_jafarpour74@yahoo.com

۳- استادیار گروه هنر اسلامی، دانشکده صنایع دستی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران. s.najarpoor@au.ac.ir

مقدمه

بی‌شک کتاب‌سازی و کتاب‌آرایی در ایران، سبقه در قرون پیش از اسلام دارد، اما هیئت نظام‌مند آن در تمدن اسلامی، برخاسته از میل به آراستن مصحف قرآن مجید است. از آنجا که خوشنویسی، مشروع‌ترین هنر از هنرهای اسلامی به شمار می‌رفت، جایگاه نخست را در کتاب‌آرایی به خود اختصاص داد. در پی روند فزاینده کتابت قرآن، نقش مایه‌های اسلیمی و ختایی نیز به‌منزله مکملی برای خوشنویسی به کتب مقدس راه یافتند. این آرایه‌ها، به جهت صورت انتزاعی و دو بعدی خود، نه تنها قوانین بازدارنده سنوات نخستین ظهور اسلام -دال بر تحریم یا تحدید تصویرگری- را نقض نمی‌کردند، بلکه علاوه بر نفاست و چشم‌نوازی، اسباب تعلق خاطر مخاطبان به دانش، علم و فرهنگ را نیز فراهم می‌آوردند. به موازات توسعه کتاب‌آرایی، فنونی قوام یافتند که کتاب‌آرایی نیز متقابلاً به آن‌ها وابسته بود. فنونی از جمله ۱. کاغذ و کاغذگری؛ ۲. مرکب، قلم و ابزارهای نویسندگی؛ ۳. کتابت و خوشنویسی؛ ۴. تجلید و صحافی و ۵. آرایش‌های درونی کتاب (تذهیب) (مایل هروی، ۱۳۷۲: ۲۱-۱۶).

در این میان تذهیب، در قامت یکی از عناصر مهم کتاب‌آرایی، در اغلب نسخ خطی نقش چشمگیری را ایفا می‌کند. مذهب، فضاهای میان آیات، میان سطور و ابیات، سرلوحه‌ها، حواشی و... را مغتنم شمرده و از این مجال، برای افزایش تأثیر کلام استفاده می‌کند (لینگز، ۱۳۷۷: ۷۲-۷۱). این هنر در گذر زمان، دستخوش تطور و دیگرگونی شد تا بدان‌جا که دوره تیموریان را عصر زرین کتاب‌آرایی و بلوغ و کمال تذهیب خوانده‌اند (مجرد تاکستانی، ۱۳۹۵: ۲۲). این عامل در کنار جایگاه والای کتاب‌سازی در دربار تیموریان و محفل هنرپرو کتابخانه سلطنتی سلطان حسین، نگارندگان این پژوهش را بر آن داشت تا یکی از نسخه‌های نفیس این دوره را مطالعه و بررسی کنند.

نسخه حاضر، نسخه‌ای از دیوان حسینی به قلم سلطان‌الخطاطین، سلطانعلی مشهدی^۱ به سال ۸۹۰ قمری در دارالسلطنه هرات^۲ است که دوشادوش دیگر مصحف گران بها آذین‌بندی شده است. از مؤلفه‌های تزینی این دیوان می‌توان به آرایه‌های تذهیب اشاره کرد که در تمام اوراق آن یافت می‌شود؛ بنابراین، معرفی و تحلیل فنی -هنری عناصر تذهیب این دیوان، هدف پژوهش است و پرسش اصلی این است: ویژگی‌های بصری تذهیب نسخه دیوان حسینی چه بوده و در چه سبکی گردآوری شده است؟

آنچه اهمیت پاسخ به پرسش فوق را دوچندان می‌کند، درک زیبایی‌شناختی مؤلفه‌های کتاب‌آرایی و به‌طور خاص تذهیب، در نتیجه شناخت ویژگی‌های آن در کتاب‌های غیردینی از جمله دیوان اشعار سلطان حسین بایقراست که تاکنون کمتر به آن توجه شده است. همچنین، از آنجایی که این مسئله می‌تواند منبع الهام‌بخشی برای دیگر پژوهشگران در حوزه تحقیقات ساختاری و مضمونی سایر دواوین سلطان حسین باشد، طبع این جستار، ضروری به نظر می‌رسد.

پیشینه پژوهش

به همت پژوهشگران پیشین، تحقیقات بسیاری در حوزه نسخ خطی و تذهیب عصر تیموری انجام شده است. به‌عنوان نمونه، لینگز در «هنر خط و تذهیب قرآنی» (۱۳۷۷)، تذهیب این دوره را نقطه گذاری از نقوش درشت، پرشکوه و با عظمت مغولی به نقوش لطیف و پر از پیچیدگی و ظرافت ادوار بعدی می‌داند. همین‌طور اتینگهاوزن در کتاب «سیری در هنر ایران (تذهیب نسخ خطی)» (۱۳۸۷)، خصایص بارز تذهیب تیموری در تزیینات قرآن را گرایش به طبیعت‌گرایی، استفاده از عناصر چینی، تداول رنگ‌های طلایی و آبی، کتیبه‌های پیچیده و تزیینات غنی عنوان می‌کند. عظیمی نیز در مقاله «ادوار تذهیب در کتاب‌آرایی مذهبی ایران» (۱۳۸۹)، غلبه زر و لاجورد، ظرافت و ملاحظه به‌ویژه در طراحی سرلوح، توجه به جزئیات و بهره‌گیری از انواع کاغذ الوان و زرافشان را از ویژگی‌های تذهیب تیموری معرفی کرده است. مجرد تاکستانی در کتاب «بررسی تحول و تکامل نقوش هنر تذهیب در ایران» (۱۳۹۵)، تذهیب تیموری را هنری منظم، باشکوه، مجلل، تزینی، دقیق، با حسن انتخاب رنگ‌های همنشین و استفاده به‌جا از گل‌های تزینی با گردش‌هایی با ساقه مناسب توصیف می‌کند. سامانیان و پورافضل نیز در مقاله «تحلیل تطبیقی آرایه‌های تذهیب صفحات افتتاحیه در نسخ مکتب شیراز آل اینجو و تیموری» (۱۳۹۶)، خصایل تذهیب مکتب تیموری را چنین برشمرده‌اند: ظرافت، درهم‌تنیدگی و پیچیدگی نقوش هندسی، استفاده از تضاد رنگی طلا با لاجورد/مشکی در عین استفاده از رنگ‌های سبز، قرمز و سفید در ترکیب‌بندی صفحات افتتاحیه.

امیرراشد و پنج‌پور در مقاله «بررسی تطبیقی تذهیب آثار ادبی دوره تیموری و صفوی (شاهنامه بایسنقری و شاهنامه شاه تهماسبی)» (۱۳۹۸)، ضمن بیان ویژگی‌های مذکور، نمود برجسته تذهیب دوره تیموری خاصه شاهنامه بایسنقری را در برتری نقوش اسلیمی، به‌ویژه اسلیمی توپر و

دهن اژدری، نسبت به نقوش ختایی و استفاده از اسلیمی‌ها برای ایجاد فضا خوانده‌اند.

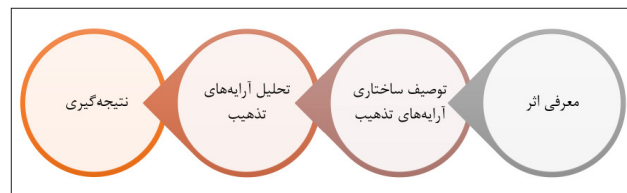
دسته دیگر از تألیفات، به دیوان اشعار سلطان حسین اختصاص دارند که برخی چون واحدی جوزجانی در کتاب «دیوان سلطان میرزا حسین بایقرا» (۱۳۴۶)، از حیث درون مایه به آن توجه کرده و ضمن گردآوری و تصحیح اشعار و ترجمه بعضی ابیات به فارسی دری، از نسخه‌های مختلف آن نام برده است که دیوان مدنظر در این پژوهش را نیز در بر دارد.

به‌طور کلی، می‌توان اذعان داشت مطالعات پیشین در حوزه تذهیب تیموری، اغلب با رویکردی تطبیقی، عناصر تذهیب در دو نسخه خطی را مقایسه کرده و سیر تحول عناصر تذهیب را در یک برهه زمانی سنجیده‌اند. به علاوه اینکه در مکتب تذهیب تیموری به مرکزیت هرات، تمرکز محققان بیشتر معطوف به تزیینات مجلد قرآن‌ها بوده و آرایه‌های تزیینی کتب غیر مذهبی مانند دیوان اشعار، به‌ویژه سروده‌های سلطان حسین، همانا بکر و مهجور باقی مانده است. دیوان حسینی، جزء آثار ارزشمند و معتبری است که آرایه‌های تزیینی آن از چشم پژوهشگران پنهان مانده و از همین رو، پژوهش حاضر در ادامه به تحلیل آن‌ها خواهد پرداخت.

ملی پاریس) جمع‌آوری شده است. در روند تحلیل، ابتدا به معرفی این نسخه و شرح بستر تاریخی آن پرداخته خواهد شد و در گام بعدی به توصیف ساختاری عناصر تذهیب خواهیم پرداخت. در آخرین گام، این عناصر به تفکیک رنگ، نقش و ترکیب‌بندی تحلیل و بررسی شده (نمودار ۱)، در نهایت نتیجه‌گیری صورت خواهد گرفت.

۱. کتاب‌آرایی دوره تیموری

سلطان حسین بایقرا^۲، از جمله پادشاهان حامی کتاب‌آرایی بود. او به علم و ادب توجه ویژه‌ای داشت و مجمع‌الکواکبی از اهل قلم و نخبگان سیاسی را به خراسان کشاند (خواندمیر، ۱۳۷۹: ۱۹) و به تربیت و پاسداشت ایشان اهتمام ورزید (اوحدی بلیانی، ۱۳۸۸: ۳۱۵). خود نیز ذوللسانین بود و با تخلص حسینی به فارسی و ترکی شرقی (جغتایی) شعر می‌سرود (اسفزاری، ۱۳۳۸: ۳۲۸). چنان‌که امیرعلی شیر نوایی، هم‌درس، مُهردار و شخص اول دربار او، در مجلس هشتم مجالس النفایس^۳، به مدح سلطان و اشعارش می‌پردازد (نوایی، ۱۳۲۳: ۱۳۱-۱۳۰). شیوه سلطنت وی، آرامش و صلحی نسبی را برای بلاد خراسان به ارمغان آورد. در پی این اوضاع، نوزایی فرهنگی و هنری گسترده‌ای شکل گرفت، فعالیت کتابخانه- کارگاه سلطنتی رونق یافت و صدها



نمودار ۱. روند تحلیلی نسخه خطی دیوان حسینی (منبع: نگارندگان)

جلد کتاب رونویسی و آذین‌بندی شد (Allen, 1983: 31-32؛ Babur, 1989: 131). چنان‌که نقل است برای تقریر و نسخه‌آرایی کتب مختلف، دستمزدهای هنگفتی هبه می‌شد (واصفی هروی، ۱۳۴۹: ۴۴۸؛ نظامی باخزری، ۱۳۷۱: ۲۰۶). تحت حمایت او و دیگر پادشاهان هنرپرور این دوره، مکتب هرات تیموری به عصر زرین کتاب‌آرایی بدل شد. این مکتب، سبکی رسمی و قانونمند با ترکیب‌بندی‌های متعادل و ظرافت قالی‌گونه و نقوش درهم تنیده هندسی بود. تذهیب نیز سیاق خاص خود را گرفت و به همه صفحات کتاب راه یافت. تزیینات، از عناصر شرق دور (چین) تأثیر پذیرفت و طراحی سرلوح‌ها، مقارنت بیشتری با لطافت و انحنای قلم نستعلیق پیدا کرد. آبی (لاجورد) و طلایی، رنگ غالب اوراق

روش پژوهش

پژوهش حاضر با اتخاذ رویکردی سبک‌شناختی و اتکا به روش توصیفی تحلیلی، بر آن است تا یک جلد دیوان شعر دست‌نویس را معرفی و آرایه‌های تذهیب آن را ارزیابی کند. نمونه پژوهش، یک نسخه خطی مجلد، مذهب، مصور و مجدول از اشعار سلطان حسین بایقرا با عنوان دیوان حسینی به قلم سلطانعلی مشهدی برگزیده شده که در قرن نهم هجری در شهر هرات به طبع رسیده است. به‌منظور شناخت این نسخه و تجزیه و تحلیل آن، اطلاعات مربوطه به آن از طریق منابع کتابخانه‌ای (اسنادی) و رجوع به وبگاه‌های اینترنتی (مرجع مجازی نسخه: دپارتمان نسخ خطی کتابخانه

شد که در سفالینه‌ها و معماری این دوره نیز به وفور دیده می‌شود (اتینگهاوزن، ۱۳۸۷: ۲۲۵۸-۲۲۵۱؛ لینگز، ۱۳۷۷: ۱۷۱).

۲. دیوان حسینی

دیوان سروده‌های سلطان حسین میرزا، همانند هر اثر شایان توجهی، به دفعات نگارش شده و در طول تاریخ در قالب وقف، غنائم نظامی یا هدایای دیپلماتیک از دربار تیموری خارج شده و در سراسر جهان منزل گزیده است. امروزه تشکیلاتی چون موزه هنرهای ترکی و اسلامی استانبول (سند T. ۱۹۲۶ و T. ۱۹۴۲)،

کتابخانه دانشگاه استانبول (سند T.Y. ۱۹۷۷) کاخ-موزه توپکاپی سرای (سند A. ۲۳۸۱ و E.H. ۱۶۳۶)، کتابخانه ایاصوفیه (سند ۳۹۱۱ و ۳۹۱۳)، کتابخانه سلیمانیه (سند ۳۸۰۶)، کتابخانه فاتح (سند ۳۸۰۷)، موزه بریتانیا (سند OR. ۳۴۹۳) و... پذیرای نسخه‌های خطی و چاپی این اثر نفیس هستند (واحدی جوزجانی، ۱۳۴۶: ۶۰-۴۹). نسخه حاضر به شماره سند ۱۲۱۴۸، در دپارتمان نسخ خطی موزه ملی پاریس نگهداری می‌شود. بسیاری از اطلاعات این اثر از طریق بررسی اوراق و با مراجعه به تقدیمه و انجامه آن، روشن خواهد شد. (جدول ۱)

جدول ۱. معرفی نسخه خطی دیوان حسینی (منبع: نگارندگان)

نام اثر	مولف	زبان	آرایه‌های تزئینی	هنرمندان	کاغذ و جلد	قلم	تاریخ	تعداد صفحات	ابعاد (س.م)	محل نگهداری
دیوان حسینی	سلطان حسین بایقرا	ترکی جغتایی فارسی/عربی	تذهیب تشعیر نگارگری جدول کشی	کاتب: سلطانعلی مشهدی دیگر هنرمندان: نامعلوم ^۵	جلد چرم مراکشی کاغذ دولت‌آبادی الوان افشان ابر و بادی	نستعلیق رقاع	۸۹۰ قمری	۵۹ برگ	۱۶×۲۵	موزه ملی پاریس

علاوه بر آن، اثر یک مهر و عباراتی که ظاهراً در سده‌های پسین به نسخه اضافه شده، حقایق دیگری را بر ما آشکار می‌کند. (تصویر ۱) متن این عبارت چنین است: «دیوان حسینی نوایی قطع وسط کاغذ دولت‌آبادی [=دولت‌آبادی] الوان^۶ متن افشان حاشیه حلکاری مجدول مذهب مصور جلد مقوی قیمت یک‌هزار و پانصد روپیه».



تصویر ۱. بخشی از صفحه 2r دیوان حسینی، عبارت و اثر یک مهر در حاشیه فوقانی صفحه (منبع: URL 1)

(۳۰×۴۰) و قطع نیم‌ربعی و حمایلی (۹×۱۷) در نظر گرفته می‌شود (مایل هروی، ۱۳۷۲: ۷۱۴-۷۱۱). به دنبال آن نوع و رنگ کاغذ نیز مشخص شده است. استفاده از کاغذ مرغوبی به نام «دولت‌آبادی» همچنین ملون و افشان ساختن آن در کتاب‌آرایی، به ویژه جهت آراستن دیوان‌ها، در سنوات سلطنت تیموریان، امری رایج بوده است (افشار، ۱۳۹۰: ۱۳۰). مثلاً قواعد الرسائل و فرائد الفضائل تألیف حسام‌الدین خویی (متعلق به قرن نهم هجری) نیز بر این بستر شکل گرفته است (موزه ملی ملک، سند ۱۱۹۶/۰۳، ۱۳۹۳: ۰۴). در انتها، عباراتی حاکی از قیمت‌گذاری این نسخه به روپیه،

اثر مهر چهارگوش حاوی عبارت «المهدی من هدیت، ۱۱۴۱» نیز در گوشه چپ حاشیه، قابل توجه است و مشابه آن را می‌توان در نسخی چون شرح اصول کافی (کتابخانه ملی ایران، سند ۲۹۴۰۶۷۲) و قواعد المرام محمدیوسف بروغنی (کتابخانه آیت‌الله مرعشی نجفی، سند ۱۲۴۵۷) نیز یافت. این مهر متعلق به میرزا مهدی خان کوبک استرآبادی^۷ است (Déroche, 2005: 342). در یادداشت حاشیه، پس از «دیوان حسینی»، یک واژه مخدوش و «نوایی»^۸ جایگزین آن شده است. ترکیب بعدی بر قطع کتاب دلالت دارد. قطع وسط [=متوسط] یا قطع وزیری (۱۶×۲۴) مابین قطع سلطانی

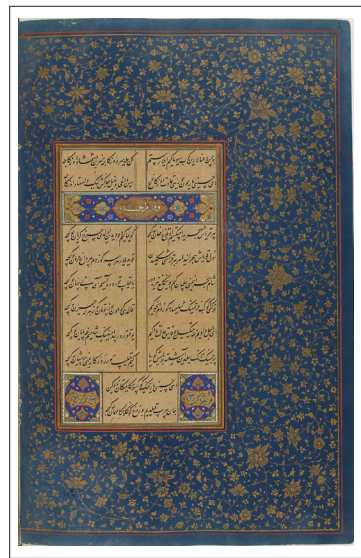
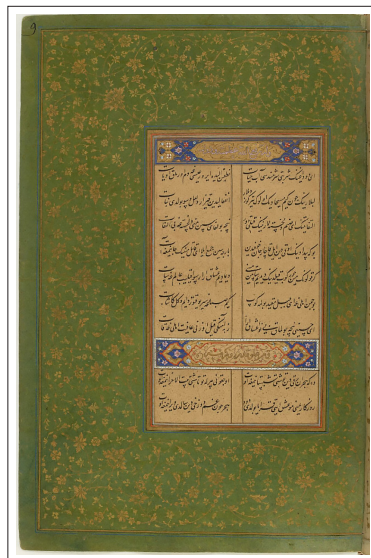
واحد پول هندوستان، به چشم می خورد. یک رونوشت از حدیقه الحقیقه سنایی در قطع مشابه و همین نوع کاغذ به رقم سلطانعلی مشهدی در حیدرآباد هند وجود دارد که دقیقاً به همین صورت قیمت گذاری^۹ شده است (افشار، ۱۳۹۰: ۱۰۱). البته دور از انتظار نیست که نسخی از این دست به کتابخانه‌های گورکانی شبه قاره هند و سپس به قاره اروپا راه پیدا کرده باشند.

از سوی دیگر اختلاف میان رنگ و بافت کاغذ در متن شعر و حاشیه، در صفحات میانی و انجامه، دال بر متن و حاشیه کردن^{۱۰} نسخه است (مایل هروی، ۱۳۷۲: ۶۲۱). باید در نظر داشت از آنجا که آثار تشعیر معمولاً فاقد رقم هستند و معدود هنرمندانی در طول تاریخ به عنوان تشعیر کار شناخته شده‌اند، منسوب کردن تشعیر حاشیه این دیوان به دوره یا هنرمند خاصی، مشروط به مطالعه تطبیقی است. ویژگی‌های ساختاری و ظاهری نقوش حلکاری حاشیه این اوراق، مانند

پیرامون کتیبه اشعار و جداول حواشی را نیز از الحاقات همان دوره بدانیم؛ از این روی که در عمل حاشیه‌سازی، پس از بریدن متن و حاشیه، کناره‌های متن را دو پوست کرده و در این میان حاشیه را می‌چسبانند و پس از رفع ناهمواری‌ها مهره کشی کرده و جدول کشی می‌کردند (مایل هروی، ۱۳۷۲: ۶۲۱).

۳. شاخصه‌های آرایه‌های تذهیب

اگر تذهیب را آرایش صفحات کتاب طی مراحل اعم از طراحی، طلاندازی، رنگ آمیزی، پرداخت و قلم‌گیری با استفاده از نقوش انتزاعی (ختایی‌ها و اسلیمی‌ها)، هندسی (گره‌ها) و حیوانی که در کمال هماهنگی ترکیب شده‌اند تعریف کنیم (منشی قمی، ۱۳۵۲: ۱۹۹؛ مایل هروی، ۱۳۷۲: ۵۹۴؛ پاکباز، ۱۳۷۹: ۸۴-۷۲)، بر این اساس، آرایه‌های تذهیب در این نسخه از دیوان حسینی، در قالب شمسه صفحه تقدیمه،



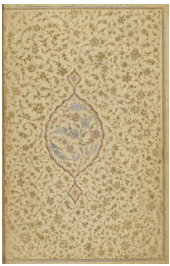
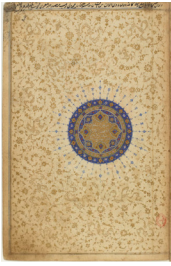
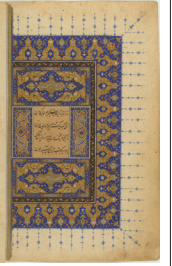
تصویر ۲. متن و حاشیه کردن صفحات میانی دیوان حسینی: راست ورق 43v، چپ ورق 9r (منبع: URL 1)

حاشیه، کتیبه‌ها و الواح صفحات افتتاحیه^{۱۱}، حاشیه صفحات تصویرگری‌شده، تزیینات کتیبه صفحات میانی و کتیبه‌ها و الواح انجامه ظهور کرده‌اند. (جدول ۲)

غلبه گل‌های تزیینی (ختایی) بر نقوش اسلیمی همراه با ظرافت، ریزنگاری و تجمل، با خصایص بسیاری از تشعیرهای رایج دوره صفویه (سده‌های دهم و یازدهم) قابل انطباق به نظر می‌رسد (مجرد تاکستانی، ۱۳۹۵: ۲۶-۲۷؛ نوروزی و دیگران، ۱۳۹۷: ۷۳). (تصویر ۲)

بر همین اساس، در صورتی که حاشیه‌سازی این نسخه را از افزوده‌های صفوی تصور کنیم، دور از انتظار نیست که جداول

جدول ۲. معرفی صفحات مُذهَّب دیوان حسینی (منبع: نگارندگان)

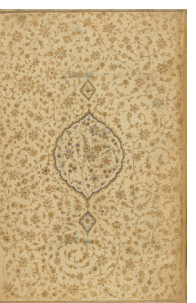
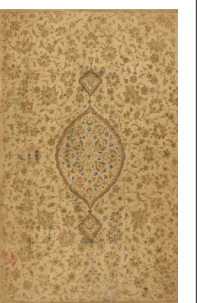
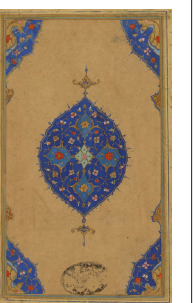
ترنج	شمسه	افتتاحیه	نگاره	شعر	انجامه
					
صفحات آغازین و پایانی	صفحه تقدیمه	صفحات افتتاحیه	صفحات مصور	صفحات میانی	انجامه

۳-۱. ترنج

بندهای اسلیمی تصویر شده‌اند. برخلاف دو ورق مذکور، دو ترنج دیگر از نقوش ظریف‌تر و موزون‌تری برخوردارند. بر اساس مطالب پیشین، می‌توان تزیینات این اوراق را از الحاقات صفویه دانست، اما ترنج پایانی، یک ترکیب ترنج و لچک با دو سر ترنج زرین است که با بندهای اسلیمی و ختایی آذین‌بندی شده و یقیناً به دوره تیموری تعلق دارد. (جدول ۳)

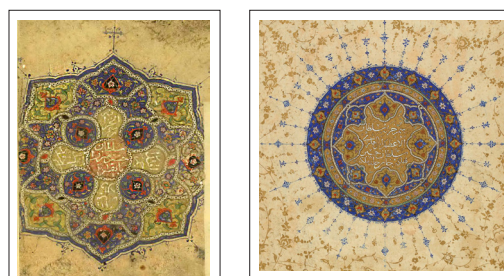
نقش یک ترنج به‌همراه دو سر ترنج، زینت‌بخش دو صفحه نخست و دو صفحه انتهایی این نسخه است. ترکیب‌بندی و آرایه‌های ترنج هر صفحه آغازین و پایانی به‌صورت دو به دو یکسان‌اند (r1 با v59 و v1 با r59 جفت هستند). تزیینات ترنج در اولین و آخرین صفحه دیوان به‌صورت قرینه و از پیچش

جدول ۳. ترنج‌های آغازین و پایانی دیوان حسینی (منبع: نگارندگان)

				
ترنج سپری آغازین (1r و 1v)	ترنج سپری پایانی (59r و 59v)	ترنج و لچک پایانی (v58)		

۳-۲. شمشه

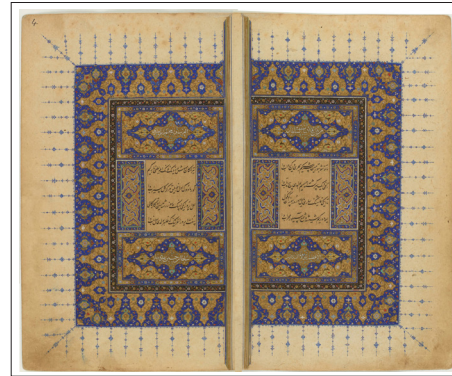
شمسه تقدیمه، ترکیبی از نقوش ختایی و اسلیمی با شرفه‌های لاجوردین است و به رسم اغلب شمشه‌های عصر تیموری، رنگ زر و لاجورد بر آن غالب است. عبارت «برسم خزانه سلطان الاعظم ابوالغازی^{۱۲} سلطان حسین بهادر خان خلد مُلکه» در چهار سطر به خط رقاع سفید و دورگیری مشکی در مرکز آن، به دیگر نسخه‌های کتابخانه سلطان حسین می‌ماند. (تصویر ۳)



تصویر ۳. راست: شمشه آغازین دیوان حسینی 2r (منبع: URL 1) چپ: شمشه آغازین مثنوی مولوی به کتابت میرک بخاری (1v)
اواخر قرن نهم هجری، کتابخانه مجلس شورای اسلامی، سند ۳۳۶۵۲-۱۰ IR (منبع: URL 2)

۳-۳. صفحات افتتاحیه

الواح افتتاحیه این دیوان به رسم معمول در دو صفحه مقابل هم، با ترکیب‌بندی و تزییناتی متقارن رسم شده‌اند. هر صفحه حاوی دو کتیبه فوقانی (پیشانی یا صدر)، دو کتیبه تحتانی (ذیل) و دو لوح جانبی است که فضای کتابت شعر را محدود کرده‌اند. حاشیه، متشکل از قاب‌های اسلیمی و پیچ‌های ختایی است که به ساقه شرفه‌ها ختم می‌شود. (تصویر ۴)



تصویر ۴. صفحه افتتاحیه دیوان حسینی. صفحات 3v, 4r (منبع: URL 1)

۳-۴. کتیبه‌ها

علاوه بر کتیبه‌های افتتاحیه، ۱۴۸ کتیبه دیگر در این دیوان طبع شده که سلسله عبارات آن، متنی در مدح پادشاه است^{۱۳} : «من بدایع الابیات السلطان / الاعظم المولا السلاطین / العرب و العجم ابوالغازی / سلطان حسین بهادر خان / و له خلد الله ملکه / و من بدایع کلامه / و من عدله و احسانه / و من رفعته و قدیره / و من لطفه و کرمه / و له رفع الله حشمته / و له ابد دولته و رفعته / و له رفع الله قدره و شوکته / و له خلدت حکومته / و له خلدت سلطنته / و له طیب الله انفاسه / و من بقاء عمره و دولته / و له رفع الله عظمته و دولته / و من علو قدره و کرمه / و من نفایس کلامه / و له طول سلطنته / و له ادامه الله سلطنته / و من نفایس انفاسه / و له اعظم الله اجره / و له اعظم الله دولته / و له ادامه الله ملکه و سلطنته / و من حسن قدره و منزل / و من رفعته و قدره و کرمه / و له احسن الله احواله / و من طیب انفاسه / و من حسن اشعار / و له ادامه الله دولته / و له ادامه الله قدره / و من حسن احسانه / و له ابد الله دولته / و له خلدت رفعته / و من علو قدره و رفعته / و له اعدل الله احسانه / و له رفع الله شوکته / و من بدایع کلامه و لطفه / و من بقاء دولته و سلطنته / و من لطف طبعه / و له طول الله عمره و احسانه / و من حسن اشعار و لطفه / و من علو قدره و احسانه / و له احسن الله عدله / و له خلد سلطنته / و من علو قدره / و له مد الله ظلّه / و له ابد دولته /

و له اعظم الله قدره / و من فتحه بابه / و من مرحمته / و من نفایس کلامه / و من حسن انفاسه و کرمه / و من بقاء ملکه / و من فتوحاته / و من بقاء عمره / و من فتحه و بابه / و من بقاء سلطنته / و من حسن عدله.»



تصویر ۵. کتیبه فوقانی افتتاحیه (3v)،



چپ: دو کتیبه بازوبندی در صفحات میانی 10r, 12v (منبع: URL 1)

برخلاف دو جفت کتیبه صفحات افتتاحیه که با قلم رقاع سفید و دورگیری مشکی بر زمینه طلایی نگارش شده، عبارات کتیبه‌های پراکنده در باقی اوراق، با همان قلم، لیکن به رنگ‌های سفید، طلایی، لاجوردی، صورتی و آبی کتابت شده‌اند. (تصویر ۵) لازم به ذکر است همه این عبارات، به استثنا عبارات لاجوردی، قلم‌گیری دارند. به‌طور متوسط در هر صفحه حداقل یک و حداکثر دو کتیبه وجود دارد. هر چند ابعاد کتیبه‌های مذکور تقریباً برابر است، اما از تنوع شکلی بالایی برخوردارند. فضای نوشته‌ها را قاب‌های بازوبندی فراهم کرده‌اند و حاشیه آن با گراندازی تزیین شده‌اند. برخی کتیبه‌ها ناتمام است و آثار طرح اولیه آن در صفحه، با هاشورهای اخراپی قابل رؤیت است. (تصویر ۶)



تصویر ۶. کتیبه‌های ناتمام، هاشوراندازی دندان‌موشی اطراف عبارات کتیبه، بالا ورق 32v، پایین ورق 29v (منبع: URL 1)

۳-۵. الواح جانبی

علاوه بر کتیبه‌ها، الواح مزین به آرایه‌های غنی ختایی و اسلیمی به صورت پراکنده در کل دیوان یافت می‌شوند. این الواح، گاه به صورت لچکی در حاشیه ابیاتی که به شکل چلیپا نوشته شده و گاه در قالب دو جفت متقارن در دو طرف ابیات پایانی بعضی صفحات به چشم می‌خورند. (تصویر ۷) الواح مذکور در نتیجه تقسیمات خلاقانه فضا پدیدار شده‌اند و تزیینات آن معمولاً به رنگ‌های زر و لاجورد، با حاشیه‌های ساده طلایی یا تسمه‌اندازی‌های سفید نقش بسته‌اند.



تصویر ۷. موضع قرارگیری الواح.
راست: به صورت لچکی در کتیبه‌های چلیپا (36r)،
چپ: چهارگوش و در دو سوی کتیبه (36v) (منبع: URL 1)

۴. تحلیل ویژگی‌های بصری

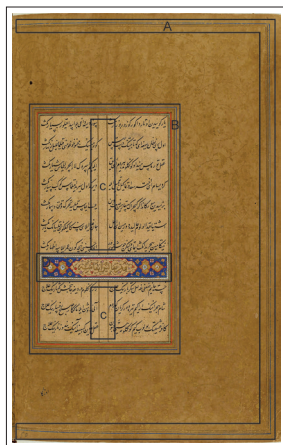
پس از معرفی تذهیب‌های این اثر به تحلیل فرمی عناصر به تفکیک رنگ، نقش و ترکیب‌بندی (صفحه‌آرایی و تقسیمات صفحه، قاب‌بندی و جدول کشی) و به تبع آن نوع و میزان استفاده از نقوش تزیینی، گستره رنگی آن‌ها و محل قرارگیری هر یک از ارکان صفحه پرداخته خواهد شد.

۴-۱. جدول کشی و کمنداندازی

اصطلاح جدول کشی، به ترسیم مجموعه خطوط موازی پیرامون صفحات یا در فواصل سطور با زر، نقره یا الوان اطلاق می‌شود (مایل هروی، ۱۳۷۲: ۶۰۹-۶۰۵). همه صفحات نسخه حاضر از دیوان حسینی، پیرامون حریم کتیبه‌ها و میان سطور، مزین به جدول کشی است (تصویر ۸)، اما حاشیه اصلی آن‌ها کمنداندازی شده (A)؛ یعنی بر خلاف جدول که از چهار طرف محصور است، کمند از سه طرف (بالا، پایین و مقابل عطف) رسم شده است (همان: ۷۶۷). کمندها دارای یک خط زر محرر و یک خط بیرونی به رنگ لاجورد یا شنگرف هستند که به جدول سه تحریر شهره‌اند، اما جدول کشی

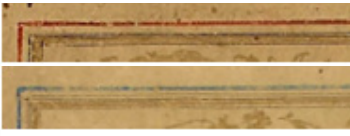
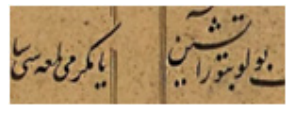
حاشیه اشعار (B) که به آن جدول مرصع نیز گویند، علاوه بر سه خط زرین محرر، ۲ الی ۳ خط الوان دیگر، به رنگ‌های سیلو، لاجورد و شنگرف دارند. این نوع حاشیه، در عطف صفحات افتتاحیه نیز دیده می‌شوند. جداول میان ستون‌ها، خط زر محرر هستند که تنها فاصله میان دو مصرع شعر را مشخص کرده‌اند (C). جدول دور کتیبه‌ها (D)، در حالت کلی دو ترکیب متمایز دارند: الف. جدول مثنی، دو خط زر و خط میانه لاجورد و ب. جدول مثنی، دو خط زر و خط میانه سفید گره‌اندازی شده.

لازم به یادآوری است که کمنداندازی حاشیه صفحات و جدول مرصع حاشیه کتیبه‌ها (تصویر ۸- B و A) در صفحات میانی و انجامه این دیوان از موارد الحاقی محسوب می‌شود و در نتیجه به دوره تیموری متعلق نیستند.



تصویر ۸. موضع قرارگیری انواع جدول کشی در دیوان حسینی. ورق 10v (منبع: URL 1)

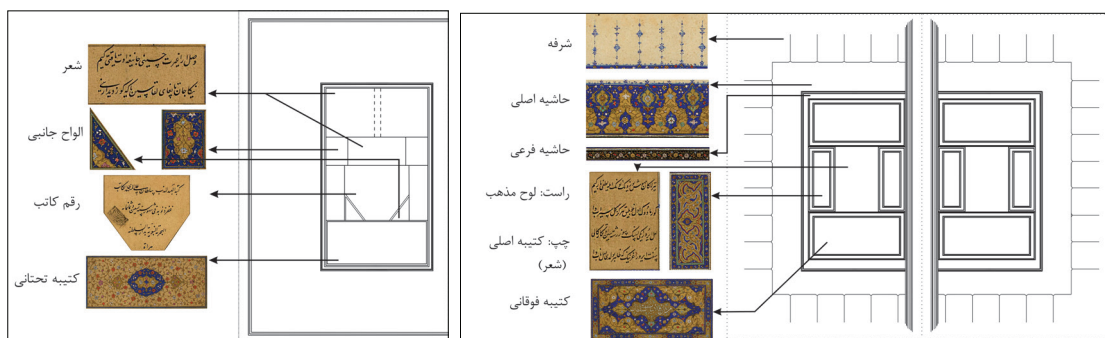
جدول ۴. انواع جدول کشی در دیوان حسینی (منبع: نگارندگان)

نوع جدول / کمند	انواع جدول کشی	محل قرار گیری	توضیحات
۱ جدول مثنی		حاشیه کتیه‌ها	دو خط زر محرر روبه روی هم، خط میانه لاجورد یا بیاض
۲ (کمنداندازی) جدول سه تحریر		حاشیه صفحات (الحاقی)	خط زر محرر سه تحریر و خط لاجورد یا شنگرف
۳ جدول مرصع		حاشیه اشعار (الحاقی)	خطوط زر، شنگرف و سیلو محرر و لاجورد (بدون قلم گیری)
۴ جدول محرر		میان سطور	خط زر و تحریر مشکی
۵ جدول مرصع		عطف صفحات افتتاحیه	خطوط زر، شنگرف، لاجورد و سیلو محرر

۴-۲. صفحه آرایي

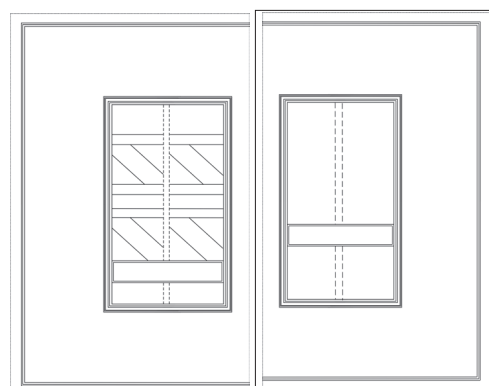
نظام صفحه آرایي، دورکن سامان بخشی فضا و امکان درک زیبایی شناختی را به صورت توأمان در بر دارد. تقسیمات و چیدمان هر صفحه، با عنایت به روابط میان عناصر نوشتاری (شامل تعداد و فاصله سطور و حاشیه تا جدول)، عناصر تصویری و فضاهای خالی صورت می پذیرد. در صفحه آرایي نسخ خطی ایرانی - عربی کانون توجه، معطوف به دو صفحه مزدوج ابتدایی بوده و به همین سبب بیشترین آرایه های تزئینی در این صفحات یافت می شوند (Déroche, 2005: 152-232).

بر همین منوال، صفحات افتتاحیه این دیوان نیز، با شرفه های افراشته و حاشیه مذهب پرکار سه جانبه (در سمت بالا، پایین و روبه روی عطف) آراسته شده است. دیگر حاشیه ها با زمینه سیاه و لاجوردی و تزیینات ختایی و اسلیمی، کتیه ها را تحدید کرده اند. (تصویر ۹- راست) در انجامه^{۱۴} نیز، متن نسبتاً کوتاهی به زبان فارسی - عربی و قلم نستعلیق به رنگ سیاه در قابی مربع نوشته شده و دو لچکی مذهب، فضای زائد حاصله را پوشش داده اند. به علاوه، دو لوح تذهیب شده دیگر یکی به شکل ترنج سپری و دیگری قاب اسلیمی، بالا و پایین رقم کاتب قرار گرفته اند. (تصویر ۹- چپ)



تصویر ۹. صفحه آرایي صفحات دیوان حسینی، راست: صفحات افتتاحیه، چپ: صفحه انجامه (منبع: نگارندگان)

صفحات متن اصلی (شعر)، از حیث صفحه‌آرایی دو قسم‌اند: در حالت اول اشعار، دو ستونی کتابت شده و هر صفحه یک الی دو کتیبه بازوبندی دارد. (تصویر ۱۰- راست) حالت دیگر، ترکیب‌بندی چلیپایی است که اشعار روی کرسی‌های مورب تحریر شده‌اند. (تصویر ۱۰- چپ) در هر دو حالت، سطور و کتیبه‌ها با جدول و حاشیه‌های منقوش از یکدیگر مجزا شده‌اند.

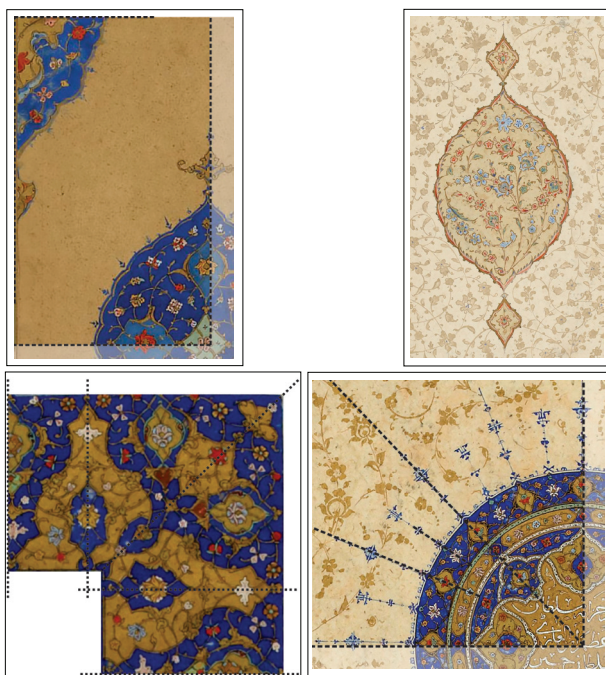


تصویر ۱۰. صفحه‌آرایی صفحات میانی دیوان حسینی. راست: ترکیب ستونی، چپ: ترکیب چلیپایی (منبع: نگارندگان)

۳-۴. ترکیب‌بندی

چنانچه پیش‌تر شرح داده شد، می‌توان تزیینات تذهیب این نسخه را به لحاظ ترکیب‌بندی در پنج دسته ترنج، شمسه، حواشی صفحه افتتاحیه، کتیبه و الواح جانبی بخش‌بندی کرد. ترنج‌های مذهب، به‌صورت ترنج و لچک یا تک ترنج سپری در مرکز صفحه رسم شده و به‌طور کلی دو ترکیب‌بندی دارند: یکی بر مبنای تکرار متقارن قاب‌های اسلیمی و دیگری طرح افشان ختایی. شمسه، هشت پر و

چنان‌که از نامش هویدا است، در قالب دایره رسم شده است. چرخش نوار سفید به دور هر پر، محدوده‌های لاجوردی و طلایی را از هم متمایز کرده است. هشت کتیبه بازوبندی، این قاب مدور را احاطه کرده که در نهایت به دایره‌ای بزرگ‌تر ختم می‌شود. حاشیه صفحات افتتاحیه و حاشیه نگاره‌ها نیز از ترکیب چند قاب اسلیمی متداخل تشکیل شده است (تصویر ۱۱)، اما متنوع‌ترین ترکیب‌بندی‌ها به قاب‌های بازوبندی کتیبه‌ها تعلق دارد. از میان ۱۴۸ کتیبه متمایز، حدود ۹ ترکیب‌بندی متفاوت وجود دارد که ترکیب‌بندی‌های مشابه به‌وسیله طرح‌های اسلیمی، ختایی یا رنگ‌نوشته‌ها از مابقی مجزا شده‌اند. (جدول ۵)



تصویر ۱۱. انواع ترکیب‌بندی در دیوان حسینی به‌صورت واگیره متقارن و افشان غیرمتقارن (منبع: نگارندگان)

جدول ۵. نوع و درصدهای بازوبندی‌های کتیبه‌های دیوان حسینی (منبع: نگارندگان)

درصد فراوانی	نمونه	قاب کتیبه
۲۰.۹		
۱۳.۵		
۲۱.۶		
۱۰.۱		
۱۴.۱		
۲.۷		
۱۱.۴		

۱۰۳۵		
۴		

۴-۴. نقش مایه

نقش مایه‌های تذهیب در اثر حاضر متشکل از پیچ‌های اسلیمی، بندهای ختایی و تلفیقی از این دو است. آرایه‌های اسلیمی در اغلب موارد به صورت اسلیمی ساده و به عنوان عنصر تشکیل دهنده قاب‌ها، سربندها، حاشیه‌ها و نشان‌ها در نظر گرفته شده‌اند و کمتر در قالب بندهای مستقل دیده می‌شوند. نوع دیگر اسلیمی، اسلیمی‌های ماری یا ابری، با تعداد محدود، بیشتر در لوح‌های لچکی و کتیبه‌های بازوبندی به کار رفته‌اند. اسلیمی دهن‌اژدری نیز تنها یک بار و در هیئت

اسلیمی گل‌دار (مزین به بندهای ختایی) در الواح صفحات افتتاحیه به چشم می‌خورد. (جدول ۶)
می‌توان چنین انگاشت که در آرایه‌های تذهیب این دیوان، اسلیمی‌ها همواره میزبان تزیینات ختایی هستند؛ چراکه با تکثیر واگیره‌های اسلیمی، بستری جهت گردش موزون بندهای ختایی مهیا می‌شود. بندهای ختایی معمولاً آرایه‌های ریز و ساده‌ای چون انواع غنچه، گل‌های چندپر و شاه عباسی را پذیرا هستند و برخلاف اسلیمی‌ها گردش ساده‌تری دارند. (جدول ۷)

جدول ۶. انواع نقوش اسلیمی به کار رفته در دیوان حسینی (منبع: نگارندگان)

نمونه خطی				
نوع	اسلیمی دوشاخه ساده (واگیره حاشیه)	اسلیمی دوشاخه ساده (واگیره قاب)	اسلیمی ابری (ماری)	اسلیمی دهن‌اژدری (اسلیمی گل‌دار)

جدول ۷. انواع نقوش ختایی به کار رفته در دیوان حسینی (منبع: نگارندگان)

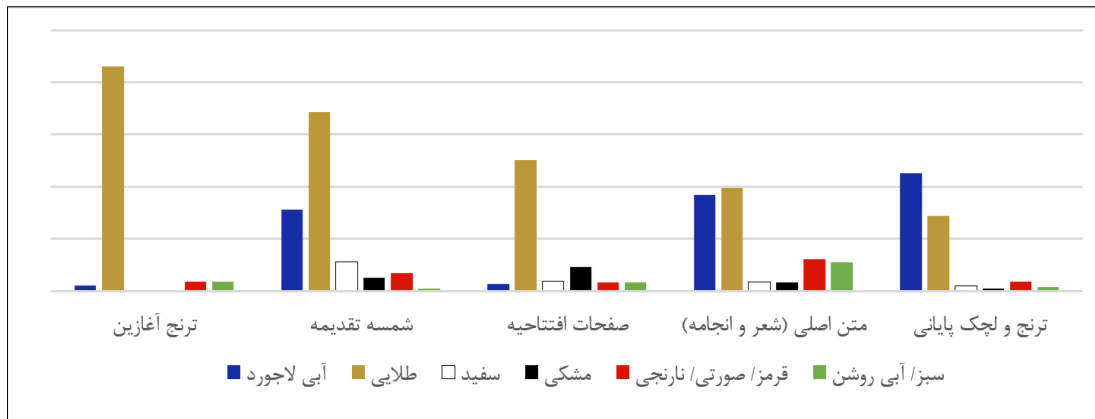
نمونه خطی					
نوع	گل عباسی شش‌پر	گل عباسی چهارپر (گل پروانه‌ای)	گل پنبه‌ای	چند پر (سه پر، چهار پر، پنج پر)	غنچه

۴-۵. رنگ

همان طور که از معنای لغوی واژه تذهیب، مشتق از مصدر ذهب به معنای طلا، برمی‌آید، زراندود کردن و طلاکاری صفحات را می‌توان پایه و مهمترین عنصر تذهیب پنداشت. این عنصر در کنار استفاده از لاجورد، دو مشخصه اساسی تذهیب دوره تیموری هستند (عظیمی، ۱۳۸۹: ۲۹). به همین منوال در آرایه‌های تذهیب این دیوان نیز به ترتیب زرو لاجورد رنگ غالب تزیینات بوده‌اند. پس از آن رنگ‌های سفید،

قرمز، صورتی، نارنجی، سبز و آبی که اغلب برای رنگ‌آمیزی گل‌های ختایی، اسلیمی‌های ابری و زمینه حاشیه‌ها به کار برده شده، رتبه دوم را به خود اختصاص داده‌اند. مشکي، به استثنا یک مورد در پس‌زمینه حاشیه صفحات افتتاحیه، در موارد دیگر تنها برای قلم‌گیری استفاده شده و به همین دلیل کمترین میزان استفاده را داراست. به همین منظور، میزان استفاده هر یک از این رنگ‌ها در صفحات مختلف دیوان حسینی در نمودار ذیل مدون شده است. (نمودار ۲).

نمودار ۲. میانگین میزان استفاده هر رنگ به تفکیک صفحه (بدون در نظر گرفتن موارد الحاقی) (منبع: نگارندگان)



نتیجه‌گیری

ماری، دهان‌اژدری و گل‌دار دیده می‌شوند. فضای درونی قاب‌های اسلیمی، بستر تجلی گردش بندهای ختایی با گل‌های ملون (انواع غنچه، گل‌های چندپر و شاه عباسی) و اسلیمی‌های ابری است. رنگ‌گزینی و بهره‌وری وافر از طلا، بر مقام و مرتبه والای این کتاب در دربار تیموری و اعتنای پادشاه به آن دلالت دارد. به خصوص در صفحات نخست دیوان که رنگ طلایی در مقام رنگ اصلی، بر دیگر رنگ‌ها مستولی شده است. در بقیه صفحات، زر در کنار رنگ لاجورد به تراز و تعادل رسیده و این همنشینی به تقویت و تشدید تأثیر هر دو رنگ بر یکدیگر منتج شده است. در خصوص نیمه دوم پرسش پژوهش در رابطه با سبک‌شناختی این اثر، شایسته است تا ویژگی‌های آن را مجدداً از نظر بگذرانیم. چنان‌که پیش‌تر اشاره شد، حد و گستره فراوان استفاده از نقوش ختایی نسبت به اسلیمی‌ها، چه بسا ناشی از نوعی رویکرد طبیعت‌گرایانه باشد. افزون بر این، عنایت به استفاده از اسلیمی ماری که ریشه در هنر چینی دارد، گرایش هنرمندان این دیوان به عناصر تزینی شرق دور را گوشزد می‌کند. این تزینات به رنگ‌های مختلفی از جمله سفید، صورتی، سبز، آبی، قرمز و نارنجی آراسته شده‌اند، لیکن دو رنگ طلایی و لاجوردی بر کل فضا چیره است. از طرفی، ترکیب‌بندی خلاقانه، فضا را به بخش‌های گوناگون و گاه ناهمسان تقسیم کرده است. این تسهیم، با انواع جدول‌کشی از هم مستقل و هر یک به شیوه‌ای تزین شده است که در نگاه کلی، در اوج هماهنگی و تجانس به سر می‌برد. در نتیجه، شاخص‌هایی چون استفاده از آرایه‌های تذهیب در همه اوراق، گرایش به طبیعت‌گرایی، استفاده از عناصر چینی، غلبه رنگ طلایی و لاجورد و پیچیدگی و هماهنگی ترکیب‌بندی را می‌توان

فرایند معرفی و توصیف و تحلیل نسخه خطی دیوان حسینی، در طلب پاسخ‌گویی به سؤال اصلی پژوهش یعنی، ویژگی‌های بصری تذهیب نسخه دیوان حسینی ۸۹۰ قمری چه بوده و در چه سبکی گردآوری شده است، دستاوردهایی به همراه داشت. دیوان حاضر از سروده‌های سلطان حسین میرزا بایقرا، معروف به دیوان حسینی به شماره سند ۱۲۱۴۸، امروزه در دیار تمان نسخ خطی موزه ملی پاریس حفظ و حراست می‌شود. این اثر در سال ۸۹۰ هجری قمری در دارالسلطنه هرات به قلم نستعلیق سلطانعلی مشهدی بر روی انواع کاغذ الوان، افشان و ابری نوشته و به تذهیب، جدول‌کشی، نگارگری و... آراسته شد. بدیهی است که به سبب دگرگونی مالکیت دیوان حاضر و پیمایش در دربارهای متعدد، برخی اوراق این نسخه دستخوش تغییر شده باشد. مهم‌ترین تغییر، متن و حاشیه کردن اوراق میانی و انجامة است که از پس آن می‌توان تزینات تشعیر حواشی و به پیروی از آن، کمنداندازی و جدول مرصع کتیبه‌ها را، به استثنای تقدیمه و افتتاحیه، از الحاقات این دیوان به شمار آورد. در رابطه با نیمه نخست پرسش پژوهش، یعنی خصایص مؤلفه‌های تذهیب دیوان مذکور، می‌توان اظهار داشت که برخلاف نسخه‌هایی که بیشترین ساحت جولان تذهیب‌کار، صفحات افتتاحیه است، در این دیوان تنوع، تعدد و غنای تزینات در همه اوراق هویداست. این تزینات در پهنه الواح و کتیبه‌ها جلوه‌گر شده و به وسیله انواع جدول‌کشی اعم از مثنی، محرر، سه تحریر و مرصع از یکدیگر متمایز شده‌اند. نقش‌مایه‌های تزینی، از پیچش انواع اسلیمی و ختایی صورت گرفته است. به طور معمول، اسلیمی‌های ساده ارکان سازنده قاب‌ها، سربندها، حواشی و نشان‌ها بوده و در بقیه موارد در هیبت اسلیمی‌های

از بارزترین ویژگی‌های این دیوان بازشمرد که دقیقاً با ویژگی‌های تذهیب آثار دوره تیموری، در منابعی که مدار اعتبارند، منطبق است و از حیث سبک‌شناسی، منسوب کردن این اثر را به سبک تذهیب تیموری تضمین می‌کند. امید است این پژوهش، راه‌گشای اقدامات آتی در جهت آشنایی با نسخ خطی فارسی و شناخت هرچه بیشتر هنرهای وابسته به کتاب‌سازی و کتاب‌آرایی باشد.

پی‌نوشت

۱. سلطان‌علی مشهدی (۹۲۶-۸۴۱ هـ.ق)، مشهور به «سلطان الخطاطین» از نستعلیق‌نویسان ایرانی قرن نهم و دهم بود (منشی قمی، ۱۳۵۲: ۶۲-۵۹).
۲. یکی از پایتخت‌های تیموریان در خراسان، دارالخلافه یا دارالسلطنه هرات بوده است.
۳. سلطان حسین بن منصور بن بایقرا (۹۱۱-۸۴۲ هـ.ق) از آخرین سلاطین تیموری بود که در ۸۷۳ قمری در هرات تاج‌گذاری کرد (منشی قمی، ۱۳۵۲: ۱۳۵-۱۳۴).
۴. تذکره مجالس النفایس، فهرستی از شاعران و فضلان قرن نهم هجری است که به قلم امیرعلی شیرنوازی به طبع رسیده است (نوازی، ۱۳۲۳: مقدمه).
۵. در دوره تیموری به‌ندرت تذهیب‌های رقم‌دار یافت می‌شوند (عظیمی، ۱۳۸۹: ۲۹).
۶. «متن افشان» در توصیف بسیاری از نسخ خطی به چشم می‌خورد (نک: مشکور، ۱۳۷۵: ۳۴۳-۳۴۲).
۷. میرزا مهدی خان منشی استرآبادی (متوفی ۱۱۷۳ هـ.ق) پسر محمد نصیر منشی و مورخ دربار نادرشاه افشار بوده است (Déroche, 2005: 342).
۸. تخلص امیرعلی شیرنوازی در فارسی، فانی و در ترکی، نوازی بود (فرهانی منفرد، ۱۳۸۲: ۲۰۸-۲۰۷).
۹. این نسخه به تاریخ ۸۸۲ قمری در کتابخانه موزه سالار جنگ در هند وجود دارد و یک هزار روپیه قیمت‌گذاری شده است (افشار، ۱۳۹۰: ۱۰۱).
۱۰. در نسخه‌شناسی به عملی که در آن قطعات خط یا تصویر متن نسخه که از حاشیه جدا و بر حاشیه دیگری سوار شده باشند، متن و حاشیه کردن یا حاشیه‌سازی گفته می‌شود. حاشیه‌سازی گاه صرفاً جنبه تزئینی دارد و گاه به سبب ترمیم اندراس حواشی اوراق نسخ صورت می‌گیرد (مایل هروی، ۱۳۷۲: ۷۷۶ و ۶۲۱).
۱۱. عموماً صفحات ابتدایی نسخ قرآن که دو صفحه متقارن و تماماً مذهب بود، به صفحات افتتاحیه معروف است. معمولاً در یک ورق سوره فاتحه‌الکتاب و در ورق مقابل آیاتی از سوره بقره نوشته می‌شده است.
۱۲. ابوالغازی، لقب سلطان حسین میرزا بوده است (اسفزاری، ۱۳۳۸: ۳۰۸).
۱۳. جهت پرهیز از اطاله کلام، به ذکر یک عبارت بسنده و

عبارات تکراری حذف شد.

۱۴. رقم سلطان‌علی مشهدی در انجامه چنین است: «کتابه العبد المذنب سلطان علی المشهدی الکاتب غفر ذنوبه فی شهر سنه تسعین و ثمانمائه الهجریه النبویه بدارالسلطنه هرات».

منابع

- اتینگهاوزن، ریچارد (۱۳۸۷) **تذهیب نسخ خطی در: سیری در هنر ایران**، جلد ۵، ترجمه زهرا باستی، تهران: علمی و فرهنگی.
- افشار، ایرج (۱۳۹۰) **کاغذ در زندگی و فرهنگ ایرانی**، تهران: مرکز پژوهشی میراث مکتوب.
- امیرآشد، سولماز؛ پنجی پور، سکینه (۱۳۹۸) بررسی تطبیقی تذهیب آثار ادبی دوره تیموری و صفوی (شاهنامه بایسنقری و شاهنامه شاه تهماسبی)، **جلوه هنر**، ۱۱(۱)، ۴۱-۵۴.
- اوحدی بلیانی، تقی‌الدین محمد (۱۳۸۸) **تذکره عرفات العاشقین و عرصات العارفین**، تهران: اساطیر.
- بروغنی، محمدیوسف (بی تا) **قواعد المرام**، قم: کتابخانه آیت اله مرعشی نجفی.
- پاکباز، روبین (۱۳۷۹) **دائرة المعارف هنر: نقاشی پیکره‌سازی گرافیک**، تهران: فرهنگ معاصر.
- خواندمیر، غیاث‌الدین (۱۳۷۹) **رجال کتاب حبیب‌السیر**، گردآورنده: عبدالحسین نوازی، تهران: انجمن آثار و مفاخر فرهنگی.
- خویی، حسام‌الدین (بی تا) **قواعد الرسائل و فراید الفضائل**، تهران: موزه ملی ملک.
- اسفزاری، معین‌الدین محمد (۱۳۳۸) **روضات الجنات فی اوصاف مدینه هرات**، تهران: دانشگاه تهران.
- سامانیان، صمد؛ پورافضل، الهام (۱۳۹۶) تحلیل تطبیقی آرایه‌های تذهیب صفحات افتتاحیه در نسخ مکتب شیراز آل اینجو و تیموری، **مطالعات تطبیقی هنر**، ۷(۱۳)، ۱۱۳-۱۳۲.
- عظیمی، حبیب‌اله (۱۳۸۹) ادوار تذهیب در کتاب‌آرایی مذهبی ایرانی، **هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی**، ۲(۴۱)، ۲۳-۳۲.
- فرهانی منفرد، مهدی (۱۳۸۲) **پیوند سیاست و فرهنگ در عصر زوال تیموریان ظهور صفویان**، تهران: انجمن آثار و مفاخر فرهنگی.
- کشمیری، احسان‌بن جعفر (۱۰۴۴ ق) **شرح اصول کافی**، تهران: کتابخانه ملی ایران.
- لینگر، مارتین (۱۳۷۷) **هنر خط و تذهیب قرآنی**، ترجمه مهرداد قیومی بیدهندی، تهران: گروس.
- مایل هروی، نجیب (۱۳۷۲) **کتاب‌آرایی در تمدن اسلامی؛ مجموعه رسائل در زمینه خوشنویسی، مرکب‌سازی**، جلد ۱، مشهد: آستان قدس رضوی.
- مجرد تاکستانی، اردشیر (۱۳۹۵) **بررسی تحول و تکامل نقوش هنر تذهیب در ایران**، تهران: یساولی.

- Khwandamir, Gh.(2000). *Rijal-i kitab-i habib al-siyar*, Edited by A. Nava'i, Tehran: Society for the appreciation of cultural works and dignitaries. (Text in Persian).
- Lings, M.(1998). *The Quranic art of calligraphy and illumination*, Translated by M. Qayyoomi Bidhendi, Tehran: Garous. (Text in Persian)
- Mashkour, M.(1996). *A Look at the History of Azerbaijan*, Tehran: Anjoman Asar Melli. (Text in Persian).
- Mayel Heravi, N.(1993). *Book decoration in Islamic civilization*, Mashhad: Astan Quds Razavi. (Text in Persian).
- Mojarrad Takestani, A.(2016). *Study of the evolution and improvement in the Iranian art of illumination*. Tehran: Yassavoli. (Text in Persian).
- Monshi Ghomi, M.(1973). *Golestan-e honar*, Tehran: Iran Culture Foundation. (Text in Persian).
- Nava'i, A.(1944). *Majalis al-nafais*, Tehran: Manuchehri. (Text in Persian)
- Nizami Bakharzi, A.(1992). *Maqamat-i jami*, Tehran: Ney publication. (Text in Persian).
- Norouzi, F.et.al.(2019). Tashir in the illuminations of Khamsah Nizami Tahmaspi (OR 2265): A Comparative typology, *Journal of Islamic crafts*, 3 (1), 71-84. (Text in Persian)
- Owhadi Belyani, T.(2009). *Tazkira arafat al-ashiqin va arasat al-arifin*, Tehran: Asatir. (Text in Persian).
- Pakbaz, R.(2000). *Encyclopedia of Art*, Tehran: Farhang-e moaser. (Text in Persian).
- Samanian,s., Pourafzal, E. (2017). Comparative analysis of the illumination components of the frontispieces in Shiraz school manuscripts from Injuid period to Timurid period. *Motaleat-e tatbighi-e honar*, 7(13), 113-132. (Text in Persian).
- Vahedy Juzjani, M.(1968). *A collection of literary works of Sultan Husain Mirza Bayqara*, Kabul: Book publication dept. (Text in Persian).
- Vasefi Heravi, Z.(1991). *Badaye al-waqaye'*, Tehran: Iran culture foundation. (Text in Persian).
- مشکور، محمدجواد (۱۳۷۵) *نظری به تاریخ آذربایجان*، تهران: انجمن آثار ملی.
- منشی قمی، قاضی میراحمد (۱۳۵۲) *گلستان هنر*، به تصحیح و اهتمام احمد سهیلی خوانساری، تهران: بنیاد فرهنگ ایران.
- نظامی باخزری، عبدالواسع (۱۳۷۱) *مقامات جامی*؛ گوشه‌هایی از تاریخ فرهنگی و اجتماعی خراسان در عصر تیموریان، تهران: نشر نی.
- نوابی، امیر نظام‌الدین علی شیر (۱۳۲۳) *مجالس النفایس*، تهران: منوچهری.
- نوروزی، فائزه (۱۳۹۷) گونه‌شناسی تطبیقی تشعیر نگاره‌های خمسه نظامی تهماسبی، *هنرهای صناعی اسلامی*، ۳ (۱)، ۸۴-۷۱.
- واحدی جوزجانی، محمد یعقوب (۱۳۴۶) *دیوان سلطان میرزا حسین با یقرا به انضمام رساله او*، کابل: مؤسسه طبع کتب.
- واصفی هروی، زین‌الدین محمود (۱۳۴۹) *بدایع الوقایع*، تهران: بنیاد فرهنگ ایران.

References

- Afshar, I.(2011). *Paper in Iranian life and culture*, Tehran: Markaz-e Pazhuheshe-ye Miras-e Maktub. (Text in Persian).
- Allen, T.(1983). *Timurid Herat*, Michigan: Reichert.
- Amirrashed, S., Panjipour, S.(2019). A comparative study of literary works' illumination of the Timurid & Safavid era (Shahnameh Baysonqori & the Shahnameh of Shah Tahmasb), *Glory of art (Jelve-y-Honar)*, 11(1), 41-54. (Text in Persian)
- Azimi, H.(2010). Periods of gilding in Iranian religious books. *Fine arts*, 4(41), 23-32. (Text in Persian).
- Babur, Z, (1989). *The Baburnama: Memoirs of Babur, prince and emperor*, Translated by M.Thackston, New York: Modern library classics edition.
- Boroughani, M.(n.d.). *Qawaid al-maram*, Qom: Ayatollah Marashi Najafi Library. (Text in Persian).
- Déroche, F.(2005). *Islamic codicology*, London: Al-Furqan Islamic heritage foundation.
- Esfezari, M.(1959). *Rozat al-Jannat fi osaf madinat al-Harat*, Tehran: Tehran university publication. (Text in Persian).
- Ettinghausen, R.(2008). *Illumination of manuscripts; in A survey of Persian art*, translated by Z. Basti, vol. V, Tehran: Elmi-Farhangi. (Text in Persian).
- Farhani Monfared, M.(2003). *Politics and culture at the end of the Timurid and early Safavid period*, Tehran: Society for the appreciation of cultural works and dignitaries. (Text in Persian).
- Keshmiri, I.(1635). *Sharh 'Usul al-Kafi*. Tehran: National library of Iran. (Text in Persian).
- Khoei, H.(n.d.). *Qawaid al-rasael va faraed al-fazael*, Tehran: Malek museum. (Text in Persian).

URL(s)

URL1:<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bt-v1b8427200g/f15.planchecontact>

تاریخ دسترسی: ۱۳۹۹/۷/۱۱، ساعت ۰۹:۱۵

URL2:<https://fanuus.ir/library/-/13> مثنوی معنوی-نسخه خطی

تاریخ دسترسی: ۱۴۰۰/۲۱/۸، ساعت ۲۱:۴۸



فصلنامه علمی دانشگاه الزهراء (س) زمینه انتشار: هنر
سال ۱۴، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱
مقاله پژوهشی، ۳۵-۴۷
<http://jjhjol.alzahra.ac.ir>

بررسی جایگاه سوژه و رخدادهای حقیقت در عرصه تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست محیطی^۱

مائده حسینی کومله^۲

بهمن نامور مطلق^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۲۸

چکیده

آلن بدیو فیلسوف معاصر، فلسفه را در پی جست و جوی حقیقت می داند و معتقد است حقیقت در چهار عرصه سیاست، علم، هنر و عشق بروز می یابد که در این بین وجود فلسفه را برای بیان این حقیقت ضروری می داند. در دستگاه فکری او سوژه از اهمیت زیادی برخوردار است تا بدان جا که او را عامل نهایی تولید حقیقت معرفی می کند. وی به صورت مستقیم در ارتباط با رسانه های نوین و به ویژه تبلیغات تعاملی به عنوان شاخه ای میان رشته ای در هنر اعلام نظر کرده است. از آن جا که در این نوع تبلیغات نیز مخاطب نقش به سزایی در تکمیل پیام و هدف تبلیغات دارد، ما را بر آن داشت تا این پژوهش را با هدف بررسی مفاهیم کلیدی فلسفه بدیو نظیر رخداد، سوژه و حقیقت در تبلیغات تعاملی - مشارکتی از نوع زیست محیطی آن انجام دهیم. پژوهش حاضر با روش توصیفی تحلیل محتوا انجام شده است و نشان می دهد تبلیغات تعاملی - مشارکتی اگر حامل پیام هایی باشند که پیامد عمل به آن ها به نوعی شکاف و گسست در وضعیت موجود ایجاد نمایند، رخداد اتفاق می افتد و در نهایت اگر سوژه ها رخداد را بپذیرند و طبق قوانین رخداد در جهت تغییر ساختار موجود بر آیند، حقیقت شکل می گیرد. از این جهت قسمی از تبلیغات تعاملی که دغدغه های فرهنگی را ترویج می کنند تبلیغات راستین اند. در واقع تبلیغات تعاملی مشارکتی زیست محیطی، فرهنگی را ترویج می کند که مخاطب را بر خلاف سیاست های اقتصادی دولت ها، به عدم مصرف تولیدات صنعتی وامی دارد.

کلیدواژه ها: تبلیغات تعاملی - مشارکتی، رخداد حقیقت، سوژه، آلن بدیو، تبلیغات زیست محیطی.

1-DOI: 10.22051/JJH.2022.39792.1769

۲- دانشجوی دکتری هنرهای اسلامی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران. ma.hosseini@tabriziau.ac.ir

۳- دانشیار گروه زبان و ادبیات فرانسه، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران، نویسنده مسئول. bnmotlagh@yahoo.fr

مقدمه

در اندیشه آلن بدیو^۱ «حقیقت»^۲ از فلسفه ناشی نمی‌شود (Badiou, ۲۰۰۸: ۴۷) بلکه در چهار عرصه‌ای که تاکنون می‌شناسیم شامل علم، سیاست، هنر و عشق که از شروط فلسفه‌اند بروز می‌یابند (Badiou, ۲۰۰۹: ۲۰۷). او به «وضعیت»^۳ در چهار عرصه فوق اشاره دارد و به عقیده او «خلأ»^۴ در وضعیت موجود و در پی آن بروز «رخداد»^۵ منجر به تولید حقیقت می‌شود. به‌زعم وی «سوژه»^۶ ها در هر یک از عرصه‌های فوق با «وفاداری»^۷ به رخداد، آن را کامل می‌کنند (اسمعیل‌زاده برزی، ۱۳۹۹: ۴-۳). بدیو در رابطه با هر کدام از چهار عرصه ذکر شده مواردی را به‌عنوان نمونه رخدادهای بروز یافته مثال می‌زند و مصادیق سوژه‌بودگی را در هر کدام بیان می‌کند؛ به‌عنوان مثال او در رابطه با هنر از تئاتر، شعر، نقاشی، سینما، رقص، رمان، موسیقی، مجسمه‌سازی و بروز رخداد در آن‌ها می‌گوید. به عقیده وی زمانی که بازیگران یک متن را به کارگردانی شخصی بر روی صحنه می‌برند، رخدادی در همان لحظه شکل می‌گیرد، اما اگر تماشاگر تصمیم بگیرد به رخداد متولدشده واکنش مثبت نشان دهد و آن را بپذیرد، در واقع تبدیل به سوژه می‌شود. سپس حقیقت بروز می‌یابد و رخداد از طریق تماشاگر با جهان اطراف رابطه پیدا می‌کند.

اما این شرایط در عرصه‌های میان‌رشته‌ای هنر با چه وضعیتی همراه هستند؟ آیا تعاریف بدیو از حقیقت و سوژه و رخداد در عرصه رسانه و به‌ویژه تبلیغات نوین نیز امکان بروز می‌یابند؟ در این مقاله تلاش شد به وجهی از تبلیغات زیست‌محیطی توجه شود که به واسطه تعامل یا مشارکت مخاطب، برای تکمیل و انتقال پیام به اجرای^۸ مخاطب احتیاج دارد و از این جهت با سوژکتیو^۹ بودن حقیقت نزد بدیو مقاربت دارد. اما آیا هر نوع تبلیغ تعاملی یا مشارکتی، عرصه بروز رخداد است؟ آیا مخاطب با اجرای خود به سوژه تبدیل می‌شود یا زمانی که برای مشارکت‌نکردن در تکمیل پیام تبلیغات تصمیم می‌گیرد، به سوژه بدل می‌شود، حقیقت و رخداد در چه صورت در تبلیغات تعاملی - مشارکتی امکان بروز می‌یابند؟ این سؤالاتی است که در این پژوهش به آن‌ها پاسخ داده می‌شود. این پژوهش از نوع کیفی است و به روش توصیفی تحلیل محتوا انجام شده است. نمونه‌های مطالعاتی نیز با توجه به ویژگی‌های تبلیغات تعاملی - مشارکتی، از میان تبلیغات زیست‌محیطی تجاری و غیرتجاری به‌صورت هدف‌مند انتخاب شده‌اند.

پیشینه پژوهش

در ارتباط با تبلیغات تعاملی پژوهش‌هایی در سال‌های اخیر در داخل ایران صورت گرفته است که از جمله آن‌ها می‌توان به منابع زیر اشاره کرد:

مقاله مهریزی ثانی و محمودی با عنوان «فرایند ارتباط با مخاطب در تابلوهای تبلیغاتی تعاملی بر اساس مدل سلسله مراتبی آیداز (مطالعه موردی کمپین محیطی مک‌دونالد)» (۱۳۹۴) با هدف مطالعه فرایند ارتباط با مخاطب در تبلیغات تعاملی نشان داد که چگونه مخاطب ضمن درگیری فعال تر در مراحل انتقال پیام، به انجام یک فعل فراخوانده شده و به واسطه تجربه عمل، پیام ماندگارتر و تبلیغ رضایت‌بخش‌تر خواهد شد. از دیگر نتایج این پژوهش می‌توان به تمایل بیشتر برندهای مطرح جهانی به استفاده از تبلیغات تعاملی به دلیل اشباع تبلیغات سنتی و کم‌اثر شدن آن‌ها اشاره کرد. همچنین از همین دو مؤلف پژوهش دیگری نیز با عنوان «فرایند ارتباط با مخاطب در تبلیغات آموزش فرهنگ شهروندی از طریق رسانه‌های محیطی تعاملی بر اساس مدل داگمار (مطالعه پنج کمپین تبلیغاتی شاخص جهان)» در سال ۱۳۹۴ به روش توصیفی تحلیل محتوا با هدف آشنایی با رسانه‌های محیطی فرهنگ‌ساز اجتماعی موفق و تأثیرگذار در جهان و همچنین معرفی الگوی برنامه‌ریزی تبلیغاتی «داگمار» انجام شده است. در این پژوهش، مطالعه سلسله مراتبی فرایند ارتباط در پنج تبلیغ بر اساس مدل «داگمار» در طی چهار مرحله آگاهی، ادراک، متقاعدساختن و عمل نشان داد که تبلیغات از طریق رسانه‌های محیطی تعاملی با فعال کردن طیف گسترده‌تری از حواس، جذابیت رسانه و اثربخشی پیام را افزایش می‌دهند، در نتیجه تأثیرگذاری بیشتری در ارتقای فرهنگ اجتماعی شهروندان خواهند داشت.

پژوهشی دیگر با عنوان «تبلیغات تعاملی در رسانه‌های نوین» (۱۳۹۶) به نویسندگی زارع مهدبیه و منصوری است که عنصر تعامل در فضای دیجیتال پیرامون مفاهیم طراحی تجربه کاربری بررسی شده است. در این پژوهش ابتدا اصول راهبردی طراحی اعم از فضا، زمان‌بندی، صداگذاری و زیبایی تبیین شده و سپس راهکارها و راهبردهای استفاده‌شده در تبلیغات تعاملی شامل درگیرشدن فعال و واکنش، واکنش فیزیکی، جریان، مشارکت، کنترل مصرف‌کنندگان، ارتباط دو سویه و بازخورد توضیح داده شده است.

جهانگیری و امامی‌فر نیز در پژوهش خود با نام «تحلیل تبلیغات تعاملی و تأثیر آن بر تبلیغات فرهنگی» (۱۳۹۶)

نقش تعامل در جذب مخاطب نسبت به تبلیغات فرهنگی و همچنین تأثیر تعامل و مشارکت مخاطب در تبلیغات فرهنگی را بررسی کرده‌اند. ایشان به این نتیجه رسیدند که در اکثر تبلیغات تعاملی، تعاملی مخاطب را اقناع می‌کند که دسترسی به حس خوب استفاده از محصول تبلیغ شده امری ملموس باشد. همچنین نشان دادند که این تبلیغات به طور عمده وابسته به شروع و حضور آگاهانه مخاطب است و این موضوع سبب می‌شود که در این نوع تبلیغات، تأکید عمده بر نقش فعال مخاطب در مشارکت قرار گیرد.

مقاله «گسترش فراگیری تبلیغ تعاملی و ساختار فرایند ارتباطی آن با مخاطب» (۱۳۹۶) نیز پژوهش دیگری است که بزرگ‌زاده و امیرشاه‌کرمی در رابطه با تبلیغات تعاملی انجام داده‌اند. در این مقاله تبلیغ تعاملی محیطی و مخاطب آن بررسی شده است. نتایج حاکی از آن است که مشارکت و عمل متقابل مخاطب در سامانه تعاملی تبلیغ، باعث همدلی و ارتباطی صمیمی بین کاربر و اثر تبلیغات تعاملی می‌شود و برای آنکه کاربر ترغیب شود تا فعالیتی جسمانی را شروع کند، لازم است اثر تبلیغ تعاملی، دارای محرک ابتدایی باشد.

«رسانه هنر تعاملی در تبلیغات خدمات عمومی در گفتمان پسامدرن» (۱۳۹۷) نام پژوهش دیگری است که طاهری و رهبرنیا با هدف مطالعه تبلیغات تعاملی خدمات عمومی در هنر کنش متقابل عصر پسامدرن انجام داده‌اند. نتایج پژوهش با تحلیل دو نمونه تبلیغات تعاملی حاکی از آن است که تبلیغات خدمات عمومی، فضای گفتمان هنر را به صورت هنر تعاملی نمایش می‌دهد. همچنین مشارکت مخاطبان، مشارکت اجتماعی هنر با ارتباط دوسویه در گفتمان کنش اجتماعی دموکراتیک در جامعه مدنی پست‌مدرن را به وجود آورده است.

رسولی‌پور و امامی‌فر نیز در پژوهش خود با عنوان «مطالعه ترندهای اجرایی تبلیغات تجاری با تأکید بر هنر تعاملی در سال‌های ۲۰۱۷-۲۰۰۰» (۱۳۹۸) با هدف بررسی ترندهای اجرایی در تبلیغات تجاری و ویژگی‌های آن جهت انتقال پیام به صورت مؤثر به مخاطب انجام شده است. نتایج پژوهش نشان داد که شیوه تعاملی با تکنیک‌های اجرایی از جمله تعاملی رایانه‌ای، هنر حجمی، هنر الکترونیکی و هنر دیجیتال بیشترین تأثیر را در اقناع مخاطبان داشته است.

همچنین اسفندیار در پژوهش خود با نام «جایگاه‌شناسی مخاطب امروزی در تبلیغ تعاملی با تأکید بر هویت مخاطب تجاری و دینی» (۱۳۹۸) به دوگانه مخاطب تجاری-دینی

توجه کرده است. در این پژوهش، اسفندیار تغییرات مخاطب امروز در مواجهه با تبلیغات تجاری و دینی را بررسی کرده و نشان داده است که جریان تبلیغات نمی‌تواند بدون مشارکت طلبی مخاطب دست به تولید پیام، محتوا یا کالا بزند. همچنین نقش و هویت مخاطب تبلیغات تجاری و دینی در عصر اطلاعات و ارتباطات با تغییرات پیچیده‌ای روبه‌رو شده است و سامانه تبلیغ دینی در درک این وضعیت نیاز به مقوم‌های ارتباطی و به‌روزرسانی گفتمان تبلیغ دارد تا مخاطبی همراه داشته باشد.

همتی وینه و خزایی و حاتم در پژوهش خود با نام «کاربرد گرافیک تعاملی شهرها با نگاه به نظریه‌های جان فیسک (با رویکرد فرهنگ توسعه محیط زیست)» (۱۳۹۹) بیان کردند که به نظر می‌رسد به واسطه گرافیک محیطی تعاملی و مجاورت پیام اثربخش و مخاطب فعال و درگیر، می‌توان در آموزش‌های محیط زیستی اثر گذاشت و در این قالب، در رسیدن به همدلی، برانگیختن حساسیت‌های زیست‌محیطی مخاطب، مثل بحران گرم‌شدن زمین و بالا آمدن سطح آب‌ها، خشکسالی و... مؤثر بود.

اما پژوهش‌هایی نیز در ارتباط با فلسفه بدیو درباره شاخه‌های هنر و میان‌رشته‌ای هنر صورت گرفته که هیچ‌کدام در ارتباط با تبلیغات تعاملی-مشارکتی و رسانه‌های نوین تبلیغاتی نیستند. تنها در یک نمونه بحث رسانه‌های جدید مطرح شده است. در واقع پژوهش برنهام^{۱۰} و وکوویچ^{۱۱} با نام «رسانه‌های جدید به مثابه رخداد»^{۱۲} (۲۰۱۶) با بررسی نظریات رخداد از دیدگاه فلاسفه‌ای همچون هایدگر^{۱۳}، بدیو، ژیزک^{۱۴} و دلوز^{۱۵}، ماهیت رخدادی رسانه‌های نوین دیجیتالی را سنجیده است و در نهایت رسانه‌های دیجیتالی جمعی را به عنوان یک رخداد معرفی کرده است.

همان‌طور که مشاهده شد با مروری بر پیشینه این پژوهش، دریافتیم که هیچ پژوهشی تبلیغات تعاملی را از منظر فلسفه آلفرد بدیو و مفاهیم اصلی این فلسفه برای بروز حقیقت از دیدگاه وی بررسی نکرده است؛ بنابراین تلاش شد تا تبلیغات تعاملی-مشارکتی از دریچه فلسفه بدیو نگریسته شود و مصادیق بروز حقیقت در آن‌ها سنجیده شود.

مفاهیم کلیدی در گفتمان آلن بدیو

به عقیده بدیو فلسفه معاصر باید مسئله وجود و حقیقت را باز کشف کند و این مأموریت افلاطونی را به انجام برساند. وی خود را افلاطونی می‌داند و معتقد است بنا به تفکر افلاطون چیزهایی فراتر از بدن‌ها و زبان‌ها وجود دارند و آن‌ها حقایق اند (Badiou, 2003: 129). از نظر او بدن‌ها و زبان‌ها پیش‌تر توسط فلسفه معاصر بررسی شده‌اند و تمام ادعای بدیو بر سر به اثبات رساندن جهان حقایق است (شیدا، ۱۳۹۵: ۱۵۵). او در تلاش است تا فلسفه را از چنگال سه‌گرایش فلسفی سنت هرمنوتیکی، فلسفه تحلیلی و فلسفه پست‌مدرن که به‌زعم وی فلسفه را از درون تهی کرده‌اند نجات دهد (بدیو، ۱۳۸۸: ۷۲). به عقیده وی این سنت‌ها به جای طلب حقیقت، فلسفه را به طلب معنا، پشت بازی‌های زبانی و تفسیری پنهان کرده‌اند و «بیش از حد به چندارزی معنا و تکرار زبان‌ها پایبندند» (همان: ۷۹). «گفتمان آلن بدیو حول سه مفهوم حقیقت، رخداد و سوژه شکل می‌گیرد: حقیقت همچون اخگری از درون رخداد به بیرون می‌جهد و به کمک دم پایان‌نا یافتنی کوشنده سوژه‌کتیو، شعله‌اش به همه‌جا زبانه می‌کشد و گسترده می‌شود» (بن‌سعید، ۱۳۹۵: ۲۴۸)؛ بنابراین لازم است برای شناخت گفتمان بدیو سه مفهوم حقیقت، رخداد و سوژه را بشناسیم.

۱. حقیقت: باید دانست در گفتمان بدیو حقیقت چه ویژگی‌هایی دارد و تحت چه شرایطی تولید می‌شود. تعریف حقیقت در باور بدیو چیزی است که ۱. کاملاً نو و بدیع است (بدیو، ۱۳۸۸: ۱۴۴) که صفت تک‌بودگی را نیز برای آن به کار برده است (همان: ۱۵۳) و ۲. عمومیت دارد و جهان‌شمول^{۱۶} است؛ یعنی هر سوژه انسانی آن را درک می‌کند و جنبه عمومی دارد (همان: ۱۵۴). او می‌گوید: «برای آغاز یک رویه حقیقت، چیزی باید اتفاق بیفتد. آنچه هست و وضعیت دانش آن، چیزی جز تکرار به ما نخواهد داد. باید چیزی به موقعیت ضمیمه شده باشد تا حقیقتی تازه از آن سر برآورد» (سخنرانی بدیو با عنوان رخداد حقیقت^{۱۷}، به نقل از پرندوش، ۱۳۹۷: ۳۸). تازه و بدیع بودن حقیقت آن را در پیوند مستقیم با خلاقیت قرار می‌دهد که از این منظر حقیقت در مقابل معرفت قرار می‌گیرد. در واقع معرفت^{۱۸} به دانش ما درباره وضعیت اشاره می‌کند که بدیو به آن دائرةالمعارف وضعیت می‌گوید (بدیو، ۱۳۸۸: ۲۳۴). در اینجا لازم است برای درک مفهوم حقیقت در اندیشه بدیو تعریف مختصری از وضعیت انجام شود.

از نظر بدیو «واحد وجود ندارد» (Badiou, 2005b: 23). این طور نیست که چیز واحدی ابتدا وجود داشته باشد و سپس در مرحله بعد در قالب کثرت عرضه شود. به‌زعم وی آنچه وجود دارد کثرت محض است، یعنی هیچ کل واحدی وجود ندارد که کثرت‌ها را در بر بگیرد و همچنین هیچ واحد جزئی‌ای که کثرت از آن ساخته شود، موجود نیست. به عقیده وی، وجود خود را عرضه می‌کند و در روند عرضه شدن از طریق عملکردی که آن را «یک شماری»^{۱۹} می‌نامد، وحدت می‌یابد. او هر کثرت عرضه‌شده یا یک شمرده‌شده را یک وضعیت می‌نامد (بدیو، ۱۳۸۸: ۲۶). اکنون باید شکافی در این وضعیت رخ دهد تا منجر به بروز حقیقت شود.

بدیو از مفهومی به نام «حالت وضعیت»^{۲۰} نام می‌برد. حالت وضعیت در واقع «بازنمایی»^{۲۱} روابط عناصر یک وضعیت است (همان: ۲۷۸-۲۷۷). حال اگر خلائی درون بازنمایی وضعیت به وجود بیاید، این خلا «عرصه رخدادپذیر»^{۲۲} می‌شود و احتمال ایجاد رخداد را ممکن می‌کند (همان: ۲۳۳-۲۳۱)، اما لزوماً متضمن ایجاد تحول نیست، بلکه همان جایی است که ممکن است منجر به بروز حقیقت شود. در واقع به‌زعم بدیو مکملی نیاز هست و آن مکمل رخداد نام دارد (همان: ۴۷-۴۶). «می‌توانیم این طور بگوییم که از آنجا که وضعیت از دانشی که در درونش جریان دارد تشکیل شده است، رخداد در واقع خلائی را می‌نامند که نام امر ناشناخته^{۲۳} آن وضعیت است» (بدیو، ۱۳۸۷: ۹۲). به بیان بدیو «خلا یک وضعیت به بیان ساده آن است که [آنجا] نیست، اما برای بودن هر چیز [در آنجا] لازم است» (بدیو، ۱۳۸۸: ۳۲)؛ بنابراین برای بروز حقیقت حتماً باید رخدادی شکل بگیرد، اما این خود به تنهایی باعث بروز حقیقت نمی‌شود و شرایط دیگری نیز لازم است (نک: همان: ۴۹-۴۲).

حقیقت در اندیشه بدیو برای ظهور به رخداد نیاز دارد، اما امری متافیزیکی نیست. رخداد حقیقت امری کشف‌کردنی و رازآلود نیست. «در واقع تمام تلاش بدیو این است که این گسست و شکاف در معرفت وضعیت یعنی رخداد را هم در حیطه عقلانی قرار دهد و پای یک امر غیرعقلانی، عرفانی یا شهودی و... به میان کشیده نشود» (شیدا، ۱۳۹۵: ۱۵۵). از نظر وی «تصور حقیقت به منزله قسمی رابطه است: رابطه‌ای استوار بر تناسب میان نیروی عقل و آنچه عقل بدان می‌اندیشد» (بدیو، ۱۳۸۸: ۸۹)؛ اما چه چیزی است که رخداد را در حیطه عقلانی قرار می‌دهد و آن را از امری متافیزیکی بودن می‌رهاند؟ به عقیده بدیو حقیقت تنها زمانی رخ می‌دهد

که سه بخش جدانشدنی یک فرایند در کنار هم قرار گیرد: رخداد، سوژه رخداد و وفاداری سوژه به رخداد (همان: ۹۰). حال باید دانست رخداد چه ویژگی‌هایی دارد و سوژه و وفاداری آن به رخداد چگونه در شکل‌گیری حقیقت مؤثرند.

۲. رخداد: بدیو معتقد است «برای اینکه فرایند یک حقیقت آغاز شود، چیزی باید روی دهد. از بطن آنچه از پیش موجود است، از دل معرفت فی‌حد ذاته، چیزی جز تکرار نمی‌زاید» (همان: ۹۱). وی نوبودگی حقیقت را در گرو مکملی می‌داند که از آن به‌عنوان «رخداد» یاد می‌کند (همان) و تعاریف متعددی از آن ارائه کرده است. گاه رخداد را امری کاملاً تصادفی و وابسته به شانس دانسته (همان: ۱۴۴ و ۹۱)، گاه رخداد را خلق چیزی از هیچ می‌داند و گاهی نیز رخداد را به‌عنوان ضرورتی ساختاری تعریف می‌کند که بالاخره اتفاق می‌افتد (پرندوش، ۱۳۹۷: ۵۶). اما مهم‌ترین ویژگی رخدادها همین پیش‌بینی‌ناپذیری آن در وضعیت است و این ویژگی به دلیل ناممکن بودن شناخت رخداد بر مبنای دانش وضعیت است: «پیش‌بینی نکردنی، محاسبه نکردنی، برون از آنچه هست و فراسوی وضع موجود» (همان). «رخداد حقیقت در وهله اول نوعی گسست و شکاف در معرفت وضعیت است. چیزی بیرون اعمال و قاعده و عرف، چیزی بیرون از معنای مستقر و جالفتاده که اگر در شرایطی قرار گیرد می‌تواند خود معنا و قاعده تازه تولید کند» (شیدا، ۱۳۹۵: ۱۵۶). «رخداد در چارچوب قوانین موجود امور نمی‌گنجد و تخلفی است از نظم روزمره که قوانین خاصی را با خود به همراه دارد» (همان: ۵۲). «رخداد یک تغییر واقعی است» (Badiou, 2009: 585).

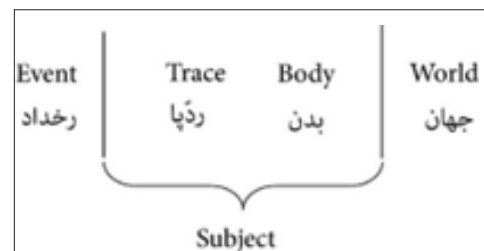
اما پیش‌تر از جنبه غیر متافیزیکی حقیقت و وجهه عقلانی رخداد گفته شد (بدیو، ۱۳۸۸: ۲۲۳)، حال باید دید چه چیزی رخداد حقیقت را محسوس و زمینی می‌کند. در واقع رخداد به‌تنهایی هیچ تغییری در وضعیت ایجاد نمی‌کند. حقیقتی تولید نمی‌شود مگر اینکه سوژه‌های انسانی‌ای باشند که با وفاداری به رخدادها تلاش کنند تا ساختار وضعیت را بر طبق قوانین رخدادها تغییر دهند. آن‌ها بر اساس رخدادها در وضعیت عمل می‌کنند و با این کار همواره چیزی نو در وضعیت تولید می‌شود و این محصول عمل وفاداران، به‌زعم بدیو همان حقیقت است؛ چیزی درون ماندگار و مادی (اسمعیل‌زاده برزی، ۱۳۹۱: ۷۷)؛ بنابراین می‌توان این‌طور گفت که رخداد حقیقت امری پیش‌بینی‌ناپذیر است و اتفاق افتادن آن وابسته به سوژه‌گی افراد است. در واقع سوژه که

می‌تواند فرد یا گروه باشد با اعلام رخداد، آن را شکل می‌دهد و به پیش می‌برد. اینجاست که به دلیل وابستگی بروز رخداد به سوژه انسانی، رخداد حقیقت سوژه‌کتیو می‌شود (شیدا، ۱۳۹۵: ۱۵۸). اکنون که روشن شد بروز حقیقت در گرو سوژه انسانی است باید ویژگی‌های سوژه آشنا بیان شود.

۳. سوژه: پیش‌تر بیان شد حقیقت در برابر معرفت قرار دارد. معرفت انتقال‌دانی است و می‌توان آن را دسته‌بندی و رده‌بندی کرد و از این منظر به‌صورت ابژه در می‌آید، اما در مقابل، حقیقت در پیوند با سوژه است و بروز آن وابسته به اعلام کردن و گفتن و انجام عملی توسط سوژه و در واقع وابسته به عاملیت سوژه است (بدیو، ۱۳۸۸: ۱۹). در واقع معرفت به‌دلیل ابژکتیو^{۲۴} بودن در برابر حقیقت سوژه‌کتیو قرار می‌گیرد و حقیقت، ویژگی اجرایی^{۲۵} دارد. حقیقت به وسیله افراد ساخته می‌شود، خواه به‌صورت فردی یا جمعی و چیزی که بدیو رویه حقیقت می‌نامد در قالب رخداد، تنها با تعهد افرادی به وجود می‌آید که به رخداد اهمیت می‌دهند و خود را در مقابلش مسئول می‌دانند (پرندوش، ۱۳۹۷: ۳۶). از نظر بدیو هر انسانی ذاتاً و همواره یک سوژه نیست، بلکه سوژه‌شدن نتیجه این تصمیم بشری است که اعلام کند در وضعیت، رخدادی بیگانه با وضعیت رخ داده، اما به‌دلیل اینکه به وضعیت تعلق دارد نمی‌توان از آن چشم‌پوشید و آن را ندیده گرفت. به‌زعم وی سوژه‌شدن تنها به اعلام بروز رخداد در وضعیت کفایت نمی‌کند، بلکه او باید به کاوشی دامنه‌دار و طولانی در پیامدهای رخداد دست بزند. در واقع فاعلیت انسان برای سوژه‌شدن لازم است (بدیو، ۱۳۸۸: ۲۰). به عقیده بدیو هیچ نظم و مرتبه بالاتری در رابطه با تفکیک انسان‌ها و برخورداری آن‌ها از ویژگی‌های یک سوژه در کار نیست، بلکه تنها بخت است و تصادف و هیچ تمایز روشنی بین سوژه و انسان، مطرح نیست. چه بسا برخی انسان‌ها سوژه می‌شوند، اما بعد از مدتی کم می‌آورند و از وفاداری به یک رخداد می‌برند و این چنین فاعلیت و سوژه بودنشان را از دست می‌دهند (همان: ۲۱).

حقیقت هنر از دیدگاه آلن بدیو

بدیو در مقاله «سوژه هنر»^{۲۶} تعریفی کامل از سوژه، رخداد و جهان هنری ارائه می‌کند. بدیو بر طبق نمودار (۱) ارتباط سوژه با رخداد و جهان هنر را توصیف می‌کند. به عقیده وی رابطه سوژه-مدار بین یک رخداد و جهان، غیرمستقیم است و رابطه سوژه بین چیزی از آن رخداد (ردپا) و چیزی از آن جهان (بدن) فهم می‌شود؛ چرا که رخداد بعد از مدتی ناپدید می‌شود و تنها چیزی که از آن باقی می‌ماند یک ردپا در سوژه است و همچنین واقعیت سوژه در جهان چیزی است که بدیو آن را «یک بدن تازه» می‌خواند. به زعم وی سوژه نوعی فرایند خلق و تولید است؛ «فرایندی که در واقع رابطه میان ردپای یک رخداد و ساخت یک بدن تازه در جهان را تشکیل می‌بخشد» (همان: ۵۲۱). به اعتقاد بدیو بدن نو در عرصه هنری «چیزی نظیر یک آفرینش ملموس [یا متعین] واقعی است... اما آفرینش‌هایی که در نسبت با رخداد باشد» (همان: ۵۲۶). همچنین «ردپا چیزی نظیر یک مانیفست است» (همان) و بر اساس آن اعلام می‌شود که چیزی یک فرم است. بدیو در تعریف جهان هنری می‌گوید: «یک جهان وقتی جهانی هنری، وضعیتی هنری یا یک جهان هنر است که رابطه‌ای بین آرایش بی‌شکل قلمرو حسی و آنچه که می‌توان به عنوان یک فرم [شکل] پذیرفت به ما عرضه کند» (همان: ۵۲۴). وی در تعریف رخداد هنری می‌گوید: «رخداد هنری چیزی است نظیر فرمال شدن یک چیز که قبلاً فرم نداشته» (همان: ۵۲۵).



نمودار ۱. سوژه هنر (بدیو، ۱۳۸۸: ۵۱۵)

تبلیغات تعاملی-مشارکتی

برای ورود به بحث اصلی ابتدا لازم است بدانیم تبلیغات تعاملی-مشارکتی از چه نوعی است و به چه نوع تبلیغاتی اطلاق می‌شود. آنچه در تبلیغات به شیوه سنتی مشاهده می‌شود انتقال کامل پیام از سمت فرستنده به گیرنده پیام است، اما در تبلیغات نوین، به‌ویژه تبلیغات تعاملی-مشارکتی این قاعده به هم می‌ریزد. در واقع در فرایند شکل‌گیری

و انتقال پیام، نقش فرستنده پیام، کم‌رنگ شده و به جای آن مخاطب وارد عمل می‌شود. همپ معتقد است در مدل تبلیغات سنتی آنچه فرستنده در نظر دارد به فکر جامعه تزریق می‌شود و پیام‌ها پشت درهای بسته ساخته و پرداخته می‌شوند. به عقیده او در این فرایند جایی برای اظهار نظر مخاطب پیش‌بینی نمی‌شود، اما در تبلیغات مدرن دو طرف فرستنده و گیرنده پا را از چهارچوب سنت فراتر می‌گذارند و مخاطب در این ارتباط مشارکت می‌کند. در واقع در تبلیغ، ارتباطی دوسویه به وجود می‌آید که اگر نتواند مخاطب را به شرکت کردن در آن وادارد، کارش را ناتمام رها کرده است (همپ، ۱۳۹۱: ۱۵۶). سؤالی که اینجا مطرح می‌شود این است که در این میان چه نوع تبلیغاتی مشارکتی و چه نوع تبلیغاتی تعاملی‌اند.

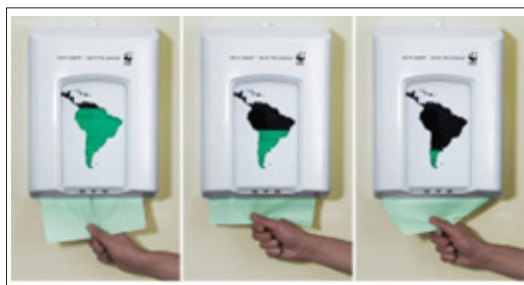
از نظر صالحی و حصارکی، یک اثر تعاملی، تماماً در اختیار آگاهی مؤلف و در قید کنترل بی‌چون و چرای او نیست. در عوض، نقش مخاطب در شکل‌گیری اثر و معنادار شدن آن به مراتب بیشتر شده است و تمایل به خصلت‌ها و کیفیات تعاملی یکی از وجوه مشخصه آثار هنری و تبلیغاتی معاصر را تشکیل می‌دهد (صالحی و حصارکی، ۱۳۹۵: ۸۶). همین تمایل به ویژگی‌های تعاملی باعث به وجود آمدن انواع هنرهای تعاملی-مشارکتی شده است. همچنین «با تغییر کارکرد رسانه در هنر، تجربه ادراک اثر هنری، امری است که تنها به واسطه رسانه، میسر نمی‌شود. رسانه‌های هنری که عامل برقراری ارتباط و ادراک هنری بودند، در هنر رسانه‌های جدید، مادیت‌زدایی شده‌اند و مخاطب، با تجربه ادراکی خود، اثر را تکمیل می‌کند» (موسوی‌لو و خبیری، ۱۳۹۸: ۶۵). قادری و مراثی در پژوهشی (۱۳۹۳) به تعریف و تحدید انواع هنرهای مشارکتی-تعاملی پرداخته‌اند و مرز میان هنرهای مخاطب محور را مشخص کرده‌اند. ایشان هشت نوع هنر مشارکتی-تعاملی را شناسایی کرده و تعریف دقیقی از هر کدام ارائه داده‌اند. اما دو ویژگی در میان تمامی این هشت گونه مشترک است: «۱. مخاطب(ان) ش بتوانند نمایشگری اثر را تغییر دهند یا دگرگون کنند و ۲. به واسطه همین تغییر دادن یا دگرگون کردن نمایشگری اثر، به فهم کامل اثر دست یابند» (قادری و مراثی، ۱۳۹۳: ۹۴). اما اگر این ایجاد تغییر در نمایشگری اثر بدون واسطه‌ای رایانه محور صورت بگیرد، هنری مشارکتی (همان: ۹۶) و اگر با کنش فعالانه مخاطب و واسطه‌ای رایانه محور انجام شود هنری تعاملی است (همان: ۱۰۷). اگرچه در تقسیم‌بندی قادری و مراثی هنرهایی که با

ارائه راهکارهایی برای کاهش رفتارهای پرخطر انسانی اجرا شده است. در این اثر وضعیت ماکت‌های یخی درون محفظه با توجه به واکنش مثبت یا منفی مخاطب تغییر می‌یابد. اگر مخاطب از سنسورها برای دریافت اطلاعات استفاده کند، دمای محفظه ۵ درجه کاهش می‌یابد و اگر این واکنش فیزیکی صورت نگیرد، خرس‌ها در معرض خطر ذوب شدن قرار می‌گیرند. چیزی که بیش از همه در این نوع تبلیغات دارای اهمیت است، برانگیختن احساسات مخاطبان به واسطه روبه‌رو ساختن آن‌ها با واقعیتی بازسازی شده است و مخاطب را در شرایطی قرار می‌دهد که به‌عنوان یک ناجی با پیروی از دستورالعمل‌های خواسته‌شده جلوی بحران را بگیرد.



تصویر ۲. تبلیغات سازمان WWF با همکاری کوکاکولا در کانادا در حمایت از خرس‌های قطبی با نام ArcticHome (URL2)

اما همیشه واکنش مخاطب، نتیجه مطلوبی در پی نخواهد داشت و ممکن است گاهی نتیجه مشارکت مخاطب به شرایط زیست‌محیطی نامطلوبی منجر شود. در این حالت ممکن است مخاطب تحت تأثیر پیام تبلیغ از مشارکت و کنش فیزیکی خودداری کند. (تصویر ۳) ناگفته نماند که در بسیاری از پژوهش‌ها مرز میان تبلیغات مشارکتی و تعاملی نادیده گرفته می‌شود و همه آن‌ها در مقوله تبلیغات تعاملی گنجانده می‌شود، اما ما در این پژوهش به دلیل بررسی هر دو نوع تبلیغ از ترکیب تعاملی-مشارکتی استفاده کرده‌ایم.



تصویر ۳. تبلیغات شرکت Saatchi and Saatchi به سفارش سازمان زیست‌محیطی WWF
شعار تبلیغ: Save papers save the planet
(دستمال‌ها را صرفه‌جویی کنید تا از جنگل‌ها محافظت کنید) (URL4)

حضور یا کنش مخاطب کامل یا ساخته می‌شوند با توجه به نوع فعالیت مخاطب (بدون کنش، با کنش فیزیکی یا مجازی) و واسطه‌ها (رایانه، ماهواره، ماشین‌ها)، انواع متفاوتی از این دست هنرها تمیز داده شده‌اند؛ به دلیل ماهیت متفاوت تبلیغات نسبت به هنر، تمامی این تقسیم‌بندی‌ها در رابطه با تبلیغات مصداق نخواهد داشت؛ چرا که در هنرهای تعاملی-مشارکتی ممکن است نتیجه نهایی حدس‌زدنی نباشد، اما در تبلیغات، نوع کنش مخاطب، با توجه به پیام تبلیغ، برنامه‌ریزی شده است و برخلاف تولیدات هنری، نتیجه نهایی بر اساس کنش مخاطب حتماً حدس زده می‌شود و بر طبق برنامه پیش می‌رود؛ بنابراین ما از این تعاریف کمک گرفته و دو نوع تبلیغات تعاملی و تبلیغات مشارکتی را با توجه به فاکتور استفاده از واسطه رایانه‌محور و دیجیتالی و استفاده نکردن از آن در تبلیغات متمایز می‌کنیم. در نتیجه اگر در تبلیغی واسطه رایانه‌محور استفاده شود و از طریق آن، مخاطب با تبلیغ ارتباط برقرار کند، تبلیغ تعاملی و اگر این ارتباط بدون دخالت واسطه‌ای صورت پذیرد، تبلیغات مشارکتی است. نمونه‌ای از تبلیغات مشارکتی در تصویر (۱) مشاهده می‌شود.



تصویر ۱. تبلیغ مک دونالد سوئد، کیسه‌های جمع‌آوری قوطی برای دریافت رایگان محصولات مک دونالد (URL5)

واضح است که در هر دو نوع تبلیغات، واکنش و مشارکت مخاطب برای تکمیل پیام تبلیغ حائز اهمیت است. در تبلیغات تعاملی «هدف، طراحی یک فرایند مشارکت جویی برای مخاطب است که در جریان تعامل با تبلیغ به کشف عینی پیام دست یابد» (بزرگ‌زاده و امیرشاه‌کرمی، ۱۳۹۵: ۱۰۷). در واقع عنصر اصلی در تبلیغات تعاملی، مشارکت مخاطب در فرایند تبلیغ است؛ به این معنی که مخاطب از طریق یک رابط با تبلیغ تعامل می‌کند و بسته به نوع واکنش به رابط، تبلیغ تغییر می‌کند (همان: ۱۰۵). تصویر (۲) نمونه‌ای از تبلیغات تعاملی است که با همکاری کوکاکولا و سازمان حفاظت از محیط زیست دلبیودبلیوآف^{۲۷} و با هدف آگاه‌سازی مخاطبان از وضعیت پرخطر خرس‌های قطبی و

یافته‌ها:

در واقع در این نوع تبلیغات ردپای رخداد دیده می‌شود که چیزی از آن رخداد در سوژه هنری است.

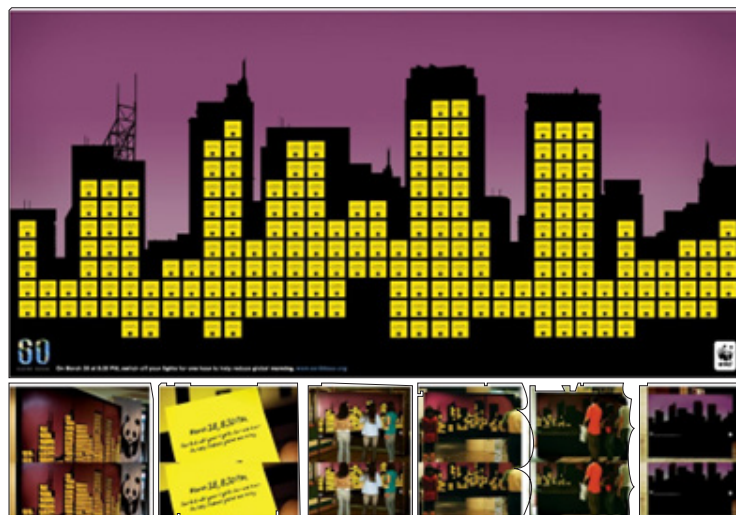
اما ویژگی دوم رخداد در تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست محیطی می‌تواند شرایطی باشد که در وضعیت کنونی وجود دارد و پیام تبلیغ سعی می‌کند در آن گسست ایجاد کند؛ برای مثال در تصویر (۱) عنوان تبلیغ بیان می‌کند که مک‌دونالد برای نحوه دریافت مبلغ محصولاتش، علاوه بر کارت اعتباری و پول نقد، از حالا قوطی‌ها را نیز می‌پذیرد. اینکه از این به بعد مک‌دونالد به شیوه‌ای غیر مرسوم، محصولاتش را به فروش می‌رساند، فارغ از اینکه چه نیتی در قبال تشویق مخاطبان برای استفاده از آن شیوه غیر مرسوم دارد، خود گسست در وضعیت موجود است. همچنین ویژگی سوم و چهارم رخداد نیز در تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست محیطی مشاهده می‌شود. انسان امروزی در وضعیتی قرار دارد که در پی آن دست به اعمال و رفتارهای مخرب محیط زیست می‌زند؛ از این رو عموماً در تبلیغات زیست محیطی پیام تبلیغ، به دنبال تشویق مخاطب به تغییر سبک زندگی وی و در نتیجه تغییر اعمال، عرف و قاعده مرسوم و ایجاد قواعد جدید است. (تصاویر ۱ و ۲ و ۳ و ۵) گفتنی است ویژگی پنجم رخداد نیز در این نوع تبلیغات به وضوح مشاهده می‌شود. رخداد یک تغییر واقعی است و در تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست محیطی نیز از مخاطب یک تغییر رفتار خواسته می‌شود که در صورت پذیرش و وفاداری او، این تغییر اجرایی می‌شود و حقیقت شکل می‌گیرد که در

تمامی نمونه‌های بررسی شده مشاهده می‌شود. اینک می‌توان دریافت که پیام تبلیغ در تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست محیطی می‌تواند ویژگی‌های رخداد را به عنوان ردپای رخداد داشته باشد و تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست محیطی می‌تواند یک بدن تازه باشد.

آنچه در تعاریف تبلیغات تعاملی و مشارکتی مطرح شد، نقش مخاطب و اهمیت آن در اجرای تبلیغ و تکمیل پیام تبلیغ است، عاملی که در فلسفه بدیو سوژه خوانده می‌شود. اینک برای پاسخ‌گویی به سؤالات تحقیق باید شرایط تولید حقیقت از منظر بدیو در تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست محیطی بررسی شود.

۱. رخداد در تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست محیطی

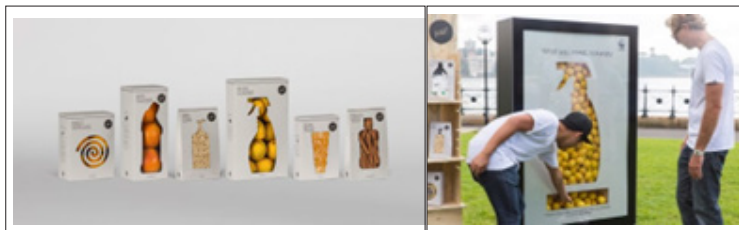
ویژگی‌های رخداد از آنچه پیش‌تر در رابطه با مفهوم رخداد در اندیشه بدیو گفته شد، روشن است: ۱. پیش‌بینی ناپذیری؛ ۲. ایجاد گسست در معرفت وضعیت؛ ۳. داشتن اعمال، قاعده و عرف خارج از وضعیت؛ ۴. خلق قواعد و معنای تازه؛ ۵. یک تغییر واقعی. اینک باید دید آیا این ویژگی‌ها به عنوان ردپای رخداد در تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست محیطی نمایان است یا خیر. همپ در مقایسه تبلیغات جدید و سنتی معتقد است ویژگی پیش‌بینی ناپذیری یکی از عواملی است که یک کار تبلیغاتی را متفاوت می‌کند. به اعتقاد او پیش‌بینی نکردن بر اساس ندانستن از قبل است (همپ، ۱۳۹۱: ۱۸). اینکه در مواجهه با تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست محیطی مخاطب نمی‌داند قرار است به فراخوانی دعوت شود و در پی آن عملی را انجام دهد یا از انجام عملی مخرب جلوگیری کند (تصویر ۴)؛ ویژگی‌ای که با رخداد در فلسفه بدیو مقارن می‌شود.



تصویر ۴. تبلیغ شرکت Leo Burnett Manila در فیلیپین به سفارش سازمان زیست محیطی WWF برای رویداد جهانی ساعت زمین (Earth Hour)

پیام تبلیغ بر روی برج‌هایی که مخاطبان از روی تبلیغ جدا می‌کنند نوشته شده است: ساعت ۸:۳۰ شب ۲۸ مارس یک ساعت برق‌ها را خاموش کنید تا از گرمایش جهانی جلوگیری کنید (URL1)

و این رفتار با ساختاری متفاوت از ساختار موجود بروز می‌یابد. گاه محصولی رسانه تبلیغ می‌شود که در پیام تبلیغ مصرف‌نکردن آن محصول نهفته است و سوژه را در وضعیتی آچمز شده قرار می‌دهد. (تصویر ۳)



تصویر ۵. کمپین جاست (Just)، شرکت Leo Burnett سیدنی به سفارش سازمان WWF تبلیغ جایگزینی مواد طبیعی با محصولات تمیزکننده خانه، محصولات مراقبتی پوست، حشره‌کش‌ها، دهان‌شویه‌ها و واکس و... (URL3)

اینجاست که وقتی مخاطب انتخاب می‌کند که سوژه شود و در عین نیاز به محصول از مصرف آن خودداری کند، یک تغییر واقعی را رقم زده است.

در نمونه‌ای دیگر (تصویر ۵) در تبلیغ کمپین جاست^{۲۸} در استرالیا که به سفارش سازمان حفاظت از محیط زیست دلبیودبلیوآف اجرا شده است، مخاطب در مواجهه با تبلیغ، با انواع مواد طبیعی و گاه خوراکی روبه‌رو می‌شود که این‌بار غیر از فواید همیشگی و معمولشان در خدمت سوژه قرار می‌گیرند. برای مثال، به مخاطب پیشنهاد می‌شود از دارچین برای ساخت دهان‌شویه استفاده و این ماده را جایگزین دهان‌شویه‌های صنعتی کند. زمانی که مخاطب این تغییر کوچک را برای نجات زمین می‌پذیرد در واقع اعلام بروز رخداد کرده است و زمانی که این پیشنهادها را در زندگی خود به کار بگیرد در واقع وفاداری خود به رخداد را ثابت می‌کند. حال با توجه به این تغییر، اگر مخاطب به سبک زندگی خود توجه کند و تمامی رفتارهای مخرب زیست‌محیطی خود را کنار بگذارد، او به کاوشی عمیق در پیامدهای رخداد دست زده است و این کاوش او را ملزم به تغییر سبک زندگی کرده است. در نهایت وقتی مخاطب از پوست لیمو محلول پاک‌کننده شیشه بسازد، او در ساختار وضعیت با توجه به قوانین رخداد تغییر ایجاد کرده است. همچنین سوژه‌ها در مواجهه با تبلیغ محدودیت ندارند و هر مخاطبی امکان سوژه شدن دارد. این ویژگی عام‌بودن سوژه احتمال گسترش حقیقت را افزایش می‌دهد. به علاوه تبلیغ‌کنندگان در تلاش‌اند مخاطبان بیشتری در مقابل تبلیغ قرار بگیرند تا سوژه‌گی به شکلی عام منتشر شود. در ارتباط با قوام‌یافتن سوژه و تقویم سوژه نیز رفتارهای وی بعد از پذیرش رخداد و میزان وفاداری وی تعیین‌کننده‌اند.

۳. حقیقت در تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست‌محیطی

پیش‌تر گفته شد که به‌زعم بدیو حقیقت ۱. تازه و بدیع است و در پیوند با خلاقیت است، ۲. جامعیت دارد، ۳. محصول عمل وفاداران است و ۴. ویژگی اجرایی دارد. با توجه به این ویژگی‌ها به نظر می‌رسد آنچه سبب رفتار سوژه در این نوع

۲. سوژه در تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست‌محیطی

می‌دانیم که فاعلیت در ارتباط با سوژه‌گی در فلسفه آلن بدیو حائز اهمیت است. سوژه باید ویژگی‌هایی داشته باشد که عبارت‌اند از: ۱. اعلام بروز رخداد، ۲. وفاداری به رخداد، ۳. کاوش در پیامدهای رخداد و ۴. تغییر ساختار وضعیت بر اساس قوانین رخداد. اینکه رخدادی در یک عرصه رخدادپذیر روی دهد کافی نیست، بلکه شناسایی و نام‌گذاری آن به‌عنوان رخدادی که تبعات ضمنی‌اش به ماهیت وضعیت مربوط می‌شود، توسط سوژه‌ای انسانی ضروری است. همچنین پیش‌تر گفته شد که بدیو سوژه هنری را نوعی فرایند خلق و آفرینش معرفی می‌کند که از طریق ردپا و بدن با رخداد و جهان هنری رابطه پیدا می‌کند؛ از این‌رو سوژه در تبلیغات به‌واسطه میان‌رشته‌ای بودن می‌تواند هم به مخاطب (به‌مثابه سوژه وفادار به رخداد برای تغییر در ساختار) و هم به تبلیغ (به‌مثابه اثر خلق‌شده حاوی فرم‌های نو) اشاره داشته باشد. در حالت دوم ردپای رخدادی که از خلأ وضعیت ناشی شده بود در متن و پیام تبلیغ مشاهده می‌شود و تبلیغ به‌عنوان یک بدن تازه با جهان ارتباط پیدا می‌کند؛ چرا که ایده‌ای جدید را بیان می‌کند که تاکنون مطرح نشده بود.

بنا به ویژگی‌های چهارگانه‌ای که ذکر شد، به نظر می‌رسد پذیرش پیام تبلیغ در تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست‌محیطی می‌تواند به نوعی اعلام رخداد از سوی مخاطب باشد. وفاداری به رخداد در گرو تغییر رفتار سوژه در قبال پیام تبلیغ است. گاه مخاطب با توجه به پیامدهای رخداد پا را فراتر نهاده و جنبه‌هایی دیگر از سبک زندگی خود را تغییر می‌دهد که به‌منزله کاوش در پیامدهای رخداد است و همچنین تغییر ساختار وضعیت بر اساس قوانین رخداد می‌تواند همان رفتاری باشد که در پی دریافت پیام تبلیغ، از سوژه سر می‌زند

تبلیغات می‌شود در واقع در روند تکرار امور وقفه می‌اندازد و همچنین تازه و بدیع است. سوژه در وضعیتی قرار می‌گیرد که منجر به تغییر رفتار وی می‌شود و این تغییر رفتار در نتیجه تغییر ساختار همیشگی و معمول رخ داده است. در واقع سوژه رخدادهای رفتاری خلق می‌کند که تاکنون در زندگی وی جایی نداشته است.

اگر مشتری مک‌دونالد همیشه از کارت اعتباری و پول نقد برای خرید محصولات مک‌دونالد استفاده می‌کرده است، اکنون می‌تواند همان محصولات را در ازای چند قوطی و بدون پرداخت هزینه تهیه کند (تصویر ۱) و این خلاقیتی است که در روند تکرار امور وقفه انداخته است. اتفاقی که در نتیجه عمل وفاداران می‌افتد و ویژگی اجرایی دارد. اگر سوژه در مقابل این تبلیغ، تنها به تماشا بنشیند، حقیقتی خلق نمی‌شود، بلکه حقیقت با اجرای عمل سوژه که بر حسب

اتفاق، ویژگی تعاملی یا مشارکتی بودن این نوع تبلیغات نیز است، تولید می‌شود.

مخاطب زمانی برای سوژه شدن کاندید می‌شود که یک پاکت را از محل تبلیغ جدا کند و وقتی به وقوع حقیقت کمک می‌کند که به رخدادهای وفادار بماند و قوطی‌ها را پس از جمع‌آوری برای دریافت محصولات مک‌دونالد به محل عرضه آن‌ها ببرد. گفتنی است حقیقت در این نوع تبلیغات جامعیت دارد و هر سوژه‌ای می‌تواند آن را خلق کند، چرا که اساساً موضوعات و دغدغه‌های زیست‌محیطی مخاطب عام دارند و در نتیجه، رفتار سوژه‌های وفادار می‌تواند به وسیله هر سوژه دیگری شکل بگیرد و تولید حقیقت کند. در جدول (۱) بررسی تمامی نمونه‌ها از منظر ویژگی‌های سوژه، رخداد و حقیقت مشاهده می‌شود.

جدول ۱. تطبیق ویژگی‌های سوژه، رخداد و حقیقت با ویژگی‌های نمونه‌های انتخابی (منبع: نگارندگان)

نمونه‌ها	رخداد	سوژه	حقیقت
تبلیغ مشارکتی برند مک‌دونالد تصویر ۱	غیر قابل پیش‌بینی بودن نحوه خرید محصولات/ ایجاد گسست در معرفت وضعیت موجود/ خارج از عرف بودن نحوه تهیه محصول/ ایجاد قواعد جدید.	اعلام رخداد با مشارکت سوژه/ وفاداری به رخداد در صورت تداوم رفتار سوژه/ انجام اعمال زیست‌محیطی مشابه در نتیجه کاوش پیاپی سوژه/ تغییر در ساختار وضعیت	حقیقت ناشی از این شیوه‌داد و ستد در پیوند با خلاقیت است/ جامعیت دارد/ هر انسانی می‌تواند از قوانین آن پیروی کند/ این حقیقت محصول عمل وفاداران است/ ویژگی اجرایی دارد.
تبلیغ تعاملی WWF و کوکاکولا تصویر ۲	در نتیجه افزایش آگاهی سوژه گسست در وضع موجود ایجاد می‌شود/ این رخداد قواعد جدیدی برای کم کردن این مضرات خلق می‌کند.	تغییر رفتار و سبک زندگی سوژه در نتیجه تعامل با تبلیغ/ تغییر دیگر رفتارهای مخرب سوژه با وفاداری به قواعد جدید/ تغییر در ساختار وضعیت زیست‌محیطی جدید.	خلق حقیقت جدید در نتیجه رفتارهای جدید انسانی/ امکان پیروی تمام انسان‌ها از این حقیقت/ محصول اعمال وفاداران به رخداد حقیقت/ ویژگی اجرایی دارد.
تبلیغ مشارکتی سازمان WWF تصویر ۳	مواجهه مستقیم با نتیجه مصرف بی‌رویهی دستمال رخدادی غیر قابل پیش‌بینی برای مخاطب/ گسست و وقفه در وضعیت مصرف دستمال و در نتیجه ذخایر جنگلی در نتیجه تأثیر این تبلیغ/ ایجاد قواعد جدید در نتیجهی تصمیم برای حذف دستمال.	اعلام بروز رخداد از طریق اجتناب از مصرف/ وفاداری در نتیجهی تداوم این رفتار/ تغییر در ساختار وضعیت در نتیجهی حذف دیگر لوازم یکبار مصرف.	استفاده از روش‌های جایگزین برای کاهش مصرف بی‌رویهی دستمال و دیگر اقلام یک بار مصرف حقیقتی تازه و بدیع است/ عمومیت دارد/ محصول عمل وفاداران است.
تبلیغ مشارکتی سازمان WWF تصویر ۴	رخدادی غیر قابل پیش‌بینی در نتیجهی مواجهه با رویدادی نمادین با درخواست یک ساعت زندگی بدون برق/ ایجاد قواعدی تازه در نتیجهی تأثیر تبلیغ در جهت کاهش مصرف برق.	اعلام رخداد از طریق کندن برچسب تبلیغ/ وفاداری سوژه از طریق پایبندی به پیام تبلیغ/ تغییر در ساختار وضعیت در نتیجهی کاوش در پیامدهای رخداد توسط سوژه و اصلاح رفتارهای غلط	خلق شیوه‌های تازه برای کاهش مصرف و در نتیجه خلق حقیقتی نو/ خلق حقیقتی نو در نتیجهی قطعی تمام برق‌ها در مدت زمان اجرای رویداد/ حقیقت قابل اجرا برای همه مخاطبین.
تبلیغ مشارکتی سازمان WWF تصویر ۵	غیر قابل پیش‌بینی بودن رخداد در نتیجه مواجهه مخاطب با پیامی مبنی بر استفادهی لیمو به جای شیشه پاک‌کن/ گسست در معرفت وضعیت در نتیجهی رفتار تغییر یافته/ خلق قواعد جدید.	اعلام بروز رخداد در نتیجهی آگاهی مخاطب از تأثیر مواد شیمیایی/ وفاداری به رخداد در نتیجهی تغییر سبک زندگی/ تغییر در سبک زندگی در نتیجهی حساسیت سوژه به پیامدهای رخداد و کاوش در آن/ تغییر چشمگیر در ساختار وضعیت.	حقیقت خلق شده نو و بدیع است/ پیوند با خلاقیت در استفاده از شیوه‌های کم‌خطر زندگی/ جامعیت و عمومیت داشتن حقیقت/ محصول عمل وفاداران است/ ویژگی اجرایی دارد.

نتیجه‌گیری

سوژه در دستگاه فکری بدیو از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ چرا که در تمامی عرصه‌های تولید حقیقت (علم، سیاست، هنر و عشق) این سوژه‌ها هستند که با وفاداری به رخدادها قوام می‌یابند و در نهایت با اعمال خود حقیقت را خلق می‌کنند. همین اهمیت سوژه‌های انسانی در عرصه‌های تولید حقیقت، اهمیت رسانه‌های تعاملی و مشارکتی نوین را دوچندان می‌کند. این رسانه‌های نوین و به‌ویژه تبلیغات تعاملی - مشارکتی به دلیل وارد کردن مخاطب به فضای متن، وی را وارد ارتباطی دو سویه می‌کنند و برخلاف تبلیغات سنتی تکمیل پیام تبلیغ را به عهده مخاطب می‌گذارند. تبلیغات تعاملی - مشارکتی اگر حامل پیام‌هایی باشد که پیامد عمل به آن‌ها به نوعی شکاف و گسست در وضعیت موجود ایجاد کند، رخداد اتفاق می‌افتد و در نهایت اگر سوژه‌ها رخداد را بپذیرند و طبق قوانین رخداد در جهت تغییر ساختار موجود برآیند، حقیقت شکل می‌گیرد. در واقع با توجه به عقیده بدیو می‌توان نتیجه گرفت آن دسته از تبلیغاتی که علاوه بر ترویج مصرف‌گرایی، قواعد و قوانین دولت‌ها را بر هم می‌زنند، تبلیغات راستین محسوب می‌شوند. تبلیغاتی که گاه مخاطب را به عدم مصرف محصولات صنعتی و مصرف‌گرایی تشویق می‌کند. از این جهت آن دسته از تبلیغات تعاملی - مشارکتی که دغدغه‌های فرهنگی نادیده گرفته شده در سیاست‌های اقتصادی را ترویج می‌کنند، تبلیغات راستین‌اند. تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست‌محیطی فرهنگی را ترویج می‌کند که مخاطب را برخلاف سیاست‌های اقتصادی دولت‌ها، به مصرف‌نکردن تولیدات صنعتی وامی‌دارد. همچنین بنا به ویژگی جهان‌شمول بودن حقیقت در اندیشه بدیو، سوژه‌های این نوع تبلیغات نیز عام‌اند و هر انسانی در مواجهه با رخداد تبلیغات، می‌تواند به گسترش هر چه بیشتر حقیقت کمک کند؛ چرا که مسائل زیست‌محیطی در پیوند با تمامی اقشار یک جامعه‌اند. در حالی که در انواع دیگر تبلیغات ممکن است مخاطبان خاصی، هدف دریافت پیام قرار بگیرند. بحث مهم دیگری که در رابطه با سوژه‌های تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست‌محیطی از منظر گفتمان آلن بدیو اهمیت دارد، وفاداری به رخداد و انجام اعمال وفادارانه است. در اندیشه بدیو تولید حقیقت در گروی انجام عملی از سوی سوژه وفادار است. از طرفی گاه در تبلیغات تعاملی - مشارکتی زیست‌محیطی، خود محصول، رسانه‌ای برای تبلیغ می‌شود و

اتفاقاً پیام تبلیغ، مخاطب را تشویق به مصرف‌نکردن محصول می‌کند. اینجا مخاطب در آزمون سختی قرار می‌گیرد و سوژه‌ای وفادار محسوب می‌شود که در عین دسترسی به محصول، از استفاده آن در جهت حفظ محیط زیست بپرهیزد. این تنها جایی است که امکانی جهت استفاده و راحتی مخاطب در اختیار وی قرار می‌گیرد، اما تبلیغات از او تقاضای استفاده‌نکردن از محصول را دارد. در واقع سوژه‌های تبلیغات زیست‌محیطی، سوژه‌های راستینی‌اند که برخلاف جریان مصرف‌گرایی دنیای معاصر حرکت می‌کنند.

پی‌نوشت

1. Alain Badiou
2. Truth
3. Situation
4. Void
5. Event
6. Subject
7. Fidelity
8. performance
9. subjective
10. Clint Burnham
11. Katarina Peović Vuković
12. New Media as Event
13. Heidegger
14. Žižek
15. Deleuze
16. Universality
17. The Event of Truth
www.egs.edu: قابل دسترسی در سایت
18. Knowledge
19. Count as one
20. State of Situation
21. Representation
22. Eventual Site
23. The unknown
24. Objective
25. Performative
26. Badiou, Alain. The Subject of Art, Transcript by Lydia Kerr, The Symptom, Online Journal for Lacan.com.
27. World Wildlife Fund (WWF)
اولین و بزرگ‌ترین سازمان محافظت از محیط زیست در جهان
28. Just

منابع

اسفندیار، علی (۱۳۹۸) «جایگاه‌شناسی مخاطب امروزین در تبلیغ تعاملی با تأکید بر هویت مخاطب تجاری و دینی»، **فرهنگ پژوهش (ویژه علوم اجتماعی)**، ۱۲ (۳۸)، ۷۵-۹۷. اسمعیل زاده برزی، علیرضا (۱۳۹۱) «آلن بدیو و انکار جایگاه تفسیر در نسبت میان فلسفه و هنر»، **کیمیای هنر**، ۱ (۴)، ۷۵-۸۶.

_____ (۱۳۹۹) «ارزیابی جایگاه هنر به عنوان شرط فلسفه آلن بدیو»، فلسفه، ۴۸ (۱)، ۱-۲۰.

بدیو، آلن (۱۳۸۷) **اخلاق؛ رساله‌ای در ادراک شر**، ترجمه باوندی‌پور، تهران: چشمه.

_____ (۱۳۸۸) **فلسفه، سیاست، هنر، عشق**، ترجمه مراد فرهادپور، صالح نجفی و علی عباس بیگی، تهران: رخدادنو.

بزرگ‌زاده، زهرا؛ امیرشاه‌کرمی، سیدنجم‌الدین (۱۳۹۵) «گسترش فراگیری تبلیغ تعاملی و ساختار فرایند ارتباطی آن با مخاطب»، **هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی**، ۲۲ (۴)، ۱۰۱-۱۱۴.

بن سعید، دانیل (۱۳۹۵) «آلن بدیو و معجزه رخداد»، **در دفاع از مارکسیزم**، ترجمه مریم بنایی و هوشنگ سپهر، ۲۳۹-۲۷۵.

پرنروش، پوریا (۱۳۹۷) **رخداد، سوژه و حقیقت در اندیشه سیاسی آلن بدیو**، تهران: تیسرا.

جهانگیری، سارا؛ امامی‌فر، سید نظام‌الدین (۱۳۹۶) «تحلیل تبلیغات تعاملی و تأثیر آن بر تبلیغات فرهنگی»، کنفرانس ملی رویکردهای نوین علوم انسانی در قرن ۲۱، رشت.

رسولی‌پور، سمیه؛ امامی‌فر، سید نظام‌الدین (۱۳۹۸) «مطالعه ترفندهای اجرایی تبلیغات تجاری با تأکید بر هنر تعاملی در سال‌های ۲۰۰۷-۲۰۱۷»، **رسانه**، ۱۴ (۱)، ۵۰-۷۴.

زارع مهذبیه، محبوبه؛ ناصری، منصور (۱۳۹۶) «تبلیغات تعاملی در رسانه‌های نوین»، کنفرانس پژوهش‌های نوین ایران و جهان در مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم انسانی، دانشگاه دولتی علمی کاربردی شوشتر، شیراز.

شیدا، مجتبی (۱۳۹۵) «رخداد تئاتر در فلسفه آلن بدیو»، **جستارهای فلسفی**، ۱۲ (۳۰)، ۱۴۷-۱۷۰.

صالحی، سودابه؛ حصارکی، یلدا (۱۳۹۵) «تبلیغات محیطی تعاملی در عصر دیجیتال»، **حرفه هنرمند**، ۶۲ (۶)، ۸۶-۹۷.

طاهری، محبوبه؛ رهبرنیا، زهرا (۱۳۹۷) «رسانه هنر تعاملی در تبلیغات خدمات عمومی در گفتمان پسا مدرن»، **رسانه**، ۱۳ (۱)، ۹۳-۱۱۳.

قادری، عرفان؛ مراشی، محسن (۱۳۹۳) «پژوهشی در تعریف و تحدید انواع هنرهای مشارکتی تعاملی»، **رسانه**، ۹ (۱)، ۸۸-۱۱۲.

موسوی‌لر، اشرف السادات؛ خبیری، فروغ (۱۳۹۸) «بررسی تحول ادراک در رسانه‌های هنری جدید از نگاه پدیدارشناسی مرلوپونتی»، **جلوه هنر**، ۱۱ (۳)، ۶۵-۷۴.

مهریزی ثانی، سمیه؛ محمودی، حسن (۱۳۹۴) «فرایند ارتباط با مخاطب در تابلوهای تبلیغاتی تعاملی بر اساس مدل سلسله

مراتبی آیداز (مطالعه موردی کمپین محیطی مک دونالد)»، نخستین کنفرانس ملی تبلیغات محیطی در ایران، تهران. _____ (۱۳۹۴) «فرایند ارتباط با مخاطب در تبلیغات

آموزش فرهنگ شهروندی از طریق رسانه‌های محیطی تعاملی بر اساس مدل داگمار (مطالعه پنج کمپین تبلیغاتی شاخص جهان)»، دومین همایش بین‌المللی مدیریت رسانه، تهران.

همپ، تام (۱۳۹۱) **تبلیغات مرده است، زنده باد تبلیغات**، ترجمه آرمینه آواک قهرمانی، تهران: فرهنگ‌سرای میردشتی.

همتی‌وینه، مسعود؛ خزایی، محمد؛ حاتم، محمد (۱۳۹۹) «کاربرد گرافیک تعاملی شهرها با نگاه به نظریه‌های جان فیسک (با رویکرد فرهنگ توسعه محیط زیست)»، **مبانی نظری هنرهای تجسمی**، ۱۰ (۱)، ۸۱-۹۷.

References

- Badiou, Alain (2003). Beyond Formalisation an interview by Peter Hallward, Trans, Bruno Bosteels and Alberto Toscano, *ANGELAKY*, Vol.8, No.2, PP.111-136.
- Badiou, Alain (2005a). *Handbook of Inaesthetics*, Trans, Alberto Toscano, Stanford: Stanford University Press.
- Badiou, Alain (2005b). *Being and Event*, Trans, Oliver Feltham, London: continuum.
- Badiou, A. (2008). *Ethics (an essay on the understanding of evil)*, Trans, Bavand Behpour, Tehran: Cheshmeh Pub. (Text in Persian).
- Badiou, Alain (2008). *Conditions*, Trans, Steve Corcoran, London: continuum.
- Badiou, A. (2009). *Philosophy- Politics- Art- Love*, Trans, Morad Farhadpour, Saleh Najafi, Ali Abbasbeygi, Tehran: Rokhdad-e-no. (Text in Persian).
- Badiou, Alain (2009). *Logics of the worlds*, Trans, Alberto Toscano, London: Continuum.
- Bensaed, D. (2016). Badiou And Miracle of Event. Trans, Maryam Banaei, Hoshang Sepehr. *DAR DEFA AZ MARKSISM*, 3, 239-275. (Text in Persian).
- Bozorgzadeh, Z., Amirsahkarami, S. N. (2018). The omnipresent increase of interactive advertising and the structure of its communicational process with the audience. *HONAR-HA-YE-ZIBA*, 22, 101-114. (Text in Persian).
- Burnham, C, Peovi Vukovi, K (2017). New Media as Event, *SYNTHESIS PHILOSOPHICA* 63, pp. (139-153).
- Esmaeilzadeh barzi, A. (2020). The Evaluation of Art's Status as a Condition of Alain Badiou's philosophy. *Falsafeh*, 48 (1), 1-20. (Text in Persian).
- Hemmati Vineh, M., Khazaei, M., Hatam, GH. (2020). The Application of Contemporary Interactive Graphics in the Cities through Studying "John Fiske" Theories (Approach: Environmental

URL(s)

URL1: https://www.adsoftheworld.com/media/ambient/wwf_earth_hour_stickies

URL2: <https://www.behance.net/gallery/15519469/Coca-Cola-Arctic-Home>

URL3: <https://campaignbrief.com/wwf-australia-goes-back-to-bas/>

URL4: <http://inhabitat.com/world-wildlife-federation-super-smart-eco-ad-campaigns/>

URL5: <http://www.trendhunter.com/trends/recycled-cans>

- Development Culture). *Scholarly Journal of Theoretical Principles of Visual Arts*. 10, 81-97. (Text in Persian).
- Himpe, T. (2013). *Advertising is dead: long live advertising*, Trans, Arminch Avak Ghahramani. Tehran: Fahangsara-Ye-Mirdashti. (Text in Persian).
- Ismaeilzadeie Barzi, A. (2012). Denying the Role of Interpretation in relation to philosophy and Art in Alain Badiou's Thought. *Kimiya-ye-Honar*, 4 (1), 75-86. (Text in Persian).
- Jahangiri, s., Emamifar, S. N. (2017). Analysis of Interactive Advertising and Effect of That on Cultural Advertising, National Conference on New Approaches to the Humanities in the 21st Century, Rasht. (Text in Persian).
- Mehrizi Sani, S., Mahmoudi, H. (2015). Process of Communication with Audience in Interactive Advertising Boards Based on AIDAS Hierarchical Model (Case Study: Environmental Campaign of Macdonald). Conference on Outdoor Advertising, Tehran. (Text in Persian).
- Mehrizi Sani, S., Mahmoudi, H. (2015). Process of Communication with Audience in Advertising of Education of Citizenship Culture Through Interactive Environmental Media Based on Dagmar Model (Study of Five World-Leading Advertising Campaigns), Second International Conference of Management of Media, Tehran. (Text in Persian).
- Mousavilar, A., Khabiri, F. (2019). The Analysis of the Evolution of Perception in New Art Media by the Phenomenological Approach of Merleau-Ponty. *Glory of Art (Jelve-Y-Honar)*, 11 (3), 65-74. (Text in Persian).
- Parandosh, P. (2018). *Event, Subject and Truth in Badiou's Politics Idea*. Tehran: Teesa. (Text in Persian).
- Qaderi, E., Marasy, M. (2014). A Study on How to define and Draw Distinctions between Various Types of Participation/Interactive-based Arts. *Global Media Journal*. 9 (1), 88-112. (Text in Persian).
- Rasoulipour, S., Emamifar, S. N. (2019). Studying Commercial Advertising Executive Tricks with an Emphasis on Interactive Art in 2000 – 2017. *Global Media Journal*. 14 (1), 50-74. (Text in Persian).
- Salehi, S., Hesarakhi, Y. (2016). Environmental Interactive Advertising in Digital Age. *HERFEH-HONARMAND*. 62, 86-97. (Text in Persian).
- Sfandiyar, A. (2020). The position of today's audience in interactive advertising with emphasis on the identity of the business and religious audience. *Social Cultural Communicational*, 38, 75-98. (Text in Persian).
- Sheyda, M. (2017). Theatrical Event in Alain Badiou's Philosophy. *Philosophical Investigations*, 13 (2), 147-170. (Text in Persian).
- Taheri, M., Rahbarnia, Z. (2018). The Medium of Interactive Art in Public Service Advertisements from the Perspective of Postmodernist Discourse. *Global Media Journal*. 13 (1). 93-113. (Text in Persian).
- Zare Mohazabiyeh, M., Naseri, M. (2017). Interactive Advertising in New Media. First Conference of Iran & World New Researches in Management,



فصلنامه علمی دانشگاه الزهراء (س) زمینه انتشار: هنر
سال ۱۴، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۱
مقاله پژوهشی، ۶۲-۴۸
<http://jjh.jor.alzahra.ac.ir>

بیش متن‌های نگاره «ولادت غازان خان» در دو نسخه از جامع التواریخ مصور دوره بابری هند (قرن ۱۶م)^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۱۶

لیلا حقیقت جو^۲

یعقوب آژند^۳

فاطمه شاهرودی^۴

چکیده

دوره اکبر شاه بابری (قرن دهم قمری) یکی از شکوفاترین دوره‌های تاریخی هند به شمار می‌رود که شاهد خلق نسخ خطی ادبی-تاریخی متعددی بوده است. هنرمندان درباری بسیاری از این نگاره‌ها را با اقتباس از آثار هنری ایرانی خلق کرده‌اند. از میان این آثار، می‌توان به دو نسخه مصور از جامع التواریخ اشاره کرد که حاصل این دوره است. یکی از نگاره‌های مصور شده این دو نسخه، با موضوع «ولادت غازان خان» بوده و دارای یک پیش‌متن دوره تیموری است. هدف از پژوهش حاضر مطالعه چگونگی ارتباط میان دواثر یادشده و نگاره ولادت غازان خان (پیش‌متن) در جامع التواریخ نسخه پاریس (دوره تیموری) است. در این مقاله تلاش شد تا به این پرسش پاسخ داده شود که شکل روابط برگرفتگی در آثار نقاشی بررسی شده چگونه تبیین می‌شود و در فرایند اقتباس این آثار از نگاره نسخه پاریس چه تغییراتی صورت پذیرفته است؟ این نوشتار به روش توصیفی تحلیلی و با استفاده از رویکرد بیش‌متنیت انجام شده است. گردآوری داده‌ها برآمده از مطالعات کتابخانه‌ای و وبگاه‌های اینترنتی انجام شده است. بررسی‌های این مقاله نشان می‌دهد که ارتباط بین بیش‌متن‌ها و پیش‌متن از نوع در زمانی و بینا فرهنگی بوده و متن‌های پسین یعنی هر دو نگاره نسخه رامپور و نگاره موزه وورستر با تغییر و تراکونگی در پیش‌متن خلق شده‌اند. البته فرایند اقتباس در دواثر منتخب به یک صورت نبوده و علی‌رغم وجود تغییرات بسیاری، چون تغییرات فرهنگی، نشانه‌ای و زمانی، هم‌راستا بوده و انتقال فرهنگی-هنری رانیز در پی داشته است.

واژه‌های کلیدی: بیش‌متنیت، ولادت غازان خان، دوره بابری، جامع التواریخ، نگارگری هند.

1-DOI: 10.22051/JJH.2022.40003.1782

این مقاله برگرفته از رساله دکتری لیلا حقیقت جو با عنوان: "مطالعه تطبیقی و تحلیلی نسخه خطی جامع التواریخ کاخ گلستان (گورگانی هند، ابتدای قرن یازدهم هجری قمری) و نسخه جامع التواریخ کتابخانه رامپور هند (قرن نهم تا یازدهم، ایران و هند) با رویکرد تحلیل انتقادی گفتمان" است.

۲- دانشجوی دکتری مطالعه تاریخ تطبیقی و تحلیلی هنر اسلامی، دانشکده هنر، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران. leilahagh110@gmail.com

۳- استاد گروه ارتباطات تصویری و عکاسی، دانشکده هنرهای تجسمی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران، نویسنده مسئول. yazhand@ut.ac.ir

۴- استادیار گروه پژوهش هنر، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران. pajooreshonar@yahoo.com

مقدمه

فرهنگ و هنر هند از دیرباز با هنر ایرانی ارتباطات بسیاری داشته است، به طور اخص در دوره بابر (۱۲۷۴-۹۴۲ق)، به دلیل علاقه و ارتباطات گسترده شاهان بابر به ویژه همایون و اکبر شاه با دربار صفوی، تأثیرات نگارگری ایرانی در نگارگری این دوره بسیار است. در این دوره با حمایت اکبر شاه و حضور استادان ایرانی در نقاش خانه سلطنتی، نقاشی بابر متحول شد و پس از ترجمه نسخ ادبی از عربی و سانسکریت به فارسی، نقاشان سلطنتی آن ها را به تصویر کشیدند. در این دوره علاوه بر حضور هنرمندان ایرانی در نقاش خانه سلطنتی، نسخ و نقاشی های بسیاری از ایران به هند برده شد و همین امر سبب تأثیر پذیری و اقتباس بسیاری از نقاشی ایرانی را فراهم آورد. علاوه بر مصورسازی کتب ادبی، اکبر شاه علاقه خاصی به مصورسازی متون تاریخی نیز داشت که همین امر سبب خلق این گونه نسخ شد. از آن جمله می توان جامع التواریخ یا «تاریخ مبارک غازانی» را نام برد. به دلیل اهمیتی که این نسخه از جامع التواریخ برای اکبر شاه داشت در دو سال متوالی، دو نسخه از جامع التواریخ در خلال سال های ۱۰۰۴ ق (جامع التواریخ نسخه رامپور) و ۱۰۰۵ ق (جامع التواریخ نسخه کاخ گلستان) به امر او خلق شدند. این دو نسخه بخشی از جامع التواریخ است که با نام «تاریخ مبارک غازانی» مشهور است. موضوعات این اثر دربردارنده بخش عمده ای از زندگی ایلخانان، به ویژه به غازان خان است؛ لذا به دلیل اهمیت دو نسخه و همچنین ارتباط آشکاری که میان تصویرسازی برخی نگاره ها به ویژه در نسخه رامپور دیده می شود، تلاش شده است تا روابط بین متون مطالعه شود؛ از این رو، در این پژوهش صحنه «ولادت غازان خان» بررسی شده است. این مقاله درصداست، چگونگی ارتباط و تعامل میان متن های بحث شده و همچنین ریشه و منبع آن با رویکردی بیش متنی را بررسی کند.

روش پژوهش

مقاله حاضر از دیدگاه هدف، بنیادی و به لحاظ تجزیه و تحلیل داده ها، کیفی است. همچنین این پژوهش بر اساس ماهیت به صورت توصیفی تحلیلی

انجام شده است. روش گردآوری اطلاعات اسنادی، با استفاده از کتاب ها، مقالات و منابع اینترنتی بوده است. در تحلیل محتوا از نظریات بیش متنی ژرار ژنت جهت تطبیق دو نگاره با موضوع «ولادت غازان خان» بهره برده شد. این دو نگاره، به دو نسخه جامع التواریخ مصور در دوره اکبر شاه متعلق است که در نقاش خانه سلطنتی وی در خلال سال های ۱۰۰۴ و ۱۰۰۵ ق مصورسازی شده اند. این دو نگاره ملهم از نگاره «ولادت غازان خان» در نسخه جامع التواریخ پاریس کار شده اند. وجه اشتراک این آثار پیش متن نوشتاری- کلامی جامع التواریخ و همچنین پیش متن تصویری نگاره نسخه پاریس است. در این روند، تفاوت ها و اشتراکات، نحوه تعاملات و میزان برگرفتنی های این دو اثر از نگاره «ولادت غازان خان» نسخه پاریس بیان و ابداعات هنرمندان بابر به تفکیک بررسی و تحلیل شده است.

پیشینه پژوهش

در خصوص نسخه جامع التواریخ و دیدگاه ترامتنیت می توان به پژوهش حقیقت جو و دیگران با عنوان «تجلی دین الهی اکبر شاه بابر در مصورسازی متون تاریخی؛ مطالعه موردی: تطبیق جامع التواریخ نسخه کاخ گلستان و نسخه کتابخانه رامپور هند» (۱۴۰۰) اشاره کرد. این مقاله پس از تشریح «دین الهی» اکبر شاهی به تبعات اجتماعی و سیاسی آن در جامعه هند دوره گورکانی اشاره کرده و تأثیر آن را در مصورسازی نسخ خطی این دوره با مطالعه موردی بر روی جامع التواریخ نسخه رامپور و کاخ گلستان بررسی کرده است. مقاله مذکور انواع برگرفتنی ها و اقتباس های هنری در دو نگاره از نسخ مصور یاد شده را بیان کرده است.

همچنین مقاله «الحاقات بابر در جامع التواریخ رامپور» (۲۰۱۲) نوشته ییل رایس دخل و تصرفات هنرمندان بابر در تصویرسازی نسخه رامپور را تشریح کرده است. مقاله دیگری با عنوان «معراج سلطان محمد و برگرفتنی آن در سه نقاشی معاصر ایران با رویکرد بیش متنی ژنت» (۱۳۹۹) نوشته منیژه کنگرانی فراهانی سه اثر معاصر را با موضوع معراج از نگاره معراج سلطان محمد تبریزی بررسی

کرده است و میزان تعاملات و برگرفتنی های این سه اثر را از نگاره یادشده تحلیل کرده است. نتایج این پژوهش نشان می دهد که چگونه هنرمندان معاصر با ایجاد تغییرات روایی، نشانه ای در پیش متن نقاشی سلطان محمد توانسته اند یک اثر معاصر خلق کنند.

نوروزی و نامور مطلق در مقاله خود با عنوان «خوانش بیش متنی چهار اثر برگزیده تصویرسازی کلودیا پالماروسی با پیش متن هایی از نقاشی ایرانی» (۱۳۹۷) برگرفتنی های بینا فرهنگی تصویرسازی های کلودیا پالماروسی، هنرمند ایتالیایی، با الهام از نگاره های کمال الدین بهزاد را توضیح داده و نشان داده اند که چگونه یک هنرمند اروپایی با ایجاد تغییرات فرهنگی، روایی، نشانه ای و زمانی در پیش متن های نگارگری ایرانی توانسته یک اقتباس و انتقال فرهنگی را به خوبی در آثارش نشان دهد.

مقاله دیگر متعلق است به کنگرانی و دیگران با عنوان «برگرفتنی های نقاشی معاصر ایران از نگاره گریز یوسف از زلیخا» (۱۳۹۸) که در این پژوهش گونه های بیش متنی تصاویر تحلیل و ارتباط هنر سنتی و هنر معاصر ایران بررسی شده است. همچنین یزدان پناه و دیگران نیز در مقاله «خوانش ترامتنی چهار اثر از هنرمند معاصر آیدین آغداشلو» (۱۳۹۸) پرتره فتحعلی شاه در چهار اثر آغداشلو را مقایسه و با استفاده از ترامتنیت ژنت آثار این هنرمند را بررسی کرده اند.

از جمله کتاب هایی که به طور مستقل در خصوص بینامتنیت و ترامتنیت نوشته شده است می توان به اثر گراهام آلن با عنوان بینامتنیت (۱۳۸۸) اشاره کرد. این کتاب نظریه بینامتنیت و رویکردهای آن از جمله ترامتنیت ژنت و اقسام پنج گانه آن را معرفی کرده است. همچنین ژنت در کتاب پالیمسست؛ ادبیات در درجه دوم (۱۹۸۷) سه گونه از ترامتنیت را بررسی کرده است. این کتاب، علاوه بر مباحث بیش متنی و گونه شناسی آن، به برگرفتنی های ادبیات و تئاتر نیز اشاره کرده است. همچنین می توان به دو کتاب تألیفی نامور مطلق با عنوان در آمدی بر بینامتنیت، نظریه ها و رویکردها (۱۳۹۰) و بینامتنیت از ساختارگرایی تا پسامدرنیسم نظریه ها و کاربردها (۱۳۹۵) اشاره کرد. در این کتاب ضمن تبیین مباحث بینامتنیت، به

گونه شناسی ترامتنیت نیز توجه شده است. با مروری بر موارد یادشده و دیگر پژوهش هایی که با اتکا به آراء ژنت متون هنری را تحلیل کرده اند، در مقاله حاضر تلاش شد تا علاوه بر رابطه بیش متنی، به انتقال فرهنگ و معنای نهفته در خلق اثر نیز توجه شود.

چارچوب نظری

ژرار ژنت، نظریه پرداز و نشانه شناس ادبی فرانسوی است که از زمره جریان سازهای برجسته حرکت های فکری ساختارگرایانه به شمار می رود. وی در ده ۱۹۶۰ تحقیقات متعددی در بسط نظریه های ساختارگرایانه فردینان دو سوسور در زبان شناسی و کلود لوی-استروس در انسان شناسی انجام داد. عمده شهرت و تأثیرگذاری او به مطالعه ساختارگرایانه از روایت برمی گردد که یکی از چارچوب های جامع تحلیل متون روایی است. ژنت با بهره گیری از نظریات کریستوا هر نوع رابطه میان دو متن را با عنوان ترامتنیت نام نهاد و آن را به پنج دسته تقسیم کرد.

«در نظر کریستوا هر متنی در حقیقت یک «بینامتن» است، یعنی جایگاهی است از تلاقی متن هایی به شمار دیگر، حتی متن هایی که در آینده نوشته خواهند شد [...] ژرار ژنت از دیدی ساختارگرایانه به روابط بینامتنی نگریسته و آن را یکی از اقسام پنج گانه ترامتنیت می داند که این پنج دسته عبارت اند از: بینامتنی، پیرامتنیت، فرامتنیت، سرمتنیت و بیش متنی» (نامور مطلق، ۱۳۸۸: ۹۸). «هیچ گفته ای نیست مگر اینکه از گفته دیگری برگرفته باشد و هیچ قوی نیست مگر اینکه خود نقل قول دیگری باشد و هیچ نقشی خلق نمی شود مگر اینکه آینه ای برای بازتاب نقش دیگری باشد، [...] یک متن وارث تمام متن های پیش از خود است. در این خصوص تجربه متن ها در واقع تجربه تمام جهان نشانه ای انسان است» (نامور مطلق، ۱۳۹۴: ۹۶).

بر اساس نظریه پیش متنی ژنت، هر متنی که بر اساس متن دیگری به وجود آید، در حوزه مطالعات پیش متنی قرار خواهد گرفت و در نتیجه رابطه این دو متن بر اساس برگرفتنی و الهام استوار خواهد بود. ژنت در این زمینه می نویسد هر رابطه ای که موجب پیوند یک متن (ب) با یک پیش متن (الف)

باشد، چنان‌که این پیوند تفسیری نباشد؛ بنابراین، بیش‌متنیت، رابطه‌ای میان یک متن با متن دیگری را نشان می‌دهد که از آن برگرفته شده است. در این برگرفتنی متن پسین دگرگون، تعدیل، تشریح یا گسترده‌شده متن اول است (نامور مطلق، ۱۳۸۷: ۱۳۱).

وی در روابط بینامتنی در بیش‌متنیت، دو حالت کلی را مطرح کرده است: اول تقلید یا همان‌گونی که در این حالت بیش‌متن (متن نهایی) به‌طور کامل یا قسمتی از آن از پیش‌متن (متن اول) گرفته شده است. در واقع تغییراتی در آن صورت نگرفته یا بسیار اندک است و به اصطلاح کپی‌برداری یا تقلید رخ داده است؛ دوم تغییر و دگرگونی یا تراگونگی است که این حالت معمولاً در مراحل تبدیل از یک نظام نشانه‌ای به نظامی دیگر اتفاق می‌افتد و به لحاظ مضمونی، موضوعی و تغییر در ساختار نیازمند بررسی است. البته نظر کریستوا و ریفاتر به عنوان بنیان‌گذاران و نظریه‌پردازان پیش از «ژنت»، متفاوت از وی است و شرایط پیش‌متنی را از آن جهت پذیرفته‌اند که به نقد متن نزدیک خواهد شد و متن را این‌گونه تعریف می‌کنند که «متن یک واحد بسته و مستقل است، یعنی معناپردازی خود را در یک فرایند درونی (بینامتنی) به دست می‌آورد» (نامور مطلق، ۱۳۹۴: ۳۵۶).

در نهایت بینامتنیت را فرایند یا نیرویی ارتباط‌دهنده دانسته‌اند؛ اما ژنت آن را صرفاً یکی از اقسام پنج‌گانه ترامتنیت می‌داند و ترامتنیت را همه مواردی می‌داند که «یک متن را در رابطه با دیگر متون چه به صورت پنهان یا آشکار قرار می‌دهد» (Genett, 1997: 1). نامور مطلق معتقد است برای اینکه موضوعی بتواند در حوزه گونه‌شناسی بیش‌متنی بررسی شود، لازم است حداقل سه شرط اصلی را دارا باشد که شامل متنی بودن موضوع، دارا بودن دو یا بیش از دو متن و همچنین مسلم‌داشتن رابطه پیش‌متن (متن اولیه) و بیش‌متن (متن نهایی) می‌شود. در این صورت می‌توان بیش‌متنی و گونه‌شناسی آن را مطالعه کرد (نامور مطلق، ۱۳۹۱: ۱۴۱).

پژوهش حاضر متنی‌هایی را لحاظ می‌کند که بر اساس

رابطه برگرفتنی از متن‌های دیگری خلق شده‌اند؛ بدین معنا که تأثیر نوع برگرفتنی یک متن از متن دیگر و نه لزوماً حضور آن بررسی می‌شود. در مبحث الواح بازنوشتی، ژنت نظر خود را چنین ابراز داشته است که هر رابطه‌ای که متن دوم را به متن پیشین مرتبط کند رابطه بیش‌متنی را شکل داده است. در این حالت متن دوم کاملاً از متن اول مشتق و برگرفته شده است. اگر متن اول وجود نداشته باشد، موجودیت متن دوم نیز ناممکن می‌شود. ژنت در ادامه شش گونه اصلی بیش‌متنی را بر اساس کارکرد آن از یکدیگر متمایز می‌کند که شامل پاسستیش، شارژ، فورزی پارودی و ترانسپوزیسون یا جای‌گشت می‌شود. این شش گونه به دو دسته بزرگ همان‌گونگی و دگرگونی در نسخه اصلی بدل می‌شوند (کنگرانی، ۱۳۹۸: ۲).

دگرگونی می‌تواند شکل‌های مختلف کلی کمی و کیفی تحت عنوان فرمی و محتوایی داشته باشد. پنج قسم را می‌توان برای دگرگونی لحاظ کرد: ۱. گسترش: زمانی صورت می‌پذیرد که یک عنصر یا موتیف در پیش‌متن دیده می‌شود و در بیش‌متن گسترش یافته و شاخ و برگ بیشتری پیدا کند؛ ۲. افزایش: زمانی صورت می‌پذیرد که عنصری در پیش‌متن نباشد، اما در بیش‌متن افزوده شود؛ ۳. «کاهش»: هنگامی رخ می‌دهد که یک عنصر در پیش‌متن موجود باشد، اما در بیش‌متن قسمت‌های آن کم شود؛ ۴. «حذف»: در صورتی وجود دارد که یک یا چند عنصر پیش‌متن در بیش‌متن حاضر نباشد، یعنی حذف انجام شده است؛ ۵. «جابه‌جایی»: در آن بیش‌متن همان عناصر متن پیشین را در ترکیبی تازه جابه‌جا کرده و تغییر صورت پذیرفته است. در این حالت، موردی حذف یا افزوده نشده است بلکه فقط عناصر، محل خود را تغییر داده و جابه‌جا شده‌اند. در نهایت باید گفت برخی اوقات دو یا چندین روش از انواع یادشده به صورت ترکیبی در بیش‌متن صورت می‌پذیرد (Genett, 1997: 6).

همچنین، به موارد دیگری که مدنظر پژوهش حاضر است نیز اشاره می‌شود و آن لحاظ کردن مقوله فرهنگ و نظام نشانه‌ای متن‌های بررسی شده است. به لحاظ فرهنگی دو حالت «درون فرهنگی» و «بینا فرهنگی» را می‌توان به عنوان حالت کلی بر روابط میان متن‌ها

حاکم دانست. نخست حالت درون فرهنگی است که شامل جای‌گیری دو پیکره مطالعاتی در درون یک فرهنگ می‌شود که از یک فرهنگ خاص هستند. گزینه دوم بینا فرهنگی نامیده می‌شود. در این حالت دو پیکره مطالعاتی دارای تفاوت فرهنگی هستند. بر همین اساس نیز نظام نشانه‌ای را می‌توان به دو گونه اساسی تقسیم کرد: اول «درون نشانه‌ای» که زمانی رخ می‌دهد که دو متن بررسی شده دارای یک نظام نشانه‌ای مشابه از جمله نظام تصویری، کلامی و غیره باشد. بحث دوم «بینا نشانه‌ای» است و شامل زمانی می‌شود که نظام‌های نشانه‌ای متفاوت باشند. نیز در مطالعه روابط بین متون امکان دارد که به مواردی فراتر از خود متنها (فرامتن) مانند سن، پیشینه فرهنگی-اجتماعی و غیره اشاره شود (نامور مطلق، ۱۳۹۰: ۲۶۰).

پیکره مطالعاتی

این نوشتار روابط بینامتنی دو نگاره «ولادت غازان خان» جامع التواریخ متعلق به نسخه مصور رامپور و نگاره «ولادت غازان خان» محفوظ در موزه وورستر را که در دوره اکبر شاه بابر به تصویر کشیده شده‌اند، مطالعه می‌کند. همچنین نحوه برگزینی آنها از نگاره‌ای با همین موضوع (تصویر شده در دوره ایلخانی) نیز بررسی و تحلیل می‌شود. هر سه نگاره (بیش متن‌ها و پیش متن)، بر اساس یک متن نوشتاری تاریخی تصویر شده‌اند. نگاره رامپور را هنرمندی ناشناس مصور کرده و نگاره موزه وورستر به صورت گروهی توسط هنرمندانی چون بساوان، بهیم گجراتی و دهرمداس به تصویر کشیده شده است. متن نوشتاری داستان زندگی غازان خان به استناد متن جامع التواریخ که محمد روشن آن را تصحیح کرده تحت عنوان «قسم اول در تقریر نسب بزرگوار و ذکر احوال او از وقت ولادت مبارکش تا زمان جلوس ارغون خان بر سریر سلطنت» آمده است. این داستان در ابتدا به ازدواج ارغون شاه اشاره کرده و در ادامه ذکر کرده که غازان خان پسر بزرگ تر ارغون است و پس از آن به تولد او اشاره دارد. در این متن آمده است که «بر جمله بعد از تقدیم مراسم زفاف و ازدواج مواد عنصر شریف غازان خان امتزاج پذیرفت و صدف مشیمه

آن ماه خرگاهی به در یای شهنشاهی حاصل گشت و بعد از نه ماه در مبارک ترین ساعتی، سحرگاه شب آدینه بیست و نهم ربیع الاول سنه سبعین و ستمائه موافق اول بیر ییگر مینچ آی قوین ییل در آبسکون از حدود مازندران به طالع سعد برج عقرب سهم السعاده و سهم الغیب در طالع غازان خان همایون قدم از کتم عدم در حیز وجود آمد و دیده جهان به جمال او روشن شد و جماعت منجمان ماهر که حاضر بودند در حالت ولادت مبارک کواکب را رصد کردند و به احتیاط تمام استخراج کرده طالع مولود به غایت مسعود یافتند و هر یک از ایشان گفت: در طالع تو نگاه کردم دیدم/ اقطاع تو صد هزار جان خواهد بود و جمله اتفاق کردند که پادشاهی بزرگ در غایت عظمت و نهایت مهامت و شوکت باشد و متحد الکلمه شدند بر آنکه بلند است این طالع و بخت/ به خورشید رخشان کشد تخت او را به دایه نیکو خلق مغالچین نام سپردند، زن ختایی ایشنگ نام که با قولتاق خاتون آمده بود و او زنی پاکیزه صورت پسندیده سیرت بود چنان که لایق دایگی شهزادگان باشد و پسر او هندو در ید حیات است. بر جمله دایه مهربان او را در حجر اشفاق می پرورد و هم در عهد مهد به حکم» (روشن، ۱۳۷۳: ۱۲۰۷).

متن‌های مطالعه شده مقاله حاضر، شامل دو نگاره (نسخه رامپور و نسخه موزه وورستر)، بر اساس داستان زندگی غازان خان است که صحنه ولادت و رویدادهای مرتبط با آن را نشان می‌دهد. این نگاره‌ها بر اساس پیش‌متنی که با همین موضوع و متعلق به دوره تیموری است، خلق شده‌اند. پیش‌متن مذکور، در واقع برگی از جامع التواریخ مصوری است که به نسخه پاریس شهرت دارد و در کتابخانه ملی فرانسه نگهداری می‌شود. نگاره نسخه پاریس، در بستر فرهنگی ایران دوره تیموری خلق شده و دارای خصیصه‌ها و شاخص‌های نقاشی ایرانی است. البته همان طور که پیشتر ذکر شد دو نگاره نسخه رامپور و نسخه موزه وورستر در فرهنگ هندی دوره بابر به تصویر شده‌اند. در این میان چند نکته به نظر می‌رسد: نخست آنکه رابطه تأثیرگذاری از نوع طولی و در زمانی است؛ نکته دیگر آنکه علی‌رغم خاستگاه فرهنگی پیش‌متن و دو پیش‌متن در قلمرو اسلامی،

به دلیل تفاوت در پیشینه فرهنگی با یکدیگر از لحاظ سنت‌های بصری تفاوت دارند. باید گفت در پژوهش پیش رو، مبنای خوانش روابط بیش‌متنی متون بر اساس ساختار ظاهری لحاظ شده‌اند.

الف. پیش‌متن: نگاره ولادت غازان خان، جامع التواریخ نسخه پاریس

نسخه پاریس، در واقع جلد اول جامع التواریخ، با عنوان «تاریخ مبارک غازانی» است. این نسخه بدون تاریخ است، اما به نظر بسیاری از مورخان هنر چون اتینگه‌ازن، النور سیمز و گروبه احتمالاً در زمان شاه‌رخ تیموری در هرات کار شده است. نقاشی‌های نسخه پاریس با آثار هنری تولیدشده در نقاش‌خانه سلطنتی شاه‌رخ شباهت زیادی دارد و احتمالاً آن را مولانا خلیل نقاش کار کرده است (غیاثیان، ۱۳۹۶: ۱۴)؛ بنابراین نقاش نگاره ولادت غازان خان نسخه پاریس (تصویر ۱) نیز احتمالاً مولانا خلیل است.



تصویر ۱. نگاره ولادت غازان خان، جامع التواریخ نسخه پاریس (کتابخانه ملی فرانسه)^{۲۴}

ساختار ظاهری نگاره منطبق بر ویژگی‌ها ساختاری نقاشی ایرانی بوده و به صورت عمودی است. در این نگاره زنی بر روی تختگاه مجلل دراز کشیده و زنی

دیگر در حال شیردادن به نوزاد است. سمت چپ نیز غلامی به صورت ایستاده دیده می‌شود. در پایین تصویر دو مرد عمامه به سر (منجمان) وجود دارد که یکی از آن‌ها در حال نوشتن است و دیگری جام در دست دارد. در کنار آن‌ها (سمت راست)، فردی در حالت نشسته ظرفی در دست دارد و فرد دیگری در حال آوردن هدیه از درون خیمه است. نگاره به سه بخش تقسیم شده است. در بالا و پایین نگاره، متن نوشتاری دیده می‌شود که بخشی از داستان ولادت غازان خان را روایت می‌کند. میانه تصویر نیز به متن بصری اختصاص یافته است.

ترکیب‌بندی نگاره در دو پلان به صورت قوس اسپیرالی است. حرکت قوسی از پایین نگاره، محلی که مرد تحفه به دست تصویر شده، آغاز و از مرد نشسته در میانه تصویر عبور می‌کند. امتداد حرکت، به سمت گوشه چپ نگاره، جایی که دو مرد نشسته تصویر شده، به سمت بالا ادامه می‌یابد. در ادامه نیز از کنار غلام، کودک در آغوش دایه و خاتون دراز کشیده بر تخت، به سمت خیمه‌گاه ختم می‌شود. در این نگاره عناصر بصری از ارتباط محکمی برخوردارند. به عنوان مثال در ترکیب‌بندی، متن بصری بر متن نوشتاری غالب است و ترکیب ساده و مقارنی را ایجاد کرده است. بنا بر سنت‌های نگارگری ایرانی و پیوستگی آن با ادبیات فارسی، نگاره‌ها با هدف مصورسازی یک شعر یا متن ادبی در قالب نسخ خطی ایجاد می‌شدند. بدین جهت، متن‌هایی که در نگاره‌ها یا حواشی آن‌ها نگاشته شدند، نقش بسیار بااهمیتی در رمزگشایی آن‌ها دارند.

مضمون داستان «ولادت غازان خان» از ابتدا به نسب‌شناسی غازان خان، ازدواج والدین و پاک بودن نطفه او از جانب پدری، مادری و حتی دایگان او اشاره دارد. چنان‌که در متن بالای نگاره بخشی از داستان جمله «سحرگاه شب آدینه بیست و نهم از ماه ربیع الآخر سنه سبعین و ستمائه هلالی از برج سعادت طلوع کرد در سلطان دو تن [؟] مازندران منجمان ما هر که حاضر بودند در حالت ولادت مبارک کواکب را» نوشته شده است. در کادر پایین نیز آمده است: «رصد کردند و طالع مبارکه برج عقرب به غایت مسعود یافته سهم السعاده و سهم الغیب بر درجه طالع و هر یک از

نشان کوت. نعت: در طالع نو نگاه کردم دیدم/ اقطاع تو صد هزار جان خواهد بود و جمله اتفاق کردند» (روشن، ۱۳۷۳: ۱۲۰۵).

در رمزگشایی نگاره یادشده به نظر می‌رسد اگر چه متن بصری بر اساس متن نوشتاری است، برخی عناصر بصری سمبولیک نیز در نگاره وجود دارد که در متن نوشتاری موجود نیست. از جمله نقش سیمرغ روی قالی و تاج بالای تخت که شبیه به شعله است و دارای مفاهیم اسطوره‌ای بوده که ریشه در کهن‌الگوهای اسطوره‌ای ایرانی-مغولی دارد؛ از این رو، متن بصری نه تنها از پیش متن کلامی نوشتاری تاریخی بهره‌مند است، بلکه ریشه در کهن‌الگوهای اسطوره‌ای نیز دارد.

بیش متن نخست: نگاره ولادت غازان خان، جامع التواریخ رامپور

نگاره ولادت غازان خان، آخرین نگاره از هشتاد و دو نگاره جامع التواریخ نسخه رامپور است. این نسخه به زبان فارسی و با خط نسخ کتابت شده است و به اعتقاد باربارا اشمیتز^{۲۵} احتمالاً در نیمه دوم قرن چهارده قمری از روی جامع التواریخ اولیه مصور شده است. تصاویر نسخه یادشده در بردارنده تاریخ حاکمان اولیه مغول است که با شاهزادگان قپچاق آغاز و با تولد غازان خان اتمام می‌یابد. این نسخه حاوی ۸۲ نگاره است که از نظر سبک و زمانی با یکدیگر متفاوت هستند. این نسخه در کاتالوگ «نقاشی‌های مغولان هند و فارسی کتابخانه رامپور» به قلم باربارا اشمیتز و ضیاءالدین دسائی معرفی شده است (Schmitz and Desai, 2006: 79-83).

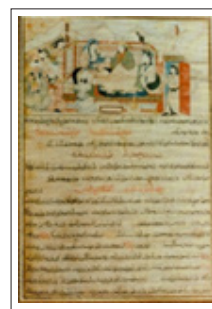
این برگه مصور متشکل از دو متن بصری و متن نوشتاری است. متن بصری در بالای صفحه و متن نوشتاری که درباره داستان ولادت غازان خان است، در زیر آن قرار گرفته است. متن نوشتاری-کلامی بر بخش تصویری نگاره، رجحان یافته و دو سوم صفحه را به خود اختصاص داده است. در این نگاره سه زن در تصویر دیده می‌شوند که بر تخت نشسته‌اند. از سمت راست به چپ خاتونی دیده می‌شود با کلاه سلطنتی در حالی که به تخت تکیه داده و پاهایش را دراز کرده است. زنی دیگر در میانه تصویر وجود دارد که یک دستش بر پای خاتون تکیه داده شده و دست دیگرش به سمت نوزادی است که در آغوش دایه است. در

سمت چپ نیز یک غلام با کلاه پردار بیرون از تختگاه ایستاده و به سمت زنان مذکور می‌نگرد. در کنار او یک مرد با کلاه مغولی به سمت دو پیرمرد می‌نگرد که یکی اسطرلاب و دیگری کتاب به دست مشغول گفت‌وگو هستند. در گوشه سمت راست مردی تحفه به دست از خیمه در حال بیرون آمدن است. در مجموع، یک ترکیب اسپیرالی در حرکت فیگورها مشاهده می‌شود. چرخش رنگ آبی تیره در نگاره، جهت نگاه را به سمت کودک با قنداق آبی تیره و دایه‌اش که او نیز سربندی به همان رنگ دارد، سوق می‌دهد. در مجموع تعادل رنگ‌های سرد و گرم را در کلیت کار می‌توان دید که بر لایه رنگی آبی تیره تأکید بیشتری شده است.

داستان ولادت غازان خان با خط نسخ در متن نوشتاری پایین نگاره این‌گونه روایت و بازنمایی شده است: «و جماعت منجمان ما هر که حاضر بودند در حالت ولادت مبارک کواکب را رصد کردند و به احتیاط تمام استخراج کرده طالع مولود به غایت مسعود یافتند و هر یک از ایشان گفت: در طالع تو نگاه کردم دیدم/ اقطاع تو صد هزار جان خواهد بود و جمله اتفاق کردند که پادشاهی بزرگ در غایت عظمت و نهایت مهابت و شوکت باشد و متحد الکلمه شدند بر آنکه بلند است این طالع و بخت/ به خورشید رخشان کشد تخت. او را به دایه نیکو خلق مغالچین نام سپردند، زن ختایی ایشنگ نام که با قولتاق خاتون آمده بود و او زنی پاکیزه صورت پسندیده سیرت بود چنان که لایق دایگی شهزادگان باشد و پسر او هندو در قید حیات است. بر جمله دایه مهربان او را در حجره اشفاق می‌پرورد و هم در عهد مهد به حکم یحکم فی عهده ینطق عن سعادة جده/ اثر النجابه ساطع البرهان. زبان را به الفاظ ملیح و سخن‌های فصیح بگشاد چنان که همگان متحیر ماندند و چون عادت مغول چنان است [...] بدان سبب او را از موغالچین بازگرفتند و به والده حسن دادند». بر اساس روایت نگاشته‌شده در زیر نگاره چنین استنباط می‌شود که زنان تصویر شده به ترتیب اهمیت قولتاق خاتون (مادر غازان خان و همسر ارغون خان)، مغالچین (دایه غازان خان و در تصویر کودک در آغوش اوست) و زنی که در میانه تصویر دیده می‌شود، احتمالاً آشنای (والده حسن امیر توقچیان) است که در سه سالگی غازان خان را به او سپردند.

تعداد تغییر نکرده است، اما یک فیگور زنانه اضافه شده است. عناصر بصری و فیگورها برای اینکه در ترکیب بندی افقی تصویر جای بگیرند، فشرده تر شده است. در پیش متن (نگاره نسخه پاریس) ترکیب بندی با کادری عمودی حالتی پویا را ایجاد کرده و فیگورها با فاصله از یکدیگر قرار گرفته اند. در این حالت، جایگاه و موقعیت اجتماعی فیگورها با رعایت فاصله گذاری و در گام بعدی با رنگ ها مشخص شده اند؛ لذا صحنه تصویر، موقعیت و طبقه اجتماعی دوزن را که در تخت طلایی نشسته اند متمایز از سایرین کرده است. نهایتاً با رنگ نارنجی لباس ملکه و رنگ قهوه ای لباس دایه کودک، آن دو را متمایز نموده و بر جایگاه و موقعیت اجتماعی آن ها تأکید ورزیده است. علاوه بر این، رنگ طلایی تخت، شعله بالای تخت (در این دوره رایج است) و قرارگیری در سراپرده مزین، این تأکیدها را بیشتر کرده است. در حالی که در پیش متن نه تنها فاصله ها کم شده بلکه در رنگ پردازی کمتر تفاوت رنگی حضور دارد. چنان که مشاهده می شود رنگ لباس فیگور ملکه با رنگ پتو، رنگ لباس دایه، لباس شخصی که از خیمه به بیرون می آید و رنگ پس زمینه تقریباً یکی شده است. در این نگاره دیگر از تأکید مصرانه بر تفاوت در جایگاه اجتماعی خبری نیست و مرز بین منجمان و تخت زنان فقط با یک حاشیه فرش از هم تفکیک شده اند.

هنرمند در بار اکبرشاه در این «تاریخی سازی» اثر، باز هم همان داستان «ولادت غازان خان» را دست مایه خلق بصری قرار داده است، اما به نظر می رسد، تأکید بصری نقاش بر آن بخش از داستان که دایگان غازان خان را روایت کرده، بیشتر است. بر اساس تعریف ژنت، «عنوان» یکی از پیرامتن های اثر قلمداد می شود و چنان که پیشتر ذکر شد، متن ها از طریق پیرامتن ها با یکدیگر مرتبط اند و نقش آستانه ای و تبلیغی برای معارفه یک اثر را دارند. همچنین چنان چه پیشتر شرح داده شد، مهم ترین کارکرد «عنوان» به اعتقاد نامور مطلق جذب مخاطب است (نامور مطلق، ۱۳۹۱: ۱۴۰). وی بر اساس ارتباط «عنوان» با «متن اثر»، عنوان را به دو بخش صریح و ضمنی تقسیم و در تعریف آن آورده است: «عناوین صریح و توصیفی آن دسته عناوینی هستند که به



تصویر ۲. نگاره ولادت غازان خان، جامع التواریخ نسخه پاریس (Hussain, 2015: 268)



تصویر ۲ الف. مقایسه تصویر ۱ و ۲ (منبع: نگارنده)

در مقایسه بین پیش متن (متن اولیه) و بیش متن (متن نهایی) به نظر می رسد، در بیش متن، ترکیبی از حالت های حذف (حذف فضای بین فیگورهای زنانه و مردانه)، اضافه (اضافه شدن یک نیمه والان پرده و یک زن دیگر به محل تختگاه زنان) و تغییر (تغییر کادر بندی، تغییر سنی) دیده می شود. در این باره می توان به تغییر ابعاد و کادر نقاشی نیز اشاره کرد. در پیش متن کادر عمودی و ابعاد بزرگ تر و همچنین بخش اعظم صفحه اختصاص به متن بصری داشته، لذا بخش نوشتاری را به دو قسمت در پایین و بالای صفحه تقسیم کرده است. در حالی که در بیش متن، بخش بصری در قسمت بالای صفحه به صورت افقی قرار گرفته و بخش نوشتاری در پایین صفحه نگاشته شده است. در بیش متن (نگاره نسخه رامپور) هنرمند باری با تغییر کادر از حالت عمودی به حالت افقی، کاهش فاصله شخصیت ها و قرار دادن فیگورها در یک سطح، ظاهراً به فاصله اجتماعی و طبقاتی افراد تأکید کمتری نسبت به پیش متن کرده است. (تصویر ۲ الف) همچنین در بیش متن فیگورهای مردانه به لحاظ

توضیح و تشریح یکی از عناصر فرم یا محتوای اثر می پردازند و به دو دسته مضمونی و بلاغی قابل تقسیم هستند و بر عکس آن، عناوین ضمنی به مضمون و سبک اشاره ندارد» (شعیری، ۱۳۸۵: ۲۰۲). پیرامتن عنوان اثر یادشده صریح است و هنرمند ناشناس بابری در این اثر، داستان «ولادت غازان خان» را چنان که پیش تر ذکر شد با جمله «و جماعت منجمان ما هر که حاضر بودند در حالت ولادت مبارک کواکب را رصد کردند» آغاز کرده و بخشی که به نظرش مهم تر می رسید؛ یعنی دو بیت شعر «در طالع تو نگاه کردم دیدم/ اقطاع تو صد هزار جان خواهد بود» و «بلند است این طالع و بخت او/ به خورشید رخشان کشد تخت او» را با مرکب قرمز نگاشته است. نهایتاً داستان کودکی غازان خان را تا آنجا ادامه داده است که او را به پدر بزرگش «ابا قخان» سپردند. در اینجا، نقاش با انتخاب این بخش از داستان، رابطه بینامتنی جدیدی را شکل داده است که هم بر صحنه ولادت غازان خان تأکید کرده و هم تأکید مؤکدی بر نسب پاک او چه از نژاد پدری و چه از نژاد مادری کرده و روایت را تا آنجا پیش برده که زنانی را که عهده دار دایگی و تربیت کننده غازان خان نیز بوده اند در صحنه پردازی دخیل دانسته است.

بنابر این نقاش بابری از نگاره ولادت غازان خان (اوایل دوره تیموری) و متن داستان به عنوان دو پیش متن بهره گرفته است. در اینجا هنرمند علاوه بر اینکه «تاریخی سازی» انجام داده است، از پتانسیل داده های هم زمانی، در زمانی و سبک نقاشی خود^{۲۶} (به ویژه در نوع رنگ پردازی) در خلق اثر استفاده کرده است؛ لذا برگرفتنی نقاش از متن داستان ولادت غازان خان و نگاره جامع التواریخ نسخه پاریس به وضوح مشهود است. بر اساس آنچه ذکر شد رابطه پیش متن نسبت به پیش متن در این نگاره از نوع دگرگونی است و یک اثر دوره تیموری با تغییراتی مواجه شده است. چنان که این تغییرات را در متن نوشتاری و هم در متن بصری می توان به وضوح دید.

همچنین، می بینیم فیگور یک زن، یک جعبه، یک ابریق و اضافه کردن یک والان به پرده های تخت در این نگاره اضافه شده است که در پیش متن حضوری نداشت (دگرگونی افزایشی). نقاش برای اینکه بتواند

ترکیب بندی عمودی پیش متن را به یک ترکیب افقی بدل کند ناگزیر بخش هایی از زمینه را کاهش داده و عناصر بصری را فشرده سازی کرده است و تمام عناصر را در یک پلان قرار داده است (حذف) یا اینکه در پیش متن (نگاره نسخه پاریس) منجمان (مردان عمامه به سر که در دست اسطرلاب و ابزار نگاشتن دارند) جوان تصویر شده اند، اما در پیش متن دو سالخورده و اصطلاحاً ریش سفید به عنوان منجم مصور شده اند که می تواند معنادار باشد که در بخش مربوط به آن پرداخته می شود. همچنین به صورت ترکیبی (داشتن بیشتر موارد در کنار هم به طور هم زمان) نیز دگرگونی ها را در این نگاره مشاهده می کنیم و به لحاظ گونه شناسی به جای گشت نزدیک تر است.

پیش متن دوم: نگاره ولادت غازان خان، موزه وورستر

این نگاره هم برگرفته از پیش متن نوشتاری جامع التواریخ و هم پیش متن نخست (نگاره رامپور) است. نگاره یادشده، یکی از صفحات پراکنده شده جامع التواریخ نسخه کاخ گلستان (۱۰۰۵ ق) است که در موزه وورستر نگهداری می شود^{۲۷}. (تصویر ۳) عنوان نگاره در حاشیه پایین نگاره «تولد غازان خان» به همراه نام نقاشان و نقش هر یک از آن ها با رنگ قرمز نگاشته شده است. برخلاف نگاره نسخه پاریس و نگاره نسخه رامپور، هنرمندان نگاره وورستر را گروهی کار کرده اند که شامل بساوان (طراح)، بهیم گجراتی (رنگ گذار) و دهرمداس (صورت پرداز) می شود. این اثر برخلاف نگاره رامپور، دارای کادر عمودی است و سه رویداد را در سطوح متعدد باز نموده است. صحنه پردازی نگاره بسیار شلوغ و پر از فیگور است. همچنین برخلاف دو نگاره قبلی، این نگاره مملو از فضا های معماری بوده و علاوه بر این، هم پرسپکتیو مقامی و هم پرسپکتیو محیطی در آن دیده می شود. در تزیین بنا از خطوط و سطوح رنگی متعدد، سایه روشن و بدون نقش استفاده شده است. طبقات مختلف بنا و فضا های بیرونی و درونی به صورت هم زمان در سطوح مختلف مصور شده اند. در سمت چپ نگاره که بیشترین بخش را در ترکیب بندی به خود اختصاص داده است، یک فضای معماری دیده می شود که گویا بنای کاخ یا حرمسرا است. در این مکان، خاتونی دراز کشیده بر تخت دیده

می‌شود که ندیده‌اش در پشت سر او قرار دارد. کودک تازه متولد شده نیز در آغوش دایه است و ندیده‌هایی در اطراف آن‌ها دیده می‌شوند. در سطح پایین تر زنان حرم مشغول پذیرایی هستند.



تصویر ۳. ولادت غازان خان، هنرمندان: بساوان، بهیم گجراتی، دهرمداس، محل نگهداری موزه هنری وورستر^{۲۸} ماساچوست (آرشیو موزه وورستر؛ Rice, 2012: 150)

در سمت راست نگاره نیز پنج مرد دیده می‌شوند که در فضای یک اتاق نشسته‌اند. در دست یکی از مردان اسطرلاب و مرد دیگر در حال نگرستن به اوست. دو مرد دیگر کتاب به دست گرفته و در حال مباحثه هستند. یک ساعت شنی نیز در روی فرش دیده می‌شود. به استناد متن نوشتاری این‌گونه برداشت می‌شود که این جمع، گروه منجمانی هستند که طالع کودک تازه متولد شده را می‌بینند. در بخش میانی تصویر فضای درگاه، مردان در حال گفت‌وگو دیده می‌شوند. در بخش پایین نگاره نیز مردان متعددی در حال جشن و پایکوبی، پذیرایی و آوردن گان تحفه دیده می‌شوند. رنگ‌بندی و ترکیب‌بندی نگاره کاملاً بآبروی

است. در این نگاره دو متن نوشتاری دیده می‌شود. در بالای متن «بیر پیگرمینج ای قوین بیل در آسکون از حدود مازندران به طالع سعد برج عقرب سهم السعاده و سهم الغیب در طالع غازان خان همایون قدم از کتم عدم در حیز وجود آمد و دیده جهان به جمال او روشن شد و جماعت منجمان ماهر که حاضر بودند در حالت ولادت مبارک کواکب را رصد کردند و به احتیاط تمام استخراج کرده طالع مولود به غایت مسعود یافتند» نوشته شده و در کتیبه پایین نگاره عبارات «و هر یک از ایشان گفتند شعر، در طالع تو نگاه کردم دیدم، اقطاع تو صد هزار جان خواهد بود و جمله اتفاق کردند که پادشاهی بزرگ در غایت عظمت و نهایت مهابت و شوکت باشد و متحد الکلمه شدند» دیده می‌شود^{۲۹}.

در این نگاره انواع تراگونی فرهنگی، روایی، زمانی، محیطی و غیره را می‌توان دید، یعنی بر مبنای تغییر فرهنگی، تغییر مکانی و رابطه بین فرهنگی متن‌ها، هنرمندان در نگاره وورستر با نگاه واقع‌گرایانه پیش‌متن‌ها را دگرگون کرده‌اند. چنان‌چه پیش‌تر ذکر شد نگاره رامپور نیز به پیش‌متنی برای این نگاره بدل شده است. به‌گونه‌ای که بساوان به عنوان طراح فقط اندکی از ساختار پیشین (نگاره رامپور) را حفظ کرده و در پی آن تغییرات بسیاری را اعمال کرده است؛ مانند تغییر جایگاه منجمان، اختصاص فضای بیشتر به فیگورهای زنانه و افزودن عناصر معماری و آرایه‌ها که همگی به نوعی باز نمود فرهنگی جدید و نشانه‌ای از نقاشی بآبروی است. نوع رنگ‌پردازی، پرسپکتیو و سایه‌پردازی نیز، ردپایی از نقاشی اروپایی دارد. همچنین تفاوت نحوه قرارگیری شخصیت‌ها در نگاره وورستر با دو نگاره پیشین به وضوح دیده می‌شود. این ترکیب‌بندی و دگرگونی‌ها سبب شده تا روایت و مضمون پیش‌متن‌ها که برگرفته از پیش‌متن کلامی جامع التواریخ است دستخوش تحول و تراگونی شده و منجر به تغییر روایتی در آن‌ها شود، به طوری که آنچه در نگاره وورستر روایت شده است، صحنه‌ای از زندگی شخصیت‌ها، لباس‌ها، لوازم و رفتار آن روز دربار بآبروی را نشان می‌دهد و به نوعی حاکی از گفتمان رایج بآبروی است.

در مجموع می‌توان تغییرات پیش‌متن‌ها نسبت به پیش‌متن را در دو جدول زیر مشاهده کرد

در سمت راست نگاره نیز پنج مرد دیده می‌شوند که در فضای یک اتاق نشسته‌اند. در دست یکی از مردان اسطرلاب و مرد دیگر در حال نگرستن به اوست. دو مرد دیگر کتاب به دست گرفته و در حال مباحثه هستند. یک ساعت شنی نیز در روی فرش دیده می‌شود. به استناد متن نوشتاری این‌گونه برداشت می‌شود که این جمع، گروه منجمانی هستند که طالع کودک تازه متولد شده را می‌بینند. در بخش میانی تصویر و فضای درگاه، مردان در حال گفت‌وگو دیده می‌شوند. در بخش پایین نگاره نیز مردان متعددی در حال جشن و پایکوبی، پذیرایی و آورندگان تحفه دیده می‌شوند. رنگ‌بندی و ترکیب‌بندی نگاره کاملاً بابری است. در این نگاره دو متن نوشتاری دیده می‌شود. در بالا متن «بیر پیگرمینج ای قوین ییل در آبسکون از حدود مازندران به طالع سعد برج عقرب سهم السعاده و سهم الغیب در طالع غازان خان همایون قدم از کتم عدم در حیز وجود آمد و دیده جهان به جمال او روشن شد و جماعت منجمان ما هر که حاضر بودند در حالت ولادت مبارک کواکب را رصد کردند و به احتیاط تمام استخراج کرده طالع مولود به غایت مسعود یافتند» نوشته شده و در کتیبه پایین نگاره عبارات «و هر یک از ایشان گفتند شعر، در طالع تو نگاه کردم دیدم، اقطاع تو صد هزار جان خواهد بود و جمله اتفاق کردند که پادشاهی بزرگ در غایت عظمت و نهایت مهابت و شوکت باشد و متحد الکلمه شدند» دیده می‌شود.

در این نگاره انواع تراگونی فرهنگی، روایی، زمانی، محیطی و غیره را می‌توان دید، یعنی بر مبنای تغییر فرهنگی، تغییر مکانی و رابطه بینا فرهنگی متن‌ها، هنرمندان در نگاره وورستر با نگاه واقع‌گرایانه پیش‌متن‌ها را دگرگون کرده‌اند. چنان‌چه پیشتر ذکر شد نگاره رامپور نیز به پیش‌متنی برای این نگاره بدل شده است. به‌گونه‌ای که بساوان به عنوان طراح فقط اندکی از ساختار پیشین (نگاره رامپور) را حفظ کرده و در پی آن تغییرات بسیاری را اعمال کرده است؛ مانند تغییر جایگاه منجمان، اختصاص فضای بیشتر به فیگورهای زنانه و افزودن عناصر معماری و آرایه‌ها که همگی به نوعی باز نمود فرهنگی جدید و نشانه‌ای از نقاشی بابری است. نوع رنگ‌پردازی، پرسپکتیو و سایه‌پردازی نیز، ردپایی از نقاشی اروپایی دارد.

همچنین تفاوت نحوه قرارگیری شخصیت‌ها در نگاره وورستر با دو نگاره پیشین به وضوح دیده می‌شود. این ترکیب‌بندی و دگرگونی‌ها سبب شده تاروایت و مضمون بیش‌متن‌ها که برگرفته از پیش‌متن کلامی جامع التواریخ است دستخوش تحول و تراگونی شده و منجر به تغییر روایتی در آن‌ها شود، به طوری که آنچه در نگاره وورستر روایت شده است، صحنه‌ای از زندگی شخصیت‌ها، لباس‌ها، لوازم و رفتار آن روز دربار بابری را نشان می‌دهد و به نوعی حاکی از گفتمان رایج بابری است.

در مجموع می‌توان تغییرات بیش‌متن‌ها نسبت به پیش‌متن را در دو جدول زیر مشاهده کرد. در نهایت چنین به نظر می‌رسد که هنرمند بابری تلاش کرده هر چه بیشتر متن تصویری را با به خدمت گرفتن عناصر بصری به متن کلامی مرتبط کند و در این راه از داده‌ها و شرایط تاریخی، پارادایم فکری و همچنین سبکی بهره برده است.

جدول ۱. گونه‌شناسی بیش‌متن‌ها (منبع: نگارنده)

بیش‌متن‌ها	پیش‌متن	گونه‌ء بیش‌متنی	مصادیق
		برگرفتنی جای‌گشت	داشتن بیشتر موارد و تغییرات در کنار هم به‌طور هم‌زمان
		تغییر	فرم‌کادر از عمودی به افقی، عناصر بصری (قالی، تخت، پرده و...)
		حذف	فضا و فاصله میان فیگورها و عناصر سمبولیک (سیمرغ روی قالی) رنگ‌های زمینه و رنگ پوشاک فیگورها
		افزایش	افزودن فیگور زنانه افزودن بیش از پیش کلام نوشتاری نسبت به تصویر
		برگرفتنی	داشتن بیشتر موارد و تغییرات در کنار هم به‌طور هم‌زمان
		تغییر	تغییر فرم‌کادر از افقی به عمودی، تغییر در صحنه‌پردازی، ترکیب‌بندی و تغییرات سبکی، روایی، سنی و....
		حذف	بخش زیادی از متن نوشتاری کلامی
		افزایش	افزایش تعداد رویدادها و به تبع آن افزایش فیگورها، حالات و صحنه‌آرایی، فضاها، معماری، پرسپکتیو و...
		دگرگونی	ساختاری و بافتی و شیوه روایی

نتیجه‌گیری

بررسی‌ها نشان می‌دهد هنرمندان نقاش خانه سلطنتی دربار اکبرشاه، آثار اقتباسی بررسی شده در پژوهش حاضر را بر اساس پیش‌متن نوشتاری و تصویری از نگاره نسخه پاریس دوره تیموری خلق کرده‌اند. این پیش‌متن واجد نظام زیبایی‌شناختی و ویژگی‌های ساختاری نگارگری دوره تیموری است که ریشه در فرهنگ ایرانی-اسلامی دارد. علی‌رغم اینکه هند دوره بابری نیز جزو قلمرو اسلامی به شمار می‌آمد، اما به دلیل پیشینه فرهنگی متفاوت، تفاوت‌های بسیاری به لحاظ فرهنگی با ایران آن روزگار داشته است؛ از این رو نگارگری و ادبیات ایرانی همواره مدنظر اکبرشاه و نقاشان درباری بوده است. بدین جهت هنرمند نگاره رامپور (بیش‌متن نخست) اثر خود را بر مبنای نگاره‌ای از نسخه پاریس خلق کرده و از آن اقتباس کرده است. اهمیت این امر از آن جهت است که در روابط بیش‌متنی و برگرفتنی‌ها، گونه‌ای انتقال فرهنگی و هنری نیز صورت گرفته که از ایران به سمت هند بابری است. همچنین برگرفتنی در این اثر اقتباسی در نسخه جامع التواریخ به دلیل اینکه

درباره زندگی غازان خان است اهمیت مصورسازی آن را مضاعف کرده و پرداختن به صحنه ولادت او نیز بر اهمیت آن افزوده است. بررسی روابط بیش‌متنی طرح شده در این مقاله نشان می‌دهد علی‌رغم رابطه در زمانی و بینا فرهنگی متن‌ها و تأثیر عوامل فرامتنی (تفاوت در پیشینه و بافت فرهنگی)، بیش‌متن نخست (نگاره نسخه رامپور) نسبت به بیش‌متن دوم (نگاره موزه وورستر) با تفاوت‌های اندک در نحوه اقتباس و وام‌گیری از پیش‌متن (نگاره نسخه پاریس) مواجه بوده است. دلیل این امر را می‌توان در چند مطلب جست‌وجو کرد. به نظر می‌رسد از آنجایی که نسخه رامپور از ایران به هند برده شده، هنرمندان نقاش بابری به نوعی خواسته‌اند در مصورسازی نگاره «ولادت غازان خان» با سایر تصاویر نسخه رامپور همخوانی ایجاد کنند؛ بنابراین دگرگونی‌ها و تغییرات کمتری را اعمال کرده‌اند، اما در خصوص بیش‌متن دوم (نگاره وورستر) که تصویرسازی آن پس از نسخه رامپور انجام شده است، بساوان و هنرمندان همکار وی، ترجیح داده‌اند اثری کاملاً مستقل‌تر از نگاره

رامپور را در سبکی نو و کاملاً سازگار با فرهنگ بابری خلق کنند؛ لذا این تغییر و دگرگونی ها که نشان دهنده تراکونگی پیش متن هاست، بیشتر بر پایه ویژگی های ساختاری (تغییرات فرهنگی، روایی، زمانی، محیطی) صورت پذیرفته است. همچنین تغییرات درونی شامل حذف، افزایش و جانشینی همراه بوده است. این امر هم موجب تغییر در ساختار و هم تحول سبکی نسبت به پیش متن یعنی همان نگاره نسخه پاریس شده است. در واقع هنرمندان بابری با ایجاد انواع تراکونگی ها و تغییرات آثاری خلق کرده اند که ساختار صوری و محتوای نوشتاری پیش متن ها را تا حدی حفظ کرده و با دگرگونی سبکی و تغییرات اجزا و عناصر بصری توانسته اند اثری نو و جدید را پدید آورده که بازتاب دهنده شرایط فرهنگی و هنری آن برهه باشد.

پی نوشت

1. Yeal Rice
2. Gérard Genette
3. Ferdinand de Saussure
4. Claude Lévi-Strauss
5. Julia Kristeva
6. Intertext
7. Transtextuality
8. Paratextuality
9. Metatextuality
10. Architextuality
11. hypertext
12. imitation
13. Transformation
14. Michel Riffaterre
15. Palimpsest
16. Worcester Museum
17. نقاش طراز اول نقاش خانه سلطنتی (Basawan) کبرشاه و از شاگردان میرسیدعلی است. منوهر نقاش مشهور دیگر هندو، فرزند و شاگرد بساوان بوده است. ابوالفضل علامی در تاریخ اکبری از او به عنوان استاد اول یاد کرده است. همچنین وی ذکر کرده است که کبرشاه بیش از هر نقاش دیگری به او انعام و پاداش می داد. از او به عنوان یکی از پیشگامان اقتباس از سبک های نقاشی اروپایی یاد می شود که فضای پرسپکتیو و واقع گرایی را وارد نقاشی دوره بابری کرد (Britschgi, 2011: 34-42).

18. Behim Gojorati
19. یکی دیگر از نقاشان برجسته دربار (Dharam Das) اکبرشاه که به همراه بساوان از نقاشان طراز اول این دوره بودند. او در پرتله پردازی، فضا سازی و پرسپکتیو به شیوه غربی جزو پیشگامان بوده و آثار زیادی از او به جای مانده است که در طوطی نامه و بابرنامه دیده می شود (Sayller, 2010: 35-50)
20. Richard Ettinghausen
21. Eleanor Sims
22. Ernst Grube
23. مولانا خلیل نقاش، هنرمند دوره تیموری دربار
24. URL1
25. Barbara Schmitz
26. در این دوره (دوره اکبرشاهی)، در صحنه پردازی نقاشی های بابری، با صحنه های شلوغ مواجهیم که نمونه آن را می توان در نسخ متعددی مانند طوطی نامه، بابرنامه و نسخه جامع التواریخ کاخ گلستان مشاهده کرد. لذا احتمالاً یکی از دلایل فشردگی این تصویر می تواند دلایل سبکی این دوره نیز باشد (توضیح نگارنده).
27. در دوره قاجار برخی نسخ خطی از جمله جامع التواریخ کاخ گلستان توسط میرزا علی، (معروف به لسان الدوله)، ریاست کتابخانه سلطنتی به سرقت برده شد و بعدها نظمیة وقت توانست برخی نسخ را برگرداند. بر اساس متن نوشته شده در آستر بدرقه و حاشیه پایین صفحه یکی از اوراق (صفحه ای که با مرکب قرمز نود و هشت نگاشته شده نگاره بدون عنوان است، اما رقم آن «عمل کمترین بنده بهزاد» است. این نسخه از جامع التواریخ از جمله نسخی است که به نظمیة عودت داده شد، اما اوراق زیادی در همان موقع از نسخه بریده شده و فروخته شده بود که اکنون در اقصی نقاط جهان پراکنده است. نگارنده این مقاله پس از جست و جو و پژوهش های یک ساله موفق به یافتن محل نگهداری بسیاری از اوراق پراکنده این نسخه شده و به مشخص کردن صفحه بندی و نظم مجدد اوراق آن اقدام کرده است. لذا این برگ که اکنون در موزه وورستر نگهداری می شود به نسخه کاخ گلستان تعلق دارد.
28. URL2
29. در این دوره نقاشی بابری متأثر نقاشی واقع گرای اروپایی، ایرانی و مکاتب هندی است. هنرمندان به صورت گروهای آثار خود را خلق می کردند و تصاویر بسیار شلوغ و پر از جنب و جوش خلق می شد. علاوه بر این در این دوره نسخ ادبی و همچنین تاریخی و حماسی چون مهابارتها و رامایانا، حمزه نامه، طوطی نامه و بابرنامه خلق شدند (حقیقت جو، ۱۴۰۰: ۳۰).

References

- Allen, G. (2008). *Intertextuality*, Translated by Payam Yazdanjo, Tehran: Center.
- Badauni, M. (2000). *Selected Chronicles*, Edited by: Tawfiq Sobhani, and Maulvi Ahmed Sahib, Tehran: Association of Cultural Heritage and Prominences. (Text in Persian).
- Britschgi, J. and Guy, J. (2011). *Wonder of the age: master painters of India*, 1100-1900, New York: Metropolitan Museum of Art, 34-42.
- Genette, Gerard (1997). *Palemests: literature in second degree*, Transted by Channa Newman and Calude Doubinsky, Lincoln: University of Nebraska press.
- Ghiasian, M. (2018). An illustrated MS of a work by Rashid al-Din and Hafez Abru at the Library of the Topcapi Palace (Hazine 1653). *Ayeeneh-ye Miras*, 15(2), 27-48. (Text in Persian).
- Haghighatjoo, L., Ajand, Y., & Shahroodi, F. (2021). Manifestation of Mughal emperor Akbar "Divine Religion" (Dīn-i-Ilāhī) in Illustration of Historical Texts; Case Study: A Comparison of Two Versions of Jami-al- Tawarikh: The Golestan Palace Version and the Rampour Library of India. *Theoretical Principles of Visual Arts*, 6(2), 16-29. doi: 10.22051/jtpva.2021.36630.1318, (Text in Persian).
- Hamdani, R. (1994). *Jame Al-Tawarikh*, edited by Mohammad Roshan, Tehran: Alborz Publishing. (Text in Persian).
- Hussain, Azizuddin (2015). *Jamiut Tawarikh*, India; Rampur Raza Library.
- Kangarani, M., Namvar Motlagh, B., Khabari, M., & Sharif zadeh, M. R. (2019). Iran's contemporary painting of derivations from one of Behzad's miniatures (Yusuf of Escape from Zulaikha), Research Paper. *Rahpooye Honar/ Visual Arts*, 2(1), 27-35. doi: 10.22034/ra.2019.241845, (Text in Persian).
- Kangharani, M. & others. (2021). The Ascension of Sultan Mohammad and Its Derivation in Three Contemporary Iranian Paintings with Genette's Hypertextuality Approach. *Negareh Journal*, 16(59), 61-73. (Text in Persian).
- Namvar Motlagh, B. (2013). Hypotextual Genrologie, *Quarterly Journal of Literary Research*, 9 (38), 139-152. (Text in Persian).
- Namvar Motlagh, B. (2015). *Intertextuality from structuralism to postmodernism*, Tehran: Sokhn. (Text in Persian).
- Namvar Motlagh, B. (2016). Transtextuality, the study of the relationships of one text with other texts. *Journal of Literature and Humanities*, 56, 98-83. (Text in Persian).
- Namvar Motlagh, B. (2018). *An introduction to intertextuality*, theories and approaches, Tehran: Sokhn. (Text in Persian).
- Namvar Motlagh, B. & Kangrani, M. (2008). Genrologie of intertextual relationships in Iranian poetry and painting, A collection of essays of Seminar, Tehran: *Art Academy*. (Text in Persian).

منابع

- آلن، گراهام (۱۳۸۸) *بینامتنیت*، ترجمه پیام یزدانجو، تهران: مرکز.
- بدائونی، ملا عبدالقادر بن ملوک شاه (۱۳۷۹) *منتخب التواریخ*، به تصحیح توفیق سبحانی و مولوی احمد صاحب، تهران: انجمن آثار و مفاخر فرهنگی.
- حقیقت جو، لیلیا؛ آژند، یعقوب؛ شاهرودی، فاطمه (۱۴۰۰) «تجلی «دین الهی» اکبر شاه بابر در مصورسازی متون تاریخی؛ مطالعه موردی: تطبیق جامع التواریخ نسخه کاخ گلستان و نسخه کتابخانه رامپور هند»، *مبانی نظری هنرهای تجسمی*، (۱۲)، ۱۶-۲۹.
- رشیدالدین فضل الله همدانی (۱۳۷۳) جامع التواریخ، به تصحیح محمدروشن، تهران: نشر البرز.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۵) «نشانه های تصویری از نوسان تا تکثیر»، *فرهنگستان هنر*، (۱)، ۳۳-۴۵.
- غیاثیان، محمدرضا (۱۳۹۶) «نسخه مصور کتابی از رشیدالدین و حافظ ابرو در کتابخانه توپکاپی» (خزینه ۱۶۵۳)، آینه میراث، (۶۱)، ۲۷-۴۸.
- کنگرانی فراهانی، منیژه؛ نامور مطلق، بهمن؛ خبری، محمدعلی؛ شریفزاده، محمدرضا (۱۳۹۸) «برگرفتنی های نقاشی معاصر ایران از نگاره بهزاد؛ گریز یوسف از زلیخا»، *رهپویه هنر*، (۱)، ۲۷-۳۵.
- _____ (۱۴۰۰) «معراج سلطان محمد و برگرفتنی آن در سه نقاشی معاصر ایران با رویکرد بیش متنیت ژنت»، *نگره*، ۱۶ (۵۹)، ۷۳-۶۱.
- نامور مطلق، بهمن (۱۳۸۷) «ترامتنیت، مطالعه روابط یک متن با دیگر متن ها»، *ادبیات و علوم انسانی (شناخت)*، (۵۶)، ۸۳-۹۸.
- _____ (۱۳۹۰) *درآمدی بر بینامتنیت، نظریه ها و رویکردها*، تهران: سخن.
- _____ (۱۳۹۱) «گونه شناسی بیش متنی»، *پژوهش های ادبی*، ۹ (۳۸)، ۱۳۹-۱۵۲.
- _____ (۱۳۹۵) *بینامتنیت از ساختارگرایی تا پسامدرنیسم*، تهران: سخن.
- نامور مطلق، بهمن؛ کنگرانی، منیژه (۱۳۸۸) «گونه شناسی روابط بینامتنی در شعر و نقاشی ایرانی»، *در مجموعه مقالات هم اندیشی*، تهران: فرهنگستان هنر.
- یزدان پناه، مریم؛ کاتب، فاطمه؛ دادور، ابوالقاسم؛ حسامی کرمانی منصور (۱۳۹۸) «خوانش ترامتنی چهار اثر از هنرمند معاصر»، *کیمیای هنر*، ۷ (۲۹)، ۷۲-۸۳.

- Rice, Yael (2012). Mughal Interventions in the Rampur "Jāmi' Al-Tavārīkh", *Ars Orientalis*, 42, 150-164.
- Schmitz, Barbara and Ziyaud-Din A, Desai (2006). *Mughal and Persian paintings and illustrated manuscripts in the Raza Library*, Rampur, New Delhi, Indira Gandhi National Centre for the Arts.
- Seyller, John and Seitz, Konrad (2011). *Mughal and Deccani Paintings*, London: Paul Holberton Publishing
- Shairi, H. (2007). Visual Signs: from Oscillation to Multiplication, *Research Journal of the Iranian Academy of Arts*, 1, 33-45. (Text in Persian).
- Yazdanpanah, M. Kateb F, Dadvar A, Hessami Kermani M, (2019). Transtextual Study of Four Paintings of the Contemporary Artist, Aydin Aghdashloo, *Kimiya-ye-Honar*, 7 (29), 72-83. (Text in Persian).

URL(s)

URL1: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bt-v1b8427170s.r=persan%201113?rk=21459;2>

URL2: <https://worcester.emuseum.com/objects/4540/birth-of-ghazan-khan-from-a-manuscript-of-the-jamialtawa>

بازنمایی گرافیکی مضامین اجتماعی در پوستر فیلم‌های اجتماعی سینمای ایران (مورد مطالعاتی: فیلم‌های برگزیده جشنواره فجر سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸)^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۱۱

پریسا غدیری^۲

جواد امین خندقی^۳

سحر چنگیز^۴

چکیده

در سال‌های اخیر، توجه به مضامین اجتماعی در فیلم‌های سینمایی ایران پس از انقلاب پررنگ‌تر شده است. در این گونه مضامین، مخاطب در مقایسه با دیگر گونه‌ها مهم‌تر به شمار می‌رود، زیرا به‌طور مستقیم یا نمادین به دغدغه‌های مخاطبان توجه دارد و مضمون فیلم با ذهنیت مخاطبان تکمیل می‌شود. اولین ارتباط مخاطب با فیلم در وهله نخست از طریق پوستر و طراحی آن است. پرسش اصلی در این پژوهش، عبارت است از: بازنمایی گرافیکی مضامین اجتماعی در پوستر فیلم‌های اجتماعی چگونه است؟ هدف در این پژوهش، بررسی این امر است که طراحی پوستر فیلم‌های اجتماعی برگزیده جشنواره فجر سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ تا چه اندازه بازنمایی درستی ارائه کرده است و تا چه میزان مضمون اجتماعی که در فیلم ذکر شده و در پوستر آمده است. در این پژوهش، برای گردآوری اطلاعات، از روش کتابخانه‌ای و مشاهده آثار و برای تحلیل، از روش کمی - کیفی استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که به طراحی پوستر در فیلم‌های اجتماعی سینمای ایران پس از انقلاب به میزان کافی توجه نمی‌شود. از جمله عوامل منفی، می‌توان به رنگی طراحی شدن، استفاده از تصاویر شخصیت‌ها، استفاده از متن زیاد و نبود تصاویر انتزاعی و خلاقیت کافی اشاره کرد. همچنین ۲۱ پوستر به صورت مستقیم، ۲۲ پوستر به صورت غیرمستقیم و نمادین با مضمون فیلم در ارتباط هستند و ۲ مورد نیز ارتباطی با مضمون فیلم ندارند. بر این اساس، می‌توان گفت که در مجموع ارتباط طراحی پوستر فیلم‌های اجتماعی در آثار انتخابی با مضمون اجتماعی وضعیت مناسبی ندارد.

واژه‌های کلیدی: بازنمایی گرافیکی، مضمون اجتماعی، پوستر فیلم، فیلم اجتماعی، سینمای ایران.

1-DOI: 10.22051/JJH.2022.39798.1771

این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد پریسا غدیری با عنوان: "چگونگی بازنمایی گرافیکی مضامین اجتماعی در پوستر فیلم‌های اجتماعی سینمای ایران (مورد مطالعاتی: فیلم‌های برگزیده جشنواره فجر بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸)" است.

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر، موسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران. parisaghadiri76@gmail.com

۳- استادیار گروه ادبیات نمایشی، دانشکده هنر، موسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران، نویسنده مسئول.

j.amin@ferdowsmashhad.ac.ir

۴- استادیار گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنر، موسسه آموزش عالی فردوس، مشهد، ایران. sahar.chy@gmail.com

مقدمه و طرح مسئله

گرافیک در معنای گسترده‌اش، به هر نوع خلق طراحی یا تصویر بصری اطلاق می‌شود (3: Millman, 2007). بر این مبنا، طراحی گرافیکی یکی از هنرهای مهم و تأثیرگذار در دوره معاصر محسوب می‌شود؛ اگرچه می‌توان سابقه این هنر را در انسان‌های اولیه و دوره‌های نخستین دنبال کرد (4-5: Meggs, 1992). در این میان، یکی از شاخه‌های این هنر، طراحی پوستر است. پوستر نوعی اعلان و نمایش خاص برای یک طرح گرافیکی است که جنبه تبلیغاتی نیز دارد (23: Weill, 2004). البته جنبه هنری آن نیز در این میان اهمیت دارد و در دوره معاصر به‌عنوان یکی از هنرها شناخته می‌شود (13-15: Rivers, 2011). طراحی گرافیکی و پوستر در زمینه‌های مختلفی استفاده می‌شود. یکی از موارد مهم استفاده طراحی پوستر، پوستر فیلم‌های سینمایی است. اولین مواجهه مخاطب با فیلم سینمایی در کنار تریلر فیلم با پوستر است. هر چقدر دنیای دیجیتال مسائل مربوط به تبلیغات را دگرگون کرده است، همچنان پوستر فیلم‌ها اهمیت به‌سزایی دارند. سینمای ایران در ابتدا یک تجربه صنعتی خام و در حال پیشرفت بود، اما به مرور تبدیل به یکی از جریان‌های مهم سینمایی شد که عوامل مختلفی در شکل‌گیری آن نقش دارند (Atwood and Dechenery, 2015: 1-2). سینمای ایران از هر نظر، در پیش و پس از انقلاب تغییرات زیادی داشته است، به گونه‌ای که با دو سینمای بسیار متفاوت در فرم و مضمون روبه‌رو هستیم (50 and 100: Mirbakhtyar, 2015). با این همه، شاید یکی از گونه‌های قدرتمند و مهم آن، سینمای اجتماعی باشد. در سال‌های اخیر، مهم‌ترین آثار سینمای ایران در این گونه سینمایی خلق شدند و بیشترین ارتباط با بازار جهانی سینما نیز در همین آثار خلاصه می‌شود (Zey-dabadi-Nejad, 2009: 55-56). سینما پدیده‌ای است که انقلابی در انتقال مفاهیم و اندیشه در دوره جدید ایجاد کرده است (xii: Hurley, 1987). علت این دستاورد نوین سینما، قالب تصویری آن است، اگر مخاطب فعالانه در مواجهه با تصویر، درگیر ساختن معنای آنچه می‌بیند نبود، آنگاه سینما نمی‌توانست به این دستاوردها برسد (40: Falzon, 2002)؛ بر این اساس، مضمون یک فیلم همچون سینمای اجتماعی می‌تواند تأثیر اجتماعی داشته باشد.

در سال‌های اخیر، توجه به مضامین اجتماعی در فیلم‌های سینمایی ایران پس از انقلاب پررنگ‌تر شده است. از آنجایی که این فیلم‌ها به‌طور مستقیم یا نمادین به دغدغه‌های

مخاطبان می‌پردازند، این فیلم‌ها با همین مخاطبان تکمیل می‌شوند. یعنی مضمون فیلم از فیلم شروع می‌شود، اما در فیلم به پایان نمی‌رسد و با ذهنیت مخاطبان تکمیل می‌شود. این امر سبب آن می‌شود که مخاطب در گونه اجتماعی در مقایسه با دیگر گونه‌ها مهم‌تر باشد. اولین ارتباط مخاطب با فیلم در وهله نخست از طریق پوستر و طراحی آن است. اگر هدف از خلق آثار سینمایی با مضمون اجتماعی نوعی طرح، آسیب‌شناسی یا حتی حل مسائل اجتماعی در جامعه باشد، باید ارتباط مخاطب با آن و شیوه این ارتباط‌گیری با دقت طراحی و تدوین شود.

با توجه به این مقدمه، در این پژوهش، نسبت میان مضمون فیلم‌های برگزیده از آثار جشنواره فیلم فجر سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ بررسی می‌شود. پرسش اصلی در این پژوهش عبارت است از اینکه بازنمایی گرافیکی مضامین اجتماعی در پوستر فیلم‌های اجتماعی چگونه است. این پژوهش مسئله‌محور است و فرضیه ندارد و در انتها پرسش پژوهش پاسخ داده می‌شود. هدف این است که بررسی شود طراحی پوستر فیلم‌های اجتماعی در سینمای ایران تا چه اندازه بازنمایی درستی ارائه کرده است و تا چه میزان مضمون اجتماعی در پوستر آمده است. برای این منظور، این پژوهش در بستر پوسترهای فیلم‌های اجتماعی برگزیده جشنواره فجر انجام می‌شود. ضرورت این پژوهش از این جهت است که علاوه بر آسیب‌شناسی وضعیت موجود طراحی پوستر در ارتباط با مضمون فیلم‌های اجتماعی، چگونگی مخاطب در مواجهه با فیلم از طریق پوستر را نیز بررسی می‌کند.

در این پژوهش، ابتدا پس از تبیین برخی از مفاهیم به‌عنوان مبانی نظری همچون بازنمایی، بازنمایی گرافیکی، فیلم به‌مثابه اندیشه، مضمون اجتماعی و فیلم اجتماعی، شیوه تحلیل مضامین اجتماعی و پوسترها بیان و پس از آن، یافته‌های پژوهش ارائه می‌شود.

روش پژوهش

این پژوهش از نظر ماهیت در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. از لحاظ نوع، پژوهش توصیفی تحلیلی است. برای گردآوری اطلاعات در مبانی نظری، از شیوه گردآوری کتابخانه‌ای و در بخش پوسترها و فیلم‌ها، از شیوه مشاهده فیلم‌ها و پوسترها استفاده شده است. شیوه تجزیه و تحلیل اطلاعات، برای آمار، کمی و برای تحلیل مضمون فیلم‌ها، کیفی است. نمونه‌گیری در این پژوهش، با بهره‌گیری از شیوه گزینشی انجام شده است.

برای نمونه‌گیری در این پژوهش، ابتدا از میان فیلم‌های برگزیده جشنواره فجر در سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸، فیلم‌های دارای مضامین اجتماعی گزینش شد. پس از آن مواردی که از نظر گرافیک پوستر، کیفیت بالاتری داشتند، انتخاب شد. حاصل ۴۵ فیلم است (از هر سال ۵ فیلم). جامعه آماری به تفکیک سال در جدول (۱) آمده است. از آنجایی که امکان درج ۴۵ پوستر در متن مقاله نیست، تصاویر در متن نیامده است، اما برای اینکه امکان استناد و بررسی باشد، در روند پژوهش، تنها پوستر رسمی در تارنمای سینماتیکت (URL1) استفاده شده است که پایگاه مدنظر در دسترس است و در زمان تغییر نمی‌کند.

هنرمندان مکاتب مختلف بین‌المللی نیز راهکار ارائه کرده است. اسکندری نیز در پایان‌نامه‌ای با عنوان «بررسی مفهوم هویت در پوسترهای جشنواره فیلم فجر» (۱۳۹۴) بیان کرده که مسئله هویت در هنر هر سرزمینی امری بدیهی است و در پی آن، مفهوم هویت را در پوسترهای جشنواره فیلم فجر بررسی کرده است. هدف اصلی این پژوهش، شناخت تأثیرات فرهنگی اجتماعی بر پوسترهای جشنواره فیلم فجر است. رفیعی در پایان‌نامه‌ای با عنوان «مطالعه تطبیقی فضای بصری پوستر با محتوای فیلم‌های درام اجتماعی ایران (۱۳۹۴-۱۳۸۰)» (۱۳۹۵) به مطالعه تطبیقی فضای بصری پوستر با محتوای فیلم‌های اجتماعی پرداخته و نتیجه گرفته است که هر چه از دهه ۸۰ به ۹۰ نزدیک می‌شویم، طراحان گرافیک در طراحی خود از ساختار منسجم‌تری استفاده کرده

جدول ۱. اسامی و سال اکران فیلم‌ها (منبع: نگارندگان)

سال	فیلم
۱۳۹۰	گشت ارشاد/نارنجی پوش/پل چوبی/برف روی کاج‌ها/پذیرایی ساده
۱۳۹۱	دهلیز/دربند/هیس! دخترها فریاد نمی‌زنند/قاعده تصادف/آسمان زرد کم عمق
۱۳۹۲	آذر، شهدخت، پرویز و دیگران/قصه‌ها/امروز/عصبانی نیستم/همه چیز برای فروش
۱۳۹۳	رخ دیوانه/من دیه‌گومارادونا هستم/دوران عاشقی/عصر یخبندان/خانه دختر
۱۳۹۴	ابد و یک روز/لانتوری/اژدها وارد می‌شود/خشم و هیاهو/دختر
۱۳۹۵	زیر سقف دودی/سدمعبر/بدون تاریخ بدون امضا/رگ خواب/تابستان داغ
۱۳۹۶	مغزهای کوچک زنگ‌زده/لاتاری/عرق سرد/دارکوب/بمب/یک عاشقانه
۱۳۹۷	شبی که ماه کامل شد/متری شیش و نیم/مسخره‌باز/قصر شیرین/سرخ پوست
۱۳۹۸	شنای پروانه/خورشید/درخت گردو/پوست/خروج

پیشینه پژوهش

بررسی و جست‌وجوی انجام‌شده در منابع موجود بیانگر این امر است که منبعی یافت نشد که به‌طور مستقیم بازنمایی گرافیکی پوسترهای فیلم‌های اجتماعی در بستر زمانی مطالعه‌شده این پژوهش را بررسی کند، اما موارد زیر را می‌توان به‌عنوان پیشینه برای این پژوهش دانست. نصیری در پایان‌نامه‌ای با عنوان «پوسترهای سینمایی سه دهه اخیر ایران (از ۱۳۶۰ تا ۱۳۹۰)» (۱۳۹۱) پوسترهای سینمایی سه دهه ۱۳۶۰ تا ۱۳۹۰ ایران را بررسی کرده است. این پژوهش در جهت حفظ معیارهای پوستر فیلم برای مخاطبان ایرانی با تکیه بر زحمات استادان گذشته و

و سعی بر نزدیک‌شدن به ساختار فیلم را داشته‌اند. همچنین صدیقیان در پایان‌نامه‌ای با عنوان «شناسایی روابط متقابل ژانر فیلم و پوستر آن با تمرکز بر فیلم‌های دهه هشتاد و نود سینمای ایران» (۱۳۹۶) پنجاه پوستر منتخب فیلم‌های دهه هشتاد و نود سینمای ایران را به ترتیب ژانرها دسته‌بندی کرده، در این پژوهش، پیوند پوستر با محتوا بررسی شده است. اکبری قلعه‌تکی در پایان‌نامه‌ای با عنوان «تحلیل مضمونی پوسترهای فیلم ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی» (۱۳۹۷) توضیح می‌دهد که رویکرد دوری از سیاست‌های

حاکمیتی به روشنی در طراحی پوسترهای جشنواره فیلم فجر بازتاب یافته است؛ حال آنکه همین تحلیل‌ها نشان می‌دهد جشنواره فیلم کودک و نوجوان از جشنواره‌ای منطقه‌ای به بین‌المللی نزدیک شده است. سینما در حقیقت به مثابه حرکتی مستقل و نوآور، نگاه مستقل سینمای غیردولتی را بازتاب می‌دهد و جشنواره عمار نیز وجه غالب ایدئولوژیک خود را کاملاً آشکار می‌کند.

برزگر نصری نیز در پایان‌نامه‌ای با عنوان «مطالعه تطبیقی ساختار تصویری پوسترهای تئاتر و سینمای ایران با مضامین اجتماعی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶» (۱۳۹۷) به مسئله چگونگی پیوند پوسترهای تئاتر و سینمای ایران با مضامین اجتماعی توجه کرده و در نهایت، نتیجه می‌گیرد که پوسترهای تئاتر و سینما در برخی از شاخص‌ها (عناصر ساختار تصویری) با هم تفاوت‌ها و تشابهاتی دارند و با توجه به تحلیل پوسترهای گروه نمونه مشخص می‌کند که پوسترهای تئاتر با مضامین اجتماعی در کل عملکرد بهتری و کیفیت و طراز بالاتری نسبت به پوسترهای سینمایی دارند.

در میان پژوهش‌ها، مواردی نیز وجود دارد که به‌طور کلی تنها در زمینه پژوهش و نه مسئله، با پژوهش حاضر ارتباط دارند. از جمله، دانشگر و طاهری در مقاله‌ای با عنوان «مطالعه تطبیقی شکل و محتوای پوسترهای اعتقادی در جوامع انقلابی: شوروی، چین، کوبا و ایران» (۱۳۹۷) پوسترهای اعتقادی در جوامع انقلابی را بررسی کرده و هدف، مضمون، روند تغییرات و اشتراک و افتراق نشانه‌ها در پوستر چهار کشور را تحلیل می‌کنند.

تفاوت پژوهش حاضر با موارد ذکر شده در این امر است که موضوع مطالعاتی از حیث دوره زمانی و فیلم‌ها متفاوت است. همچنین در این نوشتار، اهتمام به جنبه سینمایی بیشتر است و در نهایت، تأکید در این پژوهش، بر مضامین اجتماعی و چگونگی بازنمایی گرافیکی است.

چارچوب نظری

تعریف مفاهیم و متغیرها

بازنمایی: مفهوم بازنمایی ریشه در دیدگاه افلاطون دارد. افلاطون بر این باور بود که هنر، بازنمایی و تقلید طبیعت است (Plato, 1952: 598). این مفهوم در گذر زمان و تاریخ فلسفه، معانی و تفاسیر متفاوتی یافته است و دیگر یک تقلید صرف نیست، زیرا حتی طبیعت‌گرایان در هنر نیز نمی‌توانند یک نسخه‌برداری یکسان از طبیعت داشته باشند

(Gombrich, 1960: 36-38). این امر نیز مهم است که در فهم شیء بازنمایی‌شده، باید مخاطب چیزی از آن شیء را بداند و بتواند ارتباط برقرار کند و به همین جهت است که بازنمایی با بازنمایی‌شده در ارتباط است. بر این اساس، در فهم بازنمایی و بازنمایی‌شده، نوعی آگاهی هم‌زمان از هر دو وجود دارد و بر این اساس فهم ممکن است (Wollheim, 1987: 21). بازنمایی نوعی دوباره بیان کردن و از نو به نمایش گذاشتن چیزی است. اگر یک مفهوم یا یک ابژه خارجی را در نظر بگیریم، بازنمایی آن در هنر، از نو به نمایش گذاشتن آن در قالب فرم هنری است. حال بسته به اینکه آن هنر چه باشد، این قالب متفاوت است.

بازنمایی گرافیکی: بازنمایی گرافیکی در ادامه همان مفهوم بازنمایی معنا می‌شود. بازنمایی گرافیکی، از نو به نمایش گذاشتن یک امر در قالب طراحی گرافیکی است که به بازنمایی تصویری یک چیز بازگشت می‌کند (Clarke, 2006: 19-20). پوستر فیلم به‌عنوان یک بستر برای طراحی گرافیکی، به‌طور مشخص با بازنمایی مفاهیم و عناصر داستان فیلم مرتبط است. یعنی یک مفهوم یا امر داستانی که در فیلم بازنمایی شده است، در قالب پوستر دوباره بازنمایی می‌شود (Chaplin, 2002: 19-25). حال در اینجا یک پرسش مهم وجود دارد که بازنمایی در پوستر به امری خارجی در دنیای واقعی بازگشت می‌کند یا به عنصری در فیلم و به این دو صورت دو مرحله با واقعیت خارجی فاصله دارد. در هر صورت، منظور از بازنمایی گرافیکی، بازنمایی چیزی در قالب طراحی گرافیک است و به همین میزان، برای این پژوهش کفایت می‌کند.

فیلم به مثابه اندیشه: در این امر که فیلم در زمره هنرهاست یا نه، دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد (Smith, 2005: 597-609)، اما این امر مسلم است که سینما مدیومی خاص است و حتی برخی آن را صورت‌بندی هنر معاصر می‌دانند (Payn and Barbera, 2010: 65). یک مسئله مهم این است که در زمینه فیلم‌ها، این فرض وجود دارد که سینما رفتن چیزی بیشتر از فیلم‌دیدن است. سینما نوعی عادت و تجربه اجتماعی ارائه می‌دهد و هر تحلیلی از موضوع فیلم که به مخاطب نپردازد، ناقص است (Morley, 1992: 157-158). بررسی اینکه فیلم‌ها در شکل‌گیری باورها، ارزش‌ها و نگرش‌ها چه تأثیری دارند، نوعی نگاه فرهنگی به این مسئله است (بنوا، ۱۳۹۰: ۳۷۲). فیلم روایی به گونه‌ای ساخته می‌شود که تماشاگر را به داستان‌سازی ترغیب

می‌کند (بوردول، ۱۳۹۶: ۷۲-۷۱). این امر در ساختن فرهنگ انسان‌ها مؤثر است (Postman, 2005: 3-15). هر هنری بیانگر نگرش سازنده آن است (Berlin, 2013: 58-59). این امر می‌تواند به صورت آگاهانه باشد (Wilson, 1986: 7) یا بستری که هنرمند در آن زیسته را منتقل کند (Eichen, 1997: 6). در هر صورت، نمی‌توان این امر را انکار کرد که اندیشه یا مفهوم در فیلم حضور دارد یا دست‌کم چیزی برای مخاطب در ذهن انتزاع می‌شود.

مضمون اجتماعی: علوم اجتماعی، شاخه‌ای از علوم است که درباره روابط اجتماعی انسان و رفتار انسان با دیگران بحث می‌کند (Kundu, 2009: 2-3). بر این اساس، منظور از مضمون اجتماعی، هر گونه مسئله‌ای است که به انسان در ارتباط با دیگر انسان‌ها، جامعه و محیط بازگشت می‌کند. در نتیجه، هر موضوعی که مربوط به تعامل انسان با غیر خودش است در مضمون اجتماعی جای می‌گیرد. حال برخی از مضامین اجتماعی جنجالی‌تر است.

فیلم اجتماعی: فارغ از بحث در این باره که قرارداد یک فیلم در یک ژانر مشخص امری معنادار است یا نه (Williams, 1991: 2-6)، منظور از فیلم اجتماعی، یک اثر سینمایی است که مضمون اجتماعی دارد (Russell, 2009: 11-15). یعنی داستان، تبیین، تجویز، توصیه یا صرف بازنمایی مسئله یک انسان واقعی یا خیالی را در ارتباط با غیر خودش ارائه می‌کند. این گونه از فیلم در میان آثار سینمایی بسیار است و همواره مدنظر قرار گرفته است. شاید در اینجا این امر بیان شود که با این تعریف هیچ فیلم غیر اجتماعی نداریم. در پاسخ باید بیان کرد که دایره شمول حداکثری نمی‌تواند خدشه‌ای به تعریف وارد کند و البته در این پژوهش، منظور از فیلم اجتماعی آناری است که مضمون اجتماعی، مضمون اصلی آن‌ها است.

شیوه استخراج مضامین اجتماعی از فیلم

منتقد با ارزیابی فیلم سعی می‌کند عناصر فیلم را با توجه به اثرگذاری فیلم، سبک فیلم، تفسیر و تعیین کیفیات زیباشناختی یا جست‌وجوی بازنمایی مفهوم یا موضوعی خاص تشریح کند و با این کار بر ادراک و دریافت ما از فیلم بیفزاید (کازوبیه و دیگران، ۱۳۶۰: ۹). با توجه به این امر، استخراج مضامین اجتماعی از فیلم‌ها نوعی نقد به تلقی می‌شود. در این پژوهش، شیوه استخراج مضامین اجتماعی از فیلم مشابه تحلیل پدیدارشناختی فیلم است (نک: امین خندقی، ۱۳۹۷: ۸۲-۶۷).

تجربه دیدن یک فیلم سه مرحله دارد که هر یک با یکدیگر روابطی مجزا دارند. در واقع، این امر بدان معنا نیست که سه چیز متفاوت داریم، بلکه تنها یک پدیدار (فیلم) بیشتر وجود ندارد که می‌توان برای آگاهی از آن سه مرحله در نظر گرفت و هر مرحله آگاهی ما را از فیلم متفاوت می‌کند: مرحله اول، پاسخ‌ها و نگرش‌های بیننده قبل از تماشای فیلم درباره فیلم است. این مرحله مربوط به زمان انتخاب فیلم در این پژوهش است. ابتدا بررسی شده است که فیلم از نمونه‌های برگزیده جشنواره فیلم فجر باشد و همچنین مضمون اجتماعی داشته باشد؛ مرحله دوم تجربه فیلم، پاسخ‌ها و نگرش‌های بیننده هنگام دیدن فیلم است. در این مرحله، تلاش می‌شود مضامین اجتماعی‌ای که در فیلم جایگاه به‌سزایی دارند و اساس محور داستان را تعیین می‌کنند، استخراج شوند. حاصل این مرحله در بخش‌های بعدی ارائه می‌شود؛ مرحله سوم تجربه فیلم، پاسخ‌ها و نگرش‌های منتقد و بیننده پس از تماشای فیلم، برای رسیدن به تحلیل فیلم است. این مرحله نوعی تکمیل برای مرحله پیشین است. مفاهیم استخراج شده در زمان تجربه فیلم، در این گام بازنگری می‌شود و در نسبت با تمام فیلم مفهوم‌سازی صورت می‌گیرد.

شیوه تحلیل پوستر

طراح یک مضمون اجتماعی را که در فیلم وجود دارد در قالب عناصر گرافیکی بازنمایی می‌کند؛ از این رو، در این پژوهش با نسبت‌سنجی دو گونه بازنمایی با هم روبه‌رو هستیم: بازنمایی سینمایی و بازنمایی گرافیکی. بازنمایی گرافیکی در قالب چند عنصر در پوسترها رخ می‌دهد:

۱. استفاده از عناصر متنی،
۲. استفاده از تصاویر فیلم،
۳. استفاده از طراحی‌های انتزاعی،
۴. استفاده از رنگ‌ها.

در مجموع این عناصر، بازنمایی گرافیکی از آن مضمون اجتماعی رخ می‌دهد. تحلیل بازنمایی گرافیکی در این پژوهش مبتنی بر بررسی این عناصر صورت می‌گیرد. جمع‌بندی این بررسی در بخش‌های بعدی ارائه می‌شود.

تحلیل وضعیت فیلم‌ها

در این بخش، برخی از ویژگی‌ها و مؤلفه‌های آثار سینمایی انتخاب‌شده تحلیل می‌شود. جدول (۲) پراکندگی فیلم‌ها در سال‌های جشنواره را بیان می‌کند.

جدول ۲. پراکندگی فیلم‌ها از منظر سال اکران (منبع: نگارندگان)

ردیف	سال	تعداد	درصد
۱	۱۳۹۰	۵	۱۱/۱
۲	۱۳۹۱	۵	۱۱/۱
۳	۱۳۹۲	۵	۱۱/۱
۴	۱۳۹۳	۵	۱۱/۱
۵	۱۳۹۴	۵	۱۱/۱
۶	۱۳۹۵	۵	۱۱/۱
۷	۱۳۹۶	۵	۱۱/۱
۸	۱۳۹۷	۵	۱۱/۱
۹	۱۳۹۸	۵	۱۱/۱

در جدول (۳) فیلم‌های انتخابی از لحاظ کسب جوایز یا نامزدی جوایز اصلی در جشنواره فیلم فجر بررسی و جمع‌بندی شد. این جدول نوعی ارزش‌گذاری فیلم‌های انتخابی به‌شمار می‌آید.

جدول ۳. تعداد جوایز اصلی فیلم‌های انتخابی (منبع: نگارندگان)

ردیف	عنوان جایزه	تعداد	درصد	تعداد	درصد
		برنده		نامزد	
۱	بهترین فیلم	۴	۸/۸	۲۰	۴۴/۴
۲	بهترین کارگردانی	۶	۱۳/۳	۱۸	۴۰
۳	بهترین بازیگر نقش اول مرد	۳	۶/۶	۱۷	۳۷/۷
۴	بهترین بازیگر نقش اول زن	۶	۱۳/۳	۱۴	۳۱/۱
۵	بهترین بازیگر نقش مکمل مرد	۶	۱۳/۳	۱۱	۲۴/۴
۶	بهترین بازیگر نقش مکمل زن	۶	۱۳/۳	۱۸	۴۰
۷	بهترین فیلم‌نامه	۷	۱۵/۵	۱۳	۲۸/۸
۸	بهترین فیلم از نگاه تماشاگران	۷	۱۵/۵	--	--

تمام فیلم‌های انتخابی در گونه اجتماعی جای می‌گیرند، اما می‌توان آن‌ها را در یک یا چند گونه اصلی دیگر نیز جای داد. این امر در جدول (۴) بررسی شد.

جدول ۴. ژانرهای فیلم‌های انتخابی (منبع: نگارندگان)

ردیف	ژانر	تعداد	درصد
۱	اجتماعی	۴۵	۱۰۰
۲	بدون ژانر دیگر	۲۸	۶۲/۲
۳	درام	۹	۲۰
۴	کمدی	۳	۶/۶
۵	خانوادگی	۱	۲/۲
۶	فلسفی	۱	۲/۲
۷	حادثه‌ای	۱	۲/۲
۸	تریلر	۱	۲/۲
۹	فانتزی	۱	۲/۲

در فیلم‌های اجتماعی، مخاطب بسیار اهمیت دارد. چرایی این امر در بخش‌های پیشین اشاره شد. در جدول (۵)، رأی مخاطبان به فیلم بر اساس اطلاعات تارنمای سینماتیکت (URL1) به عنوان پایگاه رسمی برای فروش بلیط و رأی دادن به فیلم‌ها بررسی شد. امتیاز در این تارنما در بازه ۱ تا ۵ قرار دارد.

جدول ۵. امتیاز مخاطبان تارنمای سینماتیکت (URL1)

ردیف	ژانر	تعداد	درصد
۱	۱ تا ۱/۹۹	۰	۰
۲	۲ تا ۲/۹۹	۱	۲/۲
۳	۳ تا ۳/۹۹	۲۰	۴۴/۴
۴	۴ تا ۴/۹۹	۲۳	۵۱/۱
۵	۵	۱	۲/۲

یافته‌های پژوهش

بررسی بازنمایی سبب‌های مضمون‌های اجتماعی فیلم‌های برگزیده از جشنواره فیلم فجر، خود امر مهمی است که یکی از یافته‌های این پژوهش است. جدول (۶) این مضمون‌ها را به همراه تعداد و درصد مربوط به آن ارائه می‌کند. برخی از این مضمون‌ها هم می‌توانند جنبه فردی داشته باشند و هم جنبه اجتماعی به شمار آید. آنچه در این بخش و جدول آمده است با لحاظ جنبه اجتماعی آن است و بازنمایی آن در فیلم از این منظر بررسی شده است. این جدول نشان می‌دهد که به کدام یک از مضمون‌های اجتماعی در فیلم‌ها بیشتر توجه شده است.

جدول ۶. تحلیل مضامین اجتماعی فیلم‌ها (منبع: نگارندگان)

ردیف	مضمون	تعداد	درصد
۱	مسائل و مشکلات خانوادگی	۴۰	۸۸/۸
۲	آسیب‌های روانی	۳۱	۶۸/۸
۳	مسائل زنان و مردسالاری	۱۷	۳۷/۷
۴	فقر	۱۵	۳۳/۳
۵	مسائل سیاسی	۱۵	۳۳/۳
۶	قتل	۱۲	۲۶/۶
۷	عشق	۱۱	۲۴/۴
۸	اعتیاد و مواد مخدر	۹	۲۰
۹	دروغ و فریب‌کاری	۹	۲۰
۱۰	دوستی و مسائل آن	۹	۲۰
۱۱	ازدواج و طلاق	۸	۱۷/۷
۱۲	اعتقادات مذهبی	۸	۱۷/۷
۱۳	خشونت	۸	۱۷/۷
۱۴	اختلاف طبقاتی	۳	۱۳/۳
۱۵	اختلاف فکری نسل‌ها	۶	۱۳/۳
۱۶	خیانت و روابط نامشروع	۶	۱۳/۳
۱۷	کودک‌آزاری	۶	۱۳/۳
۱۸	مهاجرت	۶	۱۳/۳
۱۹	انتقام	۵	۱۱/۱
۲۰	بخشش و گذشت	۵	۱۱/۱
۲۱	تجاوز	۵	۱۱/۱
۲۲	خودکشی	۵	۱۱/۱
۲۳	مسائل اقتصادی	۵	۱۱/۱
۲۴	امید به آینده	۴	۸/۸
۲۵	پدر یا مادر بودن	۴	۸/۸

ردیف	مضمون	تعداد	درصد
۲۶	ترس و تروریسم	۴	۸/۸
۲۷	عدالت اجتماعی	۴	۸/۸
۲۸	فضای مجازی	۴	۸/۸
۲۹	مسائل آموزشی	۴	۸/۸
۳۰	نزاع و درگیری	۴	۸/۸
۳۱	اشتغال و بی‌کاری	۳	۶/۶
۳۲	جنگ و آسیب‌های آن	۳	۶/۶
۳۳	فحش و ناسزا	۳	۶/۶
۳۴	فداکاری	۳	۶/۶
۳۵	قصاص	۳	۶/۶
۳۶	مرگ	۳	۶/۶
۳۷	مسائل مربوط به فرزندآوری و نازایی	۳	۶/۶
۳۸	اتباع خارجی	۲	۴/۴
۳۹	تنهایی و طردشدگی	۲	۴/۴
۴۰	تهدیدکردن	۲	۴/۴
۴۱	حقوق کارگران و کشاورزان	۲	۴/۴
۴۲	زنان سرپرست خانوار	۲	۴/۴
۴۳	فرار از خانه	۲	۴/۴
۴۴	قتل غیر عمد	۲	۴/۴
۴۵	قضاوت نادرست	۲	۴/۴
۴۶	کلاهبرداری	۲	۴/۴
۴۷	مدیریت خشم	۲	۴/۴
۴۸	نژادپرستی	۲	۴/۴
۴۹	امانت‌داری	۱	۲/۲
۵۰	تابوشکنی	۱	۲/۲
۵۱	تغییر جنسیت	۱	۲/۲
۵۲	تهمت زدن	۱	۲/۲
۵۳	حاشیه‌نشینی	۱	۲/۲
۵۴	حسادت و ورزیدن	۱	۲/۲
۵۵	خرید و فروش فرزند	۱	۲/۲
۵۶	دزدی	۱	۲/۲
۵۷	روابط همسایگان	۱	۲/۲
۵۸	زنان خیابانی	۱	۲/۲
۵۹	زندان	۱	۲/۲
۶۰	سال‌مندان	۱	۲/۲
۶۱	قتل ناموسی	۱	۲/۲

۶۲	کودکان کار	۱	۲/۲
۶۳	مسائل محیط زیستی	۱	۲/۲
۶۴	مسئولیت اجتماعی	۱	۲/۲

در جدول (۷) تحلیل چگونگی بازنمایی گرافیکی مضامین اجتماعی با در نظر گرفتن عناصر و مؤلفه‌های مختلف در پوسترها آمده است. در ردیف (۱)، چگونگی پوستر از منظر رنگی یا سیاه و سفید بودن بررسی شده است. استفاده از عکس در ردیف (۲) به این معنا است که تصویر بازیگران بر روی پوستر استفاده شده است. تایپوگرافی در ردیف (۳) آمده است و معنای روشنی دارد. همچنین استفاده از رنگ‌های مختلف در ردیف (۴) اشاره شده است. منظور از «استفاده از متن» در ردیف (۵) توضیحات تکمیلی در باب نکات ساختاری، جوایز یا مواردی از این دست است. «تصویر انتزاعی» در ردیف (۶) شامل مواردی می‌شود که جنبه رئال ندارد و اموری مانند اشکال هندسی است. منظور از «خلاقیت تصویر» در ردیف (۷) استفاده از عناصری است که چیزی فراتر از رویه مرسوم باشد و «عناصر دیگر» در ردیف (۸) اشاره به مواردی است که در ردیف‌های پیشین نیامده باشد. در ردیف (۹) نیز وضعیت پوستر از منظر افقی و عمودن بودن قالب کلی اشاره شده است.

جدول ۷. تحلیل بازنمایی گرافیکی (منبع: نگارندگان)

ردیف	توضیحات			
۱	قالب رنگ	رنگی	درصد	سیاه و سفید
		۴۴	۹۷/۷	۱
۲	استفاده از عکس	دارد	درصد	ندارد
		۴۵	۱۰۰	۰
۳	تایپوگرافی	دارد	درصد	ندارد
		۴۵	۱۰۰	۰
۴	رنگ‌های اصلی	رنگ (تعداد)	درصد	رنگ (تعداد)
		مشکی (۳۱)	۶۸/۸	سفید (۲۸)
		قرمز (۲۱)	۴۶/۶	قهوه‌ای (۹)
		آبی (۹)	۲۰	خاکستری (۸)
		زرد (۷)	۱۵/۵	نارنجی (۵)
		سورمه‌ای (۳)	۶/۶	سبز (۲)
		بنفش (۱)	۲/۲	صورتی (۱)
		اکر (۱)	۲/۲	--
		دارد	درصد	ندارد
۵	استفاده از متن	دارد	درصد	ندارد
		۴۵	۱۰۰	۰
۶	تصویر انتزاعی	عناصر مشترک بین پوسترها وجود ندارد		
۷	خلاقیت تصویر	عناصر مشترک بین پوسترها وجود ندارد		
۸	عناصر دیگر	عناصر مشترک بین پوسترها وجود ندارد		
۹	افقی / عمودی	دارد	درصد	ندارد
		۴۵	۱۰۰	۰

در جدول (۸)، نسبت بازنمایی گرافیکی با مضمون‌های اجتماعی در فیلم تحلیل شده است.

در زمینه چگونگی ارتباط میان مضمون‌های اجتماعی اصلی فیلم با بازنمایی گرافیکی با چند وضعیت مختلف روبه‌رو هستیم. وضعیت در فیلم‌ها در سه قالب دسته‌بندی شده است:

۱. **ارتباط مستقیم:** مواردی را شامل می‌شود که به‌طور مستقیم و صریح، تمام یا بخشی از مضمون‌های اجتماعی اصلی فیلم در قالب عناصر بصری در پوستر بازنمایی شده است؛

۲. **ارتباط نمادین:** مواردی را شامل می‌شود که تمام یا بخشی از مضمون‌های اجتماعی اصلی فیلم در قالبی غیر مستقیم و با استفاده از نمادها یا المان‌ها بازنمایی شده است؛

۳. **عدم ارتباط:** مواردی را شامل می‌شود که هیچ بخشی از مضمون‌های اجتماعی اصلی فیلم در قالب پوستر بازنمایی نشده است و طراحی جنبه تزئینی صرف دارد.

جدول ۸. تحلیل چگونگی ارتباط مضمون‌های اجتماعی با بازنمایی گرافیکی (منبع: نگارندگان)

ردیف	نوع ارتباط	تعداد	درصد
۱	ارتباط نمادین	۲۲	۴۸/۸
۲	ارتباط مستقیم	۲۱	۴۶/۶
۳	عدم ارتباط	۲	۴/۴

بر اساس نتایج به دست آمده در جدول (۸) به نظر می‌رسد ارتباط کافی میان طراحی پوستر و مضمون اجتماعی طرح‌شده در فیلم وجود ندارد و وضعیت طراحی پوستر فیلم‌های برگزیده اجتماعی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ نامناسب است. این امر به نوعی بی‌توجهی به طراحی پوستر در کنار در دیگر عناصر فیلم در ایران برمی‌گردد.

نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر، توجه به مضامین اجتماعی در فیلم‌های سینمایی ایران پس از انقلاب پررنگ‌تر شده است. پس از موفقیت چشمگیر این گونه از فیلم‌ها در التفات به مسائل اجتماعی معاصر ایران یا مسائل درونی انسان‌ها، این نوع از آثار سینمایی در قالب یک ژانر جدید و پرطرفدار و در عین حال، جنجالی مطرح شدند. به‌طور قطع، تمایل فیلم‌ها به دغدغه‌های انسان معاصر این اهمیت را دوچندان کرده است. از آنجایی که این فیلم‌ها به‌طور مستقیم یا نمادین به دغدغه‌های مخاطبان اهمیت می‌دهند، با ذهنیت مخاطبان تکمیل می‌شوند. یعنی مضمون فیلم از اثر آغاز می‌شود، اما در فیلم به پایان نمی‌رسد و با ذهنیت مخاطبان تکمیل می‌شود. این امر سبب آن می‌شود که مخاطب، در گونه اجتماعی در مقایسه با دیگر گونه‌ها مهم‌تر باشد. اولین ارتباط مخاطب با فیلم در وهله نخست از طریق پوستر و طراحی آن است. زمان اکران هر فیلم اولین مواجهه با فیلم قبل از تریلر، پوستر است و همین امر بیانگر اهمیت دوچندان طراحی پوستر فیلم‌ها است. اگر هدف از خلق آثار سینمایی با مضمون اجتماعی نوعی طرح، آسیب‌شناسی یا حتی حل مسائل اجتماعی در جامعه باشد، باید ارتباط مخاطب با آن و شیوه این ارتباط‌گیری با دقت طراحی و تدوین شود. اما به نظر می‌رسد این دغدغه در سینمای ایران به‌صورت جدی دنبال نمی‌شود و حتی طراحی پوستر فیلم‌ها یک جایزه اصلی در جشنواره فیلم فجر به‌عنوان مهم‌ترین جشنواره رسمی ایران به شمار نمی‌رود و در بخش جانبی به آن پرداخته می‌شود.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که به طراحی پوستر در فیلم‌های اجتماعی سینمای ایران پس از انقلاب به میزان کافی توجه نمی‌شود و حتی مواردی در ۴۵ نمونه بررسی شده می‌توان یافت که حداقل‌های یک طراحی گرافیکی پذیرفتنی را ندارند. در فیلم‌های انتخابی، به جز یک مورد تمام پوسترها در قالب رنگی طراحی شده‌اند، این امر با توجه به اهمیت روان‌شناسی رنگ می‌تواند مؤلفه‌ای مثبت لحاظ شود، اما

اگر در نظر داشته باشیم که یک تصویر سیاه و سفید نوعی به تصویر کشیدن فضایی غیر واقعی (غیر رئال) است، در گونه اجتماعی، ضرورت طراحی پوستر سیاه و سفید بیشتر روشن می‌شود، زیرا دنیای این فیلم‌ها الزاماً یک تصویر مستند یا دنیای واقعی نیست، بلکه دنیای داستانی است که بستری برای طرح مسائل اجتماعی به شمار می‌رود.

در تمام پوسترها فیلم‌های انتخابی، از تصاویر شخصیت‌های اصلی استفاده شده است. این امر نه تنها از لحاظ طراحی گرافیکی الزاماً مثبت نیست، بلکه به نظر می‌رسد تنها در راستای نظام ستاره‌ای سینمای ایران در راستای جلب مخاطب و فروش گیشه است. تایپوگرافی در تمام پوسترها وجود دارد که معمولاً یک عنصر تزئینی است و به‌ندرت در یک فیلم، با مضمون اجتماعی فیلم گره خورده است. از لحاظ رنگ‌شناسی، در بخش‌های پیشین، تعداد و درصد استفاده از رنگ‌ها بیان شده است. این پژوهش نشان می‌دهد که در برخی موارد، استفاده از رنگ به‌صورت مستقیم با مضمون اجتماعی فیلم مرتبط است و در مواردی صرفاً جنبه تزئینی دارد. استفاده از متن در پوسترها جنبه اطلاع‌رسانی دارد و معمولاً با توجه به اندازه فونت و چینش، همین کارکرد نیز ضعیف شده است و کاربردی نیست. شاید با توجه به گسترش فضای اینترنتی و کسب اطلاعات از آن توسط مخاطبان، استفاده از اطلاعات متنی، امری کاملاً بیهوده باشد. استفاده از تصاویر انتزاعی در پوسترها بسیار محدود و ناچیز است و حتی یک مورد طراحی پوستر مینیمال در میان آثار وجود ندارد. در هر پوستر نوعی عناصر خلاقانه به کار رفته است که در کنار عناصر دیگر استفاده‌شده، وضعیت طراحی را بهتر کرده است، اما می‌توان گفت که در این زمینه نیز پوسترها با وضعیت چشمگیری روبه‌رو نیستند. همچنین در مجموع موارد بررسی شده، یک مورد هم پوستر افقی دیده نمی‌شود که در طراحی پوستر سینمایی در جهان مرسوم است و نمی‌توان آن را مؤلفه منفی دانست. البته شاید در زمانی که این پوسترها بیشتر در قالب چاپی استفاده می‌شدند، طراحی عمودی ضرورت بیشتری داشت.

مهم‌ترین نکته در بررسی طراحی پوستر فیلم‌های برگزیده، ارتباط طراحی با مضمون اجتماعی فیلم‌ها است. این پژوهش نشان می‌دهد که از مجموع این فیلم‌ها، ۲۱ پوستر به‌صورت مستقیم (۴۶/۶ درصد)، ۲۲ پوستر به‌صورت غیر مستقیم و نمادین (۴۸/۸ درصد) با مضمون فیلم در ارتباط هستند. به نظر می‌رسد که ۲ مورد (۴/۴ درصد) نیز ارتباطی با مضمون

فیلم ندارند. بر این اساس، می‌توان گفت که در مجموع ارتباط طراحی پوستر فیلم‌های اجتماعی در آثار انتخابی با مضمون اجتماعی وضعیت مناسبی ندارد. به نظر می‌رسد با توجه به تمام پیشرفت‌های تکنیکی و هنری سینمای ایران در سال‌های مدنظر، باز هم به طراحی پوستر، آن‌گونه که باید، اهتمام نشده است و این امر صرفاً در حد تبلیغات فیلم باقی مانده است. این وضعیت در حالی است که مواجهه مخاطب با فیلم از طریق پوستر و اهمیت بازنمایی درست مضمون اجتماعی فیلم در آن لحاظ نشده است. به‌عنوان آینده این پژوهش، پیشنهاد می‌شود که به لحاظ عملی الگوی طراحی مناسب برای گونه اجتماعی پیشنهاد شود. همچنین می‌توان پژوهشی در یک بستر مطالعاتی تطبیقی، میان طراحی پوستر ایران و دیگر کشورهای صاحب سبک در عرصه طراحی پوستر انجام شود که در این راستا، ابعاد پنهان و ظرفیت‌های بیشتر روشن شود.

منابع

اسکندری، زهرا (۱۳۹۴) *بررسی مفهوم هویت در پوسترهای جشنواره فیلم فجر*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، پژوهش هنر، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر، تهران.

اکبری قلعه‌تکی، لیلا (۱۳۹۷) *تحلیل مضمونی پوسترهای فیلم ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، ارتباط تصویری، دانشگاه علم و هنر، یزد.

امین خندقی، جواد (۱۳۹۷) *پدیدارشناسی: تصویر اسلام در سینمای غرب*، تهران: سازمان تبلیغات اسلامی؛ پژوهشکده باقر العلوم.

برزگر نصری، مجید (۱۳۹۷) *مطالعه تطبیقی ساختار تصویری پوسترهای تئاتر و سینمای ایران با مضامین اجتماعی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، پژوهش هنر، دانشگاه شاهد، تهران.

بنوا، ویلیام ال؛ بنوا، پاملا جی. (۱۳۹۰) *پیام‌های اقناعی؛ فرایند تأثیرگذاری*، ترجمه مینو نیکو و وارگن سرکیسیان، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.

بوردول، دیوید (۱۳۹۶) *روایت در فیلم داستانی*، ترجمه علاءالدین طباطبایی، جلد ۱، تهران: بنیاد سینمایی فارابی.

دانشگر، فهیمه؛ طاهری، مونا (۱۳۹۷) «مطالعه تطبیقی شکل و محتوای پوسترهای اعتقادی در جوامع انقلابی: شوروی، چین، کوبا و ایران»، *جلوه هنر*، ۱۰ (۳)، ۱۵-۲۸.

رفیعی، زهره (۱۳۹۵) *مطالعه تطبیقی فضای بصری پوستر با محتوای فیلم‌های درام اجتماعی ایران (۱۳۸۰-۱۳۹۴)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، ارتباط تصویری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران.

صدیقیان، پوپک (۱۳۹۶) *شناسایی روابط متقابل ژانر فیلم و پوستر آن با تمرکز بر فیلم‌های ده هشتاد و نود سینمای ایران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، ارتباط تصویری، مؤسس آموزش عالی کمال‌الملک، نوشهر.

کازه‌بیه، آلن؛ وونیتو، دنیس؛ ویلیام، هومن (۱۳۶۰) *اصول نقد فیلم*، ترجمه جمال حاج‌آقا محمد، تهران: پای‌ژه.

نصیری، ناصر (۱۳۹۱) *پوسترهای سینمایی سه دهه اخیر ایران (از ۱۳۶۰ تا ۱۳۹۰)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، ارتباط تصویری، مؤسسه آموزش عالی نبی‌اکرم، تبریز.

References

- Akbari Ghaletaki, L. (2018). *Thematic Analysis of Iranian Movie Posters after the Victory of the Islamic Revolution*, Master's thesis, visual communication, Yazd: University of Science and Art, (Text in Persian).
- Amin Khandaqi, J. (2018). *Phenomenology: The Image of Islam in Western Cinema*, Tehran: Islamic Development Organization; Bagher-al-Uloom Research Institute (Text in Persian).
- Atwood, B. & Decherney, P. (2015); "Introduction", *Iranian Cinema in a Global Context: Policy, Politics, and Form*, eds. Blake Atwood and Peter Decherney, New York: Taylor & Francis, pp 1-12.
- Barzegar Nasri, M. (2018). A Comparative Study of the Image Structure of Iranian Theater and Cinema Posters with Social Themes from 2012 to 2018, Master's thesis, Art Research, Tehran: Shahed University, (Text in Persian).
- Benoit, W. L. (2011). *Persuasive Messages: The Process of Influence*, Translated by Minoo Nikoo, Tehran: IRIB Research Center, (Text in Persian).
- Berlin, I. (2013); *The Roots of Romanticism*, ed. Henry Hardy, Princeton: Princeton University Press, 1999.
- Bordwell, D. (2017). *Narration in a Fictional film*, Translated by Aladdin Tabatabai, Tehran: Farabi Cinema Foundation, (Text in Persian).
- Casebier, A; Denitto, D. & Herman, W. (1982). *Principles of Film Criticism*, Translated by Jamal Haj Agha Mohammad, Tehran: Pai Jeh, (Text in Persian).
- Chaplin, E. (2002); *Sociology and Visual Representation*, New York: Taylor & Francis.
- Clarke, J. R. (2006); *Art in the Lives of Ordinary Romans: Visual Representation and Non-Elite Viewers in Italy, 100 B.C. - 315 A.D.*, Berkeley: University of California Press.
- Daneshgar, F., Taheri, M. (2019). Comparative Study of Propaganda Posters' Presentation & Context, in Revolutionary Society: USSR, China, Cuba & Iran, *Glory of Art (Jelve-y Honar) Alzahra Scientific Quarterly Journal*, 10(3), 15-28. doi: 10.22051/jjh.2018.13050.1193, (Text in Persian).
- Eichenberger, A. (1997); "Approaches to Film Criti-

Princeton University Press.
Zeydabadi-Nejad, S. (2009); *The Politics of Iranian Cinema: Film and Society in the Islamic Republic*, New York: Taylor & Francis.

URL(s)

URL1: Cinematicket, available at: cinematicket.org, 1/12/1400.

- cism", *New Image of Religious Film*, ed. John R. May, Kansas City: Sheed & Ward, pp 3-16.
- Eskandari, Z. (2015). *Investigating the Concept of Identity in Fajr Film Festival Posters*, Master's thesis, Art Research, Tehran: Art University, (Text in Persian).
- Falzon, C. (2002); *Philosophy Goes to the Movies: An Introduction to Philosophy*, New York: Taylor & Francis.
- Gombrich, E. (1960); *Art and Illusion*, New York: Pantheon.
- Hurley, N. P. (1987); *The Reel Revolution: A Film Primer on Liberation*, Maryknoll: Orbis Book.
- Kundu, A. (2009); *The Social Sciences: Methodology And Perspectives*, Delhi: Pearson Education.
- Meggs, P. B. (1992); *Type and Image: The Language of Graphic Design*, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Millman, D. (2007); *How to Think Like a Great Graphic Designer*, New York: Allworth.
- Mirbakhtyar, S. (2015); *Iranian Cinema and the Islamic Revolution*, Jefferson: McFarland, Incorporated, Publishers.
- Morley, D. (1992); *Television, audience and Cultural Studies*, London: Routledge.
- Nasiri, N. (2012). *Movie Posters of the Last Three Decades of Iran (from 1982 to 2011)*, Master's thesis, visual communication, Tabriz: Nabi Akram Institute of Higher Education, (Text in Persian).
- Payn, M. & Barbera, J. R. (2010); *A Dictionary of Cultural and Critical Theory*, 2nd Edition, London: Wiley-Blackwell.
- Plato. (1952); *Dialogues*, trans. B. Jowett, Chicago: Encyclopedia Britannica.
- Postman, N. (2005); *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, New York: Penguin Books.
- Rafii, Z. (2016). *A Comparative Study of the Visual Space of the Poster with the Content of Iranian Social Drama Films (2001-2005)*, Master's thesis, visual communication, Tehran: University of Science and Culture, (Text in Persian).
- Rivers, C. (2011); *Poster-Art: Innovation in Poster Design*, Brighton: RotoVision SA.
- Russell, W. B. (2009); *Teaching Social Issues with Film, Charlotte: Information Age Publishing*.
- Seddighian, P. (2017). *Identifying The Interrelationships of the Film Genre and Its Poster with a Focus on the Films of the 80s And 90s of Iranian Cinema*, Master's thesis, visual communication, Nowshahr: Kamal-ul-Mulk Institute of Higher Education, (Text in Persian).
- Smith, M. (2005); "Film", *The Routledge Companion to Aesthetics*, 2nd Edition, Eds. Berys Gaut and Dominic McIver Lopes, New York: Taylor & Francis, pp 597-609.
- Weill, A. (2004); *Graphics: A Century of Poster and Advertising Design*, London: Thames & Hudson.
- Williams, L. (1991); *"Film Bodies: Gender, Genre, and Excess"*, Film Quarterly, 44(4), pp 2-13.
- Wilson, G. M. (1986); *Narration in Light: Studies in Cinematic Point of View*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Wollheim, R. (1987); *Painting as an Art*, Princeton:



فصلنامه علمی دانشگاه الزهراء (س) زمینه انتشار: هنر

سال ۱۴، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱

مقاله پژوهشی، ۷۵-۸۴

<http://jjhjor.alzahra.ac.ir>

قالی در منابع مکتوب قرون چهارم تا هشتم هجری قمری^۱

اکرم نوری^۲

فاطمه کاتب^۳

علی خلیقی^۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۲

چکیده

فرش دست‌باف دارای سبقه‌ای بسیار طولانی است به گونه‌ای که قدیمی‌ترین قالی‌های دست‌باف در موزه‌های دنیا تنها بخشی از این تاریخ را نمایان می‌کنند. قالی، تاریخ مبهم و ناآشنایی دارد که سیر تکامل و رشد آن همواره مجهول و ناپیدا مانده است. علاوه بر قالی‌ها و تکه‌فرش‌های موجود به جامانده، آثار نقاشی، نگاره‌ها و همچنین متون قدیمی از منابع مهم تاریخ فرش هستند. در منابع مکتوب گذشته، اطلاعات مفیدی درباره قالی ایران وجود دارد. پرسش این تحقیق چنین است که قالی ایرانی در کتاب‌های قدیمی چگونه و تا چه حد توصیف شده است و این منابع مکتوب چه اطلاعاتی درباره آن ارائه می‌کنند. هدف از این پژوهش، چگونگی وصف و شرح قالی در این منابع مکتوب است. در این پژوهش ده عنوان از منابع مکتوب قرن چهارم تا هشتم قمری مطالعه شدند تا اطلاعاتی که درباره فرش دست‌باف ارائه می‌دهند جمع‌آوری و بررسی شوند. این تحقیق از نوع تاریخی است که به روش توصیفی تحلیلی و از طریق منابع کتابخانه‌ای انجام گرفت. نتایج تحقیق چنین است که در قرون چهارم تا هشتم قمری قالی دست‌باف کالایی با ارزش و گران‌قیمت بوده است و بخشی از غنائم، شکوه و جلال قصرهای پادشاهی. همچنین در این منابع رنگارنگ بودن، کیفیت مطلوب بافت و جنس ابریشمی، پشمی و گاه زرین‌الیاف بیان و توصیف شده‌اند، در حالی که در ارتباط با طرح و نقوش قالی‌ها گزارش و اطلاعاتی ارائه نشده است.

کلیدواژه‌ها: تاریخ فرش، قالی ایران، نقوش قالی، منابع مکتوب، کتاب‌های قدیمی.

1-DOI: 10.22051/JJH.2022.38887.1736

این مقاله برگرفته از رساله دکتری اکرم نوری با عنوان: "ساختار طراحی قالی‌های نقشه‌افشان (دوره صفوی وقاجار)" است.

۲- دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. noory14018@yahoo.com

۳- استاد گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران، نویسنده مسئول. f.kateb@alzahra.ac.ir

۴- استادیار گروه هنر سنتی، دانشکده هنر، دانشگاه ساکاریا، سر دیوان، ترکیه. kali@sakarya.edu.tr

مقدمه

قالی به واسطه تعدد طرح و تنوع نقوش، اصول دقیق بافت و عملیات فنی رنگرزی، دست‌بافته‌ای بارزش است که پژوهش‌های مربوط به آن بیانگر توانایی هنرمندان این هنر است. تحقیق و تفحص در باب تاریخ فرش از شاخه‌های مهم فرش‌شناسی است که از دیرباز مرکز توجه بسیاری از پژوهشگران خارجی و ایرانی بوده است. اطلاعات تاریخی فرش دست‌باف ایران، به‌طور مستقیم از قرن دهم هجری قمری باقالی مشهور شیخ صفی آغاز می‌شود، اما آنچه مشهود و مبرهن است، سبقه‌ای بیش از این تاریخ است. فرش دست‌باف به دلیل ساختارهای پروتئینی پشم، ابریشم یا پنبه با گذشت زمان، پوسیده، فرسوده و تجزیه می‌شود؛ بنابراین دستیابی به قطعات ملموس و مشخص از فرش دست‌باف تنها به چند سده اخیر بر می‌گردد. منابعی که حاوی اطلاعات تاریخی فرش دست‌باف در پیش از این دوران هستند، عبارت‌اند از: منابع تصویری چون نگاره‌ها و منابع مکتوب مثل کتاب‌ها.

نگاره‌های بسیاری مربوط به دوران ایلخانی و تیموری که قرن‌های هفتم تا نهم هجری قمری را شامل می‌شوند، به‌طور مستقیم و آشکار، فرش دست‌باف را نشان می‌دهند. آنها اطلاعاتی چون طرح، نقش و رنگ فرش‌های این دوره را به مخاطب منتقل می‌کنند. در این زمینه پژوهشی (نگارگری)، تحقیقات بسیاری صورت گرفته است، اما در باب تاریخ فرش در منابع مکتوب، تحقیقات کمتری وجود دارد. البته تعدادی مقاله تألیف شده‌اند که در این امر راهگشا و راهنمایان خوبی به شمار می‌آیند و پیشینه و منابعی مفید برای مقاله حاضر قرار گرفته‌اند، اما همچنان کم و محدود هستند. این پژوهش نیز از نظر منبع پژوهشی (تاریخ فرش دست‌باف در منابع مکتوب)، نزدیک به این تحقیقات قرار دارد، اما در بازه تاریخی و برخی منابع مکتوب، متفاوت عمل کرده است. فرضیه اصلی تحقیق بر این نکته استوار است که نقش و طرح قالی در منابع مکتوب مدنظر نویسندگان بوده است و گزارش‌هایی از نقوش قالی بیان کرده‌اند که یافته‌ها و نتیجه تحقیق مطلب دیگری را بیان خواهد کرد.

منابع اصلی تحقیق در این پژوهش، منابع مکتوب قدیمی هستند، کتاب‌هایی که از حیث موضوع اصلی، ارتباطی با صنایع و هنر ندارند، ولی به نوعی بیانگر تاریخ سیاسی، اجتماعی و فرهنگی هستند. البته ذکر این نکته ضروری است که در بازه زمانی مذکور کتابی در رابطه با صنایع مستظرفه

و هنر وجود ندارد. ده عنوان کتاب در سه مبحث متفاوت سفرنامه، جغرافیا و تاریخ، طی قرون چهارم تا هشتم قمری بر اساس انتخاب غیرتصادفی - قضاوتی انتخاب شده‌اند، شش کتاب در زمینه تاریخ سیاسی که هر کدام در ارائه مطالب خود کامل و جامع هستند؛ مانند کتاب جامع التواریخ یا تاریخ بیهقی، سه سفرنامه که معروف‌ترین سفرنامه‌های تاریخ ایران طی قرون چهارم تا هشتم قمری ذکر شده‌اند و یک کتاب با محوریت جغرافیا که معرفی شغل، صنایع و هنرها در سرزمین‌ها و بلاد ایران بخش مهمی از آن است. پرسش اصلی تحقیق چنین بیان می‌شود که قالی ایرانی در منابع مکتوب قدیمی به چه شکل توصیف شده است و این کتاب‌ها چه اطلاعاتی درباره قالی ارائه می‌کنند. در راستای روند پژوهش، کتاب‌ها خط‌به‌خط مطالعه شدند تا تمام ردپاهای فرش در آن جست‌وجو، ارائه و تحلیل شوند. روایت فرش از زبان مورخانی که ارتباط شغلی و حرفه‌ای با صنایع و هنر نداشتند نیز نکته‌ای است شایسته تأمل.

بی‌شک تعداد کتاب‌های بررسی‌شده در پژوهش حاضر، در مقابل تألیفات بی‌شمار و نسخه‌های قطور قدیمی ایران، بسیار کم و ناچیز است، اما نتایج این پژوهش می‌تواند در دیگر کتاب‌ها به‌صورت مؤلفه‌های تاریخی فرش، واکاوی شود.

پیشینه پژوهش

بررسی تاریخ فرش در منابع مکتوب، دارای پیشینه و سبقه تحقیقاتی است، اما با توجه به وسعت مباحث فرش و سابقه طولانی آن، باز هم به اندازه و کافی نیست. نویسندگان و پژوهشگران بسیاری در باب تاریخ فرش، از این منظر به آن توجه کرده‌اند (کتب قدیمی، اساس پژوهش تاریخی قالی) که بخشی از تألیف خویش را به این مبحث اختصاص داده‌اند و تأکید بیشتر بر منابع تصویری (نگاره‌ها) دارند. از تألیف‌هایی که بیش از موارد دیگر، استفاده مطلوب از کتاب‌های گذشتگان را دارند و راهنما و منابع پژوهش حاضر نیز هستند، منابع زیر ذکر شد:

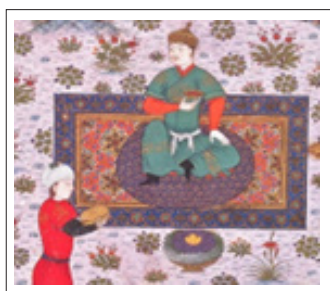
مقاله «تاریخ فرش‌بافی در گستره جغرافیای تاریخی شهرهای خراسان در سده‌های اولیه اسلامی» نوشته حسین کمندلو (۱۳۹۳)، ایشان تاریخ فرش در کتاب‌های سده اول تا پنجم هجری قمری در خراسان قدیم را جست‌وجو کرده است. مقاله «بررسی گونه‌ها، شیوه‌ها و جغرافیای تولید فرش ایران در پنج قرن اولیه هجری با تکیه بر منابع مکتوب» نوشته محمود اشعاری و مهرانگیز مظاهری (۱۳۹۳) آن چنان که

روش تحقیق او همچون استادش لسینگ بر مقایسه هر فرش با فرش‌های نقاشی‌شده در آثار نقاشان اروپایی مبتنی بود که در نتیجه توانست قدمت قالی‌ها را با توجه به تاریخ ترسیم نقاشی، تخمین بزند. همچنین این شیوه از پایه‌های مقدماتی فرش‌شناسی شرق نیز به حساب می‌آید. پس از فن بده، «کورت اردمان»^۵ دیگر فرش‌شناس نامدار آلمانی در تکمیل این روش کوشید. از آنجا که هر دوی آنها از اهالی برلین بودند این روش به نام مکتب برلین شهرت یافت. از ویژگی‌های مشخص این مکتب، آغاز کردن حوزه فرش‌شناسی با بررسی پیشینه و تاریخ فرش در جهان است» (ژوله، ۱۳۹۲: ۱۸). (تصویر ۱)



تصویر ۱. نقش فرش هولباين در نقاشی مربوط به ۱۶۰۴ م. با عنوان کنفرانس در خانه سامرست (URL3)

پژوهشگران و نویسندگان متعددی این روش پژوهشی را در رابطه با تاریخ فرش به کار گرفتند. در ایران نیز منابع تصویری مربوطه، نگاره‌های به‌جا مانده از دوران ایلخانی، تیموری و صفوی هستند که بخش وسیعی از تاریخ فرش ایران را آشکار می‌کنند، کتاب فرش بر مینیاتور نوشته استاد علی حصوری از آثار به‌نام این عرصه است. «مینیاتور با تحولاتی که در قرن هشتم پیدا می‌کند رفته‌رفته به سمت واقع‌گرایی پیش می‌رود و شاید مینیاتورهای پیش از این دوران منبع موثقی برای قالی ایرانی نباشند» (حصوری، ۱۳۷۴: ۱۳). (تصویر ۲)



تصویر ۲. نقش قالی در نگاره بایسنقر در باغ، مکتب هرات، ۸۲۳ ق (حشمتی رضوی، ۱۳۸۷: ۱۷۳)

از اسم آن برمی‌آید بازه تاریخی تحقیق تا قرن پنجم هجری است، این دو مقاله بیشترین نزدیکی را به سبک و موضوع تحقیقاتی پژوهش حاضر دارد. همچنین کتاب تاریخ فرش نوشته فضل‌الله حشمتی رضوی (۱۳۸۷)، ایشان از کتاب‌های بسیاری چون معجم البلدان یا تاریخ طبری در متن خود بهره برده است. تألیفات مذکور آغاز و راهنمای خوبی بر این نوع تحقیق (جستار تاریخ قالی در منابع مکتوب) هستند، اما آنچه تحقیق حاضر را متفاوت می‌کند، دوره تاریخی (قرن چهارم تا هشتم قمری) و یافته‌ها و نظریه‌های متفاوت آن است.

روش پژوهش

این تحقیق از حیث هدف، تاریخی است که به روش توصیفی تحلیلی و از طریق منابع کتابخانه‌ای انجام می‌گیرد. روند پژوهش بدین شرح است که ابتدا ده کتاب مدنظر: أحسن التقاسیم فی معرفة الأقالیم، تاریخ بیهقی، تاریخ گردیزی، سفرنامه ناصر خسرو، تاریخ جهانگشای جوینی، جامع التواریخ، تاریخ و صاف، سفرنامه ابن بطوطه، سفرنامه کلایخو، و تاریخ‌نامه هرات به اختصار معرفی می‌شوند تا محتوای کلی آنها شناسایی شود، سپس جملات برگرفته از این کتاب‌ها که اطلاعات راجع به فرش را ارائه می‌دهند، در سه بخش (توسط نگارندگان با محورهای موضوعی مشخص، تعیین شده است) دسته‌بندی می‌شوند. در پی آن مستندات برگرفته از جملات و گزارش‌ها، تحلیل می‌شوند.

مبانی نظری

علاوه بر فرش‌های دست‌باف و قطعه‌هایی که در موزه‌ها نگهداری می‌شوند، منابع تصویری (نگاره‌ها) و منابع مکتوب نیز حلقه‌های گمشده تاریخ قالی را نمایان می‌کنند. مکتب پژوهشی که فرش دست‌باف را در نقاشی‌ها و نگاره‌ها جست‌وجو می‌کند، دارای زمینه‌ای مطلوب در تحقیقات تاریخ فرش است: «این شیوه در حقیقت با اولین فرش‌شناس و پژوهشگر فرش در جهان، دکتر «یولیوس لسینگ»^۱ حدود سال ۱۸۷۷ میلادی آغاز شد. وی اولین کسی بود که در پژوهش‌هایش متوجه شد در برخی از نقاشی‌های قرن ۱۵ و ۱۶ میلادی متعلق به نقاشان اروپا، فرش‌هایی دیده می‌شود که نمونه‌های کهنه آنها فقط در کلیساها و برخی خانه‌های اعیان وجود دارد که تاریخ آنها متعلق به همان دوران زندگی نقاشان اروپایی مانند «هولبین»^۲ و «مملینگ»^۳ است. بعدها راه پژوهشی او را شاگردش دکتر «ویلهم فن بده»^۴ ادامه داد.

در باب جست‌وجوی تاریخ فرش ایران در منابع مکتوب نیز تألیفات بسیار خوبی انجام گرفته است. پژوهشگران با مطالعه و بررسی کتاب‌هایی که طی سده‌ها مورخان، سیاستمداران، جغرافی‌دانان، سیاحان و... نگاشته‌اند، سعی در واکاوی مسیر تاریخی فرش داشته‌اند. منابع تاریخی به صورت مستقیم و غیرمستقیم حامل داده‌های تاریخی، فرهنگی و اجتماعی هستند، از آنجا که شاعران و نویسندگان از روحیه‌ای نکته‌سنج برخوردار بوده‌اند و هم‌زمان با توده مردم و مقامات سیاسی ارتباط داشتند، آثارشان تا حد زیادی می‌تواند بازتاب اوضاع زمانه‌شان باشد؛ بنابراین پژوهش‌های تاریخی، آثار ادبی و مطالعه آنها از روش‌های مناسب در روشن کردن زوایای تاریک تاریخ خواهد بود (اشعاری و مظاهری، ۱۳۹۳: ۴۹).

کتاب‌های مطالعه شده

کتاب‌هایی که در این تحقیق مطالعه و بررسی می‌شوند در زمره مطالعات تاریخ‌نگاری قرار می‌گیرند که شامل ده عنوان است و در دوره‌های حکومت آل بویه، حمله مغول، حکومت ایلخانان تا تیمور گورکانی تألیف شده‌اند، چهار کتاب منتخب از منابع بالارزش دوره مغول (ایلخانان) هستند و از اهمیت تاریخی به سزایی برخوردارند که متعاقباً اطلاعات بالارزشی در حوزه‌های فرهنگی و هنری نیز به همراه دارند، «مغولان به دلیل گستره وسیع جغرافیای سیاسی از چین تا آسیای صغیر، پیونددهنده تفکرات غرب و شرق به یکدیگر بوده‌اند و این نکته را می‌توان از مدارک تاریخی به جای مانده از آن دوران به وضوح دریافت؛ مثلاً مغولان در ادوار گوناگون به ادیان متفاوتی چون شمنی، بت پرستی، یهودیت، مسیحیت و اسلام روی آوردند و در هر دوره به انجام مراسم مذهبی دینی که برگزیده بودند، روی می‌آوردند. این به نوعی نشان دهنده اختلاط هنری در ایران دوره مغول نیز هست. در واقع می‌توان گفت استیلای مغولان بر ایران نقطه عطفی در تاریخ هنر این سرزمین بزرگ به شمار می‌رود» (مهدی‌ئی، ۱۳۹۱: ۱۴۴). پژوهشگران در لابه‌لای خط‌های کتب مدنظر، به دنبال عبارات و جملاتی بوده‌اند که گزارشی از قالی و فرش دست‌باف را ارائه دهند، عناوین کتاب‌ها به ترتیب تاریخی به شرح زیر است:

۱. **أَحْسَنُ التَّقَاسِيمِ فِي مَعْرِفَةِ الْأَقَالِيمِ**: کتابی در ارتباط با جغرافیای سرزمین‌های اسلامی، تألیف سال ۳۷۵ق، نویسنده آن با بیان تولیدات و صادرات هر شهر و اقلیم، قالی را به عنوان

کالایی باارزش و گران‌قیمت توصیف می‌کند.

۲. **تاریخ بیهقی یا تاریخ مسعودی**: با موضوع تاریخ پادشاهی مسعود غزنوی و سلاطین غزنوی، تألیف سال ۴۳۲ق، بیهقی با توصیف و شرح موقعیت‌هایی چون جلوس سلطان و جشن‌ها و کاخ‌های دربار، فرش‌های دست‌باف را به عنوان عنصری مهم از چیدمان قصرها و پیشکش‌های سلطانی ذکر می‌کند.

۳. **تاریخ گردیزی یا زین الاخبار**: درباره تاریخ، از آغاز خلقت بشر تا پایان سلطنت مودود بن مسعود غزنوی، تألیف در سال ۴۴۲ق، در این کتاب نیز فرش دست‌باف در کنار پارچه‌های ابریشمی و حریر جزو کالاهای باارزش و گران‌قیمت در چندین موقعیت ذکر می‌شود.

۴. **سفرنامه ناصر خسرو**: تألیف در سال ۴۴۴ق، ناصر خسرو در مکان‌هایی که فرش دست‌بافت پهن بوده به واقعیت پایبند است و آنها را در کتاب خود با ذکر نام مکان، به میان می‌آورد.

۵. **تاریخ جهانگشای**: با موضوع تاریخ مغول و خوارزمشاهیان و اسماعیلیان، تألیف در سال ۶۵۵ق، نویسنده فرش دست‌باف را در غالب هدایای درباری، کف پوش‌های فاخر و کالایی با ارزش و گران‌بها در موقعیت‌های متفاوت و مرتبط با پادشاهان مغول بیان می‌کند.

۶. **جامع التواریخ**: کتابی برجسته در ارتباط با تاریخ مغول، تألیف در سال ۷۱۰ق، در این کتاب به فرش دست‌باف خیلی کم اشاره شده است، ولی بالارزش بودن آن به عنوان یک کالا و همچنین شغل و منصب فراش در مواردی ذکر شده است. (تصویر ۳)



تصویر ۳. نوح و پسرانش در کشتی، نسخه‌ای از جامع التواریخ ایلخانی (صداقت و خوشیدی، ۱۳۸۸: ۸۱)

۷. **تاریخ و صاف:** ادامه‌ای بر تاریخ جهانگشا. تألیف شده در سال ۷۱۶ ق، در این کتاب نیز فرش دست‌باف در مواردی محدود و معدود ذکر می‌شود و مجدد به عنوان دست‌بافته‌ای بارز و غنیمتی. مغول‌ها در بدو ورود به ایران شناخت کافی به قالی نداشتند و شاید همین مسئله باعث شده است تا در آثار مکتوب در ابتدای حکومت مغولان، ذکر و توصیف فرش دست‌باف کمتر باشد.

۸. **سفرنامه ابن بطوطه:** تألیف شده در سال ۷۵۴ ق، ابن بطوطه با مشاهده قالی و فرش دست‌باف در سرزمین‌ها و شهرهای متفاوت، امانت‌دارانه آنها را ذکر می‌کند و کیفیت و رنگین بودن و حتی جنس الیاف را نیز بیان می‌کند.

۹. **سفرنامه کلاویخو:** شرح سفر فرستاده پادشاه اسپانیا به نزد تیمور گورکانی، تألیف در سال ۷۸۴ ق، کلاویخو با علاقه و نگاهی ریزبینانه پارچه‌ها و پوشاک درباریان را وصف می‌کند و در کنار آن انواع قالیچه و فرش را نیز بیان می‌کند.

۱۰. **تاریخ‌نامه هرات:** با موضوع تاریخ مغول‌ها، تألیف شده در سال ۸۲۱ ق، در این کتاب توصیف فرش دست‌باف به عنوان یک کف‌پوش زیبا و رنگین، چندین بار به میان آمده است.

توصیف قالی در کتاب‌های مذکور

با مطالعه و بررسی کتاب‌های مذکور، در مجموع هشتاد و سه گزارش (شامل یک جمله یا بیشتر مربوط به قالی) به عنوان داده‌های مطالعه شده، جمع‌آوری شد که از تمام این جملات سه نکته به دست می‌آید:

نکته اول: در تمام گزارش‌ها، قالی به عنوان دست‌بافته‌ای بارز و گران‌قیمت توصیف می‌شود؛

نکته دوم: هیچ کدام از نویسندگان و مؤلفان مذکور در طول این چهار قرن، به‌طور مطلوب و کافی، حرف از طرح و نقش قالی‌ها به میان نیاوردند و تنها از رنگارنگ بودن و گاه جنس الیاف سخن گفته‌اند؛

نکته سوم: با اینکه نویسندگان از نقوش قالی‌ها سخنی نگفته‌اند؛ اما درباره طرح و نقش پارچه‌ها چون پوشاک، پرده‌ها و دیبا (فرشی نازک و پارچه‌ای) مطالبی نگاشته‌اند. بافت پارچه و قالی از نظر دارکشی تار و پود، شباهت‌های فنی دارند و بر این اساس، پارچه‌بافی بیش از هنرهای دیگر بر الگوبودن برای قالی، مقدم است. چنین احتمال می‌رود که پارچه‌ها به‌واسطه زیبایی، درخور توجه بودن برای درباریان و همچنین ساختار بافت نزدیک و الیاف مشابه با قالی، از منابع بسیار تأثیرگذار نقوش در قالی‌ها بوده است و این نکته آنگاه جلب توجه می‌کند که طبق برخی جملات، پارچه‌ای به عنوان

کف‌پوش با نام «دیبا» وجود داشته که نوعی فرش بوده (گستردنی) و گاه به روی قالی‌ها نیز پهن می‌شده «و دیبای چینی بر روی فرش‌ها کشیده» (گردیزی، ۱۳۶۶: ۵۷۰) و این خود نکته‌ای است در این موضوع که بافندگان قالی برای زیبایی و محبوبیت بیشتر فرش دست‌باف تلاش کنند تا نقش‌ها و رنگ‌های دیبا را در قالی‌های خود تکرار کنند.

پژوهشگران تمام جملات جمع‌آوری شده را در سه بخش تقسیم‌بندی کرده‌اند که این تقسیم‌بندی نیز بر حسب نکات به‌دست آمده مذکور، انجام شده است. این نکته نیازمند تأکید و تکرار است که ذکر تمام جملات در این پژوهش امکان‌پذیر نیست:

دسته‌بندی اول شامل جملاتی است که در آنها قالی به عنوان دست‌بافته‌ای با کیفیت و گران‌قیمت عنوان شده است و جایگاه و شأن آن در قصر و دربار، بقعه‌های مقدس و جشن‌ها و پیشکش‌های پادشاهان بوده است. این قالی‌ها به‌واسطه ویژگی‌هایی مانند الیاف ابریشم یا ظرافت و زیبایی فنی در بافت، گران‌قیمت و بارز و ارزش بودند:

«بر روی تخت و سریر سلطان که پایه‌های آن از سیم و طلاکاری ساخته شده بود، قالیچه بزرگی انداخته بودند.» (ابن بطوطه، ۱۳۳۷: ۳۴۲)

«برای ازدواج سیف‌الدین با خواهر شاه، میادین را قبه زدند و با فرش‌های خوب (قالی) مفروش ساختند.» (همان: ۴۸۰)

«جسد خان مقتول را در ناووس (حفره یا دخمه) می‌گذارند که آن را با بهترین فرش‌ها مفروش گردانیده‌اند با تمام وسایل و کنیزان و غلامان زنده.» (همان: ۶۸۱)

«پدرم با اموال و نفایس مرصعات و جواهر که ترکیب کرده بود از ممالک آذربایجان پرسید و فرش و بُسط و آلات مجالس با آن ختم گردانید.» (جوینی، ۱۳۹۱: ۵۳۷)

«قاضی و خطیب مخصوص امیر و قاری ازاق (شهری در شرق شوروی) با طلاب در دست چپ روی فرش فاخری نشسته بودند.» (ابن بطوطه، ۱۳۳۷: ۳۲۶)

«داخل بقعه (حرم امام رضا) با فرش‌های گوناگون مفروش گردیده است.» (همان: ۳۹۶)

«تذره جهت مزار سیف‌الله خالدين وليد... قناديل زر و طرح و فرش بود.» (فضل‌الله، ۱۳۷۴: ۱۰۰۳)

«بر در شهر (شهر صور نزدیکی بیروت) مشهدهی راست کرده‌اند و آنجا بسیار فرش و طرح و قنادیل و چراغدان‌های زرین و نقره‌گین نهاده.» (قبادیانی مروزی، ۱۳۶۶: ۱۹)

«فرمود بیرون خرگاه را با انواع نسیج و زربفت فرش

انداختند.» (جوینی، ۱۳۹۱: ۱۷۴)

امیر محمود سبکتگین هدایای بی‌نظیری را به یوسف قدّرخان، سالار ترکستان پیشکش می‌کند: «هودج‌هایی از دیباچ منسوج و نسج و فرش‌های گران‌مایه از محفوری‌های ارمنی و قالی‌های اویسی و بوقلوم و دست‌های نسج و طبرهای معلم» (گردیزی، ۱۳۶۶: ۴۰۸).

«امیر مجدود را فرمود تا همه خزینه‌ها و گنج‌ها به غزنین آورند... پس هر چه از مال و جواهر و زر و سیم و فرش و آوانی بود همه بر آشتران کردند.» (همان: ۴۳۸)

«در بغداد... ابتدا هر چه داشت از زر تا اَرزیز (قلع)، از گوهر تا خَزَف (سفال)، از فرش‌های گرانبها تا حصیرهای کم‌بها همه را به غارت بردند.» (شیرازی، ۱۳۴۶: ۶۰)

«بناهای شادیاخ را به فرش‌های گوناگون بیاراسته بودند همه از آن وزیر حَسَنک، ... از آن فرش‌ها که حَسَنک ساخته بود از جهت آن بناها که مانند آن کس یاد نداشت.» (بیهقی، ۱۳۷۱: ۴۱)

«به فرمان امیر المؤمنین، نزدیک امیر ابولفضل جعفر بن یحیی بَرَمکی اَدَم‌الله لَمَعَه بُرده آمد از زر چندین و از فرش چندین.» (همان: ۲۴۳)

«آنچه می‌باید که از آمل و طبرستان حاصل شود و آن را بوسهل اسمعیل حاصل گرداند، زر نیشابوری هزار هزار دینار و جامه‌های رومی و دیگر اجناس هزار تا و محفوری (نوعی قالی) و قالی هزار دست.» (همان: ۵۹۷)

«چندان جامه و طرایف (لباس دوخته) و زرینه و سیمینه و غلام و کنیزک و مُشک و کافور و عَناب (عنبر) و مروارید و محفوری (نوعی قالی) و قالی و کیش و اصناف نعمت بود در این هدیه سوری که امیر و همه حاضران به تعجب بماندند» (همان: ۵۳۰)

دسته‌بندی دوم جملاتی را ارائه می‌دهد که تنها از رنگارنگ بودن و جنس الیاف قالی‌ها گزارش ارائه می‌دهند (جمله‌ای که درباره طرح و نقش باشد پیدانشد):

«مطربان خوش‌آواز را طلب داشته و فرش‌های مُلَوَن گسترانیده.» (الهروی، ۱۳۸۳: ۵۰۷)

«فرش‌های مقبره (قبر قیثم بن عباس - سمرقند) از پشم و پنبه بافته شده است.» (ابن بطوطه، ۱۳۳۷: ۳۸۵)

«از تبریز از زر و سیم و طرح و فرش زرین و سیمین هر چه توانست بار کرد و روانه شد.» (فضل‌الله، ۱۳۷۴: ۹۰۹)

«اندر خوارزم ... امیر روی فرش‌های ابریشمین نشسته بود» (ابن بطوطه، ۱۳۳۷: ۳۶۶)

«و در آن خانه صخره (قبه الصخره) همیشه مردم باشند از مجاوران و عابدان و خانه به فرش‌های نیکو بیاراسته‌اند از ابریشم» (قبادیانی مروزی، ۱۳۶۶: ۳۷)

«آن را قُرشِ سوری نام است کوشکی نیک عالی با انواع نقوش و فرش‌های مُتِلَوَن حالی.» (جوینی، ۱۳۹۱: ۲۷۳)

«چو روز بر شب تیره شد بارگاه را در آراسته بودند و فرش‌های مُتِلَوَن گسترانیده.» (الهروی، ۱۳۸۳: ۲۷۴)

«داخل حرم (امام علی ع) با انواع فرش‌های ابریشمین و غیره مفروش است.» (ابن بطوطه، ۱۳۳۷: ۱۶۶)

دسته سوم حاوی گزارش‌هایی است که از ظرافت بافت و زیبایی طرح و نقش پارچه‌ها چون لباس‌ها، خیمه‌ها و پرده‌ها و گلدوزی‌ها سخن گفته‌اند. نکته دیگر درباره پارچه‌ها، «دیبا» است که به‌عنوان پارچه‌ای منقوش و بسیار زیبا و با کیفیت، گاه خود به‌عنوان فرش (تنها) و گاه به‌عنوان روفرشی (روی قالی یا نمِد)، استفاده می‌شده است. چنین احتمال می‌رود که دیبا ضخامت و نرمی مطلوب چون قالی را نداشته؛ بنابراین یا به روی قالی و نمِد نرم پهن می‌شد یا بر سطحی نرم چون چمن یا علفزار:

«قُتْلُغُ الِیْشِی چند جامه زربفت و مُصور پادشاهانه که گفتی صنّاع و نَساج قدرت به ید حکمت بافته پیش پادشاه اُکتای آورد و اُکتای را خوش آمد پرسید ناسج این نَسج‌ها و مُصور این صورت‌ها و مُطرز این عَلم‌ها کیست.» (الهروی، ۱۳۸۳: ۱۴۲)

«اَرغون ایلچیان را به خزانه گرگان فرستاد تا هر آنچه بود حاضر گردانیدند و به کارخانه‌های نیشابور و طوس و اسفراین فرستاد تا جامه‌ها بیارایند.» (فضل‌الله، ۱۳۷۴: ۷۹۲)

«سایبان‌هایی از پارچه‌های رنگین... بر این پرده‌ها یا سایبان‌ها، نقش و نگار گوناگونی با نهایت سلیقه گلدوزی شده بود.» (کلاویخو، ۱۳۷۴: ۲۳۰)

«در چهار گوشه سقف غرفه (چادر)، چهار عقاب نشسته که بال‌هاشان را جمع کرده‌اند نقش شده... آنگاه اندکی پایین‌تر، سه شاهین با نخ سیمین به فواصل مساوی دوخته شده‌اند.» (کلاویخو، ۱۳۷۴: ۲۴۰ و ۲۴۲)

«روی تشک‌ها با ابریشم پوشیده شده بود که بر آنها برگ‌های کاج و گل و نقش‌های گوناگون گلدوزی کرده بودند.» (همان: ۲۶۹)

«از جامه‌های نَسیج و زربفت به آوان گوناگون چنانک پیش از آن کس خیمه چنان نه افراخته بود.» (فضل‌الله، ۱۳۷۴: ۵۸۶)

«پرده‌های سرخی که بسیار خوب و زیبا بافته شده و بر آنها

نقش‌های گوناگونی انداخته‌اند.» (کلاویخو، ۱۳۷۴: ۲۳۹)
 «از شام پارچه‌های گلدوزی شده زیبا و ظریف، بسیار به تجارت می‌رفت.» (مقدسی، ۱۳۶۱: ۲۵۳)
 «از شوشتر دیبای خوب فرش و پارچه تافته خوب می‌برند.» (مقدسی، ۱۳۶۱: ۶۲۲)
 «دانشمند بهادر از اسب پیاده شد و قدم بر زربفت و دیبایی که به رسم پانداز انداخته بودند، نهاد.» (الهروی، ۱۳۸۳: ۵۱۰)
 «فرش او نمد باشد... و دیبای چینی بر روی فرش‌ها کشیده.» (گردیزی، ۱۳۶۶: ۵۷۰)
 «مسیر شیخ را با پارچه‌های حریر فرش کردند.» (ابن بطوطه، ۱۳۳۷: ۱۴۶)
 «صَفَه را به قالی‌ها و دیباهای رومی به زر و بوقلمون به زر بیاراسته بودند.» (بیهقی، ۱۳۷۱: ۷۱۴)
 «تمامت جدار و صحن حصار را به گستردنی‌های مُلُون و دیباهای قیمتی چون نگارخانه مانی بیاراست.» (الهروی، ۱۳۸۳: ۵۰۴)
 «و در این مشهد (مشهد اسحق نبی در بیت المقدس) زمین و دیوار را به فرش‌های قیمتی و حصیرهای مغربی آراسته‌اند چنان‌که از دیبایکوتر.» (قبادیانی مروزی، ۱۳۶۶: ۴۱)

یافته‌ها:

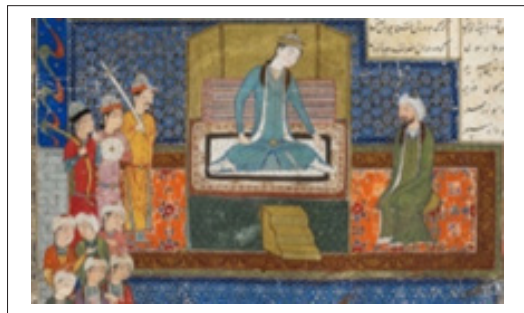
با مطالعه و بررسی جملات فوق در رابطه با فرش و قالی در منابع مکتوب ایران، می‌توان چنین تحلیل و بررسی کرد: قالی دست‌باف به‌عنوان یک کف‌پوش و دست‌بافته‌ای با ارزش و دارای طرح و رنگ، در قرون چهارم تا هشتم قمری (بازه زمانی در این پژوهش) رواج داشته و محل توجه طبقه ثروتمندان، درباریان و سلاطین بوده است. در این دوره، کیفیت و فن در قالی‌بافی به حدی است که در کنار الیاف رایج پشم و پنبه و ابریشم، الیاف زرین و سیمین نیز در آن استفاده می‌شده است: «از تبریز از زر و سیم و طرح و فرش زرین و سیمین هر چه توانست بار کرد و روانه شد.» (فضل‌الله، ۱۳۷۴: ۹۰۹)
 طبق گزارش‌های تاریخی قدمت استفاده از زر و نقره در قالی‌بافی به حمله اعراب یعنی دوران ساسانی و قالی مشهور بهارستان برمی‌گردد، فرشی که در کاخ تیسفون خسرو پرویز پهن بود «زمین‌اش، زمینه فرش را می‌گویم، زربفت بود و نقش آن از گوهرها که بر آن نشانیده بودند.» (حشمتی رضوی، ۱۳۸۷: ۱۴۳) در متون تاریخی مربوط به حمله مغول‌ها (قرن هفتم)، مجدد قالی‌های زرین و سیمین بافت ذکر شده‌اند: «اندر غارت مغولان... از بس زر و جواهر

یافته بودند به قماش‌ها و کالاهای نفیس دیگر نمی‌پرداختند و به جامه‌های رنگین و فرش‌های زربفت توجهی نداشتند.» (شیرازی، ۱۳۴۶: ۲۱۹) این سطح از توانایی و تسلط در قالی‌بافی این دوران نشان می‌دهد که قالی‌بافان با ساختار الیاف و تفاوت‌های هم‌زمان آنها در بافت آشنایی لازم داشتند. نکته مهم، بی‌توجهی نویسندگان به ذکر طرح و نقش در قالی‌هاست، آنها فقط به مُلُون و رنگارنگ بودن قالی‌ها بسنده کرده‌اند و از نقش و نگار آن چیزی به قلم نیاورده‌اند: «چو روز بر شب تیره شد بارگاه را در آراسته بودند و فرش‌های مُلُون گسترانیده» (الهروی، ۱۳۸۳: ۲۷۴)؛ بنابراین در مبحث نقوش قالی‌های این دوره، تنها می‌توان به نگاره‌های به‌جای‌مانده تکیه کرد، چرا که در منابع مکتوب هیچ اشاره‌ای به نقوش قالی‌ها نشده است و البته با این اعتماد که نقاشان و مصوران، دیده‌ها را به تصویر کشیده‌اند و نقوش قالی را به همان شکل که رواج داشته در نگاره‌ها منعکس کرده‌اند و مصداق این امانت‌داری مصوران، یکی‌بودن تزیینات معماری در بناها و نگاره‌ها است. «کلیه مضامین نگارگری‌ها با وقایع اتفاقیه آن زمان هرات همچنین لباس‌ها، وسایل و صورت آدمیان و آداب و تشریفات معمول قابل تطبیق است، چرا باید فقط در فرش‌های گسترده آنجا و نوع نقوش این فرش‌ها تردید کرد؟» (حشمتی، ۱۳۸۷: ۱۷۵) البته این مطلب شایان ذکر است که می‌توان به‌عنوان یک فرضیه بررسی کرد، نویسندگانی که در زمینه نقوش قالی‌ها سکوت کرده‌اند، درباره نقوش پارچه‌ها سخن گفته‌اند، این موضوع می‌تواند خود نکته‌ای باشد که نقوش پارچه‌ها، وصف‌شدنی و شرح‌دانی بوده، اما نقوش قالی‌ها در بیان زبان، نمی‌گنجید و شاید تأکیدی باشد بر نقوش هندسی و تکرار شونده که قابلیت وصف و شرح را نداشته‌اند. نکته جالب توجه این است که نظریه هندسی بودن نقوش قالی‌ها طی قرن‌های چهار تا هشت قمری (طبق یافته‌های تحقیق و نظریات پژوهشگران) با اطلاعات و داده‌هایی که منابع تصویری نیز ارائه می‌کنند مشابه و یکسان است، اگرچه منابع تصویری در این تحقیق محل توجه نیستند، در پی مطالعات قبلی، پژوهشگران به این نکته آگاه بودند. در برخی نگاره‌های این دوره می‌توان قالی‌هایی با نقش هندسی مشاهده کرد. (تصویر ۴)

نمد یا تشک که در منابع مکتوب نیز این نکته بارها بیان شده و نگارگران نیز به دقت در آثار خود این مهم را به تصویر کشیده‌اند. (تصویر ۵)

«بر رسم معهود، خیشان (نبیره قُبلّا قَاآن) بر فرشی از نمد سفید نشست و چهار تن از شاهزادگان اطراف آن فرش.» (شیرازی، ۱۳۴۶: ۲۸۱)

با تطبیق و مقایسه متن کتاب‌های تاریخی درباره دیبا و پارچه‌هایی که مفروش بودند با نگاره‌ها و یادداشت‌هایی از این دست که محققان ایراد کردند، می‌توان با تردیدهای کمتر و اطمینان بیشتر چنین برداشت کرد که بسیاری از فرش‌هایی که بر روی فرش‌های دیگر پهن می‌شدند، در واقع همان دیبا و پارچه مذکور در منابع مکتوب است. همچنین به احتمال فراوان دیبا در کنار دیگر پارچه‌ها و منسوجات از منابع نقوش قالی‌ها بوده است.



تصویر ۵. نقش تشک یا نمد سفید، در خمسه خواجوی کرمانی، ملاقات انوشیروان و بزرگمهر، مکتب بغداد ایلخانی (URL2)

نتیجه‌گیری

با مطالعه و بررسی تاریخ فرش در کتاب‌های قرن چهارم تا هشتم هجری قمری، این نتایج و نظریات حاصل می‌شوند: قالی دست‌باف در قرن چهارم قمری تا قرن‌ها بعد، کالایی باارزش و گران‌قیمت بوده است و بخشی از شکوه و جلال قصرهای پادشاهان. برخلاف فرضیه ابتدایی تحقیق، نویسندگان و مورخان از نقوش و تصاویر قالی‌ها مطلبی نگفته‌اند و تنها به ذکر جنس الیاف و رنگارنگ بودن آن اکتفا کردند. از ظرافت، زیبایی و نقوش بیان‌شده پارچه‌ها در منابع مکتوب، هم‌چنین در نگاره‌ها و تکه‌پارچه‌هایی به جای مانده، می‌توان چنین گمان کرد و گفت: نقوش پارچه‌ها و منسوجات، بر نقوش قالی‌های دست‌باف تأثیرگذار و از منابع مهم آن نیز بوده است و هم‌چنین نقوش قالی‌ها به واسطه هندسی و تکراری بودن قابلیت وصف و شرح نداشتند که



تصویر ۴. نقش قالی هندسی با واگیره تکرارشونده. نگاره‌گریه بر مرگ اسکندر. شاهنامه دمو (URL2)

فرض بعدی درباره ارتباط و تأثیر پارچه‌ها و منسوجات با قالی‌بافی است. علاوه بر جملات حاوی اطلاعات فرش و قالی، جملات بسیاری در این کتاب‌ها از نویسندگان بیان شده است که نشان می‌دهد صنعت نساجی در ارتباط با ظرافت و نقش، از قالی‌بافی بسیار پیشرفته‌تر بوده و این پیش‌بودن، ریشه در دوران هخامنشی و ساسانی دارد: اشکال پارچه‌های دوره ساسانی مجموعه دوایر و اشکال هندسی و نقش حیوانات و سوارکاران بود (طالب‌پور، ۱۳۹۲: ۵۱) و هم‌چنین در قرن‌های اولیه اسلامی، بافندگان پارچه در عصر سلجوقی فضای خالی را در تزیینات خود نمی‌پسندیدند و همواره سعی می‌کردند آنها را با نقوش ریز و اسلیمی‌های پیچیده پر کنند (دادور و حدیدی، ۱۳۹۰: ۲۱)؛ بنابراین چنین فرض می‌شود که از منابعی که برای الهام و تقلید در نقوش قالی بافی بوده، نقش و طرح پارچه‌هاست. پارچه‌ها و پوشاکی که به ظرافت تولید می‌شدند و نقوش در آنها واضح و نمایان بودند. نکته آخر، دیباها و پارچه‌هایی است که به عنوان نوعی فرش استفاده می‌شدند. در پژوهش‌های تاریخ فرش به خصوص در منابع تصویری باید این نکته را لحاظ کرد که ماهیت این پارچه‌ها و دیباها جدا از قالی بررسی شود. این مطلب را می‌توان در نگاره‌های دوره تیموری به عنوان منابع تصویری تاریخ فرش نیز مشاهده کرد که گاه در ماهیت قالی بودن آنها نمی‌توان نظری قاطعانه داد:

«در برخی از نگاره‌ها زیراندازهایی در ابعاد کوچک اجرا شده است که دلایل متقنی در خصوص فرش بودن یا نبودن آنها در دست نبود.» (سلیم‌پور، ۱۳۹۵: ۲۷)

این در حالی است که ماهیت برخی از زیراندازها در نگاره‌ها کاملاً مشخص هستند که در زمره قالی یا فرش دست‌باف قرار ندارند و دارای جنس و هویتی متفاوت هستند؛ مانند

این نکته در نگاره‌های آن دوره نیز مشاهده شد. در بررسی تاریخ فرش باید این نکته مدنظر پژوهشگران منابع تصویری قرار گیرد که برخی فرش‌ها، در واقع پارچه و دیبایی است که مورخان و نویسندگان به آن پرداخته و اشاره کرده‌اند. این نکته می‌تواند راهگشایی باشد بر تمییز دادن قالی از دیبا در نگاره‌ها به خصوص در مواردی که فرش به روی فرش دیگر نقش شده است. همچنین شباهت نقوش بین قالی‌ها و پارچه‌های کفپوش این فرضیه را محکم‌تر می‌کند که طرح، نقش و ظرافت پارچه‌ها در طرح، نقش و بافت قالی‌ها تأثیر گذار بوده است.

نتیجه جامع و کلی این تحقیق: ارزش بالا و گران قیمت بودن قالی دست‌باف، نبود اطلاعات و گزارش در رابطه با طرح و نقش قالی، ذکر جنس الیاف است. همچنین از یافته‌ها چنین محتمل است که نقوش قالی‌ها هندسی و تکراری بودند و نقوش پارچه‌ها از منابع الهام و تأثیر گذار بر قالی‌ها. کتاب‌ها و اسناد تاریخی در روند تاریخ هنر و تاریخ فرش دست‌باف اطلاعات و داده‌های بسیار مهمی را در اختیار پژوهشگران قرار می‌دهد که می‌تواند پرسش‌ها و پاسخ‌های زیادی را در زمینه پژوهش‌های فرش ایران مطرح کند و مسیر پیشرفت و شکوه قالی ایرانی را که در طی سده‌ها پنهان و مبهم مانده است، بهتر و کامل‌تر آشکار کند

پی‌نوشت

1. Julius Lessing
2. Holbin
3. Hans Memling
4. Wilhelm Von Bode
5. Kurt Erdmann
6. تجلی زبانی یا مکتوب رخدادهای گذشته، به صورتی که در بردارنده ذهنیت و ادراک تاریخی باشد تاریخ‌نگاری نامیده میشود (شادلو و شیرازی، ۱۳۹۶: ۴۵).
7. در لغت‌نامه دهخدا، نقاشی معنا می‌شود.

منابع

- ابن بطوطه، محمد بن عبدالله (۱۳۳۷) *سفرنامه ابن بطوطه*، جلد ۱ و ۲، ترجمه محمد علی موحد، تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- اشعاری، محمود؛ مظاهری، مهرانگیز (۱۳۹۳) «بررسی گونه‌ها، شیوه‌ها و جغرافیای تولید فرش ایران در پنج قرن اولیه هجری با تکیه بر منابع مکتوب»، نگره، ۹ (۳۱)، ۴۷-۶۱.
- الهروی، سیف‌بن محمد (۱۳۸۳) *تاریخ‌نامه هرات*، به تصحیح غلامرضا طباطبایی مجد، تهران: اساطیر.
- بیهقی، ابوالفضل محمد بن حسین (۱۳۷۱) *تاریخ بیهقی*، به تصحیح علی اکبر فیاضی، تهران: نشر علم.
- جویی، علاء الدین عطاملک محمد (۱۳۹۱) *تاریخ جهانگشا*، به تصحیح محمد قزوینی، تهران: نگاه.
- حشمتی رضوی، فضل اله (۱۳۸۷) *تاریخ فرش: سیر تحول و تطور فرش بافی ایران*، تهران: سمت.
- حصوری، علی (۱۳۷۶) *فرش بر مینیاتور*، تهران: فرهنگان.
- دادور، ابولقاسم؛ حدیدی، الناز (۱۳۹۰) «بررسی نقوش منسوجات قرون اولیه اسلامی»، *جلوه هنر*، ۳ (۲)، ۱۵-۲۲.
- ژوله، تورج (۱۳۹۲) *شناخت فرش بر خسی مبانی نظری و زیر ساخت‌های فکری*، تهران: یساولی.
- سلیم‌پور، روح اله (۱۳۹۵) *بررسی طرح و نقش فرش‌های بازتاب یافته در شاهنامه شاه طهماسب و ارائه یک طرح فرش مبتنی بر مطالعات انجام شده*، کارشناسی ارشد فرش، دانشکده فرش، دانشگاه هنرهای اسلامی تبریز.
- شادلو، داوود؛ شیرازی، علی اصغر (۱۳۹۶) «رویکردهای خاورشناسان در تاریخ‌نگاری فرش ایران از ۱۸۵۰ تا ۱۹۵۰ میلادی و آسیب‌شناسی آن‌ها»، *گلجام*، ۱۳ (۳۲)، ۴۳-۶۶.
- شیرازی، شهاب‌الدین عبدالله بن فضل (۱۳۴۶) *تحریر تاریخ و صاف*، به تصحیح عبدالمحمد آیتی، تهران: بنیاد فرهنگ ایران
- صداقت، فاطمه؛ خورشیدی، زهرا (۱۳۸۸) «بررسی مضامین مذهبی در نسخ خطی جامع التواریخ» *مطالعات هنر اسلامی*، ۵ (۱۰)، ۷۷-۹۹.
- طالب‌پور، فریده (۱۳۹۲) *تاریخ پارچه و نساجی در ایران*، تهران: مرکب سپید و دانشگاه الزهرا (س).
- فضلیه، خواجه رشیدالدین (۱۳۷۴) *جامع التواریخ جلد ۱ و ۲*، به همت بهمن کریمی، تهران: اقبال.
- قبادیانی مروزی، ناصر بن خسرو (۱۳۶۶) *سفرنامه ناصر خسرو*، به کوشش نادرزین پور، تهران: سپهر.
- کلاویخو، گونزالس (۱۳۷۴) *سفرنامه کلاویخو*، ترجمه مسعود رجب‌نیا، تهران: علمی و فرهنگی
- کمندلو، حسین (۱۳۹۳) «تاریخ فرش بافی در گستره جغرافیای تاریخی شهرهای خراسان در سده‌های اولیه اسلامی»،

the historical geography of Khorasan cities in the early Islamic centuries, *Journal of Greater Khorasan*, NO, 15. pp. 103-113 (Text in Persian).

- Mahdi ei, A. (2013). Identify the history of the evolution of the design and role of Iranian carpets from broken to revolving; Based on the study of architectural and miniature decorations in the seventh and eighth centuries AH, *Pazh*, NO, 12. pp. 139-148 (Text in Persian).
- Moqaddasi, A. (1983). *Ahsan-o-altaqasim fi marefat-o-alaqalim*, VO 1&2, Translation by Alinaghi Vaziri, Tehran: Kavian (Text in Persian).
- Najarpour Jabbari S, Nadalian A, Ayatollahi H, Pourrezaiean M, Kafshchian Moghadam A. A Comparative Study of Motifs of the First-century Carpets of the Safavid Era with the Painting in the Same Period Case Study: Comparison of two Certain Carpets. *Goljaam* 2012; 8 (21): 77-97, (Text in Persian).

- salimpoor, R. (2017). *A Study on The Pattern and Design of carpets pictures reflected in Shahname of Shah-Tahmasp providing a pattern based on studies*, Master of Art in Carpet, Tabriz Islamic Art University, Faculty of carpet (Text in Persian).
- Sedaghat, F & Khorshidi, Z. (2010). A Study of Religious Themes in Manuscripts Jam-o-Al Tavarikh, *Islamic Art Studies*, NO, 10. pp. 77-99 (Text in Persian).
- Shadluo D & Shirazi, A. (2018). The orientalist's approaches in historiography of the Iranian carpet between 1850 and 1950, and, finding their faults, *Goljam*, NO, 32. pp. 43-66 (Text in Persian).
- Shirazi, SH. (1968). *Writing the history of Vasaf*, efforts of Abdul Mohammad Ayati, Tehran: Iranian Culture Foundation (Text in Persian).
- Talebpour, F. (2014). *The history of Iranian textiles*, Tehran: Morakab Sefid (Text in Persian).

Url(s)

- URL1. http://www.azerbaijanrugs.com/manuscripts/oriental_manuscripts.htm
- URL32. <http://fa.wikipedia.org/wiki/>
- URL32. http://www.wikiwand.com/en/oriental_carpets_renaissance_painting

خراسان بزرگ، (۱۵)، ۱۰۳-۱۱۸.

- گردیزی، ابوسعید عبدالحی (۱۳۶۳) *تاریخ گردیزی*، به تصحیح عبدالحی حبیبی، تهران: دنیای کتاب
- مقدسی، ابوعبدالله محمد بن احمد (۱۳۶۱) *حسن التقاسیم فی معرفه الاقالیم*، جلد ۱ و ۲، ترجمه علینقی منزوی، تهران: کاویان
- مهدی‌ئی، امیر (۱۳۹۱) «شناسایی تاریخ تحول طرح و نقش قالی ایران از شکسته به گردان؛ براساس مطالعه تزیینات وابسته به معماری و مینیاتور در قرون هفتم و هشتم هجری» *پاژ*، (۱۲)، ۱۳۹-۱۴۸.
- نجا ریور جباری، صمد؛ نادعلیان، احمد؛ آیت‌اللهی حبیب‌الله؛ پوررضائیان، مهدی؛ کفشچیان مقدم، اصغر (۱۳۹۱) «مطالعه تطبیقی نقوش فرش سده نخست عصر صفوی با نگارگری همان دوره موردکاوی: مقایسه تطبیقی دو قالی» *گلجام*، ۸ (۲۱)، ۷۷-۹۶.

References

- Al - heravi, S. (2005). *History of Herat, Tehran: Asatir* (Text in Persian).
- Ashari, M. (2014). Investigation of Varieties, Methods and Geography of Persian Carpet Production During the First Five Centuries of the Hegira Based on the Written Sources, *Negareh*, NO, 31. pp. 47-61 (Text in Persian).
- Bayhaqi, A. (1993). *Tarix-e Bayhaqi, Tehran: Publication of science* (Text in Persian).
- Clavijo, G. (1996). *Clavijo. Embassy to tamerlan*, Translation by Masoud Rajabnia, Tehran: Scientific and cultural publications.
- Dadvar, A & Hadidi, E. (2005). A study of textile patterns of the early Islamic centuries, *Jelve-y-Honar*, NO, 2. pp. 15-22 (Text in Persian).
- Fazlollah, kh. (1996). *Jame-o-Altavarikh*, VO 1&2, efforts of Bahman Karimi, Tehran: Eghbal (Text in Persian).
- Gardzi, A. (1985). *History of Gardzi*, by Abd-o-alhay, Tehran: Book World (Text in Persian).
- Ghobadiani Marvezi, N. (1988). *Safar -Mameh-ye Naser-e Khosrow*, efforts of Nader Vazinpour, Tehran: Sepehr (Text in Persian).
- Hassouri, A. (1998). *Carpets on Miniatures*, Tehran: Farhangian (Text in Persian).
- Heshmati Razavi, F. (2009). *Carpet history: the persian carpet evolution and development*, Tehran: Samt (Text in Persian).
- Ibn Battuta, M. (1959). *Ibn Battuta Travels*, Tehran: The basis of translation and publication of the book (Text in Persian).
- Joule, T. (2013). *Recognize the carpet Some theoretical foundations and intellectual infrastructures*, Tehran: Yassavoli (Text in Persian).
- Joveini, A. (2013). *History of Jahangoshay*, Tehran: Negah (Text in Persian).
- Kamandlou, H. (2015). History of carpet weaving in



فصلنامه علمی دانشگاه الزهراء (س) زمینه انتشار: هنر
سال ۱۴، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱
مقاله پژوهشی، ۸۵-۹۷
<http://jjhfor.alzahra.ac.ir>

خوانش شمایل شناسانه قالی تصویری کلیمی موزه «beth tzedek»^۱

آزاده یعقوب زاده^۲

مهدی محمدزاده^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۲۴

چکیده

قالی‌های کلیمی گروهی از قالی‌های تصویری قاجاری هستند که محصول تلفیق نقوش مذهبی آیین یهود با طرح‌های قالی‌بافی دوران خویش‌اند. این پژوهش با بهره‌گیری از روش تحلیل و تفسیر شمایل‌شناسانه یک نمونه قالیچه کلیمی را از نظر ساختاری و مضمونی، بررسی و عوامل اثرگذار بر انتخاب موضوع و جهان‌بینی خلق آن را تحلیل کرده است. در این مقاله پس از بیان پیشینه تاریخی موضوع و گذر از دو مرحله توصیف و تحلیل، در مرحله سوم به تفسیر همه‌جانبه تصاویر توجه شده است. پرسش اصلی پژوهش این است که هنرمندان یا حامیان یهودی تبار تا کجا و چه اندازه از باورهای دینی و قومی و سرگذشت تاریخی خود در آفرینش آثار هنری بهره برده‌اند و کدام انگیزه و دغدغه ایشان را به خلق آثاری این چنین با مضامین دینی و قومیتی یهود واداشته و آثاری از این دست در تاریخ هنر به چه منظور خلق شده‌اند. نتایج پژوهش، حاکی از این است که شکل ظاهری نقوش قالی بر اساس متون و باور آیین یهود ترسیم و رمزگذاری و متناسب با موازین تصویرگری قاجار تطبیق یا تغییر داده شده‌اند. با توجه به منع صریح شمایل‌نگاری در آیین یهود در ورای فرم ظاهری، معانی نمادینی نهفته است که تحولات تاریخی و باورهای فرهنگی و ساختاری و بازتاب آنها بر خلق اثر مؤثر بوده است. شمایل‌ها همچون یک متن دینی، مفاهیم والای دینی را به پیروان خود منتقل می‌کند، از این منظر قالی مذکور، نمونه‌ای از شمایل دینی به شمار می‌آید که بر اساس روایت‌های منقوش و نشانه‌های دینی موجود به احتمال زیاد به نیت پرده طاق مقدس، در جهت اهداف یادمانی و تعلیمی تولید شده است.

کلیدواژه‌ها: دوره قاجار، شمایل‌شناسی، اروین پانوفسکی، قالی تصویری کلیمی.

1-DOI:10.22051/JJH.2022.39049.1740

۲- استادیار دانشکده فرش، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران، نویسنده مسئول. a.yaghobzadeh@tabriziau.ac.ir

۳- مهدی محمدزاده، استاد دانشکده هنرهای تجسمی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران. m.mohammadzadeh@tabriziau.ac.ir

مقدمه

قالی‌های تصویری دوره قاجار بازنمای دوره‌ای از تاریخ هنر پرارزش ایران است. نقوش متنوع با موضوعات مختلف تاریخی، حماسی، شاهانه و ادبی و عاشقانه یا داستانی و مهم‌تر از همه دینی و مذهبی این قالی‌ها، تحول عظیمی در هنر دوره قاجار محسوب می‌شوند. نکته با اهمیت در این میان ظهور نمونه‌های انگشت‌شماری از قالی‌های تصویری با موضوعات آیین یهودی یا امضای تجار یهودی است که به قالی‌های کلیمی معروف هستند. این قالیچه‌ها محصول تلفیق نقوش مذهبی آیین یهود با طرح‌ها و نقوش اصیل قالی ایرانی هستند. مقاله حاضر در نظر دارد با بهره‌گیری از روش مطالعاتی شمایل‌شناسی یک نمونه از این قالی‌ها را بررسی کند. قالی مدنظر در سال ۱۲۶۹ شمسی (۱۸۹۰ م) در کاشان بافته شده و امروزه در موزه «beth tzedek» تورنتو نگهداری می‌شود. دلیل انتخاب این نمونه منحصر به فرد بودن و حضور نمادها و نشانه‌های آیین یهود در کنار عناصر طرح و نقش قالی است.

شمایل‌شناسی (آیکونولوژی) رویکرد نظری مهمی در حیطه هنر و روش‌شناختی است که آثار هنری را از ورای زمینه‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی هر دوره بازگو و اثر هنری را به‌عنوان سندی از یک دوره تاریخی معرفی و در نهایت دستیابی به محتوای معنایی اثر را ممکن می‌کند؛ از این رو پژوهش حاضر به‌صورت کیفی و از طریق تجزیه و تحلیل به‌صورت تحلیلی توصیفی و با گردآوری داده‌ها می‌کوشد با تکیه بر رویکرد پانوفسکی به تفسیری متفاوت از قالیچه تصویری مدنظر دست یابد.

مسئله اصلی پژوهش این است که رویکرد شمایل‌شناسی اروین پانوفسکی در شناخت معنای اثر و عوامل شکل‌گیری قالیچه‌های کلیمی مذکور تا چه حد می‌تواند راهگشا باشد و هنرمندان یا حامیان یهودی تبار تا کجا و چه اندازه از باورهای دینی و قومی و سرگذشت تاریخی خود در آفرینش آثار هنری بهره برده و کدام انگیزه و دغدغه‌ای ایشان را به خلق آثاری این چنین با مضامین دینی و قومیتی یهود واداشته و آثاری از این دست در تاریخ هنر به چه منظور خلق شده‌اند.

جهت نیل به این مقصود پس از توجه به بستر تاریخی و اجتماعی با تکیه بر مراحل توصیف، تحلیل و تفسیر، قالیچه کلیمی «beth tzedek» ارزیابی می‌شود. دستیابی به این رویکرد و مطالعات شمایل‌شناسانه این امکان را فراهم می‌کند که با استفاده از خوانش دوگانه دین و هنر و تأثیر آنها بر نقوش قالیچه تصویری کلیمی، بستر مناسبی را برای مطالعات تاریخ هنر قالی‌بافی دوره قاجار فراهم آورد.

پیشینه پژوهش

رویکرد شمایل‌شناسی به‌عنوان یک رویکرد مطالعات تصویری که سابقه آن به عصر رنسانس باز می‌گردد، به‌مثابه یک رویکرد مطالعات تصویری می‌تواند زوایای پنهان تصویری در هنرهای مختلف را آشکار کند. در این روش تحلیل، برای رسیدن به معناهای اثر هنری باید حرکتی از سطح اثر به عمق آن داشت؛ این مسیر از شرح عناصر تجسمی اثر آغاز و به تفسیر و در نهایت توضیح اثر هنری می‌رسد. قالی تصویری نیز به‌عنوان هنری شکل‌نما از این نظر دارای ارزش‌های زیبایی‌شناسی است. با توجه به اهمیت قالی‌های تصویری به‌عنوان بخش مهمی از قالی‌های قاجار، پژوهش‌های بسیاری از منظر رویکردها و چارچوب‌های نظری متفاوت بر این دست‌بافته‌ها انجام شده است. قالی‌های کلیمی (یهودی) یکی از حوزه‌های کمتر شناخته‌شده هنر جهان است. آنتون فلتون (Anton Felton) مجموعه‌دار انگلیسی از جمله افرادی است که از سال ۱۹۶۲ میلادی بعد از مشاهده قالی تصویری «سلیمان و بلقیس» که در کاشان در سال ۱۸۵۰ میلادی تولید شده بود، این نوع از قالی‌ها را مطالعه کرد. فلتون برای نخستین بار در کتاب قالی‌های یهودی به این قالی‌ها اشاره کرده است که دو مقاله به صورت چکیده‌ای از آن به قلم فلتون در شماره‌هایی از مجله قالی ایران، شماره‌های ۴۱ و ۴۲، به چاپ رسیده است. ثریا پاستور در نشریه انجمن کلیمیان ایران در مقاله‌ای با عنوان «نقش یهودیان در هنر و اقتصاد فرش ایران» (۱۳۸۵) اشاراتی تاریخی را از فعالیت تجار و بافندگان یهودی در زمینه ترقی و ارتقا این هنر-صنعت ارائه کرده است. نیکوئی و مظاهری در مقاله «مطالعه تطبیقی نقش سیاست در دوسده ایران و فلسطین اشغالی» (۱۳۹۵) با بیان اشاراتی تاریخی به هنر قالی‌بافی در بین کلیمیان ایران، به نقش سیاست در بروز و ظهور نمادها و نشانه‌ها در هنر قالی‌بافی ایشان طی سده‌های اخیر توجه کرده است. قملاقی و دیگران در مقاله «تحلیل گفتمانی تأثیرات فرهنگ دینی در فرش اهدایی ناصرالدین شاه به پزشک یهودی دربار ایران» (۱۳۹۸) با استفاده از تحلیل گفتمان، این نمادها و نقوش و مفاهیم دین یهود در قالی را تفسیر کرده است. با توجه به موارد ذکرشده، محققان با مطالعه منابع موجود و بهره‌گیری از چارچوب نظری شمایل‌شناسی اروین پانوفسکی به خوانش نمونه قالی کلیمی با بهره‌گیری از مراحل سه‌گانه این رویکرد پرداخته‌اند.

مبانی نظری پژوهش

شمایل‌نگاری^۱ و شمایل‌شناسی^۲:

شمایل‌نگاری و شمایل‌شناسی از جمله رویکردهای مطالعات تصویر به شمار می‌روند که هر چند سابقه آن به دوران رنسانس باز می‌گردد، اما به عنوان یک گرایش مدون مطالعاتی در زمینه هنر آغاز آن را از ابتدای قرن بیستم و مکتب واربورگ می‌توان دانست. اروین پانوفسکی نظریه پرداز هنر در حوزه تصویر، اقدام به تدقیق دو روش شمایل‌نگاری و شمایل‌شناسی برای آثار تصویری شکل‌نما کرده است. این مسیر از شرح عناصر تجسمی اثر آغاز و به تفسیر و در نهایت توضیح اثر هنری می‌رسد. پانوفسکی، شمایل‌نگاری را شاخه‌ای از تاریخ هنر برمی‌شمرد که به مضمون و معنای اثر هنری به عنوان نقطه مقابل فرم می‌پردازد: 2009 Panofsky, (220).

در مواجهه با آثار هنری معمولاً این پرسش مطرح می‌شود که «موضوع یا محتوای این اثر هنری چیست؟» شمایل‌نگاری در مقام یکی از حوزه‌های مطالعاتی تاریخ هنر در صدد پاسخ‌گویی به این پرسش رایج است. از این حیث شمایل‌نگاری حوزه‌ای از تاریخ هنر است که به موضوعات تجسمی و معنا و محتوای آن می‌پردازد.

در مطالعات شمایل‌نگارانه محققان در صدد مواجهه با واقعیت ابژکتیو (عینیت‌گرایانه) اثر و مشخص کردن این نکته هستند که چه چیزی در اثر هنری ترسیم شده است. همچنین آنان به دنبال مشخص کردن منابع با واسطه و بی‌واسطه (هم منابع ادبی و هم تجسمی) مورد استفاده هنرمند هستند (نصری، ۱۳۹۱: ۹). در شمایل‌شناسی، هر عنصر بصری در رابطه مستقیم با ریشه‌های فرهنگی، اجتماعی، ملی و غیره مربوط به اثر هنری و خالق اثر در زمان خلق اثر در نظر گرفته می‌شود. از این رو شمایل‌شناسی در مواجهه با آثار هنری به طرح این پرسش می‌پردازد که «چرا این اثر خلق شده است؟» یا به عبارت دقیق‌تر، چرا این اثر بدین نحو خلق شده است؟ این مرتبه از مطالعه آثار هنری را می‌توان شاخه‌ای از تاریخ فرهنگی دانست که در بردارنده پس‌زمینه تاریخی، اجتماعی و فرهنگی موضوعات و بن‌مایه‌های هنرهای تجسمی است (همان).

پانوفسکی می‌گوید: «در این موضع با جهان‌بینی آن دوران مواجه می‌شویم» (Panofsky, 1955: 38).

بر اساس نظریات اروین پانوفسکی، یک اثر هنری در سه مرحله مورد بررسی شمایل‌شناسانه قرار می‌گیرد:

مرحله نخست: «توصیف پیشا-شمایل‌نگارانه»^۳

در این مرحله این مسئله بیان می‌شود که هنگام مواجهه با اثر هنری تنها می‌توان اثر را توصیف کرد، صرف‌نظر از اینکه علمی نسبت به آثار هنری داشته یا نداشته باشیم. این مرحله به دو بخش تقسیم می‌شود: ۱. معانی ناظر به واقع یا عینی^۴ توصیف اثر را از احساس؛ ۲. معانی بیانی^۵ بیان احساسات و عواطفی که در اثر وجود دارد.

مرحله دوم: «تحلیل شمایل‌نگارانه»^۶

در این مرحله از معنا، فیگورها و وقایع برخلاف مرحله نخست، معنای خودشان را مستقیماً و به نحوی بی‌واسطه آشکار نمی‌کنند. از این لحاظ معنای تصویر به مدد تجارب معمول ما یا در نظر گرفتن صورت باز نمودی آنها کشف نمی‌شود، بلکه از طریق فهم قراردادهای معنایی یک سنت آشکار می‌شود (همان: ۱۳)؛ از این رو برای درک و دریافت اثر نیاز به قراردادهای تصویری و غیر تصویری است. این سطح به دانش فرهنگی مخاطب ارتباط دارد. از آنجایی که موضوعات متعلق به یک دوره تاریخی مشخص لزوماً بدیهی و واضح نیستند، برای پی بردن به آن‌ها باید با تاریخ، ادبیات و هنر آن دوره آشنا بود. پانوفسکی بر آن است که هنرمند در این مرحله به نحو عامدانه از سمبل‌ها و تمثیل‌ها استفاده می‌کند؛ بنابراین مرحله دوم در بردارنده رمز‌گشایی از تصاویر در چارچوب معنای هنرمندانه است و یکی از روش‌هایی که می‌توانیم به نیت مؤلف نزدیک شویم آشنایی با ادبیات موضوع یا جنبه روایی اثر است.

مرحله سوم: «تفسیر شمایل‌شناسانه»^۷

پانوفسکی مرحله سوم را در حکم بالاترین مرحله دانسته و بر این باور بود که تصاویر در بررسی شمایل‌شناسانه از ارزش سمبولیک بالاتری برخوردارند. این مرحله شامل معنا و محتوای باطنی و درونی اثر است. در این مرحله معنایی از اثر و کلیتی فرهنگی که اثر در آن خلق شده ساخته می‌شود. در این مرحله تصاویر «نشانه‌هایی» از «یک چیز دیگر» تلقی می‌شوند و می‌توانند به عنوان «ارزش‌های سمبولیک» معرفی شوند.

در ادامه بحث با تکیه بر رویکرد پانوفسکی یکی از قالی‌های تصویری دوره قاجار با عنوان قالی کلیمی تفسیر و تحلیل می‌شود. برای این منظور لازم است تا به شرایط تاریخی، هنری، فکری و اجتماعی خاصی که این قالی در آن خلق شده است اشاره‌ای مختصر شود.

بستر تاریخی و اجتماعی خلق قالی تصویری کلیمی

دوره قاجاریه در ایران (۱۳۴۴-۱۲۰۹ق/۱۹۲۵-۱۷۹۵م) مقارن با ظهور انقلاب صنعتی اروپا و آغاز تغییر و تحول صنعت، فرهنگ ایران بوده است. ارتباط ایران با دول اروپایی مختلف، نیز سیاست‌های استعماری دولت‌های غربی که منجر به انعقاد معاهده‌های متعدد میان ایران و آن کشورها شد و در نهایت تحولات داخلی، دگرگونی‌های اجتماعی بزرگ و عمیقی را در ایران دوره قاجار پدید آورد. حاصل این تحولات به آشنایی با فرهنگ غرب و مظاهر تمدنی آنان، ورود مظاهر صنعتی و فرهنگی غرب به ایران منجر شد و این امر تأثیرات مختلفی در جامعه و شهرهای ایران نهاد. ورود نمادهای مدرنیته غرب به فرهنگ شهری این سرزمین یکی از دستاوردهای مهم و بارز این دوره محسوب می‌شود. مجموع این تحولات منجر شد که این دوره مرحله اصلی گذار از جامعه و فرهنگ ایرانی پیش از مدرن به توسعه نوین ایران به شمار رود (کریمیان، ۱۳۹۰: ۱۰۱؛ فریود، ۱۳۸۸: ۹۸).

بخشی از این تحولات به سبب اصلاحات اجتماعی بود که عباس میرزا نایب السلطنه و وزیر او، قائم مقام فراهانی و خصوصاً میرزا تقی خان امیرکبیر، وزیر ناصرالدین شاه انجام دادند. از جمله این اقدامات می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: تأسیس و توسعه صنعت چاپ و متعاقب آن پیدایش روزنامه، تأسیس دارالفنون و استخدام معلمان اروپایی برای تدریس در این مدرسه، اعزام دانشجو به اروپا، تأسیس پست و تلگراف، ترجمه و انتشار کتب علمی و ادبی از زبان‌های اروپایی. همچنین بیداری ایرانیان از طریق آشنایی با اندیشه‌های ضد استبدادی و اصلاح طلبانه و تلاش‌های فرهنگی آزادی خواهان ایرانی، انقلابی بی‌سابقه در اندیشه‌ها پدید آورد. افزون بر این‌ها، باید از مسافرت برخی شاهان قاجار به اروپا نیز یاد کرد (کدی، ۱۳۸۱: ۹).

تغییرات در الگوی طبقاتی جامعه ایران و شکل‌گیری تدریجی طبقه متوسط جدید شهرنشین از یک سو و ارتباط گسترده با غرب و سرازیر شدن مظاهر تمدنی و صنعتی آن به ایران از جمله چاپ سنگی و عکاسی از سوی دیگر زمینه‌ساز بازنگری و تغییرات عمده‌ای در مباحث هنر اعم از فرم‌های هنری و نظریه هنر شد. در ادامه سنت تصویرگری در ایران دوره قاجار، روح هنری و سلیقه حاکم بر بیان نقاشی تحول یافت. استفاده وسیع و همه‌جانبه از سنت نقاشی قرن یازدهم شمسی و اختلاط منظره‌سازی اروپایی با مجلس‌بندی متقارن و

پرسپکتیو مقامی و شعور رنگ‌شناسی متفاوت ایرانی و نیز اجرای سایه‌روشن و حجم‌سازی و حضور پرسپکتیو در مناظر و عمارات و قامت اشخاص و افزودن عوامل غنی‌ترین، به خلق یک شیوه جدید منجر شد که قواعد، معیار، منطق و اصولی کاملاً تازه و بدیع را دارا بود (آفرین، ۱۳۸۹: ۶۵). این تکنولوژی‌های جدید، مفهوم هنر ایرانی را در دوره قاجار به شدت دگرگون کردند. از مهم‌ترین این تحولات می‌توان از نحوه ارتباط هنر با مخاطب، تغییر سلیقه هنری و همچنین نحوه تولید آثار هنری یاد کرد.

یکی از تحولات بزرگ و تأثیرگذار این دوره تمایل هنرمندان به تصویرپردازی است. تمایلی که در هنر قالی‌بافی نیز راه یافت و حاصل آن پدید آمدن «قالیچه‌های تصویری» یا به عبارت بهتر قالیچه به مثابه یک تصویر، بود. قالیچه‌هایی که در طرح و نقش خود به جای پرداختن به نقوش انتزاعی و تجریدی رایج در هنر قالی‌بافی ایران «تصویر» و به ویژه تصویر انسان را دستمایه کار خویش قرار دادند (کشاوری افشار، ۱۳۹۴: ۶).

نصب قالیچه‌های تصویری بر روی دیوار، دگرگونی‌هایی را در کاربرد فرش نیز به وجود آورد، کاربرد تازه، قالیچه را از روی زمین و زیر پا به روی دیوار منتقل کرد و آن را به صورت تابلو نقاشی درآورد، اگر چه تا قبل از این زمان هم گهگاه قالیچه‌های معمولی را به در و دیوار می‌آویختند، این کار جنبه موقتی داشت، مثل جشن‌های عروسی و مذهبی و سالروز تولد برخی از امامان که در و دیوار خانه‌ها و مغازه‌ها و بازارها را با قالی تزیین می‌کردند (تناولی، ۱۳۶۸: ۱۴).

از این منظر می‌توان گفت این قالیچه‌ها در دورانی پدید آمدند که از نظر تاریخ‌نگاران هنر یکی از ادوار بسیار مهم در تحولات هنر ایران به شمار می‌آید. چنانچه قالی‌های تصویری، گروه وسیعی از قالی‌های این دوره را به خود اختصاص داده است و به موضوعات مختلف تاریخی، دینی و داستانی یا ادبی اشاره داشته یا منظره‌ای را توصیف می‌کنند، این طرح‌ها اکثراً جنبه روایتگری داشته و بیانگر موضوع مشخصی است.

در این میان به تعدادی از این نمونه‌ها با نقوش برگرفته از آیین یهود برخورد می‌کنیم که البته در کتب جامع فرش ایران طبقه‌بندی یا نمونه‌ای در این خصوص نمی‌توان یافت، وجود این خلأ در منابع فارسی سبب شده تا این قالی‌ها صرفاً به نام قالی کلیمی شناخته شوند. در عین حال به لحاظ کیفیت در میان سایر کشورها، نفیس‌ترین نمونه‌های این قالی‌ها در ایران و بر اساس ساختار و نقوش اصیل

ایرانی به کوشش هنرمندان ایرانی پدید آمده‌اند (نیکوئی و مظاهری، ۱۳۹۵: ۲۴).

قالی‌های کلیمی بنا به طرح یا مشخصات ظاهری اغلب یا نقوش مذهبی آیین موسی (ع) را در برمی‌گرفتند یا امضای تجار کلیمی در آن‌ها وجود داشت و محل بافت اکثر این نمونه‌ها شهر کاشان بوده است.

شهر کاشان از مراکز قالی‌بافی مهم ایران در ادوار مختلف تاریخی بوده است. تولید انبوه فرش یا تولید فرش‌های زربفت و گران قیمت ابریشمی و با کیفیت عالی، ظاهراً از دوره صفویه شروع می‌شود؛ دوره‌ای که در آن بزرگان حامی هنر بودند و به دلیل زمینه‌های فرهنگی و مذهبی، شهر کاشان را محل توجه ویژه قرار می‌دادند. پیشینه هنری کاشان در زمینه منسوجات مختلف به ویژه مخمل و زری که در کنار خود هنر طراحی و رنگ آمیزی را نیز داشته، عامل اصلی رشد و بالندگی هنر کاشان در این دوران است (چیت‌سازیان، ۱۳۸۸: ۳۸).

مقارن با اوج‌گیری رنسانس در اروپا، در کاشان عصر صفوی قالی‌هایی تولید می‌شد که به دلیل زیبایی افسانه‌ای‌شان امروزه موجب شکوه و زینت موزه‌ها و مجموعه‌های بزرگ است. نوشته‌های قرن هفدهم و هجدهم میلادی تصریح می‌کنند که کاشان مرکز بافت قالی درباری بوده و شاه عباس کبیر (۱۶۲۸-۱۵۸۷ م) آن را بنیاد گذاشته است و قالی‌های ابریشمین نقره‌باف و زرباف که به نام قالی شاه عباس معروف است به این محل نسبت داده می‌شود. شهر کاشان، به دلیل وجود یهودیان، در این شهر از یک تاریخ ویژه و قدیمی برخوردار بوده و این شهر در حقیقت محل اقامت یهودیان رانده شده از اسپانیا در دوران تفتیش عقاید است و همان گونه که آنتونی فلتون می‌نویسد، بنا بر اسناد تاریخی موجود، شهر کاشان «مرکز فرهنگی یهودیان ایران» بوده است و فرش‌های بافته شده به دست یهودیان در این شهر، خود گواه این امر است. شهر کاشان برای کلیمیان همچون اورشلیم دوم یا کوچک تلقی شده و از این رو عبادی‌ترین فرش‌های کلیمی یعنی پُرخت، شیویتی و میزرج (میزراه) در کاشان بافته شده‌اند (Felton 1983: 57). کاشان محله‌های کلیمی‌نشین بسیاری داشت و از زمان نادر شاه مرکز معنوی کلیمیان به شمار می‌آمده است. بر اساس اطلس‌نگاری‌ها اقلیت یهودیان ساکن ایران از (۵۰۰ ق م) در ایران حضور داشته و تجارت پیشه بودند. در قرن نوزدهم و بیستم نشانه‌های قالی‌بافی در میان کلیمیان مشاهده می‌شود. آنتونی فلتون بیان می‌دارد که دارهای قالی تقریباً در میان هر خانواده‌ای که

برای کنیسه‌ها پرده طاق مقدس (پُرخت) و فرش می‌بافتند یافت شده است (Ibid: 390).

در زمینه اقتصادی با توجه به جایگاه محکم یهودیان در کار تولید، دادوستد و صادرات فرش در ایران، طبیعی است که یهودیان در این کشور، موقعیت ممتازی در کار تجارت فرش‌های مشرق‌زمین به دست آوردند. شاه عباس که خود از دوست‌داران کار قالی‌بافی بود، تعدادی از یهودیان و ارامنه را به همراه خود به پایتخت جدیدش «اصفهان» برد. یهودیان علاوه بر این، در کار رنگرزی پشم و ابریشم، از مهارت بسیاری برخوردار بودند و در ردیف یکی از اصناف مهم در زمینه بافندگی و نساجی به شمار می‌رفتند (URL1). یک روزنامه‌نگار انگلیسی موسوم به «مک لین» در سال (۱۹۰۴ م)، نقش یهودیان در زمینه واردات پنبه از منچستر و همچنین جایگاه ویژه آنها در امر تجارت را یادآور شده است. تقریباً از همین زمان بود که صادرات فرش کاشان رونق یافت و کلیمیان در کنار طبابت بر شغل‌های مرتبط با قالی‌بافی همچون تجارت و پبله‌وری مشغول شدند که از میان آنها می‌توان آقا جان شادی (بقچه‌فروش یزدی)، اسماعیل و ابا یهودی (آقا بابا یهودی، تولیدکننده فرش) و تجاری همچون یهودا هارونیان، داوود و آشرمردخای کاشانی را نام برد (برآوریان، ۱۹۹۶: ۲۱۰ و ۲۱۱؛ چیت‌سازیان، ۱۳۸۸: ۷۶). در دربار قاجار هم تعدادی یهودی فعالیت داشتند؛ از جمله یاکوب ادوارد پولاک یهودی از سال (۱۸۵۵ تا ۱۸۶۰ م/۱۲۳۴ تا ۱۲۳۹ ش)، به عنوان پزشک مخصوص ناصرالدین شاه قاجار از موقعیت و نفوذی شگرف در دربار شاه برخوردار بود. دکتر ژوزف تولوزان معروف به حکیم‌باشی نیز از سال ۱۸۵۹ تا ۱۸۹۷ به مدت ۳۸ سال، تا مدتی پس از قتل ناصرالدین شاه طبیب مخصوص دربار بود و از نفوذ و تأثیر بسیاری در دربار قاجار برخوردار بود (بهزادی، ۱۳۸۸: ۱۱۲۲).

یهودیان کاشان بر خلاف دیگر جوامع یهود ایران، تحولات اجتماعی و سیاسی مثبتی در عصر قاجار داشتند. آنان گرچه هیچ‌گاه نتوانستند به عنوان شهروند از مزایای برابر اجتماعی بهره‌مند شوند، در مقایسه با دیگر یهودیان ایران و در مقایسه با عصر صفوی، به پیشرفت‌های چشمگیری در روابط اجتماعی و تجربه سیاسی دست یافتند (حیدری و فلاحیان، ۱۳۸۹: ۱۱۹).

در اواخر قرن هجده میلادی، چند دهه پس از نهضت روشنگری در مغرب‌زمین، در میان یهودیان اروپا جنبشی شکل گرفت که محتوای آن همان روشنگری با درونمایه و



تصویر ۱. فرش (قالیچه ابریشمی) کلیمی، محل نگهداری موزه Beth Zedek
شهر تورنتو کانادا (۱۹۹۷: ۱۵۷، felton)

تحلیل و تفسیر شمایل‌شناسانه پیکره مطالعاتی

فرش کلیمی محل بحث (تصویر ۱) فرش ابریشمی بافت شهر کاشان است (فلتون، ۱۳۸۰: ۳). این شهر یکی از عمده‌ترین مراکز نساجی جهان در زمان قاجار بوده که از همان دوران صنعت قالی‌بافی در کاشان و اطراف آن رواج بسیاری داشته است (باغ شیخی و دیگران، ۱۳۹۹: ۴۹). این هنر-صنعت که در زمان صفویه به اوج کمال خود رسیده است، در عصر قاجار با ورود عناصر مختلف تصویری انسانی و حیوانی و نقوش ملهم از اساطیر و داستان‌های شاهنامه و نقوش مذهبی مختلف تکامل ویژه‌ای یافت. ظهور و گسترش طرح‌های تصویری مهم‌ترین پدیده در طرح و نقش قالی‌های دوره قاجار به شمار می‌آید. نقوش به کار رفته در قالی‌های قاجار علاوه بر نقوش گیاهی و ختایی شامل طرح‌های تصویری است. گرایش به واقع‌گرایی و طبیعت‌پردازی در ترسیم نقوش از دیگر ویژگی‌های قالی‌های قاجار به شمار می‌رود. همچنین در قالی‌ها بیشتر رنگ‌های گرم به کار رفته که به دلیل گیاهان استفاده‌شده در کارگاه‌های رنگرزی این منطقه است. این قالی‌ها نه از حیث عظمت و جلال، بلکه از حیث درخشندگی و عمق رنگ با مخمل یکسان است. مبنای این رقابت واحد است، زیرا هر دو دسته هنرمندان، ابریشم به کار می‌بردند و هر دو نسج در یک دیگ رنگ و در یک

صبغه یهودی بود. محور اندیشه این جنبش عقلانیت و نقد اندیشه و حیات سنتی یهود بود و در عرصه عمل به انزوای دایی از یهودیت و همگون‌شدن آنان با جوامع غیر یهودی گرایش داشت؛ از این رو، با آن دسته از مظاهر حیات یهودی که باعث انزوای یهودیان می‌شد، در تقابل بود (جلالی، ۱۳۸۷: ۴۱). با ظهور روشنگری و موج بی‌دینی در غرب از یک سو و ظهور تفسیرهای جدید از دین مسیحی و پشت پازدن به تفسیرهای سنتی از دیگر سو و نیز برخی مسائل سیاسی و اقتصادی از جانب سوم، نهضتی جدید در میان یهودیان شکل گرفت که «هسکَلَه» نامیده شد. در درون جامعه یهود، به شدت احساس می‌شد که باید از فضای آزاداندیشی در محیط غربی بهره گیرند و همانند مسیحیان تفسیری جدید از دین ارائه کنند و خود را با جامعه اطراف تطبیق دهند؛ از این رو، در نیمه دوم قرن هجدهم نهضت روشنگری در میان یهودیان پدید آمد که خواهان تحول در اندیشه و سیره ایشان بود و بالطبع در عرصه و نگرش به هنر در آیین یهود نیز مؤثر بوده است.

یهودیان نیز خود به این نتیجه رسیده بودند که به جای آنکه خویشتن را قوم برتر بدانند و از بقیه ملت‌ها جدا شوند، هم‌رنگ هموطنانشان در کشورهای که آنجا زندگی می‌کردند، شوند و از برخی عقاید خود دست بردارند. اندیشمندان نوگرای آنها، اصلاح در برخی آموزه‌های سنتی را ضروری دانستند تا شاید این گونه بتوانند در کنار دیگر اقشار زندگی مسالمت‌آمیزی داشته باشند. آنها برخی اعتقادات یهود را نقد کردند و آنها را از علل اصلی مشکلات خود در آن دوره دانستند و با تأثیرپذیری از اندیشمندان عصر روشنگری، اصول دینی یهودی را عقلانی اعلام کردند و از پذیرش هر آنچه از راهی غیر از راه عقلی اثبات شود، سرباز زدند (سلیمانی و موسوی، ۱۴۰: ۱۳۹۴).

از سویی تأسیس مدارس اتحاد نیز، نقش عمده‌ای در آشنایی کلیمیان و آموزش هنر و صنایع هنری در هر کشور داشت (شیخ رضایی، ۱۳۷۱: ۹۹). این مدارس به واسطه کمک‌های تجار کلیمی و مقرری وزارت علوم خیلی زود شعبه‌هایی در شهرهای ایران افتتاح کرد که فارغ از برنامه تحصیلی وزارت علوم، برنامه‌ریزی مختص خود را دنبال می‌کرد. این مدارس ساختار سنتی نظام آموزشی اقلیت‌ها را متحول کرد.

کارگاه بافته می‌شدند (پوپ، ۱۳۵۵: ۱۸۹). بسیاری از نقوش و تصاویر قالی‌های این عصر، حاوی نقوش نمادین هستند؛ از جمله آنها قالی‌های کلیمی هستند که در واقع نمونه‌ای نادر از تلفیق طراحی سنتی قالی‌ایران (با ویژگی‌های دوران قاجار) با مطالب و تصاویر مهمی از کتاب مقدس یهود (کلیمان) و سایر موضوعات است.

بسیاری از قالیچه‌های تصویری دوران قاجار که موضوعات دینی و مذهبی را دست‌مایه کار خویش قرار داده‌اند، با توجه به اهداف تعلیمی و یادمانی در زمره شمایل‌های دینی قرار می‌گیرند. این بخش بزرگ و مهم از قالیچه‌های تصویری شامل تصویری از شخصیت‌های مقدس دینی نظیر پیامبران، امامان و شخصیت‌های روحانی و بزرگان مذهبی است. از این تصاویر، که در آنها بیشتر شخصیت‌های دینی، اعمال آن‌ها و تاریخ مقدس دین برای استفاده در مناسک، آیین‌ها و شاعر دینی و نصب در اماکن مقدس و نگهداری در خانه‌های پیروان، بازنمایی می‌شود و اهداف «تعلیمی» و «یادمانی» و «عجاز‌آمیز» را دنبال می‌کند، با عنوان «شمایل» از آن یاد می‌شود. تاریخ شمایل‌نگاری مذهبی در ادیان گوناگون دگرگونی‌های بسیار داشته که مهم‌ترین دلیل آن، تجویز و تحریم شمایل‌نگاری در مقاطع مختلف تاریخ ادیان است. برخی از این تحریم‌ها را می‌توان ناشی از تحذیر تمایل به بت‌پرستی نیز دانست، جایی که شمایل‌ها نه به‌مثابه واسطه‌ای برای دیدار خیالی با بزرگان دینی بلکه به‌مثابه صور مجسمی از معبود کارکرد می‌یافتند (کشاورز افشار و سامانیان، ۱۳۸۶: ۹۳).

قالی تصویری بحث‌شده سرشار از تصاویر روایی و نشانه‌های متنوع است که در دو بخش متن و حاشیه طراحی شده‌اند. متن قالیچه متشکل از دو پلان است که خود واجد تصاویر و نشانه‌های متعددی است. در پلان پایینی شمایل دو مرد یکی لوح به دست که با دست دیگر (راست) اشاره به بالا دارد و دیگری در لباسی خاص (تشریفاتی) با شمعدان هفت شاخه‌ای در پشت سرش که در یک سه طاقی با پایه‌های شیر قرار گرفته‌اند. در طاق وسط دورنمایی از یک کوه و در پایین آن لوحی با دو فرشته محافظ قرار دارند.

در بخش فوقانی تصویر و در بالای طاق، تاجی تصویر شده است و اطراف تاج، دوازده نقش در داخل قاب‌هایی قرار دارند؛ شامل گرگ، غزال، شیر، شمشیر، مار، انگور، ظرف غذا، قایق، شاخه، پرچم، قاطر، درختان. در زیر نقش تاج، لوحی درخشان تصویر شده است. در قسمت میانی، تصویری از یک معبد با

ستون‌هایی در جوانب آن مشاهده می‌شود که تصویری از دو فرشته (کروبی) در آن خودنمایی می‌کند. حاشیه این قالیچه نیز تصویری متنوع در اپیزودهایی جداگانه روایت‌هایی را بیان می‌کند که در اضلاع مختلف حاشیه تکرار شده‌اند. در لابه‌لای روایات متعدد تصویر شده در حاشیه قالیچه، قاب‌هایی با تصاویری از غزال و خرگوش و درختان و ساختمان‌هایی در دوردست بین روایت‌ها نقش شده‌اند.

اروین پانوفسکی در طرح خود برای خوانش شمایل‌شناختی تصاویر، سه لایه معنایی را مطرح می‌کند که هر کدام ابزارهای تحلیلی و اصطلاح‌شناختی خاص خود را ایجاب می‌کند. بر این اساس، لایه اول او در جهان اشیاء و رویدادهای طبیعی قرار دارد که برای هر بیننده‌ای واضح و آشکار است. این لایه، لایه معانی طبیعی یا ابتدایی است که در سطور بالا بیان شد؛ لایه دوم معنایی، مربوط به حوزه معناهای قراردادی است. این حوزه، حوزه شمایل‌نگاری است؛ در نهایت در لایه سوم، معنای ذاتی ارزش‌های نمادین نهفته در لایه زیرین وجود دارند.

همان‌طور که اشاره شد، پانوفسکی بر آن است که هنرمند، به نحو عامدانه از سمبل‌ها و تمثیل‌ها استفاده می‌کند. بنابراین مرحله دوم در بردارنده رمزگشایی از تصاویر در چارچوب معنای هنرمندانه است، آنچه اروین پانوفسکی از آن با عنوان شیوه شمایل‌شناسانه خوانش تصاویر یاد می‌کند. ما اشکال را با مفاهیمی قراردادی همبسته می‌دانیم، درون مایه‌های هر اثر را به یاری معانی آشنا و قراردادی می‌شناسیم و به آن‌ها تصویر می‌گوییم. کمی آشنایی با داستان‌های مذهبی می‌تواند مخاطب را در شناخت عناصر تصویری این قالیچه، یاری رساند. لکن به‌طور حتم آنچه در تحلیل این قالی می‌تواند ما را یاری رساند شناخت ساحت‌های معرفتی منعکس در آن است. در ساحت نخست، این قالی شناخت شخصیت‌های مقدس دینی و آیین یهود را به ما باز می‌نماید: حضرت ابراهیم (ع)، حضرت یوسف (ع)، حضرت ایلیا (ع)، حضرت موسی (ع) و برادرش هارون و... و در ساحت دیگر معرفت به تاریخ و رویدادهای مقدس ادیان ابراهیمی و به ویژه آیین یهود را باز می‌تاباند، من جمله حاشیه‌های این فرش که به‌طور دقیق ما را با دیگر مقاطع مهم مرتبط با کتاب مقدس آشنا می‌کند: حکایت حضرت ابراهیم (ع) و قربانی کردن اسماعیل (ع)، حضرت یوسف (ع) و فروخته شدن او به بردگی، حضرت موسی (ع) و پیداشدن او در نزار، حضرت ایلیا (ع) و صعود او به عرش آسمان و نیز فرود آمدن کشتی نوح بر فراز

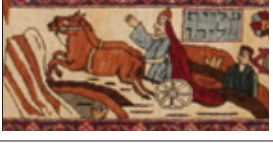
کوه آرات. (جدول ۱). قسمت بالایی این تصویر (قالی) طاق پیروزی و دوازده سبط (سفر تکوین، باب ۳۰-۲۹) در بخش فوقانی تصویر و در بالای طاق، تاجی تصویر شده است که تاج تورات است و تجلی و نورافشانی آن به شکل رع (از خدایان مصر باستان و تجسم خورشید نیمروز) ظاهر شده است که یک مضمون کابالایی است، طبق آن در زیر نورافشانی تورات سیصد دروازه گشوده می‌شود که دروازه وسطی دو فرشته کروی قرار دارد که بین آنها طومار تورات است و هیچ کس جز ماشیح نمی‌تواند ناظر بر این صحنه باشد، لذا شخصیت‌های تصویر شده در قالی هر یک به نوعی ماشیح هستند (نیکوئی و مظاهری، ۱۳۹۵: ۳۵). دو سمت تاج علائمی از دوازده سبط که نمادهایی از دوازده پسران یعقوب (۱۲ قبیله بنی اسرائیل) و در زیر هر کدام به خط عبری اسامی آنها دیده می‌شود. (تصویر ۲) دوازده سبط یعقوب با نمادهایشان عبارت‌اند از بنیامین (گرگ)، نفتالی (غزال)، یهودا (شیر)، شمعون

(شمشیر)، دان (مار)، لاوی (انگور)، آشیر (ظرف غذا)، زبولون (قایق و بندر)، یوسف (شاخ پر بار)، جاد (پرچم خدا)، یساکار (باز یا قاطر)، روبن (درختان) (سفر پیدایش، باب ۴۹). (جدول ۲)



تصویر ۲. تاج تورات و ۱۲ سبط بنی اسرائیل و لوح ده فرمان (منبع: نگارندگان)

جدول ۱. روایات تصویری در حاشیه قالی کلیمی (منبع: نگارندگان)

	تصویر ۱۰۱. قربانی کردن اسماعیل توسط حضرت ابراهیم
	تصویر ۲۰۱. فروختن حضرت یوسف به بردگی توسط برادرانش
	تصویر ۳۰۱. حضرت ایلیا و صعود او به عرش
	تصویر ۴۰۱. حضرت موسی پیداشدن او در نیزار
	تصویر ۵۰۱. فرود آمدن کشتی نوح بر کوه آرات

بنیامین	בְּנִימִין	Benjamin	بنیامین	אָשֵׁר	Asher	ظرف غذا
نفتالی	נַפְתָּלִי	Naphtali	غزال	זְבוּלוֹן	Zebulun	قابلی و بندر
یهودا	יְהוּדָה	Judah	شیر	יוֹסֵף	Joseph	شاخ بر بار
شمعون	שִׁמְעוֹן	Simeon	شمشیر	גָּד	Gad	بر چرخ خدا
دان	דָּן	Dan	مار	יִסָּכָר	Issakar	باز یا قاطر
لاوی	לֵוִי	Levi	انگور	רְעוּבֵן	Reuben	درختان

جدول ۲. دوازده سبط یعقوب (ع) (منبع: نگارندگان)

موسی (ع) در لباسی ساده و بی پیرایه سفیدرنگ و هارون لباسی موسوم به «افود» بر تن دارد. افود یک لباس تشریفاتی مخصوص در اسرائیل قدیم بود که کاهن اعظم در معبد سلیمان آن را می پوشید. در کتاب سفر خروج نوشته شده است که لباس افود توسط کاهن اعظم معبد سلیمان پوشیده می شد. کاهن اعظم از تبار کاهنان معبد بود که به نظر می آید در اینجا نشان از این دارد که کاهنان معبد از نسل هارون برادر موسی محسوب می شوند. هارون در عهد عتیق «ها-کوهن» (کاهن) نام می گیرد و توسط خداوند به عنوان اولین کاهن معبد برگزیده می شود (سفر خروج، باب ۲۸). بر اساس تورات، جایگزین او باید از پسران او انتخاب می شد و در خانواده او باقی می ماند. اگر کاهن اعظم دارای فرزند پسر نبود، برادر او انتخاب می شد. بعد از نابودی معبد اول و اسیر شدن یهودیان در بابل کاهن بودن به نظر می آید که از قوانین پدر به پسری تبعیت کرده باشد.



تصویر ۴. موسی و هارون در یک سه طاقی (منبع: نگارندگان)

در زیر تاج تورات لوح ده فرمان موسی می درخشد که شامل ده فرمان الهی بر روی زمینه آن به خط عبری بافته شده است: «من خدا هستم، تو را معبود دیگری جز من نباشد، هیچ تصویری نساز و آن ها را پرستش نکن، نام خدای خالقت را بیهوده بر زبان نیاور (از آن سوء استفاده نکن) روز شنبه را یاد دار تا آن را مقدس بداری، پدر و مادرت را احترام بگذار، قتل نکن، زنا نکن، دزدی نکن، شهادت دروغ نده، طمع نداشته باش». در پلان بالایی تصویر یک معبد دیده می شود که به همراه زیور آلات و تزیینات سردر و دیوارهای سنگی سنتی آن مشاهده می شود که خود نشان دهنده معاصر بودن زمان طراحی فرش با دوران قاجار است.

در پلان پایین این فرش طرح سه طاقی، طاق تورات از ترکیب بندی های جذاب و متداول در قالی های کلیمی تصویر شده که یادآور ترکیب دروازه سه گانه در دیوار جنوبی کوه معبد است و در طاق میانی کوه طور سینا و در قسمت پایین آن، فرشتگان محافظ ده فرمان (تصویر ۳)، در زیر تصویر کوه عبارت «از شرق» و در زیر آن به خط ریزتر عبارت «از طلوع خورشید تا غروب آن نام خداوندگار ستایش می شود» و در زیر لوح ده فرمان عبارت «قبل از ایستادگی، آگاه باش» بافته شده است. (تصویر ۳) در دو سوی طاق میانی، مرد لوح به دست، نمایانگر موسی با ده فرمان الهی است که با دست دیگر اشاره

به بالا (بهشت) و در سمت دیگر برادرش هارون با یک منورا در پس زمینه قرار دارند. «منورا یا شمعدان هفت شعله کلیمیان، مظهر درخت زندگی و شجره یعقوب (ع) است» (نیکوئی و مظاهری، ۱۳۹۵: ۳۳).



تصویر ۳. دورنمای کوه طور سینا، فرشتگان کروی با لوح ده فرمان (منبع: نگارندگان)

بالای سر موسی در کتیبه ای به خط عبری عبارت «و دهان من از ستایش تو لبریز است» و در کتیبه بالای سر هارون عبارت «خداوند را صدا کردم و او از کوه مقدس به من جواب داد» نگاشته شده است.

در پایه های ستون های طاق میانی، دو شیر محافظ و یک تصویر از دیواری که به احتمال زیاد، دیوار ندبه است، تصویر شده اند. (تصویر ۴) به اعتقاد یهودیان، این دیوار بخش باقی مانده از دیوار هیکل سلیمان یا معبد باستانی یهودیان است که در اورشلیم ساخته شده بود و بعدها رومی ها، آن را ویران کردند. یهودیان هر روز جمعه در جلوی آن گرد می آمدند و بر ویرانی بیت المقدس شیون و ندبه می کردند.

این رسم از سده نخست میلادی سابقه داشته است. دیوار مقدس ندبه (تصویر ۵) قسمتی از دیوار غربی مسجدالاقصی است. این مکان برای یهودیان و مسیحیان بسیار مقدس است و پیروان ادیان ابراهیمی در این مکان عبادت می کنند. در قسمت پایینی این پلان سه کتیبه (کتیبه راست و چپ: بشنو ای بنی اسرائیل، خداوندگار خدای ماست و او یکتاست. کتیبه میانی: سنگ های آن ها عزیزان شما هستند، گرد و خاک خود را به آنها تسلیم می کند).



تصویر ۵. دیوار ندبه (منبع: نگارندگان)

این قالیچه در این دوران و با نمایش نمادها و روایاتی از کتب دینی کلیمیان به نوعی تحول در اندیشه کلیمیان را نشان می دهد که با توجه به شرایط فرهنگی و اقتصادی و اجتماعی آن دوره، دور از انتظار نیست. سؤالی که در اینجا مطرح است اینکه قالیچه تصویری کلیمی محل بحث در این پژوهش با توجه به ویژگی های ذکر شده در زمره شمایل های دینی قرار می گیرد و آیا می توان علی رغم موضوع آن (نمادها و نشانه های

تصویری آیین یهودیت) و با توجه به منع شمایل نگاری در آیین یهود آن را قالیچه ای به مثابه یک شمایل دانست. شمایل نگاری در دین یهود، چه واقعاً در آثار هنری بازنمایی شده باشد و چه صرفاً به صورت تصویرهای سنتی وجود داشته باشد (که گهگاه در متون دینی به آن اشاره شده است) از همان آغاز بر اساس «منع تصاویر» در عهد عتیق شکل گرفته است. این ممنوعیت را که در کتاب مقدس یهودیان به شکل های گوناگونی آمده است، می توان به صورت های زیر فهمید: ۱. ممنوعیت استفاده از هر گونه تصویر در مناسک مذهبی صرف نظر از موضوع آن، ۲. ممنوعیت به تصویر کشیدن خداوند و استفاده از آن در مراسم مذهبی به مثابه بت. با اینکه تأویل نخست از ممنوعیت تصاویر رواج چندانی پیدا نکرد (چنان که عهد عتیق نیز خود در این زمینه گواهی می دهد) تأویل دوم بسیار فراگیر بود. شاید قطعی ترین ویژگی شمایل نگاری در دین یهود پرهیز مداوم از به تصویر کشیدن خداوند به هر شکل ممکن بوده است. این موضوع تا حد زیادی درباره قدیسان نیز صحت دارد: اگرچه ادبیات پارسا نامه نویسی، در آیین یهود پدید آمد، به هیچ عنوان خبری از تصاویر قدیسان در آن نبود، پس شمایل نگاری دینی یهودیان از همان آغاز با سنت های رایج در مسیحیت غربی در تضاد بود (محمدی و کیل، ۱۳۹۹: ۴۲؛ بیالوستوکی، ۱۳۸۵: ۲۳).

دین یهود، بزرگ ترین و بیشترین مقاومت را نسبت به تصویر نشان داده است. چنانچه منع تصویری در کتاب آسمانی این دین به صراحت آورده شده است. برای نمونه می توان به این نوع تحریم شمایل، در آیین حضرت ابراهیم اشاره کرد، آنجا که مشرکان به صورت های مجسمی متوسل می شدند تا خدایان خود را پرستش کنند، حضرت ابراهیم، این صور

جدول ۳. خوانش سه گانه قالی کلیمی (منبع: نگارندگان)

سطح سه خوانش	سطح دو خوانش	سطح یک خوانش
در سطح سوم، معنای ذاتی یا درونی تصویر مدنظر قرار می گیرد و تفسیری ترکیبی ارائه می شود:	در سطح دوم شمایل شناسی این اثر که مربوط به حوزه معناهای قراردادی است، این عناصر تفسیر می شوند:	در سطح اول، اجزا و عناصر متعددی خوانش می شوند:
تصاویر نقش مهمی در حیات مذهبی کلیمیان به عهده داشت و مطالعات حاکی از آن است که استفاده از تصویر سازی در مناسک دینی وجود داشته است. شمایل ها همچون یک متن دینی، مفاهیم والای دینی را به پیروان خود منتقل می کنند و از سوی دیگر خاطره های مقدس را در ذهن ایشان زنده می دارند. از این منظر قالی مذکور، نمونه ای از شمایل دینی به شمار می آید که بر اساس روایت های منقوش و نشانه های دینی موجود به احتمال زیاد قالی مذکور به نیت پرده طاق مقدس (پرخت) در جهت اهداف یادمانی و تعلیمی تولید شده است.	حضرت موسی (ع) و برادرش هارون، شمعدان منورا مظهر درخت زندگی و شجره یعقوب (ع) کوه نماد طور سینا، لوح نماد ده فرمان موسی، فرشتگان محافظان الهی تورات هستند، معبد سلیمان مکان مقدس یهودیان، دوازده سبط نمادهایی از دوازده پسران یعقوب، تاج نمادی از تورات و دیوار ندبه مکان مقدس و محل عبادت یهودیان.	شمایل دو مرد یکی لوح به دست و دیگری در لباسی خاص (تشریفات)، شمعدان هفت شاخه، کوه، لوح فرشته، ۱۲ تصویر شامل گرگ، غزال، شیر، شمشیر، مار، انگور، ظرف غذا، قایق، شاخه، پرچم، قاطر، تاج، بنای ستون دار، دیوار.

شرک‌آلود را از میان برد و موضوع تحریم صور مشرکانه را بنیان نهاد. این روند در ادیان بعدی نیز دنبال شد، زمانی که قوم یهود پس از رجعت به افکار بت پرستانه، گوساله سامری را معبود خویش شمرد، حضرت موسی (ع) آن را نابود کرد. در آیاتی از عهد عتیق صراحتاً یادآور می‌شود: «صورتی تراشیده و هیچ تمثالی از آنچه بالا در آسمان است و از آنچه پایین در زمین است و از آنچه در آب در زیر زمین است برای خود مساز» (سفر خروج، باب بیستم، آیه ۴۴ و سفر تثنیه، آیه ۸). تاریخ هنر نشان می‌دهد تصاویر نقش مهمی در حیات مذهبی مردم به عهده داشته و بسیاری از مطالعات حاکی از آن است که استفاده از تصویرسازی در مناسک دینی وجود داشته است. به عنوان نمونه‌ای از شمایل‌نگاری یهودی، «منورا: شمع‌دان هفت شاخه» آن دین است همچنان که در این نمونه مشخص می‌شود، شمایل‌نگاری به هیچ وجه صرفاً جنبه فیگوراتیو ندارد و شامل جنبه انتزاعی تصویر نیز می‌شود (نصری، ۱۳۸۹: ۵۶).

قالی‌های کلیمی به عنوان زیر مجموعه قالی ایرانی دوره قاجار، هنری است که در لابه‌لای نقوش آن می‌توان سلیقه‌ها و خدمات جمعی قوم و مردم را به وضوح در آن دید. این ویژگی طبیعی این هنر است؛ به تعبیری دیگر حتی بازتاب اندیشه‌های اجتماع را می‌توان در فرش دید و این خصیصه هنری است که قادر است خواسته‌ها و احساسات جمعی را در قالب شکل و نقش و رنگ به بیان آورد؛ از این رو برای درک این شمایل‌ها باید به دنبال منشأ تاریخی و اجتماعی آن باشیم. در ادامه می‌توان به این نکته اشاره کرد که سفارش بافت این قالیچه را ناصرالدین شاه قاجار داده بود که طی سال‌های (۱۸۴۸ تا ۱۸۹۶ م / ۱۲۲۷ تا ۱۲۷۵ ش) بافته شد. این فرش هدیه ویژه‌ای به پزشک کلیمی شاه، به نام حکیم نورمحمد است که به مناسبت سلامت او و رهایی از یک ترور نافرجام که توسط همکاران حسودش ترتیب یافته بود، به وی اهدا شد (فلتون، ۱۳۸۰: ۵).

این حمایت درباری هم به نظر می‌آید در تولید این نمونه و نمونه‌های دیگر قالیچه‌های تصویری کلیمی نقش مهمی داشته است و به نوعی در کنار جنبش روشنگری یهود به روند خلق قالیچه‌های برگرفته از نمادها و نشانه‌های دینی کلیمیان مؤثر بوده است. در دوره‌های بعد این قالیچه تصویری، الگویی برای بافت نمونه‌های مشابه شد، اما از آنجا که در هنر سنتی بستر شکل‌گیری هنر نقش تعیین‌کننده‌ای در کیفیت محصول نهایی دارد، رویه افراطی در تعبیه نمادها

در نقشه‌های قالی با هدف تبلیغاتی تحت لوای هنر باعث شد تا آثار ارائه شده به صورت بیانیه‌ای تصویری درآیند که جایی برای رمزپردازی‌های قالی ایرانی که این هنر را از یک شیء صرفاً کاربردی به نمونه‌ای هنری و زیبایی‌شناختی بدل ساخته بود، باقی نمی‌گذاشت.

از آنجا که ظهور و گسترش تولید این قالی‌ها برای فرهنگ‌سازی بود، محصول آن، تلفیق نقوش مذهبی کلیمی با طرح‌ها و هنر غنی قالی‌بافی ایرانی بودند. از طرف دیگر با مهاجرت اقوام کلیمی از سراسر جهان به فلسطین اشغالی، تجربیات کلیمیان در ایران و کشورهای تولیدکننده فرش و نیز مدارس اتحاد به آنها در تأسیس کارگاه‌های هنری تولیدی کمک کرد تا از راه تولید آثار، پیشینه مصور فرهنگی برای جامعه جدید کلیمی فراهم کنند.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش، نقوش تصویری قالی کلیمی از منظر شمایل‌شناسی اروین پانوفسکی توصیف، تحلیل و تفسیر شد. ترکیب کلی طرح قالی مبتنی بر طرح قالی‌های ایرانی است، شامل بخش وسیع مرکزی به عنوان متن و حاشیه سنتی که تنها با نمادها و نشانه‌های تصویری یهودی پر شده است. موضوعات روایی موجود در این قالی از تورات، تلمود و باورهای مردمی یهود گرفته شده‌اند. رنگ‌ها و شمایل‌ها و کتیبه‌ها با قراردادهای تصویری متداول و آشنا در قالی‌های تصویری دوره قاجار طراحی و بافته شده‌اند. فضاسازی معبد و شیرهای نگهبان معبد، بهره‌گیری از پرسپکتیو در فضا، تحت‌تأثیر هنر قاجار در طراحی قالی وارد شده‌اند. عواملی همچون پیدایش اندیشه‌های جدید سیاسی و اجتماعی و پیدایش دموکراسی جنبش اصلاح‌طلبی یهود «هسکله» و در نتیجه تأسیس مدارس اتحاد، نقش عمده‌ای در آشنایی کلیمیان و آموزش هنر و صنایع هنری در هر کشور داشتند. اما آنچه که بیشتر از همه به نظر می‌آید بر روند خلق این اثر مؤثر بوده است، وابستگی یهودیان به فرهنگ ایران، نقش به‌سزایی در انتقال این میراث فرهنگی ویژه داشته است. این «ناخودآگاهی جمعی» خود توجیه‌کننده وضع یهودیان آن دوران است. یهودیان بر اساس یک اعتقاد سمبولیک، همواره خواستار آن بودند که تشابهی میان فرهنگ یهودی و فرهنگ ایرانی برقرار کنند که مصداق آن قالیچه کلیمی مدنظر است. شمایل‌ها همچون یک متن دینی، مفاهیم والای دینی را به پیروان خود منتقل می‌کند و از سوی دیگر خاطره‌ای مقدس

را در ذهن ایشان زنده می‌دارد. از این منظر قالی مذکور، نمونه‌ای از شمایل دینی به شمار می‌آید. بر اساس روایت‌های منقوش و نشانه‌های دینی موجود به احتمال زیاد قالی مذکور به نیت پرده طاق مقدس (پرخت)، در جهت اهداف یادمانی و تعلیمی تولید شده است.

پی‌نوشت

1. Iconography
2. Iconology
3. pre- iconographical description
4. Factual
5. expressional
6. Iconographical analysis
7. Iconographical interpretation

8. پرده نمازگزاران در کنیسه که جلوی طاق تورات قرار می‌گیرد و صندوق عهد دو کتیبه ده فرمان را می‌پوشاند، معمولاً پشت آن دری قرار می‌گیرد. جدا از جنبه تزئینی برای نشان دادن جهت قبله معبد نیز به کار می‌رود.

9. پرده‌هایی که در آن نمادهای کلیمیان به همراه خوشنویسی عبری به کار رفته باشد.

10. کلمه میزره در ربان عبری به معنی شرق است و اشاره به دیوار شرقی معبد اورشلیم دارد که یهودیان رو به آن دعا می‌کردند.

11. کابالا (قبالا) که به معنی قبول و دریافت است، نام‌گرایش یا تعلیم خاصی است که در قرون وسطا در میان یهودیان به وجود آمد. کابالاگرایی است عرفانی و رمزی که می‌گوید تعالیمی شفاهی وجود دارد که سینه به سینه گشته و به اهل آن سپرده شده است (سلیمانی اردستانی، ۱۳۸۲: ۲۷۴).

12. ماشیح اصطلاحی است که در عهد عتیق برای افراد زیادی مانند پادشاهان و پیامبران یهود، اشیا معبد سلیمان، نان فطیر و همچنین کوروش کبیر و نیز منجی آخرالزمان یهودیان اطلاق می‌شود (تدهین شده با روغن مقدس).

منابع

آفرین، فریده (۱۳۸۶) «تحلیل واقع‌گرایی در نگارگری ایرانی از دوره تیموری تا قاجار»، *مطالعات هنر اسلامی*، ۶(۱۲)، ۷۲-۵۳.

باغ شیخی، آرزو؛ کامرانی، بهنام؛ نیکویی، مجید؛ باغ شیخی، میلاد (۱۳۹۹) «مطالعه و شناخت موردی جنبه‌های تصویر سازانه فرش کاشان» دوره صفوی و قاجار»، *هنر و تمدن شرق*، ۸(۲۷)، ۳۹-۵۲.

بهزادی، محمدرضا (۱۳۸۸) «پایان‌نامه دکتر تولوزان حکیم‌باشی ناصرالدین شاه»، *پیام بهارستان*، ۲(۶)، ۱۱۲۱-۱۱۳۶.

بیالوستوکی، یان (۱۳۸۵) *شمایل‌نگاری، فرهنگ تاریخ اندیشه‌ها*، ترجمه صالح حسینی، تهران: سعاد. تناولی، پرویز (۱۳۶۸) *قالیچه‌های تصویری ایران*، تهران: سروش.

سلیمانی اردستانی، عبدالرحیم (۱۳۸۲) *یهودیت، انجمن معارف اسلامی ایران*، قم: آیات عشق.

سلیمانی، حسین؛ موسوی، سید ابراهیم (۱۳۹۴) «جنبش اصلاح طلبی یهود و چالش‌های آن در دوران مدرن»، *الهیات تطبیقی*، ۶(۱۴)، ۱۴۸-۱۳۹.

شیخ رضایی، انسیه (۱۳۷۱) «مدارس فرانسوی در ایران»، *گنجینه اسناد*، ۷(۸)، ۹۵-۱۰۹.

جلالی، سید لطف‌اله (۱۳۸۷) «هسکله؛ جنبش روشنگری یهود»، *آدیان*، ۲(۳)، ۴۱-۷۱.

چیت‌سازیان، امیر حسین (۱۳۸۸) *نگاهی به تاریخ درخشان فرش کاشان*، تهران: سروش.

حیدری، حسین؛ فلاحیان وادقانی، علی (۱۳۸۹) «تحولات اجتماعی یهودیان کاشان در عصر قاجار»، *تاریخ و فرهنگ*، ۴۲(۲).

فرهود، فریناز (۱۳۸۸) بررسی تأثیرات و پیامدهای انقلاب صنعتی اروپا بر هنر صنعت نساجی ایران در دوران قاجار (از منظر طراحی نقش)، رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

فلتون، آنتون (۱۳۸۰) «مروری بر قالی‌های کلیمی باف»، *قالی ایران*، ۴۲(۳)، ۵-۳.

کتاب عهد عتیق و عهد جدید (بخش سفر خروج و سفر پیدایش و سفر تثئیه) (۱۹۲۳)، لندن: دارالسلطنه لندن.

کریمیان، حسن؛ عطارزاده، عبدالکریم (۱۳۹۰) «نقش انقلاب صنعتی در تحولات صنایع دستی ایران»، *مطالعات تاریخ اسلام*، ۳(۱۱)، ۹۹-۱۲۰.

کشاوری افشار، حسام؛ سامانیان، صمد (۱۳۸۶) «تحلیل شمایل‌شناسانه قالیچه تصویری حضرت مریم (س) و حضرت مسیح (ع)»، *گلجام*، ۸(۸)، ۹۱-۱۰۶.

کشاوری افشار، حسام (۱۳۹۴) «تکثیر مکانیکی اثر هنری در عصر قاجار و تأثیر آن بر فرش ایران»، *گلجام*، ۱۱(۲۷)، ۵-۲۱.

- Panofsky, E. (1955), *Meaning in the Visual Arts*, Doubleday Anchor Books: New York.
- Panofsky, E. (2009), *Iconography and Iconology: An Introduction to the Study of Renaissance Art*, In *The Art of Art History*, Preziosi, D. Second edition, oxford university, press Lnc, New York.
- Sheikh Rezaei, A. (1992), *French schools in Iran, Ganjeh asnad*, (7-8): 95-109, (Text in Persian).
- Solymani, H., Mosavi, H. (2016), *The Jewish reformist movement and its challenges in modern time, Comparative Theology*, 16(14), Autumn and Winter: 139-148, (Text in Persian).
- Solymani Ardastni, A. (2003), *Judaism*, Islamic studies institute, Ayate eshgh pub: Gom, (Text in Persian).
- Tanavoli, P. (1989), *Persian pictorial carpets, Tehran: Sorosh pub*, (Text in Persian).
- Nasri, A. (2010), *Iconography and Iconology approach in Art studies, Roshde amozeshe honar Journal*, (8): 56-63, (Text in Persian).
- Nasri, A. (2013), *Reading image with Erwin Panofsky, Kimiyaye honar Journal*, (6): 7-20, (Text in Persian).
- Nikoei, A., Mazaheri, M. (2017), *Comparison study of the role of politics in Iran's and occupied Palestine territories, Art in two resent centuries, (case study: Jewish Rugs), Goljam journal*, (30): 23-46, (Text in Persian).
- , (1923), *The new and old testament*, London: London royal state.

Url(s)

URL1: http://www.iranjewish.com/essay/Es-say183_31_farsh.htm. accessed: 2018/2/9.

- کدی، نیکی. آر (۱۳۸۱) ایران دوره قاجار و برآمدن رضاخان، ترجمه مهدی حقیقت خواه، تهران: ققنوس.
- نصری، امیر (۱۳۸۹) «رویکرد شمایل نگاری و شمایل شناسی در مطالعات هنری»، رشد آموزش هنر، (۲۳)، ۵۶-۶۳.
- (۱۳۹۳) «خوانش تصویر از دیدگاه اروین پانوفسکی»، کیمیای هنر، ۲۰، (۶)، ۷-۲۰.
- نیکوئی، آزاده؛ مظاهری، مهر انگیز (۱۳۹۵)، «مطالعه تطبیقی نقش سیاست در هنر دوسده اخیر ایران و فلسطین اشغالی»، گلجام، (۳۰)، ۲۳-۴۵.

References

- Afarin, F. (2009), *realism in the Persian painting; Timurid to Qajar eras, Islamic art Journal*, Spring -Summer, 6(12): 53-72, (Text in Persian).
- Baghsheikhi, A. kamrangi, B. Nikoei, M. Baghsheikhi, M. (2020), *Studing and imaginary aspects of case study Kashan carpets (Safavid and Qajar periods), Journal of Art and civilization of the orient*, march, 27(8): 39-5, (Text in Persian).
- Behzadi, M. B. (2009), *Dr Tolozan thesis, Payame Baharestan*, (6), (Text in Persian).
- Chitsaziyan, A. (2009), *Kashan carpets*, Tehran: Sorosh Pub, (Text in Persian).
- Cody, N. R. (2002), *Iran during Qajar era and the rise of Reza Khan*, Translator: M. Haghighatkhah, Gog-nus pub: Tehran, (Text in Persian).
- Farbod, F. (2009), *The influence of industrial revolution on the Persian textile design at Qajar (From design aspect)*, PHD thesis, Research of Art, Tarbi-at Modares University, (Text in Persian).
- Felton, A. (1983), *Jewish carpet*, wood bridge, The Antique collections club.
- Felton, A. (2001), *The review of Jewish carpets, Persian rugs Journal*, (42): 3-5, (Text in Persian).
- Haydari, H. Fallahiyan, A. (2011), *Social development in Kashan's Jewish community during Qajar era, Islamic studies Journal* 42(2), March: 119-148, (Text in Persian).
- Jalali, L. (2006), *Haskalah: The jewish English testament, Journal of Religious studies*, 2(3), spring summer: 49-79, (Text in Persian).
- Karimian, H. Attarzadeh, A. (2012), *The role of industrial revolution in developments of persian's handicrafts, Islamic history research Journal*, 3(11): 99-120, (Text in Persian).
- Keshavarz Afshar, M., Samanian, S. (2008), *Rugs as Icon: Iconographical Analysis of case study: pictorial rug o "Maddona and Jesus Christ" Goljam Journal*, (8): 91-106, (Text in Persian).
- Keshavarz Afshar, M. (2015), *Mechanical revolution of artwork in Qajar era and its impact on persain carpet, Goljam Journal*, spring and summer, (27): 5-21, (Text in Persian).
- Pastor, S. (2006), *The role of Jews in the Art and economy op Persian carpets, Tehran Jewish committee*, (31), Autmn, (Text in Persian).

sion of the work; and also to understand the extent to which the Jewish artists, or Jewish patrons of art, have used their religious and ethnic beliefs and history to create such artworks. And also to ponder on the motivations and concerns of the Jewish people that resulted in the creation of arts that contain Jewish religious and ethnic values, and what could be their purpose. In order to answer these questions, after a thorough study on the historical and social origin of the Jewish Rug of the “Beth Tzedek” Museum, this research has studied the iconography of the rug by relying on description, analysis, and interpretation, to achieve an in depth comprehension of the artwork. This approach, and iconographic study of the subject, provide a binary study – artistic and religious – on similar subjects, and pave the way towards a better understanding of art of carpet in Qajar era.

This rug consists of two plans, each part has several images and symbols. In the bottom plan, a three arched scene is shown with two lions at the bases of the central arch. In the left and right arch, two men are depicted, one is holding a tablet in his left hand and his right hand is pointing upwards, and the other man is wearing a special (ceremonial) costume with a Menorah in his background. In the central arch a view of a mountain is shown and at its bottom, there is a tablet with two guardian angels. In the upper part of the rug at the top of the arch, a crown is depicted and 12 figures are shown around the crown, inside frames, including: Wolf, Gazelle, Lion, Sword, Snake, Grape, Plate, Boat, Branch, Flag, Mule, Trees. A luminous tablet is depicted under the crown. And below a temple is shown with columns and image of two angels (Cherubs) on both sides.

The margins of this rug also narrate separate, episodic imagery of religious Jewish stories, which are interrupted by frames of gazelles and hares and trees and structures.

Analysis of this rug requires the knowledge of epistemological concepts that are reflected in its imagery. First, this rug reveals holy and religious figures in Judaism: Abraham, Joseph, Elijah, Moses and his brother Aaron etc. Second, it reflects the history and sacred events of Abrahamic religions, especially in the episodic imagery on the margins that narrate the most important stories in Judaism, such as: Abraham getting ready to sacrifice Samuel; Joseph being sold to slavery; Moses in everglade, Elijah and his ascension to heaven; Noah’s Ark landing on top of Ararat; the Victory arc and the twelve tribes.

In upper part of the rug, above the arch, a crown is depicted, which is crown of Torah and its manifestation and illumination has appeared in form of RA (Egyptian god of midday sun), which is a direct reference from Kabbalah which teaches that under the illumination of the Torah, three hundred gates appear and the central gate is guarded by two cherubs with a Torah scroll between them, and no one but Messiah can observe this scene. Therefore, all the characters depicted on this rug, in a way, can be different manifestations of Messiah.

Iconography in Judaism, whether actually represented in artworks or in form of traditional images, has been observed on the basis of “prohibition of images” in the Old Testament. This prohibition, which has been expressed in various forms in Jewish holy texts, can be understood as follows: 1) Prohibition of any image in religious rites, regardless of its subject. 2) Prohibition on depiction of God and using the imagery in religious ceremonies as an idol.

History of Art shows that Imagery has played an integral role in men’s religious life and many studies prove that implementation of illustrations has existed in religious rites. This study concludes that appearance of this rug’s illustrations have been adapted and encoded from Jewish religious texts and beliefs, but adjusted or changed in accordance with standards of Qajar era.

Due to explicit prohibition of Iconography in Judaism, there are symbolic hints conveying the history and cultural and structural beliefs of the Jewish people, reflected in the creation of the subject. Icons, like religious texts, convey religious concepts and teachings to the followers of the faith on one hand and on the other, they eternalize the sacred remembrance of the sublime. From this point of view, this rug is an example of a religious icon which, based on iconography of the imagery and the narrative can be a symbolic contribution to Parokhet..

Key words: Qajar era, Iconology, Erwin Panofsky, Pictorial Jewish carpets

Iconological reading of pictorial Jewish carpet at the Beth Tzedec Museum ¹

Azadeh Yaghoubzadeh ²

Mehdi Mohammadzadeh ³

Received: 2022-01-04

Accepted: 2022-04-13

Abstract

Jewish rugs were a group of Qajar pictorial carpets that were created by a combination of Jewish motifs and Persian carpet designs. By using Iconology on structure and content, this research has studied and analyzed one of famous Jewish rugs to find factors affecting the worldview behind its creation. After studying the history of the subject, and detailed description and analysis of the work, the motifs have been interpreted. Iconology is an important theoretical approach in arts and methodology that narrates artworks as reflections of political, social and economic contexts, and hails them as evidence of reality of their era. Erwin Panofsky, an art theorist in imagery, has attempted to implement two methods of Iconography and Iconology in the study of pictorial artworks. This process starts from description of visual elements of the artwork and concludes with the interpretation and analysis of each element and the work as a whole.

This research is qualitative and is based on analytical descriptive methods; and by implementing Panofsky's approach, attempts to present a novel interpretation of the Jewish pictorial carpet woven in 1890 in Kashan, which is being kept at Beth Tzedec Museum in Toronto.

The reasoning behind choosing this particular rug is its uniqueness and presence of symbols and signs of Jewish religion with motifs and design of Qajar era carpets. Jewish rugs are a subgroup of Persian carpets in Qajar era, which showcase the ethnic tastes, wishes and feelings of a people, through the artistic features, motifs and colors. Therefore, in order to understand these icons; we first need to have an understanding of their historical and cultural source. Since the creation and popularity of these works, was due to their cultural and ethnic values, they were created by a combination of religious motifs with designs and motifs of Persian carpets. On the other hand, by emigration of Jews from all over the world to the occupied Palestine, the life experiences of Jews from Iran and other countries famous for their rugs, and Jewish Union Schools, helped the establishment of art workshops that provided an environment suitable for production of cultural illustration for the new Jewish community.

The main focus of this research is to find out how helpful Panofsky's iconographic approach is in the comprehen-

1. DOI: 10.22051/JJH.2022.39049.1740

2- Assistant professor, Faculty of Carpet, Tabriz Islamic Art University, Tabriz, Iran, Corresponding Author.

Email: a.yaghoubzadeh@tabriziau.ac.ir

3- Professor, Faculty of Visual Arts, Tabriz Islamic Art University, Tabriz, Iran

Email: m.mohammadzadeh@tabriziau.ac.ir

the findings of the study would offer something different.

The main resources of the present study include old written records. They were books that had no relevance to crafts and arts in terms of their main ideas but somehow illustrated the political, social, and cultural history of their times. However, it should be noted that no book was written on fine arts and art in the investigated period. Thus, ten volumes on three different fields, including itineraries, geography, and history, that were written from the 4th century to the 8th century of the Islamic Calendar were selected using the non-random – judgmental sampling technique. Six books on political history that offered comprehensive materials (e.g., *Jami' al Tawarikh* and *Tarikh-i Bayhaqi*), three itineraries that were the most well-known itineraries written in Iran from the 4th century to the 8th century of the Islamic Calendar, and a book on geography that introduced professions, crafts, and arts in different regions and realms of Iran. The main questions of the study were as follows: “How was the Iranian carpet described in old written records?” and “What type of information did the books offer on the carpets?”

The present study is a historiographic one in terms of its goals and is conducted using the descriptive-analytical methodology. Moreover, the data were collected using library resources. The books investigated in the study, which were ten volumes and had been written during the Buyid Dynasty, Mongol Conquest, Ilkhanate Dynasty, and Timurid Dynasty, could be classified as historiography studies. Four volumes were valuable works written during the Mongol (Ilkhanate) era and had historical significance as they offered precious information on culture and arts of the studied eras. The Mongols linked western and eastern schools of thought due to their extensive political geography that stretched from China to Asia Minor, and this was evident in the surviving historical records of the time. For instance, Mongols converted to religions like Shamanism, Idolatry, Judaism, Christianity, and Islam in various periods and performed the rituals of those religions. This indicates a sort of artistic intermixture during the Ilkhanate era. Indeed, it can be argued that the dominance of Mongols in Iran was a turning point in the art history of this great land. The researchers sought to meticulously investigate the selected books to find phrases and clauses that offered reports of handwoven carpets and rugs. Thus, the books were studied line by line so that any traces of carpets in them could be found and analyzed. Moreover, the reports on carpets by historians who had no professional relation to crafts and arts were also considered and studied. Then, the clauses of the books that offered information about carpets were classified into three sections (determined by the authors in clear-cut thematic areas). Then, the evidence implied by the clauses and reports was analyzed. Undoubtedly, the number of books investigated in the present study was negligible compared to numerous books and old bulky volumes written in or about Iran. Nonetheless, the results of the study could be analyzed in other books as the historical components of the carpet. Investigating the selected books resulted in the collection of a total of 83 reports (containing at least one clause relevant to carpets) as the data of the study. The collected clauses all pointed to three considerations:

First, in all reports, carpets were described as valuable and expensive handicrafts. Second, none of the authors in the investigated four centuries made sufficient and convenient reference to the designs and drawings of the carpet and just talked about the colorfulness and, sometimes, the materials used in weaving them. Third, though the authors did not talk about the designs of the carpets, the designs and drawings of the fabrics, curtains, and Diba (a thin carpet made of cloth) were described and paid attention to. Consequently, the following conclusions and theories were obtained: the handwoven carpet was considered a valuable and expensive commodity from the 4th century of the Islamic Calendar onward and contributed to the magnificence and grandeur of the kings' palaces. Unlike the hypothesis of the study, the authors and historians made no reference to the designs and drawings of the carpets and only described the materials used in weaving the carpets and their colorfulness.

The delicacy and beauty of the fabrics described in the investigated written records (in addition to the surviving drawings and pieces of fabric) imply that the drawings of fabrics and the textile had a significant effect on the drawings of handwoven carpets and were considered important sources in that regard. Moreover, the designs of the carpets could not be described due to their geometric repetitive designs, which could be found in the drawings of the period.

Any investigation on the history of the carpet by the researchers of visual resources should take into consideration that some carpets described and noted by historians and authors were indeed cloths and dibas. This can be helpful in distinguishing the drawings of a carpet from a diba, particularly when a carpet is drawn on another one. Moreover, the similarity between the drawings of the carpets and cloths used to cover the floor consolidate the hypothesis that the designs, drawings, and delicacy of the cloths influenced the designs, drawings, and texture of the carpets.

The ultimate conclusions of the present study were the significant value and cost of the handwoven carpet, the lack of information and reports on the designs and drawings of the carpet, and references to the materials used to weave the carpet. Moreover, the findings probably imply that the designs of the carpets produced during the investigated period were geometrical and repetitive, and the drawings of cloths were a source of inspiration and influence on carpet design in those eras. Historical books and records offer valuable information and data to researchers on the process of the history of art and the history of the handwoven carpet. They can pose numerous questions and offer answers to the studies conducted on Iranian carpets to elucidate the path of the progress and splendor of the Iranian carpet, which was hidden for many centuries, in a better and more comprehensive way.

Keywords: History of carpets, Iranian carpets, carpet designs, written sources, old books.

Carpets in the Written Records of the 4th-8th Centuries of the Islamic History ¹

Akram Noori ²
Fatemeh Kateb ³
Ali, Khalighi ⁴

Received: 2021-12-25
Accepted: 2022-02-21

Abstract

Carpet is a valuable handicraft due to the number and diversity of its designs and drawings, the meticulous principles observed in weaving them, and the technical operations of coloring. The studies conducted in the field point to the high level of skills implemented by artists in creating and weaving carpets. Carpet has a very long history, and the oldest carpets displayed in museums around the world illustrate only a portion of that history. But it also has a vague history, and its process of evolution and development has so far remained unknown. In addition to the carpets or pieces of carpets that have survived to this date, paintings, drawings, and old texts are also remarkable resources in the history of the carpet. Investigating the history of carpet is an important branch of carpet studies and has been carried out by Iranian and foreign researchers for many decades. The historical information on Iranian handwoven carpets begins with the well-known Sheikh Safi Carpet in the 10th century of the Islamic Calendar. However, it is obvious that Iranian carpets date back to more ancient times. The handwoven carpet gradually gets decayed, eroded, and decomposed due to the existence of the protein structures of wool, silk, or cotton. Clear-cut pieces of handwoven carpets are limited to the past few decades. Resources that provide historical information on handwoven carpets before that time include pictorial sources (e.g., drawings) or written sources (e.g., books). Numerous drawings made during the Ilkhanate and Timurid eras, which encompass the period between the 7th and 9th periods of the Islamic Calendar, directly and explicitly illustrate the handwoven carpet. They offer information like the designs, drawings, and colors of the carpets produced during the period. Though many studies have been conducted in this field (miniatures), few studies have investigated the history of carpets in written records. Moreover - although not nearly enough - several studies have been conducted in the field that can be useful and helpful. Even though the present study has similarities to the previous studies in terms of its resources (the history of the old handwoven carpet in written records), it is different in regards to the selected historical period and the implemented written records. The main hypothesis of the study is that while the designs and drawings of carpets attracted the attention of the authors of written resources and prompted them to provide reports on them,

1. DOI: 10.22051/JJH.2022.38887.1736

2-Phd. Student, Department of Art Research, Faculty of Art, AlZahra University, Tehran, Iran.

Email: noory14018@yahoo.com

3-Professor, Department of Art Research, Alzahra University, Tehran, Iran, Corresponding Author.

Email: f.kateb@alzahra.ac.ir

4-Assistant Professor, Department of Traditional Art, Faculty of Art, Sakarya University, Serdivan, Turkey.

Email: kali@sakarya.edu.tr

swer. The purpose is to examine how far the poster design of social movies in Iranian cinema has provided a correct representation and to what extent the relevant social theme is included in the posters. In this research, after explaining some concepts as theoretical foundations such as representation, graphic representation, film as a thought from, social theme, and social film, the method of analyzing social themes and posters is expressed. After that, the findings of the research are presented. In terms of its nature, this research is classified as applied research. In terms of type, the research is descriptive-analytical. To collect information on theoretical bases, a study of the literature has been conducted, and multiple films and their posters have been studied. The data analysis method is quantitative for statistics and qualitative for analyzing the content of movies and their corresponding posters. Sampling in this research has been done using a selective method. For sampling in this research, films with social themes were selected among the films of Fajr Festival in 2012 to 2020. After that, the ones that had higher quality in terms of poster graphics were selected. The result is 45 films (5 films from each year). Since it is not possible to include 45 posters in the text of the article, the pictures are not included in the text. But in order to be able to cite and review, in the process of research, only the official poster was used on the Cinematic website, which is accessible in this database and does not change over time.

The results of this research show that enough attention has not been paid to poster design in social movies of Iranian cinema after the revolution, and even cases can be found in the 45 examined samples that do not meet the minimum standards of an acceptable graphic design. In the selected films, except for one case, all the posters are designed in color format, this can be considered a positive component considering the importance of color psychology, but if we consider that a black and white image implies a sense of ethereal (unreal) the necessity of black and white design for social themes becomes more clear; since the world depicted in these films is not necessarily a factual image of the real world, but is a fictional world that is considered a platform to showcase social issues. In all the posters of the selected movies, the images of the main characters are used. This is not only necessarily positive in terms of graphic design, but it seems that it is only in line with the Cinema Star system dominating the Iranian cinema in order to attract more audience and gross in the box office. Typography is present on all posters, usually a decorative element, and rarely is it tied to the social theme of the film. In terms of color science, in the previous sections, the number and percentage of the use of colors have been stated. This research shows that in some cases, the use of color is directly related to the social theme of the film and in some cases it has only a decorative aspect. The use of text in posters has an informative aspect, and usually due to the font size and layout, this function is also weakened and cannot be used. Perhaps, considering the significant growth in audience using the internet to acquire information, using informative texts on a poster has become redundant. The use of abstract imagery in posters is very limited and insignificant, and there is not even a single case of minimal poster design among the works. Some creative elements have been used in each poster, which, along with other elements, have improved the designs, but it can be said that the posters are not really stellar in this regard either. Also, among the reviewed cases, there is not a single case of horizontal poster, which is common in movie poster design in the world, and is not considered a negative component. Maybe when these posters were mostly used in printed format, vertical design was more necessary. The most important point in reviewing the poster design of selected films is the connection between the design and the social theme of the films. In terms of how the main social themes of the film relate to graphic representation, we are faced with several different situations. Situations in movies are categorized into three formats:

1. Direct communication: It includes cases that directly and explicitly represent all or part of the main social themes of the film in the form of visual elements in the poster.
2. Symbolic communication: includes cases where all or part of the main social themes of the film are represented in an indirect format using symbols or elements.
3. Lack of communication: It includes cases where no part of the main social themes of the movie is represented in the poster format and the design is purely decorative.

This research shows that out of all the movies studied in this research, 21 posters (46.6%) are directly related to the theme of the movie, and 22 posters are indirectly and symbolically related (48.8%) to the theme of the movie. It seems that 2 cases (4.4%) are not related to the theme of the movie at all. Based on this, it can be said that, in general, the relation of poster design of social movies in selected works with social theme is not very impressive. It seems that considering all the technical and artistic advancements of Iranian cinema in the studied years, the poster design has not been paid enough attention to, as it should, and their function has remained only for commercial purposes, and the exposure of the audience to the film through the poster and the importance of correctly representing the social theme of the film are not considered in the design process. As the extension of this research, it is suggested to propose a practical and suitable design model for the movies with social themes. Also, a comparative study can be conducted, between Iran's poster design and the posters of foreign well developed Cinema industries which will yield more clarification on the weak points of Iran's film poster design, and might come up with constructive conclusions to improvement.

Keywords: Graphical Representation, Social Theme, Movie Poster, Social Film, Iranian Cinema.

Graphical Representation of Social Themes in the Posters of Social Films of Iranian Cinema (Case Study: Selected Films of Fajr Festival from 2012 to 2020) ¹

Parisa Ghadiri ²

Javad Amin Khandaqi ³

Sahar Changiz ⁴

Received: 2022-03-04

Accepted: 2022-08-02

Abstract

Graphics, in its broadest sense, refers to any type of design or visual image creation. On this basis, graphic design is considered as one of the most important and influential arts in the contemporary period. Meanwhile, poster design is one of the branches of this form of art. A poster is a special kind of announcement and display for a graphic design that also has an advertising aspect. Of course, its artistic aspect is also important and it is known as one of the forms of art in the contemporary period. Graphic design and posters are used in different fields. One of the most important areas where poster design is well needed and focused on, is the Cinema. The first encounter of audience with a movie besides the trailer is the movie poster. No matter how much the digital world has revolutionized the world of advertisement, movie posters are still very important. In the beginning, Iranian cinema was a raw and developing industrial experience, but over time, it became one of the important cinematic currents with various factors integral to its formation. Iranian cinema has undergone many changes before and after the Islamic revolution. In such a way that we are facing two very different cinemas in terms of form and content. In recent years, dealing with social themes in Iranian movies after the revolution has become more prominent. Since these films directly or symbolically address the concerns of the audience, they are, in a sense, complemented by their audience. That is, the theme of the film starts from the film, but it does not end in the film and is completed with the mentality of the audience. This results in the audience becoming a more important factor of the social movies compared to other types of movies. The audience's first contact with the film is primarily through the poster and its design. Whether the purpose of creating cinematographic works with a social theme is some kind of plot, pathology or even solving social problems in the society, the communication of the audience with it and the method of this communication must be carefully designed and formulated. In this research, the relativity among the themes of selected films from the works of Fajr Film Festival from 2012 to 2020 is examined. The main question in this research is as followed: How is the graphic representation of social themes in social movie posters? This research is problem-oriented and has no hypothesis, and at the end the research the question is concluded in an an-

1. DOI: 10.22051/JJH.2022.39798.1771

2-Ghadiri, MA. Student, Department of Art Research, Faculty of Art, Ferdows Higher Education Institute, Mashhad, Iran.

Email: parisaghadiri76@gmail.com

3-Assistant Professor, Department of Dramatic Literature, Faculty of Art, Ferdows Institute of Higher Education, Mashhad, Iran, Corresponding Author

Email: j.amin@ferdowsmashhad.ac.ir

4-Assistant Professor, Department of Visual Communication, Faculty of Art, Ferdows Higher Education Institute, Mashhad, Iran.

Email: sahar.chy@gmail.com

The current research includes the texts that were created based on the relationship of derivation from other texts. This means that the influence of the type of derivation of one text from another text and not necessarily its presence is investigated. In the topic of Palimpsests, Genette has expressed his opinion that any relationship that connects the second text to the pretext forms a polytextual relationship.

In this case, the second text is completely derived from the first text. If the first text does not exist, the existence of the second text becomes impossible. This article studies the intertextual relationships between two «Birth of Ghazan Khan» paintings belonging to the illustrated version of Rampur and «Birth of Ghazan Khan» preserved in the Worcester Museum, which were depicted in the period of emperor Akbar Shah. Also, their creation being inspired by and adapted from a painting with the same theme (depicted in the Ilkhani period) will be analyzed.

All three images (hypertexts and pretexts) are depicted based on a historical written text. The Rampur painting was illustrated by an unknown artist, and the Worcester museum painting was illustrated in a group by artists such as Basavan, Bhim Gujarati and Dharmdas.

This study's findings reveal that Emperor Akbar's royal painting workshop artists have created the subjects of this study, according to the written and visual pretext of the painting of the Paris Jami-al-Tawarikh of the Timurid period.

This pretext has the aesthetic system and structural features of painting of the Timurid period, which is rooted in Iranian-Islamic culture. Despite the fact that Mughal period was considered an Islamic territory, but due to its different cultural background, it had many cultural differences with Iran in that era. Therefore, Emperor Akbar and his royal atelier painters were interested in Persian painting and literature.

Hence, the artist of the Rampur painting (the first hypertext) created his work based on the Paris painting and adapted from it. The importance of this is due to the fact that in the hyper-textual relations and derivation, a kind of cultural and artistic transfer has also taken place, which is from Iran to Mughal territory. Due to the subject of this painting and its narration which is about birth events and the life of Ghazan Khan, aggrandize the importance of its illustration and addressing the scene of his birth has also increased its importance. So it can be considered a reason for derivation from pretext painting.

The analysis of hyper-textual relationships presented in this article shows that despite the relationship between diachronic and intercultural perspective, the influence of para-textual factors (differences in the background and cultural context), in the first hyper-textual (Rampur version painting) compared to the second hyper-textual (Worcester Museum painting) has been encountered, with small differences by the way of adaptation and borrowing from the original text (painting of the Paris edition).

The reason for this can be found in several factors. It seems that since the Rampur version was taken from Iran to India, the Mughal painters somehow wanted to create harmony with the other images of the Rampur version in the illustration of «Birth of Ghazan Khan». Therefore, they have applied less transformations and changes. But in the second hypertext (Worcester painting) which is illustrated after the Rampur version, Basavan and his fellow artists have preferred to create a completely independent art work of the Rampur painting in a new style and fully compatible with the Mughal culture. Therefore, these changes and transformations, which show the metamorphosis of pretexts, are mostly based on structural features (cultural, narrative, temporal, environmental changes). Also, internal changes include removal, increase and transposition.

This has caused both a change in the structure and a stylistic evolution compared to the pretext (Paris painting). In fact, Mughal artists have created art works that transformed the formal structure and written content of the pretexts to a certain extent by creating various variations and changes by changing the style and visual elements. They have been able to create a new art work which represents and reflects the cultural conditions and the art of that era.

Key words: textuality, Ghazan Khan's birth, Mughal period, Jame al-Tawarikh, Indian painting

Hyper-Textualities from the “Birth of Ghazan Khan” Painting in the Two Versions of the Jami Al Tawarikh Depicted in Mughal Court of India ¹

Leila Haghighatjoo ²

Yaqub Ajand ³

Fateme Shahroodi ⁴

Received: 2022-04-06

Accepted: 2022-09-07

Abstract

The period of Mughal Emperor Akbar (16th century) is considered one of the most flourishing historical periods of India, which witnessed the creation of numerous literary-historical manuscripts. Court artists created many paintings by adapting Iranian works of art. Among these art works, we can mention two different illustrated versions of Jāmi‘ al-Tawārikh (Compendium of chronicles), which are the result of this period. One of the illustrated images of these two manuscripts is on the subject of «Birth of Ghazan Khan» and has a pretext from the Timurid period.

The purpose of present research is to study the relationship between above art works and the “Ghazan Khan’s birth scene” painting (Hypertext) in Paris Jami al-Tawarikh (Timurid period) and tries to find answer to these questions: How is the form of adapting relationships explained in the examined paintings? What changes have been made in the process of adapting these art works from the Paris image?

This study is done in descriptive-analytical method and hyper-textual approach. Information has been achieved from textual library sources, specialist articles in credible scientific and information databases, as well as some field resources. The conclusion of this study shows that the relationship between the hypotext and the hypertext is diachronic and cross-cultural, and the later texts, both the Rampur painting and the Worcester Museum version, were created with changes and trans-textuality in the pretext.

Gérard Genet’s theories have been used to compare the two mentioned images. Both of images were depicted in emperor Akbar’s royal atelier (1004 and 1005AH/ 1596 and 1597 CE). The images are depicted by inspiration and adaptation of the «Birth of Ghazan Khan” painting in the Paris Jami-al-Tawarikh.

The common feature of mentioned paintings is the written-verbal pretext of the Jami-al-Tawarikh context as well as the pictorial pretext of the Paris version. In this process, the differences and similarities, the way of interactions and the level of derivation of these two works from the painting «Birth of Ghazan Khan» in the Paris version, have been discussed and the innovations of Mughal artists have been examined and analyzed separately.

1. DOI: 10.22051/JJH.2022.40003.1782

2-Phd. Student, Department of Analytical and Comparative Studies of Islamic Art, Faculty of Art, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran.

Email: leilahagh110@gmail.com

3-professor, Department of Visual Communication and Photography, Faculty of Art, Tehran University, Tehran, Iran, Corresponding Author.

Email: yazhand@ut.ac.ir

4-Assistant Professor, Department of Art Research, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran.

Email: pajooreshonar@yahoo.com

environmental advertising according to the characteristics of interactive-participatory advertising. In this research, first, the characteristics of key concepts in Badiou's discourse, including truth, event, and subject, also the truth of art from Badiou's point of view are explained. Then, the characteristics of interactive and participatory advertising are presented, and finally in the main discussion section of the research, the conditions of truth production from Badiou's perspective in interactive-participatory environmental advertising, are examined.

Overall, in the section of explaining key concepts in Badiou's discourse, the characteristics of event, subject and truth are expressed. Characteristics of the event include: 1. Unpredictability 2. Creation of splits in the cognition of the status 3. Existence of actions, rules, and customs outside of the status 4. Creation of new rules and meaning, and 5. A real change. Characteristics of the subject include: 1. Announcing the occurrence of the event 2. Fidelity to the event 3. Exploring the consequences of the event, and 4. Changing the structure of the status in accordance with the laws of the event. The characteristics of the truth include: 1. Novel and innovative and linked to creativity 2. Comprehensiveness 3. The result of the action of the loyal ones, and 4. Having performative feature. In addition, in this study, in the section of interactive-participatory advertising, we distinguished between two types of interactive advertising and participatory advertising according to the factor of using computer-based and digital interfaces or not. Consequently, if a computer-based interface is used in advertising and through it, the audience communicates with the advertisement, it is interactive advertising, and if this communication takes place without the intervention of a computer-based interface, it is participatory advertising.

According to the studies and matching the characteristics of the subject, event and truth with the study samples in the research, it seems that the advertising message in interactive-participatory environmental advertising can have the characteristics of the event as a trace of the event and interactive-participatory environmental advertising can be a new body. It also seems that the acceptance of the advertising message in the interactive-participatory environmental advertising can be a kind of announcement of the event by the audience and fidelity to the event depends on changing the subject's behaviour towards the advertising message. Sometimes the audience, in accordance with the consequences of the event, transcends and changes other aspects of their lifestyle, which translates into the exploration of the consequences of the event. And also the change in the structure of the status in accordance with the rules of the event can be the same behaviour that emerges from the subject after receiving the message; and this behaviour emerges with a different structure from the existing structure and a real change occurs. Ultimately, it seems that what changes the subject's behaviour in this type of advertising actually interrupts the repetition process and creates a new truth. The subject is placed in a position that leads to a change in their behaviour, and this change in behaviour occurs as the result of a change in the usual structure. It should be noted that the truth is comprehensive in this type of advertising and any subject can create it. Because, basically, environmental issues and concerns have a general audience, and as a result, the behaviour of loyal subjects can be achieved by any other subject and create truth.

In addition, the research findings indicate that if interactive-participatory advertising contains messages that the result of holding on to them creates splits in the current status, the event occurs and consequently, if the subjects accept the event and in accordance with the rules of the event, express any behaviour with the purpose of changing the current status, the truth is created. In fact, according to Badiou, it can be concluded that those types of advertising that, in addition to promoting consumerism, break the rules and regulations of governments, are considered real advertising, or advertisements that sometimes encourage the audience not to consume industrial products and consumerism. Hence those types of interactive-participatory advertising that promote cultural concerns that are overlooked by economic policies are real advertising. Unlike the economic policies of governments, Interactive-participatory environmental advertising promotes the culture that encourages the audience not to consume industrial products.

Also, due to the universality of truth in Badiou's thought, the subjects of this type of advertising are also general, and any human in confrontation of the event of advertising, can help spread the truth as much as possible, since environmental issues are related to all parts of a society. While in other types of ads, certain audiences may be targeted for receiving the message. Another important issue in relation to the subjects of interactive-participatory environmental advertising from the perspective of Alain Badiou's discourse is fidelity to the event and faithful actions. In Badiou's thought, the creation of truth depends on the performance of an action by a loyal subject. On the other hand, sometimes in interactive-participatory environmental advertising, the product becomes a medium for advertising, and incidentally, the advertising message encourages the audience not to consume the product. Here the audience is put to the test and is considered a loyal subject only when they refuse to consume the products while having access to them, to protect the environment. This is the only situation where the opportunity to use the product is given to audience for their comfortability, but the advertisements ask them not to do so. In fact, the subjects of environmental advertising are the real subjects who move against the current of consumerism in the contemporary world.

Keywords: interactive-participatory advertising, event of truth, subject, Alain Badiou, environmental advertising.

Investigating the Position of the Subject and the Event of Truth in Interactive-Participatory Environmental Advertising¹

Maedeh Hosseini Komeleh²

Namvarmoutlagh bahman³

Received: 2022-03-03

Accepted: 2022-06-18

Abstract

In Alain Badiou's opinion, «truth» does not originate from philosophy, but emerges in the four fields we have known so far: science, politics, art, and love, which are the conditions of philosophy. He refers to the «status» in the four fields, and in his opinion, the «void» in the current status, and consequently, the occurrence of the «event» leads to the creation of truth. According to him, «subjects» in each of the fields complement the event with «fidelity» to it. In relation to each of the four fields mentioned, Badiou gives examples of cases of occurring events and provides examples of subjectivity in each of them. For example, in connection with art, he speaks of theatre, poetry, painting, cinema, dance, novel, music, sculpture, and the occurrence of events in them. According to him, when a text is staged by actors and directed by a person, an event is formed at the same moment, but if the viewer decides to react positively to the new event and accept it, they actually become the subject. Then the truth occurs and the event relates to the world around it through the viewer.

But what is the status of these interdisciplinary fields of art? Do Badiou's definitions of truth, subject, and event apply in the field of media, especially in modern advertising? In this article, we intend to deal with an aspect of environmental advertising that needs to be performed by the audience through the interaction or participation of the audience to complete and convey the message, and therefore parallels Badiou's subjectivity of truth. The subject is very important in Badiou's intellectual system; because in all fields that can originate the truth (science, politics, art and love), the subjects are the factors that ultimately create truth by their actions, through their fidelity to events. The importance of human subjects in the fields of truth creation doubles the importance of modern interactive and participatory media. These modern media, and especially the interactive-participatory advertising, due to involving the audience in the text domain, put the audience into a two-way communication, and unlike traditional advertising, leave the completion of the advertising message to the audience.

But, is any type of interactive or participatory advertising the scene of occurrence of the event? Does the audience become the subject by their performance, or become the subject when they decide not to participate in completing the advertising message? And how do truths and events become possible in interactive-participatory advertising? These are the questions that we will answer in this research. This study is qualitative and has been done by descriptive content analysis. Study samples have been purposefully selected from commercial and non-commercial

1. DOI: 10.22051/JJH.2022.39792.1769

2-PhD. Student, Faculty of Islamic Arts, Tabriz Islamic Art University, Tabriz, Iran.

Email: ma.hosseini@tabriziau.ac.ir

3-Associate Professor, Faculty of French Language and Literature, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran, Corresponding Author.

Email: bnmotlagh@yahoo.fr

Middle pages (poetry pages)		Inscriptions and panels: Various Bazubandi inscriptions with margins decorated with Arabesque and Khatai elements. Lachaki or rectangular tablets around the lines of the poem with Arabesque and Khatai decorations. Dominant colors: golden, azure blue and other colors (red, green, white, etc.).	Illustrated pages (Persian paintings)		Margins of illustrated pages: Composition based on Eslimi frames and Khatai spirals. Three-sided ruling (Kamand), three-sided margin and Sharafe. Dominant colors: golden and azure blue.
Colophon (58r)		Inscriptions and panels: Illuminated tablets with Eslimi and Khatai elements. Composition based on Arabesque frames and Khatai spirals. Lachaki panels on both sides and rectangular panels under the signature (Raqa) and around the inscription. Dominant colors: golden and azure blue.	Toranj and Lachak (58v)		Toranj and Lachaki Composition based on symmetrical repetition of Eslimi frames with Floral spirals. Dominant colors: golden.

Keywords: Book decoration, Illumination, Timurid period, Herat, Divan-i Husaini, Sultan 'Ali Mashhadi.

layout of this manuscript as attributes of the Timurid period and gilding and illumination of Toranjs in the margins as attributes of the Safavid period.

Elements of illumination (Timurid period) can be seen in the Sun illustration (Shamse) in the dedication page, inscriptions and margins of the opening pages, the margins of the painted pages, the inscriptions and panels of the middle pages (poetry pages), the tablets and inscriptions of the colophon and Toranj-Lachak of the last page. The Shamse of the dedication page consists of eight tablet inscriptions around a circular axis, that like arms, (Bazubandi) stretch to the wide margins with azure niches (Sharafe) on the outside, and on the inside, have frames decorated with various Eslīmī [=Arabesque] and Khātāī [=Floral] motifs. Opening pages, two opposite pages with symmetrical composition, include two pairs of upper inscriptions, two pairs of lower inscriptions, two side panels, a three-sided ruling and Sharafe. The margins of the illustrated pages (miniatures) are exactly the same as the margins of the two opening pages in terms of composition, motifs and color, and they are composed of twisted Arabesque frames and Khātāī flowers. Illumination elements in the middle pages are usually embossed in the margins of the Bazubandi frames of the inscriptions. These inscriptions can be found in all pages of poetry in the same shape and size but with different compositions. (Among the 148 inscriptions, there are 9 unique combinations.) In addition to the inscriptions, panels are drawn between or around the lines of the poem, which are seen in the chalipā (cruciform) arrangement of the page in a Lachaki (triangular) form, and in the columnar arrangement in the form of two symmetrical pairs. In the colophon, only two illuminated Lachaki are located on either side of the text and two illuminated panels, one at the bottom of the scribe and the other on both sides of the inscription. On the final page, a combination of Toranj and Lachak can be seen, which the composition is based on the symmetrical repetition of Arabesque frames and Khātāī stems. All these decorations are separated from each other and from the whole page, by various border lines and ruling. The grids in this Divan include: Muthanna rule (in the margins of the inscriptions), the three-side line rule (in Kamands [=the three-side grids] and the margins of the pages (annexed)), the Murassa' rule (in the margins of the poems (annexed) and the innermost margins of the opening pages) and the Muharrar rule (between lines of poems).

In an overview of this Divan, it can be said that Arabesque motifs have played a greater role in the decoration of the pages, which in a way shows the influence and the style of the Timurid artists to far eastern decorations (Chinese decorations). Arabesque Vagīreh (repeating a fundamental and borrowed regional pattern) provide a space for the circulation of Khātāīs, and this space is completed with floral spirals. In fact, arabesque types such as simple two-branch arabesque [=Eslīmī-ye do-shakhe-ye sāde], snake arabesque [=Eslīmī-ye māri] and Dragon-mouthed arabesque [=Eslīmī-ye dahān-aždarī] have been used in the structure of frames, borders and Nishans (marks) on the Lachaki tablets and Bazubandi inscriptions. And Khātāīs, including buds [=qoncheh], multi-feathered flowers [=gol-e chand-par], cotton flowers [=gol-e panbe-i], and Shah Abbasi, have been used to decorate them. To dye these motifs, in the first rank, two colors of gold and azure, and in the second station, white, red, pink, orange, green, blue, and black colors have been used. (The features of the illuminated pages of this Divan can be seen in the tables below.)

in conclusion, it must be acknowledged that the stylistic features of the illumination motifs of Divan-i Husaini manuscript correspond to the illumination features of other exquisite manuscripts of the Timurid period. Some of these features include: the predominance of golden and azure colors in the whole work, the variety and richness of the decorations, especially in the inscriptions, the application of a naturalistic approach in the use of Khātāī motifs (tendency to use floral patterns with the arabesques), the tendency to apply Chinese motifs in presentation of arabesques, and complex and harmonious compositions.

Divan-i Husaini: A collection of Turkish poems by Sultan Husain Bayqara, 890 AH in the royal palace of Herat. Location: National Museum of Paris.- France					
Page	Picture	Properties of illuminations	Page	Picture	Properties of illuminations
Opening pages (4r & 3v)		Margins of opening pages: Composition includes two forehead inscriptions, two inscriptions below, a couple of two-side panels decorated with Arabesque frames and Khātāī spirals. The three-sided ruling (Kamand), three-sided margin and Sharafe. Dominant colors: golden and azure blue.	Dedication page (2r)		Shamse of Dedication: A combination of Arabesque and Khātāī motifs with Arabesque dominance. Composition includes Arabesque frames and Bazubandi inscriptions enclosed in margins and Sharafe. Dominant colors: golden and azure blue.

Introducing the Manuscript of Divan-i Hussaini Signed by Sultan 'Ali Mashhadi ¹

Marzieh Jafarpour ²
Samad Najarpour Jabari ³

Received: 2022-05-30
Accepted: 2022-06-27

Abstract

Divan-i Hussaini is a collection of poems by Sultan Hussain Bayqara (842-911 AH) in Chagatai Turkish (Chagatai Turkic or Eastern Turkish), which in addition to their literary and content value, are also remarkable in terms of richness of their book-decoration in handwritten versions of this literary masterpiece. One of its manuscripts is Document No. 12148, which is currently kept in the Department of manuscripts of the national museum of Paris-France. This transcript has been scribed in 890 AH (1485 AD) in 95 pages in the royal palace of Herat (or Dar-al-Saltane of Herat) in Nastaliq script by Sultan [=king] of calligraphers, Sultan 'Ali Mashhadi. And it has been decorated by unknown artists with various book-layout elements, including miniature, gilding, calligraphy, traditional margin-painting, illuminating, etc. Among the decorative features of this Divan, rich and magnificent elements of illumination can be seen in most of the pages, which can certainly be considered as the product of Timurid era artists.

Therefore, the technical- artistic analysis of this Divan's illumination motifs is the current study's main purpose. To do so, this paper employed a stylistic approach and a descriptive-analytical method by referring to library resources and internet websites, which contribute to the conclusion of this research concerning: "What are the visual features of illumination motifs of Divan-i Hussaini, and what are the stylistic attributions of this manuscript?"

The process will, first introduce the mentioned version of Divan-i Hussaini (890 AH), then, the illumination motifs will be structurally described, and lastly these depictions will be analyzed separately for the three elements of color, motifs, and composition.

Like many other valuable artworks, after leaving the Timurids realms, this piece has traveled through various - either Iranian or foreign - courts; from Afshari and Safavid, to the royal courts of India and Europe. This can be deduced from the study of various royal stamps, annotations, and decorative appendants on different pages of this manuscript. The travels of this manuscript have led to changes and transformations that the most basic intrusion should be the onlaying on the texts and margins of the paper for restoration or beautification. Examining the appendants and adapting them to the book-decoration elements in later periods reinforces the suspicion that this onlaying took place in the Safavid period. So, it is worthwhile to consider calligraphy, illumination, miniatures and the page

1. DOI: 10.22051/JJH.2022.40557.1801

2-Department of Islamic Art, Faculty of Handicrafts, Art University of Isfahan, Isfahan, Iran, Corresponding Author.
Email: m_jafarpour74@yahoo.com

3-Assistant professor, Department of Islamic Art, Faculty of Handicrafts, Art University of Isfahan, Isfahan, Iran.
Email: s.najarpour@aui.ac.ir

and the network of themes was drawn.

In the fifth step, theme network analysis, themes were named and defined, and then the theme network was described. In the final step, which was compiling the report, the network of themes was summarized into 4 main categories with a brief description of each one of them interesting examples were presented and important quotes from interviews were extracted, to form the final body and conclusion of the study.

According to the findings, the biggest problems of Iran's handicraft exports are summarized in 4 main themes: "Domestic sanctions against handicrafts", "The troubles of foreign sanctions", "Commerce, the missing link of export" and "The Traditional and modern duality".

In the first main theme, i.e. the domestic sanctions against handicrafts, the problems are divided into three sub-groups including legislation as sanctions, poor management and weakness of the administrative organizations. By domestic sanctions, this study means the decisions and resolutions of the government and parliament, and management impediments and incompetence of organizations in charge of handicrafts, and in general, the mismanagement that has been created on the basis of problematic legislations or against the required laws, and lack of any demands for reconsideration from the corresponding administrative organization.

The sub-theme of legislation as sanctions consists of 3 main code groups, which include problematic existing laws, lack of required laws, and internal organizational regulations such as the Post Office, transportation, and some solutions are offered. In the sub-theme of poor management, there are sub-categories of goods departure, supply of raw materials, distribution of raw materials, slogan of support and supervision. This theme is more focused on how to implement the existing laws and management, while the previous theme focuses on the laws themselves. It can be said that all the mentioned cases, both in terms of management and laws, can be solved with a strong demanding body. An organization that conducts pathological researches and after identifying the problems and with the support of experienced experts consults with various departments including the Central Bank, Ministry of Industry, Mine and Trade, Post Office, Airlines, Insurances, Transportation, etc. and prioritizes solving the problems of handicraft exporters in all cases.

Some suggested solutions according to the mentioned problems and issues are as follows:

Solving the conflicts of existing laws, removing problematic laws, strengthening the administrative organization and making demands through it, defining the duties of the bodies and organizations related to handicrafts, synergy between multiple claimant entities, facilitating the departure of handicrafts from the country, providing export incentives, providing funds through private sector, supplying raw materials and distributing them through syndicates.

The second main theme, the troubles of foreign sanctions, is divided into two sub-themes, sanctions glass half empty and sanctions glass half full. The half-empty glass of sanctions includes the effect of sanctions on raw materials, money transfer, exchange rate and high prices, tourism, the internet, and the export of handwoven carpets. In the solutions section, cases such as the cooperation of the producer with export companies and merchants to bypass sanctions, creating virtual tourism infrastructure, using third parties and companies based in other countries for online sales, the use of cryptocurrencies, the transformation of handwoven carpets into global brands and capital goods are suggested.

Marketing, branding, export strategy, virtual and real markets, the taste of the audience and many other concepts that are raised in the pathology of export are all small pieces of a bigger puzzle called commerce. One of the problems that can be seen in most of the producers' interviews is that the producer himself exports and sells abroad, and for many reasons, including incognizance of international trade, lack of an export marketing strategy, the necessary resources and communications to move money and products, etc. they experience losses or are not successful in their ventures. There are not enough export companies active in handicrafts, and these few are not even known among the producers. In the third theme, the effects of the lack of specialized merchants in the five sub-themes of merchant, buyer, survival in the market, online sales and neglect of branding and advertising are discussed. In online sales, the problems in 6 groups of online marketing, online shopping platforms, entering the market, human resources, content production and sending export goods have been categorized and analyzed.

Among the solutions presented in this section, education and training of brave and active businessmen, separation of production and export, specialization of exports, prevention of excessive import of parallel products from competing countries, correct identification and selection of the target market, can be mentioned.

Finally, the fourth theme the personality of the artist and their production, and the struggle between the traditional and the modern, is discussed. Handicraft is an art-industry that comes from tradition and uses tradition in design and production methods and even in human interactions in workshops. The master-student concept that still exists among artists in this field is a clear example of it. Such strong traditional roots can be both strength and weakness at the same time. In the modern world, designing products in a way that preserves its historical and cultural roots while being relatable to the consumers of this day and age, somewhere between traditional and modern, is of great importance. In the solutions section, renewing the old traditional designs, training and facilitating the entry of the new generation of artists into the handicraft production sector, updating the designs and work methods, using new science and technology, and making the goods practical are among the suggestions that have been offered.

In the end, it can be said that in order to overcome the current problems of handicrafts, each of the three sectors, the custodian, the merchant, and the artist, need to change and reform. Proper export is possible during the sanctions, provided that we first overcome the internal embargo, the lack of active and expert merchants, the obsolescence of designs and products, and the mental barriers of artists in this field with the help of training adequate human resources in all three aspects and fundamental strengthening of the administrative organization in charge of handicrafts.

Keywords: pathology, sanctions, exports, handicrafts

Pathology of Iran's Handicraft Exports During Sanctions¹

Abulqasem Dadvar²
Effatolsadat Afzaltousi³
Mansoureh Pezeshkzadeh⁴

Received: 2022/05/08
Accepted: 2022/07/18

Abstract

In Iran, there are more than 290 branches of handicrafts, which according to statistics make Iran the top country in the world in terms of diversity. Artistic and cultural values, along with high added value and high foreign exchange rate, make handicrafts an ideal export commodity. Considering that a large part of the raw materials are domestic, the industry can prevent the export of raw agricultural materials such as cotton, leather, wood and silk and turn them into added value instead.

Since the main places of production of handicrafts are the rural areas, export can contribute to the economy of these areas, maintaining the rural population and preventing migration to cities. Strengthening rural household jobs is not only economically important, but also in terms of psychological and sociological, by empowering rural women, their sense of belonging, creativity, importance and usefulness increases.

The dollar value of each ton of exported handicraft goods is 27 times the average price of each ton of exported goods in the year of 1400, while such a high added value constitutes only 0.04% of Iran's total non-oil exports in this year.

Considering the long history of production, inexpensive human resources, local raw materials, recognition of Iranian handicrafts in the world market such as carpets and other products, what problems does the export of Iranian handicrafts face under the sanctions and what are the solutions to fix and improve these issues?

What compelled the researcher to conduct a field study to answer these questions is the difference and variety of opinions in the reasons given by the producers and exporters. Each of them, based on their own experiences, put forward reasons for the small share of handicrafts in Iran's exports and offered some solutions. This low share is rooted in several weaknesses, and this research attempts to draw a general picture of these issues.

The method of the present study is descriptive-analytical and practical in terms of purpose. The collection of data has been done through the library method, questionnaires and interviews. The statistical population of the study includes handicraft producers, handicraft exporters, university professors, and cultural heritage experts. According to the data saturation level, 10 of them have been selected via typical case sampling for semi-structured interviews as well as 10 published interviews in newspapers. Thematic analysis was used in 6 steps to analyze and categorize the data. The first step was to familiarize oneself with the data by reading the texts several times. Then, in the generating initial codes step, short meaningful pieces of texts containing the obvious or hidden meaning of the interviews were collected. After the initial coding, searching and recognizing the themes was conducted, the codes were divided into several groups, and the similar groups were put together and formed the primary themes. Consequently the primary themes were recognized, the review and control of the themes was done by extracted codes,

1-DOI: 10.22051/JJH.2022.40321.1791

The Present Paper is Extracted from the MA. Thesis by . Mansoureh Pezeshkzadeh, Entitled: "Pathology of Iran's Handicraft Exports During Sanctions".

2- professor, Department of Art Research, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran.

Email: a.dadvar@alzahra.ac.ir

3-professor, Department of Art Research, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran.

Email: afzaltousi@alzahra.ac.ir

4-M.A, Department of Art Research, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran, Corresponding Author.

Glory of Art

(Jelve-y-honar)

Alzahra Scientific Quarterly Journal

Vol. 14, No. 3, Fall 2022, Serial No. 36

- **Pathology of Iran's Handicraft Exports During Sanctions**
Abulqasem Dadvar, Effatolsadat Afzaltousi, Mansoureh Pezeshkzadeh.....8
- **Introducing the Manuscript of Divan-i Husaini Signed by Sultan 'Ali Mashhadi**
Marzieh Jafarpour, Samad Najarpour Jabari10
- **Investigating the Position of the Subject and the Event of Truth in Interactive-Participatory Environmental Advertising**
Maedeh Hosseini Komeleh, Namvarmoutlagh bahman13
- **Hyper-Textualities from the "Birth of Ghazan Khan" Painting in the Two Versions of the Jami Al Tawarikh Depicted in Mughal Court of India**
Leila Haghighatjoo, Yaqub Ajand, Fateme Shahroodi15
- **Graphical Representation of Social Themes in the Posters of Social Films of Iranian Cinema (Case Study: Selected Films of Fajr Festival from 2012 to 2020)**
Parisa Ghadiri, Javad Amin Khandaqi, Sahar Changiz17
- **Carpets in the Written Records of the 4th-8th Centuries of the Islamic History**
Akram Noori, Fatemeh Kateb, Ali, Khalighi19
- **Iconological reading of pictorial Jewish carpet at the Beth Tzedec Museum**
Azadeh Yaghoubzadeh, Mehdi Mohammadzadeh21

Article author(s) family name, author(s) first name; year of publication in brackets; Journal's name in **Bold and Italic**, volume number; issue number (year); page number, Number of pages of that article from low to high.

Dissertation: author(s) family name, author(s) first name; year in brackets, Dissertation title in **Bold and Italic**, name of the University.

Internet Databases:

- **In resources:** in case author(s) name and surname exist, first write Author(s) full name and then URL address, review date based on day, month and year.
- **Inside the article:** in case author(s) name and surname exist, first write Author(s) full name; and year of publication.
In case author(s) name and surname do not exist, write database's name and the date which text was written on website.
- **How to reference domestic and foreign resources in text of the article:** in text as follow (Authors surname, year of publication: page number)
- **Figures, Pictures, Tables and schemes:** figures, tables and schemes should be provided in the least essential numbers with proper quality of 300 DPI with TIF or JPG format, mentioning used resource, year and page number.

9- English Abstract: about 250 – 300 words (including definition of problem, aim, method of research, subject of research, most important findings and conclusions). English translation of Persian abstract is placed in this section.

10- **English Keywords:** including 4 to 6 words.

It should be noted that after accepting the article, all authors are required to translate Persian references into English and prepare an extensive English abstract (1300 to 1500 words) according to the guide sent by the journal.

Authors' guide:

Authors must submit their articles as Article's original version according to the below mentioned guide and submit them through Journal's website (<https://jjhjour.alzahra.ac.ir/author>)

- Article's main body is made of the following titles and titles related to this subject must be presented as subtitles.

1- Persian Abstract: The Persian Abstract should contain about 200–250 words (including Title, definition of problem, aim, method of research, subject of research, most important findings and conclusions).

2- Keywords: The article should contain 4-6 keywords.

3- Introduction: Including the introduction of subjects, aims of research and development of the article.

4- Research History

5- Research Method

6- Body: Containing theoretical fundamentals, studies and experiment, findings and conclusions.

In the acknowledgement section, the guidance and help of others are reminded and thanked briefly.

7- Author(s) Notes: Author(s) notes should English equivalents as well as necessary explanations about particular expressions and points and points indicated throughout the article and must be numbered respectively at the end of the article and before references.

8- References

8- 1 How to reference domestic and foreign resources in list of resources:

- Persian and Latin references should be numbered alphabetically based on the author(s) family names and in the order they are cited in the text.
- Domestic and foreign resources used in the text of article must be presented in References based on APA principals:

Books (Authored) author(s) surname, author(s) first name; year of publication in brackets; complete name of the book in Bold and Italic; publication location: publication.

Book (Translated) author(s) family name, author(s) first name; year of publication for the original book in brackets; complete name of the book in Bold and Italic, translator(s) name and surname, year of translation, publication location: publication.

Glory of Art (Jelve-y-honar)

Alzahra Scientific Quarterly Journal

Instruction to Authors

Journal of Glory of Art (Jelve-y-Honar) accepts research papers related to Visual arts and Applied arts based on the following principals:

- Journal is ready to accept electronic manuscript of papers through Journal's website: <http://jjhjor.alzahra.ac.ir>.
- Articles should be results of author(s) research works.
- According to the new regulations of scientific journals of the Ministry of Science, Research and Technology dated 2019/04/22,; a scientific article is an accurate report of original research activities, technology or scientific promotion or generalization done by one or more researchers. The article should have two characteristics of originality and innovation and should be presented with the aim of advancing the frontiers of science and technology, publishing research and technology findings or improving the level of knowledge of users. Therefore, the authors are obliged to prepare their scientific article according to the indicators provided in the regulations.
- According to paragraph 2-5 of the regulations of scientific journals, the types of scientific articles are: research, review, short, case study, methodology, applied, point of view, conceptual, technical and extension. Authors can submit various scientific articles to the ***Glory of Art (Jelve-y-Honar) Alzahra Scientific Quarterly Journal***.
- Articles submitted to this Journal should not have been previously published or under publication in another Journal.
- Articles should be prepared in the Persian language and follow the writing principles of this language; authors must correct typing errors and misspellings before submitting articles to the Journal.
- The author(s) are responsible for the content of their articles.
- The Journal's editorial board has the right to reject or revise articles.
- The articles will be accepted for publication after the referee's confirmation as well as the Editorial Boards approval.
- References used in the article must be, maximum, as old as 5 years and authors must seriously avoid using very old recourses in case there are new recourses.
- Articles should be approximately about 6000 words and 12 pages, including all sections of the article.
- Articles must be submitted to Journal's website in A4 size, WORD format.
- The publication of articles of the Journal of Glory of Art (Jelve-y-Honar) is prohibited in other publications without referencing.

Glory of Art (Jelve-y-honar)

Alzahra Scientific Quarterly Journal

Vol. 14, No. 3, Fall 2022

Serial No. 36

Publisher: Vice-Chancellory for Research, Alzahra University

Director-in-Charge: Dr. Abolghasem Dadvar

Chief Editor & Art Director: Dr. Effatolsadat Afzaltousi

Editorial Board

Dr. Effatolsadat Afzaltousi, Prof., Faculty of Art, Alzahra University.

Dr. Zahra Hossein Abadi, Associate Prof., Faculty of Art, University of Sistan and Baluchestan.

Dr. Mohammad Ebrahim Zareei, Prof., Faculty of Art and Architecture, Bu Ali Sina University of Hamedan.

Dr. Abolghasem Dadvar, Prof., Faculty of Art, Alzahra University.

Dr. Jalaleddin Soltankashefi, Prof., Tehran University of Art.

Dr. Parisa Shad Ghazvini, Associate Prof., Faculty of Art, Alzahra University.

Dr. Soodabeh Salehi, Associate Prof., Tehran University of Art.

Dr. Farideh Talebpour, Prof., Faculty of Art, Alzahra University.

Dr. Mahmoud Tavoosi, Prof., Faculty of Art, Tarbiat Modares University.

Dr. Minoo Moallem, Berkeley Research, University of California

Dr. Ashraf Mousavilar, Prof., Faculty of Art, Alzahra University.

Executive Secretary: Hamideh Arekhi

Persian Editor: Dr. Susan Pourshahram

English Editor: Nastaran Saberi

Cover Designer: Niloofar Nematpoor

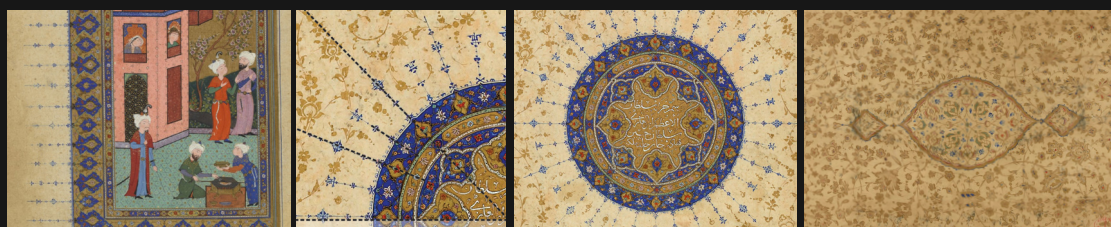
Layout Designer: Niloofar Nematpoor

Address: Vice-Chancellory for Research, Alzahra University, Vanak, Tehran

Tel: +98-21-85692232 **P.O. box:** 1993891176 **Website:** <http://jjhjol.alzahra.ac.ir/>

The articles of this issue have been refereed according to subject by members of the Editorial Board. The views expressed by the writers/authors of the articles published in this issue do not necessarily represent the views of Glory of Art (Jelve-y-Honar), but are the personal views of the authors themselves. The editorial board accepts only those articles that are the result of research studies. Glory of Art (Jelve-y-Honar) has been indexed at **www.srlst.com (ISC)**

The Scientific grade of Glory of Art (Jelve-y-Honar) Quarterly Journal has been issued according to the statement No 48/3 Dtd. (2008/10/30) Secretariat office of the Iranian Scientific Journals commission. Ministry of Science, Research and Technology (MSRT)



Pathology of Iran's Handicraft Exports During Sanctions

Abulqasem Dadvar, Effatolsadat Afzaltousi, Mansoureh Pezeshkzadeh.....8

Introducing the Manuscript of Divan-i Husaini Signed by Sultan 'Ali Mashhadi

Marzieh Jafarpour, Samad Najarpour Jabari10

Investigating the Position of the Subject and the Event of Truth in Interactive-Participatory Environmental Advertising

Maedeh Hosseini Komeleh, Namvarmoutlagh bahman13

Hyper-Textualities from the "Birth of Ghazan Khan" Painting in the Two Versions of the Jami Al Tawarikh Depicted in Mughal Court of India

Leila Haghighatjoo, Yaqub Ajand, Fateme Shahroodi15

Graphical Representation of Social Themes in the Posters of Social Films of Iranian Cinema (Case Study: Selected Films of Fajr Festival from 2012 to 2020)

Parisa Ghadiri, Javad Amin Khandaqi, Sahar Changiz17

Carpets in the Written Records of the 4th-8th Centuries of the Islamic History

Akram Noori, Fatemeh Kateb, Ali, Khalighi19

Iconological reading of pictorial Jewish carpet at the Beth Tzedec Museum

Azadeh Yaghoubzadeh, Mehdi Mohammadzadeh21