

The Hajji Baba Club and its Influence on Oriental Carpet Studies in New York: A Study in the Social History of Art (1932–1959)

Davood Shadlou*

Abstract

Until the mid-19th century, Oriental carpets remained relatively unfamiliar in the United States due to limited availability. However, following World War I, the expansion of American infrastructure facilitated increased imports, which in turn heightened demand for these carpets. It was within this context that the Hajji Baba Club was founded in New York in 1932.

This study examines the role of the Hajji Baba Club in establishing Oriental carpet studies as a recognized scholarly field in the United States. It addresses two central questions: How did the club emerge within the socio-cultural landscape of the early twentieth century? And what influence did it exert on the scholarly study and collecting of Oriental carpets?

Employing a social-historical framework and qualitative methodology, this research draws on archival materials and library resources. The findings suggest that the Hajji Baba Club played a pivotal role in shaping systematic scholarship and serious collecting practices. Founded during a downturn in the commercial carpet market, the club responded to a growing cultural and artistic interest in carpets. By bridging commercial and academic interests, it fostered deeper inquiry into rural and tribal carpets and, through exhibitions, publications, and expert collaboration, significantly contributed to the recognition of carpets.

* Assistant Professor, Department of Carpet, Faculty of Applied Arts, Shiraz University of Arts, Shiraz, Iran,
shadloudavood@shirazartu.ac.ir

Date received: 15/02/2025, Date of acceptance: 31/08/2025



Keywords: Hajji Baba Club, Oriental Carpet, Collecting, Carpet Studies, New York.

Introduction

Until the nineteenth century, Eastern carpets attracted little attention in the United States. Most floor coverings were factory-made imports from Britain. Because of their high cost, Eastern carpets were luxury items used mainly for decorative purposes by the aristocracy. In the late nineteenth century, however, the economic growth of the Second Industrial Revolution created a new class of American consumers with greater purchasing power and access to luxury goods, including Eastern carpets. At the same time, multinational companies began investing in Iran, Turkey, and India, initiating mass production of carpets. Improved transportation and commercial exchange facilitated their entry into the U.S. market, while international exhibitions and Islamic art showcases further introduced these textiles to wider audiences.

World War I (1914–1918) shifted financial and human capital from Europe to the United States, making it one of the main centers of demand for Eastern carpets. Alongside consumers, collectors and scholars also became interested in these textiles. The market flourished until the 1929 stock market crash and the Great Depression, which severely disrupted trade. In response, a group of carpet experts and collectors in New York founded the Hajji Baba Club in 1932. From the beginning, the club emphasized not only collecting and decorative use but also scholarly inquiry, classification, and evaluation.

This study examines the influence of the Hajji Baba Club on the academic study of Eastern carpets in the United States, focusing on New York. The main research question is: how did the club emerge within the sociocultural context of early twentieth-century America, and what role did it play in transforming the study and collecting of Eastern carpets?

The investigation is significant due to the lack of Persian-language scholarship on the Hajji Baba Club. Existing studies in English and other languages have mainly addressed its history or described collections without analyzing the sociocultural motivations behind its formation

Materials and Methods

This research adopts a social history approach and qualitative data analysis. Sources include library and archival research, with note-taking as the principal method of

data collection. The study focuses on the period between the club's founding in 1932 and the death of its founder in 1959, years crucial for its institutional development.

Discussion & Result

The findings show that the Hajji Baba Club, founded in New York in 1932, played a pivotal role in developing carpet scholarship and collecting practices in the United States. The club emerged during the economic depression, when the commercial carpet market was in decline, but scholarly and collecting interest was rising. Its establishment marked a turning point in U.S. carpet studies by bridging enthusiasts, collectors, and academics within a structured environment.

At the time, the American carpet market had two dominant orientations: a commercial approach centered on trade and a scholarly one emphasizing systematic analysis and classification from artistic and cultural perspectives. The Hajji Baba Club successfully integrated these tendencies.

One of its most notable achievements was promoting appreciation of rural and nomadic carpets. Earlier collectors focused on historical court carpets, but members of the Hajji Baba Club valued the aesthetic and cultural importance of tribal rugs. By studying these textiles, they gained deeper insights into local weaving traditions and indigenous motifs.

The club also contributed to the documentation and classification of Eastern carpets in the United States. Prominent scholars such as Arthur Upham Pope, May H. Beattie, Charles Grant Ellis, and Richard Ettinghausen analyzed design, color, weaving techniques, and regional distributions. These studies established Eastern carpets as subjects of cultural and artistic research rather than mere commercial commodities.

Although primarily scholarly, the club also influenced the American carpet market. Many members were prominent collectors who set standards for collecting and introduced scientific methods of assessment. These efforts heightened awareness of authenticity, weaving technique, and material quality, ultimately improving collecting practices.

In sum, the Hajji Baba Club provided a platform that linked scholarship, collecting, and the marketplace. It fostered intellectual engagement, established criteria for evaluation, and encouraged the recognition of carpets as cultural artifacts worthy of academic study.

Conclusion

The Hajji Baba Club's legacy rests in its dual contribution to scholarship and collecting. It elevated tribal and nomadic carpets to the level of serious study, documented and classified Eastern rugs with scientific rigor, and influenced the American market by setting new standards for authenticity and quality. By creating a bridge between scholarship, collecting, and commerce, the club transformed the perception of Eastern carpets in the United States.

Thus, the Hajji Baba Club was not only a social association of collectors but also an institution that shaped the intellectual and cultural history of carpet studies in America during the mid-twentieth century.

Bibliography

- Allan Poe, E. (1840): "The Philosophy of Furniture". *Burton's Gentleman's Magazine*. Vol. 6.
- Bāssām, Jallāl-al-Dīn. (2013): *Oriental Carpet Lexicon*. Tehran: Ministry of Science Research and Technology and Iran Encyclopedia Compiling Foundation. [In Persian].
- Bulkley, R. J. and Maloney, R. (1939): "Hajji Baba". *The New Yorker*. Vol: February 25.
- Dilley, A. U. (1932), "Clio's Scrolls". New York: in the Hajji Baba Club Archives.
- Ellwanger, W. D. (1909): *The Oriental Rug*. New York: Dodd Mead & Company.
- Farnham, T. J & Thompson, J. (2008): *Timbuktu to Tibet: Exotic Rugs & Textiles from New York Collectors*. New York: Worldwide Hajji Baba, Inc.
- Foster, O. O. (1966): *Fine Arts, Including Folly: A History of the Hajji Baba Club (1932-1960)*. New York: Hajji Baba Club.
- Kadoi, Y. (2013): A Loan Exhibition of Early Oriental Carpets, Chicago 1926. In: *The Shaping of Persian Art: Collections and Interpretations of the Art of Islamic Iran and Central Asia*. Edited by Yuka Kadoi and Iván Szántó. Newcastle-upon-Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Pickering, W. R & Yohe, R.S (1977): "Don't Forget to Smell the Flowers Along the Way" Portraits of Joseph V. McMullin and "The Second Day of Ramadan, New York: Near Eastern Art Research.
- Seif, Ahmad. (2013): "The Carpet Trade and the Iranian Economy, 1870-1906," translated by Māryam Sāfāri. *Torreh*, No. 3. [In Persian].
- Stone, P. F. (2013): *Oriental Rugs: An Illustrated Lexicon of Motifs, Materials, and Origins*. Tokyo, Rutland, Vermont, Singapore: Tuttle Publishing.
- Šādlou, Dāvood and Šhīrāzī, Alī Asghār. (2017): The orientalist's approaches in historiography of the Iranian carpet between 1850 and 1950, and, finding their faults. *Goljam*, No. 13(32). [In Persian].
- Unknown Author. (1893): *Official Catalogue of Exhibits; World's Columbian Exposition*. Chicago: W.B. Conkey Co.

201 Abstract

Valentiner, W. R. (1910): Catalogue of a Loan Exhibition of Early Oriental Rugs. New York: The Metropolitan Museum of Art.

Walker, D. S. (1982): Oriental Rugs of the Hajji Babas. London: Thames & Hudson Ltd.

Wesley T. (1970): The Elegant Auctioneers, New York: Farrar Straus & Giroux.

URL1: www.claremontrug.com.

باشگاه حاجی بابا و تأثیر آن بر مطالعات فرش‌های شرقی در نیویورک:

مطالعه‌ای در تاریخ اجتماعی هنر (۱۹۳۲-۱۹۵۹م)^۱

داود شادلو*

چکیده

تا اواسط سده نوزدهم میلادی، فرش‌های شرقی در ایالات متحده به سبب عرضه محدود شناخته شده نبودند، اما توسعه زیرساخت‌های آمریکا، به‌ویژه پس از جنگ جهانی اول، واردات سپس تقاضا برای فرش را افزایش داد. در همین دوران، باشگاه حاجی بابا (۱۹۳۲م) در نیویورک تأسیس شد. هدف این پژوهش، شناسایی نقش این باشگاه در نهادهای سازی مطالعات علمی بر فرش‌های شرقی در ایالات متحده است. نگارنده کوشیده است به این پرسش پاسخ دهد: باشگاه حاجی بابا چگونه در بستر شرایط اجتماعی اوایل سده بیستم میلادی شکل گرفت و چه نقشی در تحول مطالعات علمی و مجموعه‌داری فرش‌های شرقی در آمریکا بازی کرد؟ پژوهش با رویکرد تاریخ اجتماعی و شیوه تحلیل کیفی با اتکا به اسناد و داده‌های کتابخانه‌ای به سرانجام رسیده است. نتایج نشان می‌دهد، باشگاه حاجی بابا، نقشی برجسته در شکل‌گیری مطالعات نظام‌مند و مجموعه‌داری علمی فرش‌های شرقی بازی کرد. حاجی بابا در دورانی تأسیس شد که بازار فرش گرفتار رکود، اما علاقه به ابعاد فرهنگی و هنری فرش رو به گسترش بود. حاجی بابا با ایجاد تعادل میان رویکرد تجاری و علمی، زمینه بررسی دقیق‌تر فرش‌های روستایی و عشایری را فراهم کرد و با انتشار آثار پژوهشی، برگزاری نمایشگاه‌ها و همکاری با متخصصان، به ارتقای جایگاه فرش در مطالعات هنری و فرهنگی آمریکا یاری رساند.

* استادیار گروه فرش، دانشکده هنرهای کاربردی، دانشگاه هنر شیراز، شیراز، ایران،
shadloudavood@shirazartu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۲۷، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۰۹



کلیدواژه‌ها: باشگاه حاجی بابا، فرش شرقی، مجموعه‌داری، نیویورک، فرش‌شناسی.

۱. مقدمه

فرش‌های شرقی از سده‌های پانزدهم و شانزدهم میلادی در اروپا شناخته شده، اما در ایالات متحده آمریکا تا سده نوزدهم میلادی چندان مورد توجه قرار نگرفته بودند. در سده هجدهم میلادی، به سبب بعد مسافت و هزینه‌های بالای حمل و نقل، تنها تعداد محدودی فرش به آمریکا وارد می‌شد. این محدودیت در عرضه نه تنها از شکل‌گیری تقاضای گسترده در بازار آمریکا جلوگیری می‌کرد، بلکه موجب محدودیت در شناخت و فرهنگ استفاده نیز می‌شد. تقریباً تا اوایل سده بیستم میلادی، عمده فرش‌هایی که به‌عنوان کف‌پوش به آمریکا وارد شده و مورد استفاده عموم مردم قرار می‌گرفتند، تولیدات کارخانه‌های انگلیسی ویلتون (Wilton)^۲ و اکس‌مینستر (Axminster)^۳ بودند. قیمت بالای فرش‌های شرقی مشابه وضعیت آن در اروپا- سبب شده بود که این محصولات تا اواخر سده نوزدهم میلادی به‌عنوان کالاهای زینتی و برای استفاده‌هایی نظیر رومیزی به کار روند، نه به‌عنوان زیرانداز. همچنین، مصرف‌کنندگان اصلی فرش‌ها را طبقات مرفه تشکیل می‌دادند و توده مردم دسترس چدانی به آن‌ها نداشتند. در اواخر سده نوزدهم میلادی، انقلاب صنعتی دوم و پیامدهای اقتصادی آن موجب افزایش نسبی رفاه در کشورهای اروپایی و سپس ایالات متحده شد. بهبود اقتصادی به شکل‌گیری طبقه‌ای با قدرت خرید بالاتر انجامید که توانایی تهیه کالاهای لوکس همچون فرش‌های شرقی را داشت. افزون‌بر این، ثروت حاصل از انقلاب صنعتی، بازار جهانی فرش را نیز تحت تأثیر قرار داد و سبب رشد تقاضا در اروپا و آمریکا شد. در واکنش به این افزایش تقاضا، شرکت‌های چندملیتی متعددی در کشورهای تولیدکننده فرش، از جمله ایران، ترکیه و هند، سرمایه‌گذاری و فرایند تولید انبوه را آغاز کردند.

هم‌زمان با این تحولات، گسترش قدرت اقتصادی و سیاسی ایالات متحده در گستره جهانی نیز در رونق تجارت فرش‌های شرقی مؤثر بود. در اواخر سده نوزدهم و اوایل سده بیستم میلادی، با توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل و افزایش تعاملات تجاری، حجم بیشتری از فرش‌های شرقی به بازارهای آمریکا راه یافت. این روند نه تنها به تقویت تجارت فرش منجر شد، بلکه به ترویج فرهنگ استفاده از فرش‌های شرقی به‌عنوان بخشی از سبک زندگی آمریکایی نیز کمک کرد. در تأیید این موضوع، گزارش کنسول بریتانیا در سال (۱۸۷۹م) حاکی از آن است که نماینده‌ای از موزه لوور سالانه برای خرید فرش به تبریز

باشگاه حاجی بابا و تأثیر آن بر مطالعات فرش‌های شرقی ... (داود شادلو) ۲۰۵

اعزام می‌شد: «علاوه بر تقاضای قابل توجهی که برای این فرش‌ها در بازارهای اروپا وجود دارد، آن‌ها به آمریکا نیز صادر می‌شوند» (سیف، ۱۳۹۲: ۶۸). همچنین، آلن‌پو، به اهمیت فرش‌های شرقی در دکوراسیون خانه‌های آمریکایی در میانه سده نوزدهم میلادی اشاره کرده است. او فرش را «روح خانه» توصیف می‌کند (Allan Poe, 1840: 243).

عاملی دیگر که در افزایش شناخت و رواج بازار فرش‌های شرقی نقش داشت، برگزاری نمایشگاه‌های جهانی و تخصصی هنر اسلامی بود که ارتباطی مستقیم با تحولات ناشی از انقلاب صنعتی داشتند. از مهم‌ترین نمایشگاه‌هایی که در آمریکا برگزار شدند، می‌توان به نمایشگاه جهانی شیکاگو (۱۸۹۳م)، نمایشگاه فرش‌های اولیه شرقی در نیویورک (۱۹۱۰م) به مدیریت ویلهلم والتینر «Wilhelm Valentiner»، نمایشگاه فیبی هیرست «Phoebe Hearst» در سان‌فرانسیسکو (۱۹۱۷م) به سرپرستی جان نیلسن لورویک «John Nilsen Laurvik» و نمایشگاه شیکاگو (۱۹۲۶م) که به مدیریت آرثر آپم پوپ «Arthur Upham Pope» برگزار شد، اشاره کرد. این نمایشگاه‌ها با هدف جذب مخاطبان بیشتر و آشنا ساختن توده مردم آمریکا با فرهنگ و هنر شرق برگزار شدند. با آغاز جنگ جهانی اول (۱۹۱۴-۱۹۱۸م) و انتقال سرمایه‌های مالی و انسانی از اروپا به آمریکا، ایالات متحده به یکی از مراکز تقاضای فرش‌های شرقی تبدیل شد. در این دوره، افزون‌بر مصرف‌کنندگان عادی، مجموعه‌داران و دانشگاهیان نیز به فرش‌های شرقی علاقه نشان دادند. به‌ویژه نمایشگاه شیکاگو (۱۹۲۶م) با استقبال گسترده متخصصان این حوزه روبه‌رو شد. روزنامه شیکاگو تریبون درباره این نمایشگاه نوشته بود: «خبرگان از نقاط دوردست آمده‌اند تا این نمایشگاه را ببینند [...] که بهترین نمایشگاهی است که تاکنون در ایالات متحده برگزار شده است» (Kadoi 2013: 265-266).

رونق بازار فرش‌های شرقی در ایالات متحده تا سال (۱۹۲۹م) و هم‌زمان با سقوط بازار بورس و وقوع رکود بزرگ اقتصادی ادامه یافت. بحران اقتصادی، ناگهان بازار خرید و فروش فرش را مختل کرد. رکود، حتی فعالیت شرکت‌های چندملیتی را در شرق محدود و رابطه بازار فرش جنوب غرب آسیا را با آمریکا بزرگ‌ترین خریدار- تقریباً قطع کرد. در دهه (۱۹۳۰م) در اوج این بحران، گروهی از فرش‌شناسان و مجموعه‌داران در نیویورک گرد هم آمدند و در (۱۹۳۲م) باشگاه حاجی بابا را پایه گذاشتند. اعضای این باشگاه نه تنها به جنبه‌های تجاری و تزینی فرش‌های شرقی توجه داشتند، بلکه به‌عنوان متخصصان و علاقه‌مندان به این حوزه، در پی ایجاد الگوهای علمی برای شناسایی و

دسته‌بندی فرش‌های شرقی، توسعه روش‌های مجموعه‌داری و تدوین شیوه‌های ارزیابی این آثار بودند.

هدف این پژوهش، شناسایی تأثیر باشگاه حاجی‌بابا بر مطالعات علمی بر فرش‌های شرقی در ایالات متحده آمریکا مشخصاً نیویورک است. در همین راستا کوشیده شده است به این پرسش پاسخ داده شود: باشگاه حاجی‌بابا چگونه در بستر شرایط اجتماعی اوایل سده بیستم میلادی شکل گرفت و چه نقشی در تحول مطالعات علمی و مجموعه‌داری فرش‌های شرقی در آمریکا بازی کرد؟

پژوهش حاضر با رویکرد تاریخ اجتماعی، با بهره‌گیری از روش تحلیل کیفی انجام شده است. گردآوری داده‌ها بر پایه مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی و روش فیش‌برداری به‌عنوان ابزار پژوهش مورداستفاده قرار گرفته است. بازه زمانی پژوهش از بنیان‌گذاری باشگاه در (۱۹۳۲م) تا درگذشت بنیان‌گذار آن در (۱۹۵۹م) است که اصلی‌ترین تحولات شکل‌گیری تا تثبیت باشگاه حاجی‌بابا در این دوره بوده است.

این بررسی از آن‌جهت اهمیت دارد که به لحاظ پیشینه پژوهشی تاکنون درباره باشگاه حاجی‌بابا، پیشینه و نقش این محفل در مطالعات علمی فرش‌های شرقی، پژوهشی به زبان فارسی منتشر نشده است. مطالعات موجود به زبان‌های دیگر نیز عمدتاً به تاریخچه باشگاه و معرفی و توصیف مجموعه آثار گنجینه باشگاه پرداخته‌اند، اما انگیزه‌های اجتماعی و فرهنگی مؤثر در شکل‌گیری این باشگاه و نقش آن در توسعه مطالعات فرش‌های شرقی را موردبررسی قرار نداده‌اند. در این راستا، کتاب «Timbuktu to Tibet: Exotic Rugs & Textiles from New York Collector» (Thompson & Farnham: 2008)، که به مناسبت هفتاد و پنجمین سالگرد تأسیس باشگاه حاجی‌بابا منتشر شده، نخست به تاریخچه باشگاه پرداخته، سپس با رویکردی مردم‌نگارانه، دست‌بافته‌های موجود در مجموعه‌های شخصی اعضای باشگاه بررسی شده است. کتاب «Oriental Rugs of the Hajji Babas» (Walker: 1982)، به معرفی و تحلیل طرح، نقش، رنگ و شیوه بافت پنجاه دست‌بافته از ایران، ترکیه، قفقاز، ترکمنستان و آسیای میانه پرداخته است که در مجموعه باشگاه حاجی‌بابا نگهداری می‌شوند. واکر در مقدمه به‌اختصار تاریخچه باشگاه و اطلاعاتی درباره اعضا و مجموعه‌داران برجسته آن ارائه داده است. کتابچه «Fine Arts, Including Folly: A History of the Hajji Baba Club» (Foster: 1966)، به تاریخچه باشگاه از زمان تأسیس تا سال (۱۹۶۰م) پرداخته است. فاستر هدف خود از این پژوهش را نگرانی اعضای باشگاه از به فراموشی سپرده شدن میراث

باشگاه حاجی بابا و تأثیر آن بر مطالعات فرش‌های شرقی ... (داود شادلو) ۲۰۷

بنیان‌گذار باشگاه عنوان کرده است. اهمیت این کتابچه در ارائه تاریخ شفاهی اعضای باشگاه از مراحل شکل‌گیری آن است. جستار «Hajji Baba» (Bulkley & Maloney: 1939)، به معرفی باشگاه حاجی بابا و سی و پنج عضو آن پرداخته است. این مطلب که هفت سال پس از تأسیس باشگاه منتشر شده، به عنوان منبعی دست‌اول ارزشمند است، اما به سبب رویکرد ژورنالیستی، پژوهشی تحلیلی نیست. براین اساس، نوآوری پژوهش کنونی، نخست معرفی باشگاه حاجی بابا به پژوهشگران ایرانی، سپس بررسی زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مؤثر در شکل‌گیری آن در نیویورک است. افزون‌بر این، تاکنون پژوهشی جامع درباره نقش این باشگاه در توسعه مطالعات فرش‌های شرقی در ایالات متحده آمریکا و روش‌های گردآوری و مجموعه‌سازی آن‌ها انجام نشده است که این امر بر اهمیت و نوآوری این تحقیق می‌افزاید.

۲. نیویورک در آستانه جنگ جهانی اول: کانون اقتصاد هنر و مجموعه‌داری آثار هنری و فرش‌های شرقی

در دهه منتهی به جنگ جهانی اول، نیویورک نه تنها در ایالات متحده بلکه در عرصه جهانی نیز به یکی از برجسته‌ترین مراکز اقتصاد هنر تبدیل شده بود. در اواخر سده نوزدهم میلادی، تمرکز بی‌سابقه ثروت در دست بخش خصوصی، سبب رونق چشمگیر بازارهای گوناگون، از جمله بازار هنر شد. در این میان، دلالتان هنری میانجی مجموعه‌داران ثروتمند، هنرمندان و فروشندگان بودند و در شکل‌دهی بازار پررونق نیویورک نقشی بنیادی داشتند. با افزایش گرایش به گردآوری آثار هنری، ثروتمندان و مجموعه‌داران به مهم‌ترین مشتریان این حوزه تبدیل شدند. دلالتان هنری نیز، برای تثبیت موقعیت خود، آثار ارزشمند را از سراسر جهان به نیویورک وارد کردند. تقاضای فزاینده برای این آثار به گونه‌ای بود که عتیقه‌فروشان و دلالتان از اروپا، غرب آسیا و سایر مناطق به نیویورک روی آوردند. شهری که تا پیش از آن تحت‌الشعاع مراکز هنری سنتی اروپا مانند پاریس و لندن قرار داشت، به سرعت به مهم‌ترین بازار هنر جهان تبدیل شد. در این بازار، طیفی گسترده از آثار کلاسیک اروپایی تا آثار شرقی و عتیقه‌های نادر، در دسترس بود.

در میان برجسته‌ترین دلالتان و مجموعه‌داران فرش‌های شرقی که در این دوره وارد نیویورک شدند، می‌توان به افرادی همچون جوزف دووین «Joseph Duveen» (انگلیسی)، ژاک سلیگمان «Jacques Seligmann» (آلمانی-فرانسوی)، تیگران کلکیان «Dikran Khan»

Kelekian) (ارمنی) و هاکوپ گئورکیان «Hagop Kevorkian» (ارمنی) اشاره کرد. به گزارش فارنهام،

نیویورک پیش از جنگ جهانی اول، با خرده‌فروشی فرش بیش از هر شهر دیگری در جهان، به مرکز تجارت این کالا تبدیل شده بود. این وضعیت تا حد زیادی نتیجه ورود حدود ۶۶۰۰۰ مهاجر ارمنی از امپراتوری عثمانی به ایالات متحده بین سال‌های (۱۸۹۰ تا ۱۹۱۴م) بود. تا سال (۱۹۱۴م)، حدود ۷۰٪ از بازار فرش شرقی آمریکا در اختیار ارمنه قرار داشت و تنها در نیویورک، هفتاد و پنج فروشگاه فرش متعلق به آنان بود (Farnham, 2008: 27).

الوانگر نیز درباره حراجی‌ها، مزایده‌های فروش فرش و دست‌اندرکاران بازار آمریکا در آغاز سده بیستم میلادی به نقش پررنگ دلالان ارمنی در بازارگردانی فرش‌های شرقی اشاره می‌کند:

عمده‌فروشان نیویورک، فرش‌ها را از لندن، پاریس و قسطنطنیه وارد آمریکا می‌کنند [...] اما خرده‌فروشی قالی در سراسر این کشور در دست ارمنیان است، هم جای گیر هم دوره‌گرد. [...] این سوداگران ارمنی جملگی به زیرکی و زرنگی شناخته می‌شوند [...]. به‌استثنای رؤسای بخش‌های فرش در چند بنگاه اقتصادی بزرگ، ایشان درباره متاع خود بسیار بیشتر از دیگر فروشندگان می‌دانند و شناخت شخصی آن‌ها [از فرش‌های شرقی] تلنگری از شوروشوق به خریداران می‌زند (Ellwanger, 1909: 13-15).

دلالان هنری با بهره‌گیری از شبکه‌های گسترده از فروشندگان و مجموعه‌داران، جایگاه نیویورک را به‌عنوان مرکز جهانی تجارت هنر تثبیت کردند. تاوئر در وصف این اشتیاق گسترده به گردآوری آثار هنری می‌نویسد: «مجموعه‌داری که نهایت تجمل و نشانه‌ای از توانایی مالی فرد در هزینه‌کردن برای امری کاملاً غیرضروری بود، همچون تبی و اگیردار با شدت و حدت گسترش یافت» (Towner, 1970: 29). این تب، به‌ویژه در حوزه‌های هنر شرقی و اسلامی، نمودی بیشتر داشت. اشراف نیویورک در خرید و گردآوری فرش‌های نفیس، از ذائقه بلندپایگان اروپایی پیروی می‌کردند و فرش‌های تاریخی (صفوی، گورکانی، عثمانی و قفقازی) را به مجموعه‌های خود می‌افزودند. اما توده مردم خریدار فرش‌های نوباف و تولیدات ارزان شرکت‌های چندملیتی بودند؛ بنابراین نیویورک، به مهم‌ترین مرکز تجارت فرش‌های تاریخی و نوباف در سطح جهانی تبدیل شد. والتینر در کاتالوگ نمایشگاه نیویورک (۱۹۱۰م) در این‌باره نوشته است: «در هیچ شهر دیگری بازار قالی‌های

باشگاه حاجی بابا و تأثیر آن بر مطالعات فرش‌های شرقی ... (داود شادلو) ۲۰۹

شرقی نوین [نوباف] به گستردگی نیویورک نیست؛ تنها بازارهای قسطنطنیه و پاریس با آن قابل مقایسه است» (Valentiner, 1910: 9).

در این دوره، دو رویکرد عمده نسبت به فرش‌های شرقی در نیویورک وجود داشت:

۱. رویکرد تجاری و سوداگرانه: گروهی از دلالتان و برخی مجموعه‌داران، با تمرکز بر جنبه‌های اقتصادی، از روایت‌های اغراق‌آمیز درباره منشأ، جغرافیای بافت، بافندگان و ارزش فرش‌ها بهره می‌گرفتند تا نظر خریداران را جلب کرده و فروش خود را بفروشند. این دیدگاه عمدتاً بر عرضه و تقاضا و جذابیت‌های بازاریابی استوار بود.^۴

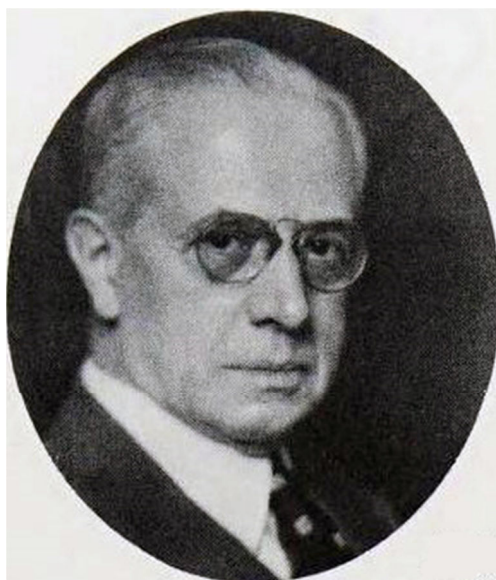
۲. رویکرد علمی و دانشگاهی: در مقابل، گروهی از پژوهشگران، از جمله والتینر و پوپ، با تأثیرپذیری از مکاتب فکری برلین و وین و متأثر از آرای نگره‌پردازانی چون آلوین ریگل «Alois Riegl»، ویلهلم فون‌بده «Wilhelm von Bode» و فردریش زاره «Friedrich Paul Theodor Sarre»، به مطالعه نظام‌مند فرش‌های شرقی پرداختند. هدف این گروه، دسته‌بندی، تحلیل تاریخی و سبک‌شناختی فرش‌ها بر اساس معیارهای علمی بود.^۵ در چنین فضایی که از یک‌سو سوداگری و از دیگر سو پژوهش‌های دانشگاهی درباره فرش‌های شرقی رونق داشت، باشگاه حاجی بابا شکل گرفت.

۳. تأسیس باشگاه حاجی بابا: انگیزه‌ها و زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی

با آغاز جنگ جهانی اول، بازار فرش‌های شرقی برای مدتی دچار رکود شد. اما این وضعیت دیری نپایید و در دهه (۱۹۲۰م)، به‌ویژه پس از نمایشگاه فرش شیکاگو (۱۹۲۶م)، بار دیگر رونق گرفت؛ زیرا تحولات سیاسی اوایل سده بیستم میلادی، از جمله جنگ جهانی اول که بازار اروپا را به محاق برده بود، موجب ورود بی‌شمار از فرش‌های شرقی با قیمت‌های بسیار پایین به نیویورک شده بود. این امر، همراه با سایر عوامل، نیویورک را بیش‌ازپیش به مرکز تجارت جهانی فرش تبدیل کرد. جالب آن‌که رکود اقتصادی دهه (۱۹۳۰م) که بسیاری از بازارها را با چالش مواجه ساخت، فرصتی بی‌نظیر برای مجموعه‌داران فرش فراهم آورد. آنان توانستند فرش‌های تاریخی و تجاری نوباف را با قیمت‌های ارزان خریداری کرده و به مجموعه‌های خود بیفزایند. حتی نشریه اقتصادی فرچون «Fortune» که در آن زمان به‌ندرت درباره اقتصاد هنر مقاله منتشر می‌کرد، در شماره اکتبر (۱۹۳۰م) به بررسی گردش مالی بالای فرش‌های شرقی پرداخته بود. افزون‌بر این، «نمایشگاه فرش‌های شرقی لندن در سال (۱۹۳۱م) که زیر نظر پوپ برگزار شد، علاقه به

خرید و مجموعه‌داری فرش‌های ایرانی در اروپا و آمریکا را افزایش داد و به شیدایی [خرید فرش‌های] ایرانی دامن زد» (Farnham, 2008: 27).

در دل بحران اقتصادی و تبعات آن بود که باشگاه حاجی‌بابا به‌عنوان نخستین انجمن تخصصی فرش در ایالات متحده در سال (۱۹۳۲م) به دست آرثر اوربین دیلی «Arthur Urbane Dilley» با هدف شناخت، مجموعه‌سازی، تحلیل و پژوهش درباره فرش‌های شرقی در نیویورک تأسیس شد (تصویر ۱). «نام این باشگاه برگرفته از شخصیت ایرانی رمان انگلیسی [سرگذشت حاجی‌بابای اصفهانی] نوشته جیمز موریه «James Justinian Morier» (۱۸۲۴م) است. دیلی، بنیان‌گذار و نخستین رئیس باشگاه، فرش‌فروش و نویسنده کتاب *قالی و قالیچه شرق* (۱۹۳۱م) بود» (Stone, 2013: 123).



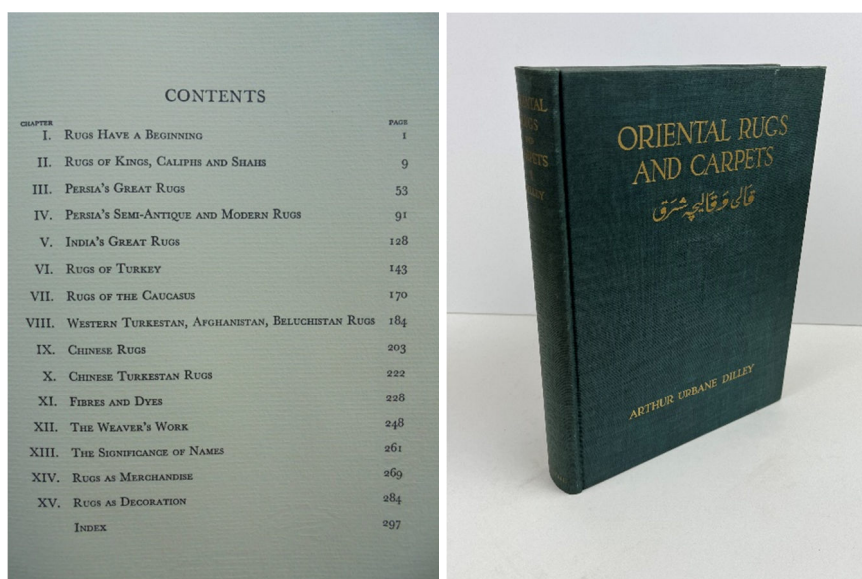
تصویر ۱. آرثر اوربین دیلی،

مأخذ: (Walker, 1982: 14).

دیلی دانش‌آموخته دانشگاه هاروارد و استاد زبان انگلیسی بود که بعدها به طور حرفه‌ای به تجارت فرش روی آورد. گرچه کتاب *قالی و قالیچه شرق* «Oriental Rugs and Carpets» (تصویر ۲) حاوی اطلاعاتی قابل توجه درباره فرش‌های شرقی است، اما دیلی همواره این اثر را دستاوردی ادبی می‌دانست و باور داشت که این کتاب نام او را در فهرست

باشگاه حاجی بابا و تأثیر آن بر مطالعات فرش‌های شرقی ... (داود شادلو) ۲۱۱

نویسندگانی چون لمب «Charles Lamb» و دیکنز «Charles Dickens» جای خواهد داد (Bulkley & Maloney, 1939, 11-12). او به ویژه خود را وامدار جان کیمبرلی مامفورد «John Kimberly Mumford»، نویسنده نیویورکی کتاب *قالی‌های مشرق* «Oriental Rugs» (۱۹۰۰م) می‌دانست. «زمانی که کتاب مامفورد منتشر شد [برای دیلی] چون متنی درسی بود؛ چه راهی برای استاد جوان انگلیسی باقی می‌ماند؟ باید برای ویلتون‌ها و اکسمنسترهای بریتانیایی مبارزه می‌کرد؟» (Foster, 1966, 12). به دیگر سخن، فاستر بر این باور است که دیلی پس از خواندن کتاب مامفورد و آشنایی با فرش‌های شرقی، به ارزش آن‌ها پی برد. حال، این پرسش مطرح می‌شود که استاد جوان چه باید می‌کرد؟ آیا باید همچنان از تولیدات کارخانه‌های بریتانیایی ویلتون و اکسمنستر دفاع می‌کرد، درحالی‌که فرش‌های شرقی تحسین همگان را برانگیخته بودند؟ دیلی راه دوم را برگزید و فرش‌های اروپایی در نظرش رنگ باختند.



تصویر ۲. جلد و فهرست کتاب *قالی و قالیچه شرقی*، نوشته آرثر اوربین دیلی

کتاب *قالی و قالیچه شرقی*، در اوج بحران اقتصادی در آمریکا منتشر شد، زمانی که استقبال از فرش‌های شرقی در این کشور به سبب کاهش قدرت خرید مردم، به پایین‌ترین حد خود از زمان نمایشگاه شیکاگو در سال (۱۹۲۶م) رسیده بود. از مجموع ۵۰۰۰ نسخه

این کتاب، کمتر از ۵۰۰ نسخه به فروش رفت. با این همه، انتشار این کتاب به شناخته شدن فرش‌های شرقی به عنوان شاخه‌ای هنری در آمریکا کمک کرد. دیلی توانست با این اثر، توجه گروه‌های هنری و فرهنگی که پیش‌تر ارتباطی با فرش نداشتند، از جمله فعالان حوزه سینما، را جلب و خود را از یک فرش‌فروش به چهره‌ای برجسته در دنیای فرش‌شناسی تبدیل کند.

نخستین کسانی که جذب کتاب شدند، دو سینماگر به نام‌های روی ویتون «Roy W. Winton» (عضو اتحادیه سینماگران آماتور آمریکا) و آرثر گیل «Arthur Gale» (سردبیر نشریه فیلم‌سازان) بودند. دیلی در خاطرات خود درباره آنان چنین می‌نویسد:

ضربه‌ای به در دفترم خورد. سال‌هایی که مشغول نوشتن بودم، ساعات اداری‌ام را صرفِ گفت‌وگو با واقعیات می‌کردم. به کسانی که تماس می‌گرفتند، می‌گفتم که بیرون از شهر هستم. اکنون که کتاب به بازار آمده بود، در بحبوحه رکود بزرگ و درحالی‌که سعی می‌کردم پانزده دلار از جیب‌های خالی مجموعه‌داران فرش بیرون بکشم، با خودم گفتم: اگر کسی سه بار در بزند، راهش می‌دهم. ضربه دوم شنیده شد؛ سپس ضربه سوم، محکم‌تر. در را باز کردم و با انبوهی از دوستی روبرو شدم که فراتر از شانس بیشتر آدم‌ها بود (ibid: 8).

سپس آنتون لائو «Anton Lau»، مهندس مشاور و مجموعه‌دار هنرهای غرب آسیا و آرثر آروین «Arthur Arwine»، مجموعه‌دار فرش‌های ترکمنی، به گروه پیوستند. آروین چنان شیفته فرش‌ها و فرهنگ ترکمن‌ها بود که آپارتمان خود در نیویورک را مانند یورت‌های ترکمنی آذین بسته بود (تصویر ۳). دیلی در خاطرات خود، شیدایی گروه به فرش‌های شرقی را چنین شرح داده است:

مجموعه باشکوه فرش‌های ترکمن برای آروین جای خالی همسر و فرزندش را پر می‌کرد [...]؛ لائو داده‌های واقعی و خیالی مرتبط با فرش را در دفترچه‌ای یادداشت می‌کرد، گویا قصد داشت دانشنامه‌ای تدوین کند و اشتیاق ویتون و گیل برای حل هزاران معمای نام‌گذاری و دسته‌بندی [فرش‌های شرقی]؛ انگار دانستن یک نام، مرز میان دانش و نادانی را تعیین می‌کرد. آنان می‌دانستند که این [دانستن نام فرش‌ها و جغرافیای بافت آن‌ها] نخستین گام آگاهی است [...] هیچ انجمنی تاکنون نبوده که اعضایش شیداتر از این باشند (ibid: 10).

باشگاه حاجی بابا و تأثیر آن بر مطالعات فرش‌های شرقی ... (داود شادلو) ۲۱۳

سرانجام این گروه پنج‌نفره تصمیم می‌گیرند شور خود را در قالب انجمنی منسجم کنند و اعضای بیشتر نیز بپذیرند.

جلسه سازماندهی باشگاه حاجی بابا در خانه آنتون لاو، در نیوجرسی، نهم ژوئیه (۱۹۳۲م) برگزار شد. پنج بنیان‌گذار حضور داشتند؛ لاو، آروین، دیلی، گیل و ویتون. دیلی به‌عنوان رئیس باشگاه برگزیده شد و باشگاه که پیش‌تر نامش «فرش شرقی نیویورک» بود به پیشنهاد دیلی به «حاجی بابا» تغییر نام داد^۱ (Walker, 1982, 14).

هر عضو تازه که به باشگاه می‌پیوست، پیشوند «حاجی» برای او به کار گرفته می‌شد؛ مانند حاجی آرثر اوربین دیلی. جالب آن‌که باشگاه در این زمان فقط مردان را واجد شرایط عضویت می‌دانست که در اساس‌نامه هم قید شده بود: «زنان نگرشی درست به فرش‌های شرقی ندارند» (U. Dilley, 1932). به باور بنیان‌گذاران، زنان فرش را نه هنر زیبا که وسیله‌ای کاربردی و زیرانداز می‌بینند. تا سال (۱۹۵۷م) هیچ زنی اجازه عضویت در باشگاه را پیدا نکرد؛ از نخستین زنانی که حق عضویت در باشگاه را یافتند، فیلیس آکرمن (Phyllis Ackerman)، مورخ هنر، فرش‌شناس همچنین همسر پوپ بود. هم‌اکنون الیزابت پارکر (Elisabeth Parker) رئیس هیئت‌مدیره باشگاه است. اندک‌اندک فرش‌شناسان و مجموعه‌دارانی شناخته‌شده چون موریس دیماندا (Maurice Sven Dimand)، چارلز گرانت الیس (Charles Grant Ellis Sr)، جروم استراکا (Jerome Straka) و جوزف مک‌مولان (V. McMullan Joseph) به باشگاه پیوستند.



تصویر ۳. آپارتمان آرثر آروین، مزین به فرش‌های قبیله‌ای ترکمن و سایر بافته‌ها، سال (۱۹۳۰م)،

مأخذ: URL1

روش عضوگیری باشگاه به سه شکل انجام می‌گرفت. نخست، فرد باید مجموعه‌داری شناخته‌شده می‌بود یا فرش‌هایی ارزشمند در گنجینه خود می‌داشت. برای نمونه، درباره عضویت مک‌مولان گفته شده است: «جو [مک‌مولان] پس از اثبات شایستگی خود به‌عنوان یک حاجی، با خرید یک‌تخته فرش ترانسیلوانیا^۷ [از روی ویتون]، به گروه دعوت شد» (Walker, 1982: 17). دومین روش، پذیرش پژوهشگران و فرش‌شناسان برجسته بود. افرادی چون دیمانند و ریچارد اتینگهاوزن «Richard Ettinghausen» از این طریق به عضویت باشگاه درآمدند. سومین روش شامل افرادی می‌شد که بدون الزام به داشتن تخصص در فرش، اعتبار و نفوذشان برای باشگاه ارزشمند بود. برای نمونه، پوپ گرچه فرش‌شناس بود؛ اما نفوذ او در محافل خاص و ارتباطش با دربار پهلوی نقشی برجسته در عضویتش در باشگاه داشت.

پس از آن‌که آرثر پوپ بنیان‌گذار بنیاد آمریکایی هنر و باستان‌شناسی ایران در نیویورک (۱۹۲۸م) - به حاجی تبدیل شد، باشگاه به مجموعه‌ای کامل از فرش‌های کلاسیک و تاریخی ایرانی دسترس یافت [...] پیوند میان پوپ و اعضای باشگاه متقابل

بود؛ دانش، تجربیات و ارتباطات او برای باشگاه ارزشمند دانسته می‌شد و در مقابل، اعضای باشگاه نیز پشتیبان مشتاق فعالیت‌های گوناگون او بودند (Farnham, 2008: 35).

۴. اهداف باشگاه حاجی بابا: پیوندی میان تجارت و پژوهش فرش در نیویورک

چنان‌که پیش‌تر اشاره شد، شناخت مردم آمریکا از فرش‌های شرقی تا اواخر سده نوزدهم میلادی به سبب فاصله جغرافیایی از کشورهای تولیدکننده فرش در غرب آسیا و هزینه‌های بالای حمل‌ونقل محدود بود. محدودیت در عرضه نه‌تنها باعث می‌شد تقاضای گسترده در بازار آمریکا شکل نگیرد، بلکه مانع از آن بود که مردم این کشور با فرهنگ استفاده از فرش‌ها آشنا شوند و شناختی درست از ویژگی‌ها و ارزش‌های فرهنگی آن پیدا کنند. همچنین دسترسی محدود سبب می‌شد که تنها قشری خاص قادر به تهیه و استفاده از فرش‌های شرقی باشند. کم‌ویش تا اوایل سده بیستم میلادی، بیشتر فرش‌هایی که به‌عنوان کف‌پوش در آمریکا عرضه می‌شدند، محصول کارخانه‌های اروپایی بودند و فرش‌های اصیل شرقی سهمی اندک از بازار داشتند. ادگار آلن‌پو، در جستاری به ناآشنایی آمریکاییان با فرش‌های شرقی و قضاوت‌های نادرست درباره آن‌ها انتقاد کرده و نوشته است:

فرش‌های شرقی این اواخر نسبت به گذشته بیشتر شناخته شده‌اند. باین‌همه هنوز هم برای ما ناشناخته‌اند و اغلب در شناخت طرح و رنگ آن‌ها اشتباه می‌کنیم [...] مردی معمولی که قوانین حقوقی را بداند می‌تواند یک قاضی زبردست شود؛ اما فقط یک نابغه می‌تواند فرش‌ها را داوری کند؛ باین‌همه شنیده‌ام دوستانی با رخسار گوسفند خواب‌آلوده که حتی نباید و نمی‌توان پیرایش سبیلشان را به خودشان وا گذاشت، درباره فرش هم اظهارنظر می‌کنند (Allan Poe, 1840: 243).

این متن نشان می‌دهد که موضوع فرش‌های شرقی دست‌کم برای نخبگان آمریکایی، مسئله‌ای قابل توجه بوده است؛ چنان‌که آنان فرش را نه صرفاً یک کف‌پوش، بلکه اثری هنری می‌دانستند و از ناآگاهی عمومی نسبت به آن ناخشنود بودند. هفتاد سال پس از آلن‌پو، ویلهلم والتینر در کاتالوگ نمایشگاه فرش‌های امانی شرقی در نیویورک می‌نویسد:

بدبختانه راست است که شناخت قدرشناسانه عموم از بافته‌های کهن -که از هر جهت بسا برتر از تولیدات نوین هستند- تناسبی شایسته با این تجارت عظیم [در نیویورک] ندارد. [...] وضع گنجینه‌های قالی شرقی همچون گنجینه‌های هنری در دیگر زمینه‌هاست؛ شمار بزرگ‌تر در تملک خصوصی است و برای عموم ناشناخته. [...]

ناگزیر حضور قالی‌های فاخر در مجموعه‌های خصوصی بهر چندانی به آگاهی عموم نمی‌رساند (Valentiner, 1910: 9).

پس از او، فاستر اشاره می‌کند که رکود اقتصادی دهه (۱۹۳۰م) موجب کاهش توجه عمومی به فرش‌های شرقی شد و کوشش پژوهشگرانی همچون والتینر و پوپ در این زمینه به محاق رفت. باین‌همه، این افول شامل مجموعه‌داران نمی‌شد و آنان توانستند از رکود و فروکش قیمت فرش‌ها بهره‌ها ببرند:

با وجود آموزش‌های فراوان، ذائقه عمومی درباره فرش‌های شرقی رو به انحطاط گذاشته است. در طول رکود بزرگ، فرهنگ آمریکایی آماج چنان بیماری‌هایی ناتوان‌کننده قرار گرفت - هنر مدرن، نمایشنامه‌های بیمارگونه، رمان‌های شهوانی، موسیقی مبتذل و غیره - به‌طوری که آن بانوی پیر دوست‌داشتنی [فرش شرقی] شاید که برای همیشه در بیمارستان بستری شده باشد (Foster, 1966: 13).

این ارزیابی‌ها نشان می‌دهد که گرچه فرش‌های شرقی در دوره‌هایی موردتوجه نخبگان هنری و فرهنگی آمریکا قرار گرفتند، اما شناخت عمومی از آن‌ها همواره با موانعی جدی روبه‌رو بوده است. باشگاه حاجی‌بابا در چنین فضایی شکل گرفت.

دیلی پیش از انتشار کتاب خود هم به‌عنوان فرش‌شناس، پژوهشگر، سخنران و مشاور معتبر در میان مجموعه‌داران شناخته می‌شد و کاتالوگی نیز بر مجموعه جیمز فرانکلین بالارد «James Franklin Ballard» نوشته بود، اما تأسیس باشگاه حاجی‌بابا گامی مؤثر در جهت نهادینه‌سازی مطالعات علمی و هنری پیرامون فرش‌های شرقی به شمار می‌آید. دیلی، هدف از تأسیس باشگاه را تقویت درک عمومی از فرش‌های شرقی به‌عنوان آثار هنری و فرهنگی، فراتر از یک شیء کاربردی یا تجاری می‌دانست. به باور او، فرش‌های شرقی باید از منظر تاریخی، فرهنگی، هنری و فنی مطالعه شوند و در این میان، نقش تولیدکنندگان این آثار در فرهنگ‌هایی که آن‌ها را شکل داده‌اند، موردتوجه ویژه قرار گیرد.



تصویر ۴. اعضای باشگاه حاجی بابا، بهار (۱۹۴۰م).

از چپ به راست: جوزف مک‌مولان، هارولد اولیوت «Harold Olivet»، نیوتن فاستر «Newton Foster»، جولیان لوی «Julian Levy»، آموس تاجر «Amos Thacher»، آرثر دیلی، الیور برانتلی «Oliver Brantley»، جروم استراکا، رابرت پکهام «Robert Peckham»، و آرتور گیل.

مأخذ: (Walker, 1982, 19)

به دیگر سخن، هدف اصلی دیلی از تأسیس باشگاه ایجاد توازنی میان دو رویکرد سوداگرانه و علمی به فرش‌های شرقی بود. گفتنی است نیویورک هیچ‌گاه مانند برلین و وین مرکز مطالعات علمی محض بر فرش شرقی نبود و تقریباً همه فرش‌شناسان آمریکایی مانند مامفورد، والتینر و پوپ، نگاهی به بازار فرش نیز داشتند و می‌کوشیدند افزون‌بر فرش‌های تاریخی، نمونه‌های نوباف و تجاری را هم بشناسند؛ چیزی که هرگز مسئله فرش‌شناسان مکتب برلین و وین نبود.^۸

دیلی در پی ایجاد کانونی بود که در آن پژوهش‌های علمی و هنری در کنار ابعاد تجاری و اقتصادی فرش به رشد و توسعه ادامه دهند. بدین ترتیب، باشگاه حاجی بابا نه تنها به یک مرکز پژوهشی محدود نماند، بلکه به یکی از مهم‌ترین کانون‌های ترویج هنر و فرهنگ فرش‌های شرقی در ایالات متحده تبدیل گشت. این باشگاه به تدریج محلی شد برای تبادل اطلاعات و تجربیات میان مجموعه‌داران و فرش‌شناسان. چنان‌که پیش‌تر گفته شد،

پژوهشگران برجسته‌ای همچون پوپ، آکرم، دیماندا، گرت الیس و اتینگهاوزن نیز به عضویت آن درآمدند (تصویر ۴).

۵. باشگاه حاجی بابا و رویکرد فرهنگی به مجموعه‌سازی

در اواخر سده نوزدهم و اوایل سده بیستم میلادی، مجموعه‌داران آمریکایی عمدتاً بر گردآوری فرش‌های تاریخی متعلق به سده‌های شانزدهم و هفدهم میلادی تمرکز داشتند. در این میان، به‌جز جیمز بالارد، هیچ‌یک از مجموعه‌داران آمریکایی علاقه‌ای به گردآوری فرش‌های روستایی و عشایری شرقی نشان نمی‌دادند. بررسی کاتالوگ نمایشگاه‌های نیویورک (۱۹۱۰م)، سان‌فرانسیسکو (نمایشگاه فیبی هرست، ۱۹۱۷م) و شیکاگو (۱۹۲۶م) مؤید این موضوع است؛ بیشتر فرش‌های به‌نمایش درآمده در این رویدادها، آثار شهری‌باف و درباری صفوی، عثمانی و گورکانی بودند که مجموعه‌داران برای آن‌ها مبالغی هنگفت پرداخته بودند.

با آغاز رکود اقتصادی، مجموعه‌دارانی که از منابع مالی کمتر برخوردار بودند، به سمت گردآوری فرش‌های روستایی و عشایری گرایش یافتند. این تغییر روند نشان می‌دهد که جامعه آمریکا به فرش‌های شرقی علاقه‌مند شده بود، اما به دلیل قیمت‌های گزاف فرش‌های تاریخی، امکان خرید آن‌ها برای تمامی مجموعه‌داران و توده مردم فراهم نبود. در نتیجه، فرش‌های روستایی و عشایری که ارزان‌تر و در دسترس‌تر بودند، مورد توجه قرار گرفتند.

فرش‌های روستایی و عشایری، برخلاف نمونه‌های درباری که نادر و متعلق به یک دوره تاریخی خاص بودند، تداوم سنت‌های فرش‌بافی را در میان عشایر و روستاییان به عبارتی مردم عادی شرق به نمایش می‌گذاشتند و نقوش، طرح‌ها و رنگ‌های آن‌ها، بازتاب‌دهنده فرهنگ عامه جوامع شرقی بودند. این ویژگی‌ها، فرش‌های مذکور را برای فرش‌شناسان و مجموعه‌داران آمریکایی جذاب می‌ساخت، زیرا مطالعه آن‌ها امکان شناختی عمیق‌تر از جوامع تولیدکننده را فراهم می‌آورد. افزون‌بر این، قیمت مناسب و دسترسی آسان‌تر، موجب استقبال عمومی از این فرش‌ها شد. در نتیجه، بازار فرش‌های روستایی و عشایری در آمریکا رشدی چشمگیر یافت و از بازار اروپا پیشی گرفت.

درحالی‌که مجموعه‌داران و موزه‌های آمریکایی بیشتر به دنبال فرش‌های کلاسیک و گران‌قیمت تاریخی بودند، باشگاه حاجی بابا نقشی برجسته در ترویج شناخت فرش‌های روستایی و عشایری بازی کرد. اعضای این باشگاه با انتشار مقالات و تألیف کتاب‌های

تخصصی، برگزاری سخنرانی‌ها و نشست‌های علمی، همچنین گردآوری مجموعه‌ای ارزشمند از دستبافته‌های سنتی روستایی و عشایری، سهمی برجسته در تغییر نگرش به این آثار داشتند. به گفته دیلی، اعضای باشگاه علاقه‌مند به نوعی متفاوت از فرش‌ها بودند.

آنان تمرکز خود را بر دستبافته‌های روستایی و عشایری از مناطقی چون آسیای میانه، ترکیه و قفقاز معطوف داشتند و در مقابل، از فرش‌های شهری نوباف ایرانی که در سده نوزدهم میلادی، در شرکت‌های چندملیتی و با استفاده از مواد نامرغوب یا رنگ‌های جوهری تولید می‌شدند، دوری کردند. همچنین، آنان تمایلی به گردآوری فرش‌های چینی، بلوچ، گوردس^۹ یا کولا^{۱۰} نشان نمی‌دادند (Farnham, 2008: 31).

این گزینش، نه تنها نشان از بینش خاص اعضای باشگاه نسبت به ارزش فرهنگی دستبافته‌های بومی و مردمی داشت، بلکه به واقعیت‌های اقتصادی نیز مرتبط بود. در شرایطی که بسیاری از پژوهشگران و مجموعه‌داران در دهه (۱۹۳۰م)، فرش‌های روستایی و عشایری را کم‌ارزش و غیر قابل مجموعه‌سازی تلقی می‌کردند، اعضای باشگاه، به دلیل محدودیت‌های مالی، راهی متفاوت در پیش گرفتند و کوشیدند با شیوه‌هایی خلاقانه ارزش افزوده برای فرش‌ها بسازند. برای نمونه، آرثر آروین گردآوری خود را منحصراً به فرش‌های ترکمنی محدود کرد و الیور برانتلی نیز شیفته دستبافته‌های قفقازی با طرح ازدها از سده نوزدهم میلادی شد. از سوی دیگر، اتینگهاوزن در کاتالوگ نمایشگاه هفت هزار سال هنر ایرانی که در سال (۱۹۶۴م) در واشنگتن برگزار شد و در اقدامی سنت‌شکنانه فرش‌های کلاسیک تاریخی در کنار قالیچه‌های روستایی و عشایری سده‌های هجدهم و نوزدهم میلادی از مجموعه مک‌مولان به نمایش درآمده بود، چنین نوشته است:

جو [مک‌مولان] آمد و مشارکت او نشان داد که این دو گروه می‌توانند در کنار هم باشند... او به زیبایی فرش‌های به اصطلاح «روستایی»، به ویژه قالی‌های ترکیه پی برد... همچنین دریافت که تاریخ بافت متأخرتر [معاصرتر] به معنای منحنی و بی‌ارزش بودن این فرش‌ها نیست و مجموعه‌داران فرش را تشویق کرد تا دامنه مجموعه‌های خود را گسترش دهند و انواع دیگر بافته‌ها، مانند جل‌های اسب، خورجین‌ها و انواع دستبافته‌های ثانویه را نیز در نظر بگیرند (Pickering & S. Yohe, 1977, 69-70).



تصویر ۵. اعضای باشگاه حاجی بابا فرش‌های روستایی و عشایری را ارزیابی می‌کنند؛ سال (۱۹۶۵م).

مأخذ: (Walker, 1982, 19)

امروزه مجموعه گردآوری‌شده به دست اعضای باشگاه حاجی بابا، از غنی‌ترین و متنوع‌ترین گنجینه‌های دستبافته‌های روستایی و عشایری به شمار می‌رود. این مجموعه دربرگیرنده آثاری از چین، تبت، آسیای میانه، ایران، قفقاز و ترکیه است و طیفی گسترده از منسوجات سنتی همچون زیرانداز، جل اسب، خورجین، نمکدان، سفره و رختخواب‌پیچ را در بر می‌گیرد. این دستبافته‌ها، در طول دهه‌ها، یا به طور مستقیم به دست اعضای باشگاه خریداری شده‌اند یا از سوی مجموعه‌داران به این گنجینه اهدا گردیده‌اند (تصویر ۵).

بررسی روند گردآوری این مجموعه نشان می‌دهد که اعضای باشگاه، با اتخاذ رویکردی متمایز از جریان اصلی بازار مجموعه‌داری، به ارزش‌های فرهنگی این آثار بیش از ارزش مادی آن‌ها اهمیت داده‌اند. در زمانی که مجموعه‌داران برجسته‌ای همچون ویلیامز «Williams»، کلارک «Clark»، یرکس «Yerkes» و دووین عمدتاً به گردآوری فرش‌های تاریخی درباری مشغول بودند، اعضای باشگاه حاجی بابا راهی دیگر را برگزیدند. آنان با

درک عمیق از سنت‌های بافندگی و نقوش بومی، دستبافته‌های فولکلور را به‌عنوان میراثی برای مطالعه فرهنگ‌های روستایی و عشایری معرفی کردند.

در اواخر سال (۱۹۵۹م) و پس از درگذشت دیلی، موریس دیماند نسخه اولیه کتاب *قالی و قالیچه شرقی* را ویراست و دوباره منتشر کرد. این کتاب در نخستین ماه انتشار خود بیشتر از نسخه اصلی در دو سال (۱۹۳۱-۱۹۳۳م) فروخت که نشان می‌دهد گرچه در این بازه زمانی رویدادهایی چون جنگ جهانی دوم (۱۹۳۹-۱۹۴۵م) هم رخ داده بود اما باشگاه توانسته بود به بخشی از اهداف خود دست یابد که علاقمند کردن توده مردم آمریکا به فرش‌های شرقی بود؛ گرچه دیلی تحقق آرزوی خود را ندید.

۶. نتیجه‌گیری

باشگاه حاجی بابا که در سال (۱۹۳۲م) در نیویورک تأسیس شد، نقشی محوری در توسعه مطالعات و مجموعه‌داری فرش‌های شرقی در ایالات متحده بازی کرد. این باشگاه در دورانی شکل گرفت که بازار فرش‌های شرقی تحت تأثیر رکود اقتصادی دچار چالش‌هایی بود، اما علاقه به شناخت و گردآوری این آثار در میان مجموعه‌داران و پژوهشگران همچنان روبه‌افزایش داشت. تأسیس این باشگاه را می‌توان نقطه عطفی در تاریخ فرش‌شناسی آمریکا دانست، زیرا توانست پیوندی مؤثر میان علاقه‌مندان، مجموعه‌داران و پژوهشگران برقرار کرده و بستری علمی برای مطالعات فرش‌های شرقی فراهم آورد.

یافته‌ها نشان می‌دهد که گرایش به فرش‌های شرقی در آمریکا از اواخر سده نوزدهم میلادی آغاز شد، اما تا اوایل سده بیستم میلادی بیشتر در میان مجموعه‌داران متمول و محافل اشرافی رواج داشت. به تدریج، با برگزاری نمایشگاه‌های جهانی، انتشار مقالات علمی و تأسیس انجمن‌های هنری، شناخت عمومی از فرش‌های شرقی گسترش یافت. در این دوره، بازار فرش آمریکا دو رویکرد عمده را تجربه می‌کرد: نخست، رویکرد تجاری که بر خرید و فروش متمرکز بود و دوم، رویکرد علمی که به بررسی نظام‌مند و دسته‌بندی فرش‌ها از منظر هنری و فرهنگی می‌پرداخت. باشگاه حاجی بابا تلاش کرد تا میان این دو رویکرد تعادل ایجاد کند. بنیان‌گذار آن، آرثر اوربین دیلی که خود فرش‌شناس و مجموعه‌دار بود، بر این باور بود که مطالعات فرش باید فراتر از نگاه صرفاً تجاری باشد و به ابعاد فرهنگی و تاریخی نیز توجه شود.

از مهم‌ترین دستاوردهای باشگاه، ترویج شناخت دقیق‌تر از فرش‌های روستایی و عشایری بود. درحالی‌که مجموعه‌داران پیشین عمدتاً به فرش‌های درباری صفوی، عثمانی و گورکانی علاقه‌مند بودند، اعضای باشگاه حاجی‌بابا ارزش‌های زیبایی‌شناختی و فرهنگی فرش‌های عشایری را نیز موردتوجه قرار دادند. آنان با بررسی این دستبافته‌ها، به درکی عمیق‌تر از سنت‌های بافندگی و نقوش بومی در مناطق گوناگون دست یافتند.

باشگاه حاجی‌بابا همچنین نقشی برجسته در مستندسازی و دسته‌بندی علمی فرش‌های شرقی در آمریکا بازی کرد. اعضای آن با انتشار مقالات، تألیف کتاب، برگزاری نمایشگاه‌ها و نشست‌های علمی، به توسعه مطالعات فرش کمک کردند. پژوهشگران برجسته‌ای همچون آرثر آپم پوپ، موریس دیمانند، چارلز گرانت الیس و ریچارد اتینگهاوزن در بررسی طرح، رنگ، تکنیک‌های بافت و جغرافیای فرش‌های شرقی مشارکت داشتند. این فعالیت‌ها موجب شد که فرش‌های شرقی نه تنها در عرصه تجاری، بلکه به‌عنوان بخشی از مطالعات هنری و فرهنگی نیز موردتوجه قرار گیرند.

تأثیر باشگاه حاجی‌بابا بر بازار فرش آمریکا نیز قابل‌توجه بود. هرچند این نهاد بر پژوهش‌های علمی تأکید داشت، اما بسیاری از اعضای آن مجموعه‌دارانی برجسته بودند که آثاری ارزشمند گردآوری کرده و در نمایشگاه‌ها و موزه‌های معتبر به نمایش گذاشتند. افزون‌بر این، باشگاه در ترویج استانداردهای مجموعه‌داری نیز نقش ایفا کرد و روش‌های علمی برای ارزیابی و مستندسازی فرش‌های شرقی ارائه داد. این اقدامات موجب افزایش توجه به اصالت، تکنیک‌های بافت و مواد اولیه در بازار فرش شد و به ارتقای کیفیت مجموعه‌داری در آمریکا کمک کرد.

در مجموع، باشگاه حاجی‌بابا نه تنها بستری برای مطالعات علمی فرش فراهم کرد، بلکه پیوندی میان بازار، هنر و پژوهش ایجاد نمود. این باشگاه با تأکید بر ارزش‌های فرهنگی و تاریخی فرش‌های شرقی، زمینه‌ای برای ارتقای جایگاه این هنر در مطالعات جهانی فراهم ساخت. با گذشت بیش از نود سال باشگاه حاجی‌بابا همچنان از مراکز مهم پژوهشی در حوزه فرش‌شناسی است.

تقدیر و تشکر

بدین‌وسیله از خانم الیزابت پارکر، رئیس هیئت‌مدیره باشگاه حاجی‌بابا در نیویورک سپاسگزارم که برخی اسناد و اطلاعات محفوظ در کتابخانه باشگاه را در اختیارم گذاشت.

پی‌نوشت‌ها

۱. این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی ویژه با عنوان «شناسایی و تبیین ویژگی‌های مکتب فرش‌شناسی نیویورک» به شماره قرارداد ۵۸۸/۱۴۰۲/۱۳ است که در مورخ ۱۴۰۲/۷/۱ مصوب و در دانشگاه هنر شیراز در حال انجام است.
۲. در حدود سال ۱۸۲۵، در ویلتون [انگلستان] بافت فرش دستباف آغاز شد و این امر از زمانی اتفاق افتاد که ماشین‌های بافندگی اکسمینستر به ویلتون رسید (بصام ۱۳۹۲: ۳۲۸).
۳. از اواسط قرن هیجدهم تا ۱۸۳۵، قالی دستباف در شهر اکسمینستر انگلستان در کارخانه‌ای که توماس ویتی بنا نهاد بافته می‌شد (بصام ۱۳۹۲: ۲۵).
۴. این شیوه بازاریابی سابقه بسیار در آمریکا داشت. برای نمونه بنگاه بازرگانی فان خاسبک و آرکل (Van Gaasbeek & Arkell) در کاتالوگ نمایشگاه شیکاگو ۱۸۹۳، فرش‌های صفوی را «بافته دختر شاه‌عباس» معرفی کرده که آشکارا ترفندی است سوداگرانه برای فروش (Official Catalogue of Exhibits; World's Columbian Exposition 1893: 31).
۵. نخستین نحله‌های فکری درباره فرش‌های شرقی در آلمان شکل می‌گیرند و زیر مجموعه دو مکتب برلین و وین به مطالعات تاریخی و پژوهش درباره فرش می‌پردازند. پیروان مکتب برلین قائل به تاریخ‌گذاری فرش‌ها از طریق استناد به تاریخ نقاشی‌های دوره رنسانس بودند. آنان فرش‌های شرقی را شاخه‌ای از هنرهای کاربردی اسلامی می‌دانستند و ارزش تاریخی ویژه‌ای برای آن‌ها قائل نبودند [...] مکتب وین پیرامون اندیشه و رویکرد ریگل به تاریخ هنر با مبانی هگلی شکل گرفت. ریگل تاریخ هنر را تابع قوانین عام و هر دوره از تاریخ را تابع صورت خاصی از این قوانین می‌دانست. او هرگونه تمایز میان صنایع دستی و هنرهای زیبا را انکار می‌کرد [...] (شادلو و شیرازی ۱۳۹۶: ۶۳-۶۴).
۶. رمان سرگذشت حاجی بابای/صفهانی، اثر طنزآمیز و انتقادی جیمز موریه، دیپلمات بریتانیایی، نخستین بار در سال (۱۸۲۴م) در لندن منتشر شد. این رمان که برگرفته از تجربیات موریه در دوران اقامتش در ایران عصر فتحعلی‌شاه قاجار است، با زبانی هجوآمیز به نقد آداب، رسوم و ساختار اجتماعی ایرانیان می‌پردازد. دنباله‌ای بر این اثر با عنوان حاجی بابا در لندن در سال (۱۸۲۸م) انتشار یافت. موریه با بهره‌گیری از طنز و هزل، تصویری گزنده از فساد اداری، ریاکاری مذهبی و کاستی‌های اخلاقی اقشار مختلف جامعه ارائه می‌دهد. آرتور دیلی نام باشگاه فرش حاجی بابا را با الهام از این رمان برگزید؛ اثری که در میان دیپلمات‌ها و شرق‌شناسان محبوب بود و تصویری انتقادی اما زنده از جامعه قاجاری ارائه می‌داد. این نام‌گذاری نوعی ارجاع فرهنگی و نیمه‌طنز به شرق، به‌ویژه ایران، و بازتابی از نگاه غیررسمی، گاه انتقادی، غربیان به خاورمیانه بود؛ نگاهی که با فضای باشگاه و هویت اعضای آن - علاقه‌مندان به فرهنگ شرق - هم‌خوانی داشت. به نظر نمی‌رسد این نام‌گذاری با سوءنیت انجام شده باشد یا دست‌کم شواهدی برای اثبات سوءنیت در دست نیست.

۷. قالیچه‌های ترکیه سده شانزدهم تا هجدهم میلادی که در کلیساهای پروتستان رومانی و مجارستان دیده می‌شوند. این قالی‌ها از غرب ترکیه وارد شده و هدایایی بوده که به کلیساهای به مناسبت عروسی، تشییع جنازه و سایر مراسم داده شده‌اند (بصام ۱۳۹۲: ۳۰۲).
۸. بنگرید به شادلو، داود و شیرازی، علی‌اصغر. (۱۳۹۶)، «رویکردهای خاورشناسان در تاریخ‌نگاری فرش ایران از ۱۸۵۰ تا ۱۹۵۰ میلادی و آسیب‌شناسی آن‌ها». گلجام، ۱۳ (۳۲).
۹. شهری در ترکیه که از سده هجدهم میلادی قالیچه سجاده‌ای در آن بافته می‌شده است (بصام ۱۳۹۲: ۱۱۹).
۱۰. شهری در غرب آناتولی و جنوب دمیرچی و در حدود ۱۲۰ کیلومتری از میر. برخی از فرش‌های سده هجدهم میلادی محرابی ترکیه منتسب به کولا است (بصام ۱۳۹۲: ۱۷۲).

کتاب‌نامه

- بصام، جلال‌الدین (۱۳۹۲): فرهنگ فرش دستباف، تهران: بنیاد دانشنامه‌نگاری ایران.
- سیف، احمد. (۱۳۹۲): تجارت فرش و اقتصاد ایران، ۱۹۰۶-۱۸۷۰، ترجمه مریم صفری. طره، ش ۳.
- شادلو، داود و شیرازی، علی‌اصغر، (۱۳۹۶): رویکردهای خاورشناسان در تاریخ‌نگاری فرش ایران از ۱۸۵۰ تا ۱۹۵۰ میلادی و آسیب‌شناسی آن‌ها. گلجام، ش ۱۳ (۳۲).
- Allan Poe, E. (1840): "The Philosophy of Furniture". Burton's Gentleman's Magazine. Vol. 6.
- Bulkley, R. J. and Maloney, R. (1939): "Hajji Baba". The New Yorker. Vol: February 25.
- Dilley, A. U. (1932), "Clio's Scrolls". New York: in the Hajji Baba Club Archives.
- Ellwanger, W. D. (1909): The Oriental Rug. New York: Dodd Mead & Company.
- Farnham, T. J & Thompson, J. (2008): Timbuktu to Tibet: Exotic Rugs & Textiles from New York Collectors. New York: Worldwide Hajji Baba, Inc.
- Foster, O. O. (1966): Fine Arts, Including Folly: A History of the Hajji Baba Club (1932-1960). New York: Hajji Baba Club.
- Kadoi, Y. (2013): A Loan Exhibition of Early Oriental Carpets, Chicago 1926. In: The Shaping of Persian Art: Collections and Interpretations of the Art of Islamic Iran and Central Asia. Edited by Yuka Kadoi and Iván Szántó. Newcastle-upon-Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Pickering, W. R & Yohe, R.S (1977): Don't Forget to Smell the Flowers Along the Way" Portraits of Joseph V. McMullin and "The Second Day of Ramadan, New York: Near Eastern Art Research.
- Stone, P. F. (2013): Oriental Rugs: An Illustrated Lexicon of Motifs, Materials, and Origins. Tokyo, Rutland, Vermont, Singapore: Tuttle Publishing.

باشگاه حاجی بابا و تأثیر آن بر مطالعات فرش های شرقی ... (داود شادلو) ۲۲۵

Unknown Author. (1893): Official Catalogue of Exhibits; World's Columbian Exposition. Chicago: W.B. Conkey Co.

Valentiner, W. R. (1910): Catalogue of a Loan Exhibition of Early Oriental Rugs. New York: The Metropolitan Museum of Art.

Walker, D. S. (1982): Oriental Rugs of the Hajji Babas. Lonon: Thames & Hudson Ltd.

Wesley T. (1970): The Elegant Auctioneers, New York: Farrar Straus & Giroux.

URL1: www.claremontrug.com.