

آسیب شناسی بازاری شدن قالی های عشایری استان فارس با تأکید بر ایلاف مصرفی*

فاطمه باقری زاده**

عبداله میرزایی***

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۹/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۲۰

چکیده

قالی های عشایری استان فارس به عنوان یکی از تولیدات عشایری مهم ایران، نمودی از هویت، فرهنگ، آداب و رسوم و هنرهای بومی و کاربردی این عشایر هستند. در سال های گذشته، نفوذ سلیقه و معیارهای جامعه بازار در فرایند تولید قالی های عشایری فارس تأثیرات قابل توجهی داشته است. مسئله اصلی پژوهش حاضر، دور شدن قالی های عشایری فارس از شاخصه های فرهنگی و بومی خویش تحت تأثیر جامعه بازار بوده و هدف از پژوهش، شناخت عوامل زمینه ساز تغییرات هویتی و فرهنگی در مؤلفه های فنی قالی های عشایری فارس است. سؤال اصلی پژوهش معطوف به شناسایی تبعات بازاری شدن در ایلاف مصرفی قالی های عشایری فارس است. پژوهش به لحاظ روش برخورد با داده ها از نوع کیفی است که با استفاده از داده های حاصل از منابع کتابخانه ای و مصاحبه های کیفی با مطلعین کلیدی، به روش توصیفی - تحلیلی و با استفاده از اندیشه های انتقادی مکتب فرانکفورت به انجام رسیده است. جامعه آماری تحقیق شامل ۵۰ نمونه از قالی های بافته شده در جغرافیای عشایری استان فارس است که به شیوه هدفمند و با نمونه گیری حداکثری در دسترس، انتخاب و در راستای سوالات تحقیق مورد مطالعه واقع شدند. نتایج نشان می دهند در چند دهه اخیر یکجانشینی عشایر، تغییر در سبک زندگی، نفوذ مظاهر زندگی ماشینی و مهم تر از همه تولید قالی به قصد عرضه در بازار، باعث شده ابعاد فنی و ایلاف مصرفی قالی های عشایری فارس دچار تغییرات اساسی شوند. تداوم و تثبیت این تغییرات موجب انحراف از مبانی هویتی و شناخته شده قالی های عشایری فارس شده است. مصادیق بازاری شدن قالی های عشایری فارس عبارتند از: تولید قالی با ایلاف صنعتی و ماشینی، اولویت دادن به سلیقه مخاطب و تغییر در ایلاف مصرفی، از بین رفتن هویت بومی و فرهنگی قالی های اصیل عشایر، که به یکسان سازی مبانی هویتی و کم رنگ شدن مزیت های جغرافیایی و فرهنگی قالی های عشایری و تبدیل آن ها به کالاهای بازاری منجر شده اند.

صنایع
بهره های ایران

دوفصلنامه علمی هنرهای صنعتی ایران

سال ششم، شماره ۲، پیاپی ۱۱

پاییز و زمستان ۱۴۰۲

۲۱۹

کلیدواژه ها:

قالی های عشایری، استان فارس، ایلاف، بازاری شدن، مطالعات فرهنگی.

* این مقاله مستخرج از پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده اول با عنوان «آثار و تبعات بازاری شدن قالی های عشایری فارس از منظر مطالعات فرهنگی» است که در دانشکده فرش دانشگاه هنر اسلامی تبریز به راهنمایی نگارنده دوم به انجام رسیده است.

** دانشجوی دکتری هنر اسلامی، گروه صنایع دستی، دانشگاه هنر اصفهان، اصفهان، ایران / f.bagherizadeh@au.ac.ir

*** دانشیار، گروه فرش، دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران / a.mirzaei@tabriziau.ac.ir

۱. مقدمه

اشاعه و گسترش فرهنگ استفاده از هنرهای بومی می‌تواند در کنار تأثیر زیبایی‌شناسانه بر زندگی مردم، بستری را برای بازتولید مفاهیم فرهنگی فراهم آورده و موجب پویایی و تعالی فرهنگی شود. تولید و مصرف هنرهای بومی و محلی، مصداقی از هویت هنری و بخش ارزشمند میراث فرهنگی و هویتی است. در این راستا دستبافته‌های داری و به‌ویژه قالی از نظر حفظ اصالت، فرهنگ بومی و سنت‌ها شاخص‌ترین هنر عشایر است. هنر قالیبافی هر منطقه بی‌تردید بخشی از میراث فرهنگی این سرزمین می‌باشد و به‌عنوان میراث مانا از فرهنگ اجدادی و سنتی ایران برجای مانده است.

یافتگی که میدان عرضه هنر بومی و کاربردی عشایر است، فرصتی است برای ارائه فرهنگ و هنر خاص ایشان تا نشان دهند که قادر هستند ذوق هنری و ذهنیات موردنظر خود را از طریق یافتگی بر پهنه دستبافته خویش تصویر کنند. درواقع زبان گویای هنری زنان عشایر، زبانی است تصویری که در اکثر دستبافته‌ها به سخن درمی‌آید. (قانی، ۱۳۹۰: ۸)

استان فارس به‌لحاظ تاریخی یکی از مراکز مهم قالیبافی ایران در حوزه عشایری و روستایی به‌شمار می‌رود. وجود اقوام متعدد با فرهنگ غنی تصویری و سنتی در این استان، قالی‌های عشایری و روستایی استان فارس را به‌گنجینه‌ای سرشار از عناصر فرهنگی و نمادهای تصویری اقوام ایرانی تبدیل ساخته است. قالی‌های عشایری فارس غالباً به‌صورت ذهنی‌باف و بدون نقشه، با پشم گوسفندان محلی و توسط زنان و دختران ایل طبق سلیقه مرسوم خانوارهای عشایر و در جهت خودمصرفی بافته می‌شوند. درواقع روش زندگی ایلیاتی و عشایری است که مؤلفه‌های فنی آن را تعیین کرده و این خصوصیات بیانگر اصالت قالی عشایری هستند، اما در سال‌های اخیر به‌واسطه اسکان و یکجانشینی عشایر کوچ‌رو، آنان در پی تغییر و تحول در نحوه زندگی، و ارتباط با جامعه شهری و روستایی، تحت تأثیر عوامل متعددی از جمله بازاری شدن و تولید به قصد فروش و درنهایت تغییراتی در روند تولید محصولات بومی و دستبافته‌ها و مخصوصاً قالی‌ها قرار گرفته‌اند و بدین جهت مؤلفه‌های بصری و فنی قالی‌های عشایری فارس در حال تغییراتی در پیوندهای هویتی و فرهنگی خود هستند.

تغییرات عدیده‌ای که به‌تبع بازاری شدن در ساختار مؤلفه‌های فنی قالی‌های عشایری فارس رخ داده‌اند، عبارتند از: استفاده از الیاف کارخانه‌ای و ماشینی، استفاده از نخ چله پنبه و الیاف ابریشم، افزایش رج‌شمار و ظرافت بافت. این جنبه از بازاری شدن و نگاه کالا محور به محصولات فرهنگی عشایر، نیازمند بازاندیشی و آسیب‌شناسی از منظر مطالعات فرهنگی است. در پژوهش حاضر بازاری شدن به‌عنوان یکی از عوامل موثر در پیدایش وضعیت موجود فرض گرفته شده و مباحث متعددی در ارتباط با تأثیر بازاری شدن بر مؤلفه‌های هویتی قالی‌های عشایری فارس طرح شده است. از این‌رو لازم به توضیح است که نگارندگان نگاه منفی به پدیده بازار ندارند، بلکه با توسل به اندیشه‌های انتقادی مکتب فرانکفورت در حوزه صنعتی شدن فرهنگ، نگاهی انتقادی به این پدیده داشته‌اند.

بازاری شدن در شکل امروزی آن عمدتاً به معنی تسلیم شدن بی‌قید و شرط در برابر خواست‌های سیال جامعه بازار می‌باشد که نابودی مبانی فرهنگی و سنتی انسجام‌بخش جوامع تولیدکننده را در پی دارد. از طرف دیگر، ارزش‌ها و مزیت‌های فرهنگی قالی‌های عشایری ایران، این قالی‌ها را واجد ویژگی‌هایی کرده‌اند که مخاطبان آن‌ها با در نظر گرفتن این معیارها به انتخاب قالی عشایری ایران از بین محصولات مشابه صنعتی و یا سنتی متعلق به سایر کشورها اقدام می‌کنند. لذا در حوزه تولید مصنوعات فرهنگی در مقیاس قالی‌های دستباف، تلاش برای پیاده‌سازی منویات و سلايق متنوع مخاطبان سیال و ناآشنا با مبانی هویتی این قالی‌ها باعث گسسته شدن هرچه بیش‌تر پیوندهای انسجام‌بخش فرهنگی و سنتی آن‌ها شده و در ادامه به از دست دادن مهم‌ترین مزیت رقابتی این محصول یعنی پشتوانه‌های فرهنگی منجر خواهد شد. از این‌رو توجه به سلیقه و ذائقه مشتری در حوزه تولید قالی عشایری را نیز بایستی حول همین ارزش‌ها و مزایا تعریف کرده و به کار گرفت.

با توجه به مقدمه فوق، مسئله اصلی پژوهش حاضر، فاصله گرفتن قالی‌های عشایری فارس از مبانی هویتی، فرهنگی و سنتی خویش می‌باشد. هدف از پژوهش، شناخت عوامل زمینه‌ساز تغییرات هویتی و فرهنگی در قالی‌های عشایری فارس با هدف فراهم آوردن بستری مناسب برای اتخاذ راهکارهای لازم توسط نهادهای متولی می‌باشد. سؤال پژوهش عبارت است از: آثار و تبعات بازاری شدن در الیاف مصرفی قالی‌های عشایری فارس کدامند؟ اهمیت پژوهش در شناسایی و آشکارسازی آثار بازاری شدن قالی‌های عشایری فارس است که مهم‌ترین فرآورده فرهنگی جامعه عشایری و بازتاب‌دهنده فرهنگ و تاریخ هنری این اقوام هستند و پیوندهای فرهنگی و جغرافیایی برجسته‌ترین مزیت آن‌ها را تشکیل می‌دهند.

۲. روش پژوهش

این پژوهش به لحاظ روش برخورد با داده‌ها از نوع کیفی است که با استفاده از داده‌های حاصل از منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های کیفی با مطلعین کلیدی، به روش توصیفی-تحلیلی به انجام رسیده است. جامعه آماری تحقیق شامل ۵۰ نمونه از قالی‌های بافته‌شده در جغرافیای عشایری استان فارس است که به شیوه هدفمند و با نمونه‌گیری حداکثری در دسترس انتخاب و در راستای سوالات تحقیق مطالعه شدند. معیار انتخاب هدفمند نمونه‌ها، مشاهده تغییرات متأثر از عوامل بازاری شدن در مواد اولیه مصرفی قالی‌ها بود. به این صورت که با انجام مطالعات میدانی گسترده از کارگاه‌های بافت قالی و مناطق قالیبافی عشایری و بازارهای فروش قالی استان فارس، نمونه‌ها مطابق با جدول (۱) انتخاب شدند. مصاحبه‌های کیفی تحقیق نیز با مطلعین کلیدی و کارشناسان قالی عشایری فارس به صورت مصاحبه باز انجام شد. به آن جهت که هدف از پژوهش پیش‌رو آسیب‌شناسی بازاری شدن قالی‌های عشایری استان فارس با تأکید بر الیاف مصرفی است، لذا جامعه آماری پژوهش را قالی‌هایی تشکیل می‌دهند که براساس سلیقه، معیار و سفارش جامعه بازار تولید شده‌اند و تهیه الیاف مورد مصرف نیز براساس سلیقه کارفرما و تولیدکننده بوده که به بافنده تحویل داده شده‌اند. از این‌رو، نتایج به دست آمده بیش تر قابلیت تعمیم به قالی‌های عشایر باف سفارشی و بازاری را دارا هستند.

جدول ۱: توزیع جغرافیایی جامعه آماری پژوهش (نگارندگان)

ردیف	نام روستا / منطقه	تعداد نمونه	توضیح نحوه تامین الیاف مصرفی و تولید و توزیع قالی‌ها
۱	فیروزآباد	۱۲	الیاف (پشم و ابریشم) توسط تولیدکنندگان در تهران تهیه می‌شوند و بافندگان عشایر در مناطق عشایرنشین و روستانشین فیروزآباد سفارشات را می‌بافند. قالی تولیدی در فروشگاه‌های تهران عرضه می‌شود.
۲	جهرم	۵	الیاف (پشم و ابریشم) توسط تولیدکنندگان در شهرهای تهران و شیراز تهیه می‌شوند و بافندگان عشایر در مناطق عشایرنشین جهرم سفارشات را می‌بافند. قالی تولیدی در فروشگاه‌های تهران و شیراز عرضه می‌شود.
۳	داراب	۲	الیاف توسط تولیدکننده در استان خراسان شمالی تهیه می‌شوند و بافندگان عشایر در مناطق عشایرنشین داراب سفارشات را می‌بافند. قالی‌های تولیدی در فروشگاه‌های شهر بجنورد عرضه می‌شوند.
۴	قیروکارزین	۲	الیاف (پشم و ابریشم) توسط تولیدکننده در تهران تهیه می‌شوند و بافندگان عشایر در مناطق عشایرنشین قیروکارزین سفارشات را می‌بافند. قالی تولیدی در فروشگاه‌های تهران عرضه می‌شود.
۵	فراشبند	۳	الیاف توسط تولیدکننده در منطقه ترکمن صحرا تهیه می‌شوند و بافندگان عشایر در مناطق عشایرنشین فراشبند سفارشات را می‌بافند. قالی تولیدی در فروشگاه‌های شهر گرگان عرضه می‌شود.
۶	حومه شیراز	۸	الیاف توسط تولیدکنندگان در تهران تهیه می‌شوند و بافندگان در مناطق عشایرنشین و روستانشین حومه شیراز سفارشات را می‌بافند. قالی تولیدی در فروشگاه‌های تهران عرضه می‌شود.
۷	مرودشت	۶	تولیدکننده در مرودشت الیاف را از شیراز تهیه می‌کند و سفارش را به بافندگان مناطق عشایرنشین مرودشت و شمال فارس (اقلید، آباد، بوانات و خرم‌بید) تحویل می‌دهد و مراحل نهایی نظیر شست‌وشو و پرداخت قالی در کارگاه مرودشت انجام می‌شود. تولیدات در شیراز عرضه می‌شوند.
۸	آباد	۵	الیاف توسط تولیدکنندگان در تهران تهیه می‌شوند و بافندگان عشایر در مناطق عشایرنشین آباد سفارشات را می‌بافند و در نهایت قالی تولیدی در فروشگاه‌های تهران عرضه می‌شود.
۹	بوانات	۲	الیاف توسط تولیدکنندگان در تهران تهیه می‌شوند و بافندگان عشایر در مناطق عشایرنشین و روستانشین بوانات سفارشات را می‌بافند. قالی تولیدی در فروشگاه‌های تهران عرضه می‌شود.
۱۰	اقلید	۵	الیاف توسط تولیدکننده در شهر مشهد تهیه می‌شوند و بافندگان عشایر در اقلید سفارش را می‌بافند و در نهایت قالی تولیدی در فروشگاه‌های شهر مشهد عرضه می‌شود.

۳. پیشینه پژوهش

به لحاظ اهمیت و جایگاه استان فارس در حوزه قالیبافی، پژوهش‌های متعددی پیرامون دستبافته‌های این استان انجام شده‌اند. در رابطه با موضوع حاضر می‌توان به تحقیق سجودی و تاکی (۱۳۹۲) اشاره کرد که با عنوان «گبه‌های سفارشی، پدیده‌ای چندفرهنگی» انجام شده است. در این پژوهش، علل تمایز ساختار صوری این دستبافته‌ها نسبت به گبه‌های متعارف عشایری بررسی شده است و سفارشی بودن، توجه به سلیقه

خریدار (فرهنگ غالب) و اعمال سیاست‌های جانشینی عشایر، عوامل پذیرش آسان‌تر سلیقه متفاوت از سوی خالق این آثار معرفی شده‌اند. کمالی دولت‌آبادی (۱۳۷۹) در پژوهشی با عنوان «تحقیق پیرامون آسیب‌های وارده از مصرف الیاف مصنوعی در فرش دستباف (با تأکید بر چله) تهران و آذربایجان شرقی»، تغییرات ایجادشده در ابعاد و ظاهر فرش دستباف را در شرایط مختلف از نظر رطوبت و حرارت مورد بررسی قرار داده‌است. میرزایی (۱۳۹۵) در بخشی از رساله خود با عنوان «ساخت‌یابی عوامل مؤثر در شکل‌گیری مؤلفه‌های سبکی قالی‌های معاصر تبریز»، به چرایی وقوع تغییرات متعدد در مؤلفه‌های بصری قالی‌های تبریز پرداخته و پدیده بازاری شدن را از عوامل مؤثر در گریز قالی معاصر تبریز از پیوندهای هویتی و فرهنگی ایرانی دانسته‌است. هم‌چنین میرزایی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «تأثیر جهانی شدن بر مؤلفه‌های هویتی قالی‌های معاصر تبریز» نتیجه گرفته‌است که در پی پیوستن قالی‌های معاصر تبریز به شبکه جهانی تجارت کالاهای فرهنگی در قالب پدیده جهانی شدن، مؤلفه‌های هویتی و سبک‌ساز این فرآورده دستباف ایرانی دچار التقاط شده‌اند، به طوری که مصادیق چنین پدیده‌ای در سه حوزه مؤلفه‌های بصری، مؤلفه‌های فنی و مؤلفه‌های کاربردی قابل مشاهده‌اند. کفش‌چیان مقدم، شایگان‌فر و باقری لری (۱۳۹۷) در پژوهش «اثر هنری به مثابه کالای هنری در مواجهه با امر تکنولوژیک» به نفوذ تکنولوژی در هنر و کالایی شدن اثر هنری از طریق تولید انبوه و بازتولید مکانیکی پرداخته‌اند که در نتیجه آن، هنر به امری قابل دسترس تبدیل شده‌است. هنرمند نیز در نتیجه تکثیر و تولید انبوه با اتخاذ رویکردی اقتصادی نسبت به هنر، آن را از قالب اثر هنری خارج می‌نماید و نوعی شی‌وارگی رخ می‌دهد. در این صورت است که هنرمند به تولیدکننده‌ای بدل می‌شود که به دنبال مناسبات عرضه و تقاضا می‌کوشد اثر تولیدی خود را به پول تبدیل نماید و در این مرحله، اثر هنری خارج از بُعد زیبایی‌شناختی به عنوان محصولی غیرشخصی برای توده مردم به کالا یا شی مبدل گشته و فارغ از ارزش‌های زیبایی‌شناسانه در هیبت کالا عرضه می‌گردد.

پژوهش حاضر با تکیه بر رویکرد انتقادی مکتب فرانکفورت و نقد قدرت به بررسی تأثیر نفوذ سلیقه بازار بر الیاف مصرفی قالی‌های عشایری استان فارس پرداخته‌است و ضمن استفاده از یافته‌های پژوهش‌های پیشین، از نظر نوع مواجهه با موضوع، مستقل از این پژوهش‌ها به شمار می‌آید.

۴. مبانی نظری پژوهش

این پژوهش براساس اندیشه‌های انتقادی مکتب فرانکفورت در نقد مناسبات اجتماعی موجود در نیمه اول قرن بیستم سامان یافته‌است. از منظر پیروان این رویکرد، عرصه‌های مختلف فرهنگی جامعه توسط گروه‌های مسلط جامعه و با ابزارهای برآمده از صنعت مدرن در معرض دخل و تصرف قرار گرفته‌اند. این دخل و تصرف در پی اعمال نظارت‌های پنهان و آشکار و در عین حال، دقیق گروه‌های مسلط و حاکم جامعه صورت می‌پذیرد. ماکس هورکهایمر^۱ و تئودور آدورنو^۲ معتقد بودند که عرصه‌های مختلف فرهنگ در معرض دخل و تصرف عوامل بیگانه‌اند و این امر سبب پیدایش نوع جدیدی از ایدئولوژی است که بر زندگی روزمره افراد تأثیر دارد. بدین جهت در راستای نقد فرهنگی، اصطلاح «صنعت فرهنگ‌سازی»^۳ را وضع کردند. این اصطلاح «به پیوند دو واقعیت ظاهراً متناقض اشاره دارد: قلمرو مادی تولید و قلمرو ذهن، شیوه‌ای برای بیان فرایند مدرنیته شدن فرهنگ در قالب واگذاری کالاهای فرهنگی به منطقی کاملاً تجاری» (مصلح و گل‌یار، ۱۳۸۸: ۱۳۸).

مطالعات فرهنگی عمدتاً با رویکردی انتقادی به بررسی فرهنگ عامه می‌پردازند و تمرکز پژوهشگران اغلب بر آن است که چگونه پدیده‌ای خاص با ایدئولوژی، طبقه اجتماعی، جنسیت و به‌ویژه فرهنگ مردم مرتبط می‌شود. در حوزه مطالعات فرهنگی، روابط بین انواع قدرت نظیر استعمار، طبقه، اقشار و فرهنگ از منظر رشته‌های علمی مختلف مورد مطالعه عمدتاً انتقادی قرار می‌گیرند. پژوهش حاضر نیز با بهره‌گیری از اندیشه‌های مکتب فرانکفورت به‌عنوان یکی از جریان‌های اصلی نگاه انتقادی به رابطه میان قدرت و فرهنگ، به مطالعه ارتباط میان اسلوب‌های فرهنگی و هویتی قالی‌های عشایری فارس با مقوله قدرت پرداخته‌است. در سال‌های اخیر، تأثیر توسعه تکنولوژی، زندگی تجملاتی و نفوذ مدرنیسم بر زندگی عشایر، سبب چیره شدن انواع قدرت نظیر استعمار، نظام سرمایه‌داری و فرهنگ شهرنشینی بر اندیشه انسانی، تفکر اجتماعی و شیوه زیست عشایر و در نتیجه، بر روند تولید قالی‌های عشایری گردیده‌است.

از نظر اعضای مکتب انتقادی فرانکفورت، علم و تکنولوژی ابزاری در خدمت نظام سرمایه‌داری حاکم هستند. آنان معتقدند که رشد تکنولوژی سبب شده تا قدرت‌های جهانی بتوانند اعتقادات و افکار خود را در قالب فرهنگ و هنر تحکیم بخشیده و توده‌های مردم را پیرو مسلم اهداف خود نمایند. «آدورنو فکر می‌کرد افکار توده‌ها به‌طور سیستماتیک دست‌کاری می‌شود و توده‌ها به‌طور فزاینده‌ای قدرت نقادی موثر جامعه‌شان را از

دست می‌دهند. در واقع صنعت فرهنگی عامل این اتفاق است» (ابراهیمی مینق، امیری و عامری، ۱۳۸۷: ۶۷). به عبارتی در جهان مدرن، عقلانیت بشری در حال ازدست‌دادن کارکرد اصلی خود به‌عنوان یک نیروی روشنگر و راهنما بوده و در حال تبدیل شدن به ابزار سلطه بر طبیعت و توده‌های اجتماعی است. با توجه به این‌که هنرهای صناعی و صنایع‌دستی جوامع بومی به‌عنوان مهم‌ترین مظاهر فرهنگی اقوام ایرانی، از دست‌اندازی بازوهای صنعتی‌سازی فرهنگی در امان نمانده‌اند، از این‌رو پژوهش حاضر، بررسی تأثیر نفوذ سلیقه بازار بر ایفای قالی‌های عشایری استان فارس را با بهره‌گیری از رویکرد مطالعات فرهنگی، نقد قدرت مکتب فرانکفورت به بحث گذاشته‌است.

۵. مبانی هویتی و فرهنگی قالی‌های عشایری فارس

قالی‌های عشایری فارس نمودی از هویت، فرهنگ، میراث، هنرهای بومی و کاربردی ایلات بوده و محصول آفرینش دست‌ان همنمند عشایر هستند. در دوره‌های مختلف، تولید قالی در مناطق عشایری فارس براساس نیازهای متفاوت و از عوامل متعددی تأثیر پذیرفته‌است. مناطق روستایی و عشایری فارس از گذشته تاکنون به حرفه بافندگی و تولید قالی اشتغال دارند. در گذشته قالیبافی در نزد عشایر به‌عنوان یک وظیفه بود و این امر جریان عادی زندگی زنان را شامل می‌شد. به‌گونه‌ای که به‌جز پشم‌چینی، اکثر مراحل تولید یک قالی توسط بانوان انجام می‌شد. معمولاً در خانواده عشایری هر قدر تعداد زنان و دختران بافنده بیشتر بود، از دست‌بافته‌های افزون‌تر و سیاه‌چادر بزرگ‌تری نیز بهره‌مند بودند.

دست‌بافته‌های عشایری به‌عنوان بخشی از نظام بافندگی ایران، نمودی از هویت هنری قومی به‌شمار می‌رود که از یک فرایند بافت منحصر به فرد نسبت به فرش دست‌باف کلاسیک شهری و کارگاهی برخوردار است. دست‌بافته‌ها به‌عنوان صنایع‌دستی ایلی و تنها هنر تجسمی عشایر محسوب می‌شود که با هدف رفع و تأمین بخش مهمی از نیازها و ضروریات زندگی عشایر (جنبه‌ی خودمصرفی) هم در گذشته و تا حدودی در شرایط کنونی بافته می‌شوند. جنبه کاربردی و بهره‌بردن از آن‌ها مهم‌ترین انگیزه و در حقیقت ماهیت و رسالت تولید این دست‌بافته‌ها است که جنبه‌ی زیباشناختی برجسته‌ای را با خود همراه دارد. (افروغ و قشقای‌فر، ۱۳۹۷: ۱۵۲)

در گذشته زنان عشایر عمدتاً به‌قصد مصرف خانواده و فرش کردن سیاه‌چادر و خیمه قالی می‌بافتند و تولید قالی و سایر دست‌بافته‌ها به‌منظور امرار معاش و فروش به خریداران رایج نبود، لذا در انتخاب مواد مصرفی نظیر نوع پشم و ایفای تابع معیارهای مرسوم و رایج در بازار نبودند. اساساً بافنده عشایر، بی‌واسطه از شیوه زیست، طبیعت و اقلیم خویش بهره می‌گیرد و در واقع سبک زندگی عشایری و ایلیاتی، مؤلفه‌های فنی قالی و خصوصیات آن را مشخص کرده‌اند. عشایر به‌هنگام بیلاق و قشلاق ضمن پرداختن به امور دامداری، با استفاده از پشم گوسفندان به بافتن قالی، قالیچه و گلیم می‌پردازند.

زندگی عشایر در فضای بسیار مناسب جغرافیایی در فصول مختلف سال، زمینه را برای تولید انواع زیراندازها فراهم می‌نماید. دسترسی عشایر به مواد اولیه فراوان (پشم) و ابزارآلات که معمولاً از چوب تهیه می‌شود، باعث شده تا زنان عشایر دستبافت‌هایی را خلق کنند که در جهان بی‌نظیر باشد. (رحمانی و آشوری، ۱۳۸۵: ۷۶)

چنین خصوصیتی بیانگر اصالت قالی‌های عشایری فارس هستند، لذا قالی‌های اصیل عشایری فارس را می‌توان از جمله صنایع فرهنگی و خلاق محسوب کرد که به‌واسطه هویت زیبایی‌شناختی آن، از ماهیتی هنری برخوردار است. با مطالعه چنین عواملی می‌توان از وضعیت شکل‌گیری و تحول تولید قالی‌ها در نزد عشایر و از روند تحولات اجتماعی این جامعه آگاه شد.

۶. مؤلفه‌های فنی قالی‌های عشایری فارس

قالی‌های عشایری فارس به فراخور مواد و مصالح اولیه بومی در دسترس و برگرفته از اقلیم و منطقه جغرافیایی، در جهت رفع احتیاجات و نیاز عشایر تولید می‌شدند. کارکرد اصلی قالی‌های عشایر به‌عنوان زیرانداز و مفرش بود و مؤلفه‌های فنی قالی‌ها از جمله مواد اولیه مصرفی، جنس ایفای و قطر پرها نیز باید متناسب با کارکرد آن‌ها در نظر گرفته می‌شد. عشایر که اقتصادشان بر پایه دامپروری استوار بود، پس از اجرای دو طرح اصلاحات ارضی و اسکان عشایر، دام‌هایشان را از دست داده و یکجانشین شدند و با ورود به شرایط جدید زندگی، دستخوش معضل بیکاری شدند. بدین جهت از مهم‌ترین راه‌های درآمد و امرار معاش آن‌ها تولید دست‌بافته‌ها به‌خصوص قالی بود و برای رفع نیازهای اقتصادی، هر نوع سفارشی را از سوی مشتری و تولیدکننده می‌پذیرفتند.

فرش دست‌باف یکی از محدود محصولات است که علاوه بر قابلیت‌های زیبایی‌شناختی و کاربردی در حوزه‌ی اشتغال‌زایی نیز نقشی پررنگ را ایفا نموده است. اما این قابلیت‌ها در حوزه‌های جغرافیایی مختلف بنا بر عللی فراز و نشیب‌های بسیاری را تجربه نموده‌اند که شاید یکی از مهمترین این علل را می‌توان در تغییرات سبک زندگی در میان تولیدکنندگان و البته مصرف‌کنندگان فرش دستباف جستجو نمود. (رحمانی و مقنی‌پور، ۱۳۹۸: ۵)

با تجاری‌شدن تولیدات عشایر در سال‌های اخیر بنا بر نیاز و سلیقه بازار، تحولات و تغییرات عدیده‌ای در ساختار مؤلفه‌های فنی قالی‌های عشایری فارس رخ داده است. براساس سلیقه خریداران، نیاز بازار و نفوذ سلیقه تولیدکنندگان در تولید قالی‌هایی تحت‌تأثیر مناسبات بازار، پدیده بازاری‌شدن در مؤلفه‌های فنی و مبانی فرهنگی و بومی قالی‌های عشایری فارس آشکار گردیده است. از آثار و مصادیق بازاری‌شدن مؤلفه‌های فنی، مواردی نظیر ظرافت بافت در پی استفاده از نخ چله پنبه، رواج الیاف کارخانه‌ای و الیاف ابریشم در قالی‌های عشایر می‌باشد. این امر برگرفته از نیاز جامعه بازار بوده و با معیارهای سنتی و اصیل فرهنگ بافندگان بیگانه است و توسط عوامل تولید قالی در میان بافندگان عشایر رواج یافته است. «فرش دست‌باف به‌عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع اشتغال‌زا در حوزه‌های عشایری و روستایی ایران، فراز و نشیب‌های بسیاری را در دهه‌های اخیر تجربه نموده است. لازمه‌ی برنامه‌ریزی مناسب و پایدار برای حفظ و توسعه‌ی این هنر-صنعت، ارائه‌ی تصویری شفاف و همه‌جانبه از وضعیت قالیبافی و فراز و نشیب‌های آن در هر یک از این حوزه‌ها می‌باشد» (همان). سهولت در ارتباط بین تولیدکنندگان با بافندگان عشایر، از جمله عواملی است که در سال‌های اخیر منجر به تغییر در مؤلفه‌های فنی قالی‌های عشایری شده است.

۶-۱. پشم

وجود مراکز دامداری در استان فارس، این منطقه را به‌دلیل بهره‌وری از پشم گوسفندان در امر بافندگی و قالیبافی مستعد نموده است. پشم که مهم‌ترین ماده اولیه تولید فرش است، به فراوانی در بین روستاییان و عشایر استان فارس وجود دارد و این امر عامل مؤثری در پیشرفت و توسعه هنر و صنعت فرشبافی در سراسر استان به‌ویژه نقاط شمالی و مرکزی آن بوده است.

پشم مرغوب و لطیف از گوسفندانی به‌دست می‌آید که در آب و هوای معتدل و مراتع غنی از علوفه، چرا می‌کنند. البته مرغوبیت پشم با نوع دام، زمان پشم‌چینی، محل زندگی دام، املاح آبی که پشم‌ها در آن شسته می‌شوند و به یک‌دست و خالص بودن رنگ‌های گیاهی نیز مربوط است. پشم خوب پس از گذشت یک قرن آن قدر لطافت پیدا می‌کند که مانند ابریشم می‌شود. (کیانی، ۱۳۷۷: ۴۲-۴۳)

پشم گوسفندان منطقه فارس از جمله مرغوب‌ترین پشم‌ها جهت بافت قالی است. قالی‌های مرغوب از جنس پشم بهاره تولید و توسط دست‌ریسیده می‌شوند. الیاف پشم بهاره، لطیف، بلند و دارای مرغوبیت بالایی است و در هنگام مراحل ریسندگی و سپس رنگرزی بسیار باکیفیت است. آب‌وهوای مساعد، مراتع مرغوب و حاصلخیز و زیست‌بوم‌های مناسب از عواملی هستند که در کیفیت پشم گوسفندان منطقه فارس تأثیر به‌سزایی داشته‌اند. عشایر، پشم لطیف و مرغوب را از گوسفندانی تهیه می‌کنند که در معرض تغییرات شدید جوی و موسمی نباشند و در منطقه‌ای با آب‌وهوایی معتدل و چراگاه‌هایی سرشار از سبزه‌زار، چرا کنند.

عشایر برای تهیه و تأمین مواد اولیه قالیبافی، وابستگی مکانی نداشتند زیرا تهیه و فراهم‌نمودن مواد اولیه قالیبافی نیز به مسیر کوچ آن‌ها بستگی داشت. به‌گونه‌ای که به‌دلیل شرایط مطلوب گله‌پروری و رونق دامداری بین روستاییان و عشایر، نقاط مرکزی و شمالی استان فارس، همواره بستر مناسبی برای تولید قالی بوده است. چنین عواملی سبب توسعه هنر و صنعت قالیبافی در بین روستاییان، عشایر و به‌طور کل در سطح استان می‌شوند.

«فرش در استان فارس در حقیقت هنر و صنعتی عشایری است نه شهری و چنانچه دامداری که حرفه اصلی عشایر است بر اثر از بین رفتن چراگاه‌ها لطمه نیند و پشم از گوسفندان محل کماکان فراهم شود بافتن فرش این هنر اجدادی عشایر نیز ادامه خواهد یافت» (دانشگر ۱۳۷۶: ۳۸۵). پس از تهیه پشم مرغوب، روش ریسندگی پشم نیز بر کیفیت نخ‌های پشمی مورد استفاده در قالیبافی عشایر مؤثر است. اگر ریسندگی پشم گوسفند به‌وسیله دست انجام گردد، نخ، و تاروپود پشمی از کیفیت بالایی برخوردار است. در گذشته عشایر و ایلات فارس جهت قالیبافی از پشم دست‌ریس گوسفندان استفاده می‌کردند و ریسندگی پشم با دست در بین بافندگان روستایی و عشایر، بسیار مرسوم و متداول بود. ریسندگی به‌وسیله دست به مهارت و سرعت عمل زیادی نیاز دارد. اغلب، کار نخ‌ریسی نیز برعهده زنان بافنده بوده است و

فراهم کردن نخ وقت زیادی را از آنان می‌طلبد. در جدول (۲) مراحل تهیه و تبدیل پشم گوسفند به الیاف مصرفی قالی توسط زنان و مردان عشایر فارس نمایش یافته‌است.

جدول ۲: مراحل تهیه و تبدیل پشم گوسفند به الیاف مصرفی قالی توسط عشایر فارس (تصاویر از آرشیو شخصی حسن مقیمی)

ردیف	
	
<p>پس از پشم‌چینی، مرحله سورت کردن (طبقه‌بندی پشم‌ها براساس قسمت‌های مختلف گوسفند، کیفیت، ظرفیت، رنگ و جنس پشم) است.</p>	<p>مرحله پشم‌چینی گوسفندان توسط مردان عشایر فارس جهت تهیه الیاف قالی و به‌صورت گروهی و در فصل بهار انجام می‌شود.</p>
	
<p>پشم گوسفندان پس از پشم‌ریسی، به الیاف جهت قالیبافی تبدیل می‌شوند.</p>	<p>پشم‌ریسی با دست و تبدیل پشم به نخ، توسط زنان عشایر فارس انجام می‌شود که پشم را به‌وسیله ابزاری چوبی به‌نام دوک می‌ریسند.</p>

۲-۶. رواج مصرف پشم کارخانه‌ای و ماشینی

یک‌جانشین شدن عشایر تبعاتی هم‌چون ازدست‌دادن و فروش گوسفندان را در پی داشت. این امر سبب کاهش تعداد گوسفندان عشایر، افزایش قیمت و کمیاب‌شدن پشم دست‌ریس شد. با وجود کمبود پشم دست‌ریس و مواجهه عشایر با قیمت ارزان کلاف‌های آماده کارخانه‌ای و ماشینی، آنان به‌سرعت الیاف کارخانه‌ای را جایگزین پشم دست‌ریس کردند. در دهه‌های اخیر، بافندگان عشایر اغلب قالی‌ها را با پشم کارخانه‌ای تولید می‌کنند. ازجمله عواملی که سبب استفاده از الیاف کارخانه‌ای در قالیبافی عشایر گردید، می‌توان به مواردی نظیر دشواری تهیه پشم دست‌ریس (تهیه آن‌ها غالباً با هزینه و مشقت زیادی برای عشایر همراه بود)؛ زمان‌بر بودن فرایند نخ‌ریسی؛ و نفوذ عناصر جامعه صنعتی و شهری بر تولیدات قالی‌های عشایری اشاره کرد. این تغییر رویه در تولیدات قالی‌های عشایری به‌دلیل تأثیرپذیری عشایر و روستاییان از ارتباط با شهر، مشاهده تولیدات شهری و نفوذ سلیقه تولیدکنندگان رخ داده است.

حاج خلیل محمدی کَشکولی، از تولیدکنندگانی بود که خود پشم‌های رنگی را به همراه دستور به بافندگان می‌داد و در اوایل دهه ۵۰ با تأسیس کارخانه پشم دانش در مشهد، پشم کارخانه‌ای وارد فرش عشایر فارس شد و ورود پشم‌های وارداتی نظیر مریوس نیز بعد از انقلاب به ایران بود. (اولیائی طباطبائی، ۱۴۰۰: ۱۶)

برخی از الیاف کارخانه‌ای که در بازار به‌وفور عرضه شده و به‌جهت قیمت ارزانشان با رنگ‌های شیمیایی رنگ می‌شوند، مخلوطی از پشم‌های مختلف و دباغی هستند که عمدتاً کیفیت مطلوب و مناسبی نداشته و درنهایت موجب کاهش و افت کیفیت قالی‌ها می‌شوند. از طرفی بنابر اظهارات یک تولیدکننده قالی عشایری، جایگزین شدن الیاف کارخانه‌ای و ماشینی وارداتی از هند (استرالیا و اروگوئه) به‌جای نخ‌های دست‌ریس، موجب افزایش سرعت بافنده در بافت قالی شد (محمدحسین قربانی، مصاحبه در آبان ۱۴۰۰). بافندگان برای سرعت‌بخشیدن به بافت، اتمام قالی و دریافت دست‌مزد و پذیرفتن سفارش جدید از الیاف کارخانه‌ای استقبال و استفاده کردند. هرچند در برخی موارد کیفیت ظاهری

پشم‌های وارداتی از کیفیت پشم‌های بومی و دستریس بالاتر بود، ولی این مرغوبیت فنی الیاف وارداتی به جهت مغایرت با مؤلفه‌های فنی و سنتی قالی‌های عشایر فارس، باعث به‌هم‌خوردن نظم و پیوستگی میان معیارهای فنی و بصری قالی‌های عشایری فارس شده‌است. در جدول (۳) نمونه‌های رنگی الیاف کارخانه‌ای و پشم‌های وارداتی مورد استفاده تولیدکنندگان در قالیبافی عشایر با مجموعه رنگ‌های مختلف ارائه شده‌اند.

جدول ۳: نمونه الیاف کارخانه‌ای و وارداتی مورد استفاده در بافت قالی‌های عشایری فارس (تصاویر از کارخانه رنگریزی گلستان)

ردیف	نمونه الیاف		
۱			
	الیاف وارداتی پشم گوسفند، نژاد اروگونه	نخ وارداتی، ویسکوز هندی	الیاف کارخانه‌ای، مرینوس پنج‌لا
۲			
	مجموعه رنگ‌های الیاف کارخانه‌ای، طیف رنگ‌های سرد	الیاف کارخانه‌ای، مخلوطی از کرک ایرانی و پشم خارجی	مجموعه رنگ‌های الیاف کارخانه‌ای، کرک اروگونه

۳-۶. نخ چله پنبه‌ای

قبل از تجاری و سفارشی شدن قالی‌های عشایری، بافندگان ایلی به‌دلیل در دسترس بودن پشم، قابلیت گرم‌زایی، استحکام، دوام و عدم دستیابی به سایر الیاف نظیر پنبه، جهت چله‌کشی از پشم گوسفندان استفاده می‌کردند. اما با تسهیل در ارتباط عشایر و روستاییان با شهر و شهرستان‌های مجاور، تأثیرپذیری از تولیدات شهری و ایجاد کارگاه‌های تولید قالی در مناطق قالیبافی استان فارس، بافندگان عشایر نیز از نخ چله پنبه‌ای در تولید قالی‌هایشان بهره بردند. نخ چله‌های پنبه‌ای در کارخانه‌های پنبه‌پاک‌کنی تولید و وارد بازار می‌شود. نخ چله از جنس پنبه به‌دلیل مقاومت و نداشتن قابلیت ارتجاعی، برای ساختار پایه‌ای در بافت قالی مناسب است. هنگامی که تارپود قالی از جنس پنبه باشد، نسبت به پشم، ساختار و قالب مقاوم‌تری ایجاد می‌کند و به‌دلیل ویژگی عدم تغییرشکل‌یافتگی دچار کجی نمی‌شود و بافتی منسجم، پیوسته و منظم را تشکیل می‌دهد، زیرا بهتر می‌تواند وزن نهایی قالی را تحمل کند. بافندگان ملزم هستند الیاف را بنابر معیار و قوانین سفارشی که از سوی تولیدکننده دریافت می‌نمایند، استفاده کنند (ثریا سلطانی، بافنده قالی، مصاحبه در مهر ۱۴۰۰). در جدول (۴) تصویری از چله‌کشی با الیاف پنبه و یک نمونه قالی عشایری نمایش داده شده که توسط بافندگان عشایر فارس در کارگاه تولید قالی در شهر مرودشت با نخ چله پنبه‌ای تولید شده‌است.

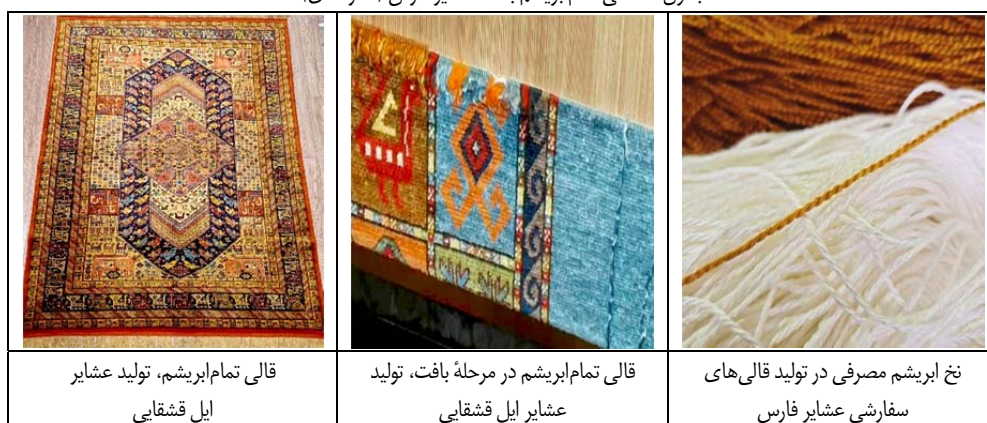
جدول ۴: نمونه چله‌کشی و قالی تولیدی با چله پنبه‌ای توسط عشایر فارس طبق سفارش تولیدکننده (نگارندگان)



۴-۶. الیاف ابریشم

در سال‌های اخیر در پی روند تجاری شدن قالی‌های عشایری و پذیرش بافت قالی‌های سفارشی و تجاری توسط بافندگان عشایر، استفاده از نخ ابریشم در تولید قالی‌های عشایری مرسوم و متداول شده است. «تولید فرش ابریشمی در بین خانوارهای روستایی به عنوان یک منبع درآمد مهم در نظر گرفته می‌شود که تولید آن عمدتاً برای بازار است تا خودمصرفی. بنابراین علایق بازار عامل تعیین‌کننده‌ای در خرید فرش و درآمد بافندگان روستایی است» (احمدی‌فرد و کریمی‌دهکردی، ۱۳۹۵: ۱۲۰). در دهه‌های اخیر قالی‌های ابریشمی تولیدشده توسط عشایر فارس، ضمن دارا بودن ارزش مالی و زیبایی، به دلیل درخشندگی، بافت نرم، استحکام، مقاومت و وجه تجملی آن‌ها، مورد توجه و مقبول خریداران و جامعه بازار قرار گرفته‌اند. در جدول (۵) یک نمونه قالی تمام ابریشم در مرحله بافت و یک قالی تمام ابریشم تولید عشایر ایل قشقایی در فیروزآباد براساس سفارش تولیدکننده نمایش داده شده است. الیاف ابریشم در قالی‌های عشایری به صورت چله ابریشم؛ گل ابریشم؛ چله‌وگل ابریشم و در نمونه‌های نفیس و تجملاتی به صورت تمام ابریشم مورد استفاده قرار می‌گیرند. زیرا استفاده از الیاف ابریشم، قابلیت و امکان فروش برخی قالی‌ها با نقشه‌های خاص را افزایش می‌دهد و طرفداران خاص خودش را در بازار دارد و بدین جهت، مورد استقبال تولیدکنندگان و بافندگان قالی قرار می‌گیرد. از طرفی تولیدکنندگان با در نظر گرفتن سود بالای فروش قالی‌های ابریشمی در پی افزایش میزان کارایی، سود و بهره‌وری هستند تا از قدرت و تسلط رقابت بیش‌تری در جامعه بازار برخوردار شوند و از سوی دیگر، بافندگان نیز به این دلیل که قالی‌های ظریف و ابریشمی دستمزد بیش‌تری دارند، با انگیزه سود بیش‌تر به بافت و تولید قالی‌های ابریشمی بنابر سفارش بازار ترغیب می‌شوند. هرچند که در گذشته تولید قالی‌های نفیس و ارزنده ابریشمی در نزد عشایر مرسوم و متداول نبوده، ولی امروزه بنابر احتیاجات و اقتضانات اقتصادی، خانوار عشایر هرگونه سفارش و درخواستی را از سوی جامعه بازار می‌پذیرند (راضیه قلی‌پور، بافنده قالی، مصاحبه در مهر ۱۴۰۰).

جدول ۵: قالی تمام ابریشم بافت عشایر فارس (نگارندگان)



۷. تأثیر تجاری شدن تولیدات بر الیاف مصرفی قالی عشایری فارس

تجاری شدن از جمله ابزارهای تهاجم مدرنیسم به نظم اجتماعی سنتی و سلسله مراتب ارزش‌ها و تمایزات است. روند تجاری شدن تولیدات عشایری فارس در دهه‌های اخیر به صورت شتابانی پیش رفته است. بافندگان ایل قشقایی از جمله اولین گروه از بافندگان بودند که تولیداتشان متأثر از جریانات صنعتی و تجاری وارد بازار شد، زیرا خوانین ایل قشقایی کارگاه‌های قالیبافی را در شهرستان فیروزآباد و سایر روستاهای هم‌جوار دایر کردند و بافندگان در این کارگاه‌های بزرگ و متمرکز، براساس معیارهای قالی شهری باف به کار قالیبافی مشغول شدند. با توجه به نفوذ عواملی هم چون جنبه تجاری به آثار تولیدی عشایر، چنین آثاری خصیصه منحصربه‌فرد بودنشان را از دست دادند و ضمن رد کردن ارزش و اعتبارهای سنتی اثر، تغییر و تحولات اساسی در جایگاه اجتماعی فرد قالیباف و عملکرد محصول هنری وی به وجود آمد.

بافندگان عشایر تا قبل از ظهور پدیده بازاری شدن آثار، جنبه غیرمادی، خلاقیت، ارزش و بهره‌گیری از منابع و مصالح بومی در اثر را بیش تر مورد توجه و سرلوحه کارشان قرار می‌دادند. ویژگی عوام‌پسندی و تجاری شدن انواع کالا در جامعه سبب شد تا آثار هنری نیز هم چون دیگر کالاها توسط واسطه‌ها و دلالتان هنری به منظور پاسخگویی به نیاز جامعه، به تولید انبوه و مورد تأیید و پسند بازار برسند. بدین جهت، تولید و تکثیر تعداد زیاد و در دسترس عموم قرار گرفتن آثار هنری، ناشی از تفکر تبدیل اثر هنری به کالا است. نفوذ و اعمال سلیقه بازار در زمینه فرهنگ و هنر بومی و منطقه‌ای، منجر به انحطاط هویت می‌شود که این امر برآمده از مداخله قوای اقتصادی در عرصه‌ای است که با آن پیوستگی و ارتباطی ندارد.

۷-۱. نفوذ سلیقه جامعه بازار در الیاف مصرفی

با رونق تولیدات سفارشی به صورت انبوه، فعالیت کارفرمایان، دلالتان و واسطه‌ها به همراه توزیع و ترویج استفاده از کلاف‌های کارخانه‌ای به جای نخ و پشم‌های دسترس، کیفیت تولید دستبافته‌های عشایری نظیر قالی تحت تأثیر خواست، نیاز و سلیقه مخاطب و جامعه بازار قرار گرفت. جایگزین شدن الیاف ماشینی و صنعتی به جای نخ‌های دسترس باعث افزایش سرعت بافنده در بافت شده است (محمدحسین قربانی، تولیدکننده قالی عشایری در مرودشت، مصاحبه در آبان ۱۴۰۰). استفاده از مواد اولیه مانند نخ چله پنبه، نخ مرینوس، نخ ابریشم و الیاف کارخانه‌ای در قالی‌های شهری باف موجود در بازار، رایج و مرسوم است. اما عشایر نیز به پیروی از شرایط حاکم بر تولید فرش‌های شهری، قالی‌های خود را با چنین مؤلفه‌هایی تولید می‌کنند که این امر به دلیل در اولویت قراردادن سلیقه مخاطب و بازار در بافت نقوش قالی، جهت تجاری شدن تولیدات عشایری و نفوذ عناصر جامعه صنعتی بر تولیدات قالی‌های عشایر صورت گرفته است.

۷-۲. نهادهای تولید قالی

امروزه نهادهای بخش خصوصی به عنوان کارآمدترین سرمایه‌گذاران و تولیدکنندگان قالی در استان فارس هستند اما در گذشته تعاونی فرش دستباف و کمیته امداد امام خمینی نیز در این راستا فعالیت می‌کردند. عواملی نظیر دریافت سود تولید و دستمزد قالیبافی توسط بافنده و از طرفی دریافت پیش‌پرداخت در هنگام بافت، سبب شده تا افراد بافنده تمایل بیش تری جهت ادامه همکاری با نهادها و تولیدکنندگان بخش خصوصی داشته باشند. لازم به ذکر است که تهیه مواد اولیه اعم از رنگرزی و تهیه الیاف از سوی نهادهای بخش خصوصی به شکل سنتی صورت نمی‌گیرد. درواقع الیاف از نوع کارخانه‌ای تهیه می‌شوند و شیوه رنگرزی نیز به صورت صنعتی و به روش شیمیایی صورت می‌گیرد. روش دیگری که در امر تولید قالی از سوی تولیدکنندگان رواج دارد، روش شراکتی و امانی است. در روش شراکتی که فقط برای بافت قالی‌های نفیس و ظریف انجام می‌شود، مواد اولیه نظیر الیاف ماشینی از سوی کارفرما تأمین می‌شوند. در روش امانی نیز تولیدکننده، مواد اولیه موردپسند بازار و سفارش دهندگان را به صورت امانی در اختیار بافندگان قرار می‌دهد و بافنده ملزم است محصول تولیدی را پس از اتمام بافت به تولیدکننده تحویل دهد (علی قیاسی، تولیدکننده قالی‌های عشایری در شیراز، مصاحبه در آبان ۱۴۰۰).

۷-۳. شیوه‌های تولید کارفرمایی

در سال‌های اخیر تولید قالی‌های عشایری در استان فارس به صورت تولیدات سفارشی و با مدیریت متمرکز توسط کارفرما صورت می‌گیرد. در نظام کارفرمایی، کلیه مواد اولیه، نقشه و ابزار از سوی کارفرما تأمین می‌شوند و بافنده صرفاً دستمزد بافت را دریافت می‌نماید. شیوه قالیبافی

عشایر در نظام کارفرمایی سبب تغییر در مؤلفه‌های فنی و بصری قالی‌های عشایری می‌شود، زیرا بافنده ملزم است بنا بر خواست و دستور کارفرما قالی را تولید کند و عملاً بافنده حق هیچ‌گونه اظهارنظر و اعمال سلیقه‌ای در استفاده از مواد اولیه و روند تولید قالی نخواهد داشت. چنین شرایطی، تبعاتی هم‌چون رواج نقوش غیربومی، بافت ظریف، رنگ‌های خام و روشن و استفاده از الیاف کارخانه‌ای و ارزان را در پی دارد که موارد مزبور امروزه از جمله ویژگی‌های قالی‌های نوین تولید عشایر در بازار هستند. تولیدکنندگان آثار فرهنگی و هنری مدرن دو رویکرد متفاوت دارند: گروهی از تولیدکنندگان در پی حفاظت از عرصه فرهنگی و هنری شاخص و سرآمد هستند و گروهی دیگر بازار را هم‌چون ابزاری برای حمایت و ترویج آثارشان محسوب کرده و از فرصتی که بازار در اختیارشان قرار می‌دهد، جهت سود و منفعت خویش استفاده می‌کنند. در سال‌های اخیر غالباً تولیدکنندگان قالی‌های عشایری فارس با ویژگی بازارمحوری، از گروه دوم تشکیل شده‌اند. تولیدکنندگان با چنین رویکردی در صدد سلب ویژگی‌های ممتاز و منحصر به فرد قالی عشایری در راستای سود و منفعتشان در بازار هستند، لذا فعالیت آن‌ها به جهت استفاده ابزاری از قالی عشایری در بازار، تهدیدی جدی برای جایگاه قالی فارس به حساب می‌آید.

۴-۷. شیوه‌های تولید خویش‌فرمایی

در گذشته بافنده با توجه به خلاقیت و افکار خویش به صورت ذهنی نقوش را روی قالی پیاده می‌کرد، از پشم گوسفندان بومی منطقه جهت الیاف قالی استفاده می‌نمود و هرگز دغدغه جلب رضایت و سلیقه غیر را نداشت. اما امروزه با روند بازاری شدن تولیدات عشایری، برخی بافندگان عشایر شیوه کارفرمایی را نپذیرفته‌اند و با روش خویش‌فرمایی، شخص بافنده جهت تهیه مواد اولیه قالی به صورت مستقیم و بدون حضور دلال و کارفرما اقدام می‌کند و با مراجعه به مراکز خرید و فروش قالی در شهر و شهرستان‌های مجاور یا اتحادیه فروش دستباف روستایی، نقشه و الیاف مصرفی قالی را سفارش می‌دهد. بافنده با اولویت قراردادن سلیقه و نیاز مشتری، شخصاً در جهت تهیه نقشه‌های بازارپسند و انواع الیاف مصرفی رایج در بازارهای شهر اقدام می‌نماید تا محصول تولیدی، برحسب نیاز و سلیقه خریدار و مشتری باشد، زیرا در نظر گرفتن سلیقه و جلب رضایت مشتری، تقاضا نسبت به محصول تولیدی آن‌ها افزایش می‌یابد. این امر موجب توسعه و رونق محصولشان در بازار می‌شود و در پی آن، به درآمد مطلوبی خواهند رسید.

۵-۷. غیربومی شدن تولیدات

برخی از قالی‌های عشایری در استان فارس به صورت غیربومی تولید می‌شوند. تعداد زیادی از تولیدکنندگان قالی‌های عشایری فارس در استان‌های تهران، خراسان رضوی، خراسان جنوبی، خراسان شمالی و منطقه ترکمن صحرا ساکن هستند و انواع الیاف نظیر نخ، ابریشم، پشم و حتی نقشه را از همان منطقه تولید می‌کنند و برای بافندگان عشایر ساکن فارس ارسال می‌نمایند. بنابراین تفاوت در نوع مواد مصرفی اعم از نخ، پشم و ابریشم، رنگ‌آمیزی نقشه و انتخاب رنگ الیاف براساس سلیقه، اقلیم و مؤلفه‌های منطقه‌ای تولیدکنندگان تأمین می‌شود (مسعود الهیاری، تولیدکننده قالی عشایری در استان خراسان رضوی، مصاحبه در آبان ۱۴۰۰). لذا چنین قالی‌هایی از هویت قالی‌های اصیل و سنتی عشایری فارس به دور هستند و بافنده عشایر فارس در تولید چنین قالی‌هایی، صرفاً مانند یک دستگاه بافندگی عمل می‌کند اما در نهایت، محصول تولیدی با نام قالی عشایری فارس وارد بازار می‌شود. در جدول (۶) تصاویر قالی‌های تمام ابریشم دورو با دو نقشه متمایز از هم ارائه شده که توسط بافندگان قشقایی ساکن در حومه شیراز بافته شده‌اند. چنین قالی‌هایی صرفاً بنا بر سفارش تولیدکننده بافته می‌شوند زیرا در سال‌های اخیر در پی روند تجاری شدن قالی‌های عشایری و پذیرش بافت قالی‌های سفارشی و تجاری توسط بافندگان عشایر، استفاده از نخ ابریشم در تولید قالی‌های عشایری، مرسوم و متداول شده است. غالباً قالی‌های ابریشمی با نقشه‌های عشایری فارس موجود در بازار به صورت گل ابریشم، چله ابریشم، تمام ابریشم و در نمونه‌های بسیار نفیس آن به صورت دوروی تمام ابریشم، بنا بر سفارش تولیدکنندگان استان خراسان رضوی (شهر مشهد) با مؤلفه‌های غیربومی توسط عشایر فارس بافته می‌شوند.

جدول ۶: قالیچه عشایر باف دورو ابریشم (نگارندگان)



۸. نتیجه گیری

در پژوهش حاضر، بازاری شدن قالی های عشایری فارس و به عبارتی کالاشدگی آن ها در پی اولویت یافتن نیازهای مصرف کنندگان و لزوم تن دادن به الزامات تولید انبوه و تجاری در انتخاب نوع و کیفیت مواد مصرفی قالی ها با استفاده از رویکرد انتقادی مکتب فرانکفورت به پدیده بازاری شدن به بحث گذاشته شد. هدف نهایی مکتب انتقادی، بیان و آشکارسازی دقیق تر ماهیت جامعه و انتقاد از نظام های گوناگون سلطه گر و قدرتمند جامعه است. از این روی، با بهره گیری از رویکرد نظریه انتقادی، تبعات نفوذ قدرت و جامعه صنعتی بر تولید قالی های عشایری بررسی و شناسایی شدند. در دهه های اخیر با اسکان اجباری عشایر، قالیبافی برای عشایر یک ضرورت و نیاز اقتصادی محسوب شده و در تلاش برای رسیدن به سود و درآمد بیش تر، تولیدات قالی عشایر با هدف تولید تجاری شکل جدیدی به خود گرفتند. تأثیرپذیری تولیدات عشایر از عواملی هم چون نفوذ نظام سرمایه داری، رواج مصرف گرایی، تجاری شدن تولیدات عشایری و ارتباط با شهر، موجب شد عشایر با اولویت قراردادن سلیقه مخاطب و نیاز جامعه بازار، بافت قالی هایی با سبک نوین را آغاز کنند. با تغییر در سبک زندگی عشایر به صورت یکجانشینی و همجواری با شهرستان ها و در پی آن، نفوذ عوامل جامعه صنعتی، بازاری و تجاری، عواقب و تبعات شایان توجهی در عناصر و مؤلفه های تولیدات قالی عشایری منطقه پدید آمد. بافندگان نیز به جهت کسب درآمد، ناگزیر به تولید قالی هایی مطابق سلیقه مشتریان و معیارهای بازارپسند روی آوردند که این جریان در جهت تجاری شدن تولیدات عشایری صورت گرفته است. پدیده بازاری شدن در مواد مصرفی قالی های عشایری نیز تبعات جبران ناپذیری به دنبال داشت، از جمله استفاده از الیاف ماشینی که مخلوطی از پشم های مختلف و دباغی بودند و عمدتاً کیفیت مطلوب و مناسبی نداشتند و نیز استفاده از الیاف ابریشم در جهت خواسته و سلیقه بازار که به دنبال قالی های ظریف، نفیس و ریزبافت هستند. بافندگان این قالی ها از روش های سنتی تولید چشم پوشی کرده و قالی هایی با نقشه و طرح ریزبافت، بازارپسند و با رچ شمار بالا تولید کردند. چنین تحولاتی در مؤلفه های فنی قالی ها بر اثر تجاری شدن و بازاری شدن قالی های عشایری رخ داد. از نظر اعضای مکتب انتقادی فرانکفورت، علم و تکنولوژی به ابزاری در خدمت نظام سرمایه داری حاکم درآمده تا به وسیله آن قدرت های جهانی بتوانند اعتقادات و افکار خود را در قالب فرهنگ و هنر تحکیم بخشند و توده های مردم را پیرو اهداف خود نمایند. در جهت چنین هدفی، استفاده از ابزارهای تکنولوژی، به نظام سرمایه داری کمک شایان توجهی می کند تا به طور مطلق و کامل، عرصه ناخودآگاه و خودآگاه افراد را تحت کنترل و نظارت خویش درآورد. با ورود تکنولوژی از طریق کارخانه های نخریسی و تولید الیاف صنعتی به حوزه قالیبافی عشایر، سهولت استفاده از الیاف کارخانه ای و از طرفی جایگزین شدن الیاف ماشینی به جای نخ های دستریس، موجب افزایش سرعت بافنده در بافت قالی شد و در پی این امر، بافندگان به دلیل زمان بردن فرایند نخریسی و دشواری در تهیه پشم دستریس که تهیه آن برای عشایر غالباً با هزینه و مشقت زیادی همراه بود، تمایل کمتری به استفاده از الیاف طبیعی و نخ های دستریس پیدا کردند. بدین جهت بافندگان برای تسریع در بافت قالی و هرچه سریع تر به اتمام رساندن قالی، دریافت دستمزد و پذیرفتن سفارش جدید از الیاف کارخانه ای استقبال و از آن ها استفاده کردند. چنین تحولاتی در مؤلفه های فنی قالی عشایری فارس از تبعات نفوذ جامعه صنعتی و

روند بازاری شدن قالی‌های عشایری است و در نهایت، این عوامل موجب کاهش کیفیت قالی‌ها می‌شوند. نظام سرمایه‌داری به کمک صنعت فرهنگ‌سازی، سعی دارد تا محصولات فرهنگی و هنری را در حد یک کالا تنزل دهد تا صرفاً برای توزیع و کسب سرمایه تولید شوند. در چنین شرایطی که نظام سرمایه‌داری هر چیزی را به کالا تبدیل می‌کند، آثار هنری نیز با هویت و مشخصه‌های فرهنگی متفاوت، از مقوله کالایی شدن و بازاری شدن مستثنی نیستند. بنابراین قلمرویی که در آن همه چیز تحت منطق بازار، به مثابه نوعی کالا به‌شمار می‌رود، حوزه‌هایی مانند هنرهای بومی، منطقه‌ای و تولیدات قالی عشایری نیز مؤلفه‌های فرهنگی، هویتی و هنری خود را از دست داده و به‌منزله کالایی مصرفی جهت خرید و فروش محسوب می‌شوند. از طرفی توجه به قابلیت‌های یادشده قالی‌های عشایری استان فارس، ضرورت برخورد عالمانه با پدیده بازاری شدن را به‌عنوان واقعیتی فراگیر آشکار مینماید، زیرا مواجهه توأم با شناخت علمی و مبتنی بر عقلانیت با این پدیده می‌تواند علاوه بر شناخت آسیب‌ها و تهدیدها، به بهره‌گیری از فرصت‌های نوظهور برآمده از پدیده بازاری شدن نیز منجر شود. پرداختن به این فرصت‌های نوظهور در ارتباط با هنرهای سنتی و قالی‌های عشایری می‌تواند دستمایه پژوهش‌های آتی قرار گیرد.

پی‌نوشت‌ها

1. Max Horkheimer
2. Theodor Ludwig Wiesengrund Adorno

منابع

- ابراهیمی مینق، جعفر، امیری، محمد، و عامری، مهدی. (۱۳۸۷). مکتب فرانکفورت و نظریه انتقادی (آراء و نظریه‌ها). پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، ۴(۲)، ۶۵-۸۶.
- احمدی فرد، الهام، و کرمی دهکردی، اسماعیل. (۱۳۹۵). دسترسی بافندگان فرش روستایی به نقشه فرش ابریشمی: مطالعه موردی در شهرستان زنجان. دوفصلنامه گلجام، ۱۲(۲۹)، ۱۱۹-۱۴۰. doi: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3
- افروغ، محمد. (۱۳۹۴). اقتصاد خلاق و کارآفرینی بومی هنر در دستبافته‌های عشایری (قشقایی). همایش ملی فرش دستباف خراسان جنوبی دانشگاه بیرجند.
- افروغ، محمد، و قشقایی فر، فتحعلی. (۱۳۹۷). پژوهشی در انواع فنون بافت دستبافته‌های قشقایی. دانش‌های بومی ایران، ۵(۱۰)، ۱۵۱-۱۸۵. doi: 10.22054/qjik.2019.37184.1126.۱۸۵
- دانشگر، احمد. (۱۳۷۶). فرهنگ جامع فرش یادواره (دانشنامه ایران). تهران: انتشارات یادواره اسدی.
- رحمانی، اشکان، و مقنی‌پور، مجیدرضا. (۱۳۹۸). بررسی وضعیت قالی‌بافی شهرستان فیروزآباد در ده سال اخیر با تأکید بر تحولات شیوه‌های انتقال طرح و نقش بر روی قالی. دوفصلنامه گلجام، ۱۵(۳۵)، ۲۳-۵. doi: 20.1001.1.20082738.1398.15.35.9.9
- رحمانی، اشکان، و آشوری، محمد. (۱۳۸۵). بررسی تکنیک بافت دستبافته‌های عشایر فارس بافته‌های منسوخ شده. دوفصلنامه گلجام، ۲(۵-۴)، ۷۵-۸۶.
- سجودی، فرزانه، و تاکی، شادی. (۱۳۹۲). گبه‌های سفارشی، پدیده‌ای چند فرهنگی. جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، ۵(۱۰)، ۲۰۵-۲۲۰. doi: 10.22059/jsal.2013.51460
- قانی، افسانه. (۱۳۹۰). نقش مایه طاووس در دستبافته‌های گلیمی اقوام شاهسون و قشقایی. دوفصلنامه گلجام، ۷(۲۰)، ۷-۲۰. doi: 20.1001.1.20082738.1390.7.20.2.6
- کفشچی‌ان مقدم، اصغر، شایگان‌فر، نادر، و باقری‌لری، محمدرضا. (۱۳۹۷). اثر هنری به‌مثابه کالای هنری در مواجهه با امر تکنولوژیک. فصلنامه هنرهای زیبا-هنرهای تجسمی، ۲۳(۴): ۲۱-۲۸. doi: 10.22059/jfava.2017.220092.665560
- کمالی دولت‌آبادی، مهدی. (۱۳۷۹). تحقیق پیرامون آسیب‌های وارده از مصرف الیاف مصنوعی در فرش دستباف (با تأکید بر چله) تهران و آذربایجان شرقی. طرح پژوهشی، مرکز ملی فرش ایران.
- کیانی، منوچهر. (۱۳۷۷). کوچ با عشق شقایق. شیراز: انتشارات کیان نشر.

مصلح، علی اصغر، و گل یار، لیلا. (۱۳۸۸). نظریه انتقادی فرانکفورت و نقد فرهنگ جدید. پژوهش های فلسفی (نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تبریز)، ۵۲ (۲۱۴)، ۱۳۶-۱۴۸.

میرزایی، عبدالله. (۱۳۹۵). ساخت یابی عوامل مؤثر در شکل گیری مؤلفه های سبکی قالی های معاصر تبریز (رساله دکتری منتشر نشده). دانشگاه هنر اسلامی تبریز، تبریز، ایران.

----- (۱۳۹۸). تأثیر جهانی شدن بر مؤلفه های هویتی قالی های معاصر تبریز. باغ نظر، ۱۶ (۷۲)، ۳۳-۴۰.

doi: 10.22034/bagh.2019.87460

References

- Ahmadifard, E., & Karamidehkordi, E. (2016) Rural Carpet Weavers' Access to Silk Carpet Designs : A Case Study in the Zanjan Township. *Goljaam*, 12 (29), 119-140. dor : 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3. [In Persian].
- Afrough, M. (2015). Creative economy and native entrepreneurship of art in nomadic (Qashqai) handwovens with an emphasis on Qashqai carpets. *South Khorasan Handwoven Carpet National Conference (Birjand University)*. [In Persian].
- Afrough, M., & Ghashghaeif, F. (2018). Research in types of weave techniques Qashqai woven. *Indigenous knowledge*, 5 (10), 185-151. doi : 10.22054/qjik.2019.37184.1126. [In Persian].
- Bagherilori, M., Shayganfar, N., & Kafshchian Moghadam, A. (2018). Art as commodity in the face of the technological work. *Journal of fine arts: visual arts*, 23 (4), 28-21. doi : 10.22059/jfava.2017.220092.665560. [In Persian].
- Ebrahimi Minq, J., Amiri, M., & Amiri, M. (2009). Frankfurt School and Critical Theory (opinions and theories). *Journal of Sociological Researches. Journal of Sociological Researches*, 1 (4), 65-86. [In Persian].
- Ghani, A. (2012). Peacock Motifs on Hand-woven Kilims of Qashqai and Shabsavan Tribes. *Goljaam*, 7 (20), 7-20. dor : 20.1001.1.20082738.1390.7.20.2.6. [In Persian].
- Kamali Dolatabadi, M. (2000). Research on the damage caused by the consumption of synthetic fibers in hand-woven carpets (with emphasis on cheleh) in Tehran and East Azerbaijan. *Research project, National Carpet Center of Iran*. [In Persian].
- Kayany, M. (1998). Departing for the love of anemone art in qashgai tribe. Shiraz: Kian Publications. [In Persian].
- Mirzaei, A. (2019). Effect of Globalization on Identity Components of Contemporary Rugs of Tabriz. *Journal of Baghe Nazar*, 16 (72), 40-33. doi : 10.22034/bagh.2019.87460. [In Persian].
- . (2016). Finding effective factors in the formation of stylistic components of contemporary carpets of Tabriz. *Doctoral dissertation*, Islamic Art University Tabriz. [In Persian].
- Mosleh, AA., & Golyar, I. (2010). Frankfurt School's critical theory and a critique of modern culture. *Journal of Philosophical Investigations*, 52 (214), 135-148. [In Persian].
- Sojoodi, F., & Taki, Sh. (2013). Ordered Gabbehs; A Multicultural Text. *Sociology of Art and Literature*, 5 (2), 220-205. doi : 10.22059/jsal.2013.51460. [In Persian].
- Rahmani, A., & Ashoori, M. T. (2007). A Study of Weaving Techniques in Fars Tribes Woven Artifacts. *Goljaam*, 2 (4 & 5), 75-86. [In Persian].
- Rahmani, A., & Moghanipour, M. R. (2019). The Study of the Status of Carpet weaving in Firoozabad City in the Last Ten Years; Emphasizing the Changes in the Way of Design and Motifs Transfer on Carpet. *Goljaam*, 15 (35), 5-23. dor : 20.1001.1.20082738.1398.15.35.9.9. [In Persian].

The Pathology of Fars's Nomadic Carpet Production with an Emphasis on Consumed Fibers

Fatemeh Bagherizadeh

PhD Student of Islamic Art, Handicrafts Department, Isfahan Art University, Isfahan, Iran.
f.bagherizadeh@au.ac.ir

Abdullah Mirzaei

Associate Professor, Carpet Department, Islamic Art University of Tabriz, Tabriz, Iran. (Corresponding Author)
a.mirzaei@tabriziau.ac.ir

Received: 11/12/2023

Accepted: 09/02/2024

Introduction

Developing the culture of using indigenous arts can reproduce cultural concepts and have an aesthetic impact on people's lives. The creation and consumption of indigenous artworks depict artistic identity and cultural legacy. That is why carpet production is the most important nomadic art for sustaining authenticity, local culture, and customs in some areas. The craft of carpet weaving in each region of Iran is a part of cultural heritage and ancestral and traditional culture. Fars's nomadic carpets are among Iran's most important nomadic items, representing nomads' identity, culture, and indigenous, practical arts. In recent years, the influence of market's tastes and standards has had a considerable impact on Fars's nomadic carpet-production process. The main concern in this study is the separation of Fars's nomadic carpets from their cultural and indigenous characteristics as a result of market situation, and its main objective is to identify the factors affecting the persona and cultural changes in the consumed fibers of these nomadic carpets.

Research Method

The present study used a descriptive-analytical approach. The information gathered through library sources and qualitative interviews with key informants. The research's statistical population consists of 50 carpet samples woven in the nomadic geography of Fars province. These carpets were picked in a targeted manner with maximum available sampling and investigated by the research topics. The planned selection of samples was motivated by the desire to observe the effects of marketing elements on the raw materials of carpets. The specimens were chosen according to comprehensive field investigations conducted in Fars province at carpet-weaving workshops, nomadic carpet weaving sites, and carpet sales markets. Qualitative research interviews were carried out with key respondents and Persian nomadic carpet experts. The research's statistical population comprised the carpets made based on the market's taste, criteria, and order. The provision of consumed fibers was also determined based on the employer's and producer's tastes.

Research Findings

In the present research the critical approach of the Frankfurt school was used to focus on the marketing of Fars's nomadic carpets and investigate its submission to consumers' needs and to the requirements of mass production in choosing the type and quality of consumables for carpets. To this end, marketization was discussed. The impact of power and industrial society on the creation of nomadic carpets was researched and identified using a critical theory method. With the forced

صناعات
هنرهای ایران

دوفصلنامه علمی هنرهای صناعی ایران

سال ششم، شماره ۲، پیاپی ۱۱

پاییز و زمستان ۱۴۰۲

۳۳۳

relocation of nomads in recent decades, carpet weaving seems to become an economic necessity for the nomads. To increase their profits and incomes, nomad carpet manufacturers have taken on a new shape aimed at commercial production. The nomadic productions were affected by factors such as the capitalist system, the spread of consumerism, the commercialization of nomadic products, and the connection to the city. These situations caused the nomads to prioritize the taste of audience the needs of market. Thus, the carpet texture began to adopt a new style. With changes in the nomads' lifestyle in the form of settlement and neighborhoods with cities as well as with the influence of industrial, market, and commercial factors, significant results emerged in the elements and components of the region's nomadic carpet products. To earn money, weavers ultimately shifted to producing carpets oriented towards client's preferences and market-friendly criteria. This shift led to the commercialization of nomadic handicrafts. With the settlement of the nomads and the low cost of ready-made factory and machine skeins, they swiftly replaced industrial fibers with hand-spun wool. In recent decades, nomadic weavers have frequently produced carpets from industrial wool. Among the issues that caused the introduction of industrial fibers into nomadic carpet weaving, one can name the difficulty of acquiring hand-spun wool (which was typically involved a lot of cost and work for the nomads). He emphasized the duration of the spinning process as well as the impact of industrial and urban society components on nomadic carpet production. The nomad weavers employed cotton Beam yarn in the creation of carpets. The alteration in nomadic carpet manufacturing methods was resulted as an outcome of the nomads' interaction with the urban setting, their monitoring of urban productions, and the preferences of their producers. Silk thread is commonly utilized in the weaving of nomadic carpets. Silk carpet manufacture is seen as a major source of revenue among households in the countryside. Most of it is produced for the market rather than for personal consumption. According to what is expected, economic factors influence the choice of carpets and the incomes of countryside weavers.

Conclusion

Merchandising the products of Fars's nomadic carpets had severe implications. The use of automated fibers, as a blend of different types of silk fibers and low-quality wool tanned, was to meet the market's demands for delicate, exquisite, and skillfully woven carpets. The weavers of these carpets eschewed traditional production processes. It created carpets with a nicely woven and marketable pattern. Such alterations in carpet technical components were raised as a result of nomadic carpet commercialization and marketing. With the entrance of technology through spinning factories and the manufacture of industrial fibers into the domain of nomadic carpet weaving, the convenience of using factory fibers and machine fibers instead of hand-spun threads boosted the weaver's speed. Weavers were less likely to employ natural fibers and hand-spun yarns due to the time-consuming process of spinning and the difficulty in preparing hand-spun wool, mostly connected with tremendous expense and issues for nomads. As expected, producers adopted and utilized factory fibers to speed up the carpet weaving process, complete the carpet, collect wages, and take orders. Such developments in the technical components of Fars's nomadic carpets are the result of industrial society and the commercialization of nomadic carpets, which, in turn, have diminished carpet quality. The capitalist structure, with the support of the field of culture, attempts to degrade cultural and creative products to the status of commodities, producing them simply for distribution and capital acquisition. When the capitalist system transforms everything into products, artworks with different cultural backgrounds and features are not excluded from the commodification and marketization process. As a result, in the realm where everything under market logic is considered a commodity, areas such as indigenous regional arts, and nomadic carpet products derive their cultural identity and artistic components from being given and considered commodities for consumption.

Keywords: nomadic carpets, Fars province, fibers, marketing, cultural studies.