

تحلیلی بر کارت‌پستال‌های عصر قاجار به مثابه عرصه نمایش تصاویر عکاسی

چکیده:

عکاسی در سال ۱۸۴۲ م. / ۱۲۵۸ ق. حدوداً، سه سال بعد از اعلام رسمی اختراع عکاسی در جهان، وارد ایران شد. هرچند با اندکی تاخیر، از حدود سال ۱۸۵۸ م. / ۱۲۷۵ ق.، با آغاز آموزش نظام‌مند عکاسی در دربار می‌توان شاهد رونق عکاسی در بین اشراف و اندک طبقه مرفه جامعه بود. اما سال‌های بسیار طی شد، تا این پدیده وارد فرهنگ تصویری و زندگی عموم جامعه دوران قاجار شود. دلایل مختلفی بر فرازها و فرودهای جریان توسعه و عمومی شدن عکاسی در این دوران تاثیرگذار بوده؛ اما یکی از مهم‌ترین آن‌ها ورود کارت‌پستال‌های عکاسی به ایران بوده است. برای درک بهتر جایگاه بی‌بدیل کارت‌پستال‌های عصر قاجار در جریان دموکراتیزه کردن تصویر عکاسی در ایران، لازم است تاریخ تحولات اجتماعی عصر قاجار، عکاسی و چگونگی تعامل آن با وقایع جنبش مشروطیت مورد پژوهش قرار گیرد. این پژوهش سعی بر آن دارد تا با بهره‌مندی

از روش تاریخی و رویکرد توصیفی تحلیلی و با کاربرد نظریه تاریخ اجتماعی به بررسی جایگاه کارت‌پستال‌های عکاسی دوران قاجار بپردازد. این مقاله ابتدا، به توصیف سرآغاز ورود کارت‌پستال‌ها به ایران و در ادامه، به بررسی انواع کارت‌پستال و دسته‌بندی‌های محتوایی، بصری و هدف تولید آن‌ها می‌پردازد. نتایج این پژوهش نمایان‌گر آن است که، کارت‌پستال‌ها نه تنها عکس و عکاسی را در ایران عمومی کردند، بلکه با تبدیل آن‌ها به یک بیانیه سیاسی اجتماعی و مذهبی، به عکس‌ها ارزشی برای دیده شدن، دست به دست شدن و خرید و فروش شدن توسط مردم و ورود به فرهنگ تصویری جامعه ایرانی اعطا نمودند.

واژگان کلیدی: عصر قاجار، تاریخ عکاسی، مشروطه، ورقه پستی، کارت‌پستال، رسانه

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۲۹

محمد زرقی

عضو هیات علمی دانشکده هنر دانشگاه
نیشابور، ایران.

Email: mimzarghi@gmail.com

DOI شناسه دیجیتال:

10.22051/jtpva.2022.40944.1437

مقدمه

عوامل و زمینه‌های مختلف فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بر جایگاه عکاسی در سرآغاز ورودش به جامعه ایرانی و سیر و تحول آن موثر بوده‌اند که با بررسی آن‌ها می‌توان به درک بهتری به این پرسش که، چرا آن شور و هیجانی که نسبت به عکس، عکاسی و کارت‌پستال‌های مصور آن در غرب شکل گرفت در ایران، هیچ‌گاه رخ نداد. آنچه در پژوهش حاضر مورد توجه است نقش تاثیرگذار کارت‌پستال‌ها و جنبش مشروطه بر این جریان است. مساله پژوهش این است که، کارت‌پستال‌های مصور در ایران عصر قاجار چه نقشی در توسعه عکاسی و آگاهی بخشی اجتماعی داشته و چه مسیر متفاوتی را نسبت به غرب در عمومی کردن فرهنگ عکاسی طی کرده‌اند. به نوعی این مقاله، سعی نموده با بررسی جایگاه کارت‌پستال‌های عکاسی به اهمیت آن در روند عمومی نمودن تصویر عکاسی بپردازد. به این ترتیب، شناسایی و تحلیل وضعیت کارت‌پستال‌ها و نقش بنیادین آن‌ان در پر کردن جای خالی عرصه نمایش تصویر و رسانه‌های آگاهی بخش عمومی در این دوران پرالتهاب از مباحث اساسی پژوهش حاضر است؛ چرا که فرضیات پژوهش بر آن است که، تنها با نگاهی زمینه‌مند به تاریخ رسانه عکاسی و نقش آن در هر جامعه و مقایسه رویکرد دیگر جوامع، با توجه به وضعیت و معادلات هر جامعه، نسبت به این پدیده، می‌توان دید واضح‌تری از چگونگی عملکرد و سویه پنهان زندگی اجتماعی هر جامعه‌ای، به دست آورد.

روش پژوهش

در این پژوهش سعی بر آن است تا با بهره‌مندی از روش تاریخی، استنادی و تحلیلی و مطالعه منابع کتابخانه‌ای - اسنادی ظهور اولین کارت‌پستال‌ها و جایگاه آن در جامعه غرب شرح داده شود و در ادامه، به وضعیت آن‌ها در دوران قاجار و نقش تاثیرگذارشان بر توسعه عکاسی در جامعه پرداخته شود. حوزه مکانی و زمانی پژوهش بر اولین کارت‌پستال‌های «عکاسی» از دوران ورود عکاسی به ایران تا پایان حکومت قاجار متمرکز است. جامعه آماری، شامل تمامی عکس‌ها و کارت‌پستال‌های عکاسی این دوران، موجود در آرشیوها خصوصی یا دولتی (منتشر شده)، کتاب‌ها، مجلات و سایت‌های معتبر خارجی و داخلی است.

پیشینه پژوهش

با توجه به وسعت پژوهش‌هایی که در حوزه ورود عکاسی

به ایران در عصر قاجار صورت گرفته سهم موضوع کارت‌پستال‌های عکاسی این دوران محدود و اندک است. از آن جمله می‌توان به کتاب «کارت‌پستال‌های تاریخی ایران» نوشته صافی (۱۳۶۸)، اشاره کرد که قدیمی‌ترین کتاب در ایران است که به طور مشخص و اختصاصی به تاریخ‌نگاری، گردآوری و نمایش تاریخ کارت‌پستال در ایران و جهان می‌پردازد. در مقاله‌های «نخستین کارت‌های پستی تصویری ایران» نوشته هاروتیونیان (۱۳۹۲)، و «پیشینه نشر و رواج کارت‌پستال مصور در ایران» نوشته شلویری (۱۳۹۲)، به اولین کارت‌پستال‌های رنگی و به تاریخ ظهور اولین کارت‌پستال‌ها و فروشندگان، تولیدکنندگان آن در ایران اشاره شده است. هم‌چنین، کتاب «گیلان به روایت کارت‌پستال‌های تاریخی» نوشته اسکویی (۱۳۹۲) نیز به کارت‌پستال‌های دوران قاجار، پهلوی اول و دوم مرتبط با گیلان و به مضامین هم‌چون نحوه زندگی مردم، رجال و مشاهیر و... اشاره دارد. در مقاله «کارت و ویزیت و کارت‌پستال، طلایه صنعت عکاسی» نوشته ستاری (۱۳۹۷)، به شرح تاریخ صنعت کارت‌پستال در جهان و در چند سطر به تاریخ و محل اولین کارت‌پستال‌ها در ایران پرداخته شده است. مقاله «کارت‌پستال به مثابه یک رسانه‌ی ملی در عصر قاجار» نوشته طریقی (۱۳۹۷) نیز بیشتر به موضوعات کارت‌پستال‌های مشروطه و تفاوت موضوع آن با کارت‌پستال‌های رسانه‌ای در غرب اشاره کرده است. اما آن چه انجام پژوهش حاضر را ضروری می‌نماید توجه به بیست‌های تاثیرگذار جامعه‌شناختی و فرهنگی بر جایگاه عکاسی در میان عموم مردم در دوران قاجار و نقش کاربردی کارت‌پستال‌ها در این جریان است؛ چیزی که کم‌تر به آن در پژوهش‌های پیشین پرداخته شده و این پژوهش، قصد دارد به این مساله به طور تخصصی بپردازد.

عکاسی در عصر قاجار

اگرچه از نظر تاریخی، امروزه، سال ۱۸۳۹ م. را به عنوان سرآغاز ظهور عکاسی در جهان فرض می‌گیرند؛ اما داده‌های تاریخی و پژوهش‌های تاریخ‌نگاران عکاسی نمایان‌گر آن است که، تلاش برای رسیدن به فرآیند عکاسی، از یک قرن پیشتر از این تاریخ، یعنی از اوایل قرن ۱۸ با حرکت به سمت پیشرفت‌های تکنولوژی پراکنده و تا حد زیادی پنهان برمی‌گردد (Warner 2011: 1). نظام بازنمایانه عکاسی نه تنها به نوعی ادامه سنت تصویری غرب بود، بلکه عکاسی در جامعه‌ای سر

در تمامی مناطق، باورهای مذهبی، فقدان عرصه نمایش عمومی تصویر عکاسی، فقدان مجلات و روزنامه‌های به‌روز و آگاهی‌بخش، پایین بودن سطح سواد، نبود روش‌های ارزان تولید ارزان قیمت عکس، فقدان آموزش نظام‌مند همگانی عکاسی و... موجب شد عکاسی در میان عموم مردم دوران قاجار گسترش نیابد.

ظهور کارت‌پستال‌های عکاسی در ایران

پیش از بررسی تاریخ ابداع و ظهور کارت‌پستال‌های عکاسی، ابتدا تعریفی از کارت‌پستال ارائه می‌شود: کاغذ عکاسی به اندازه استاندارد ۹ در ۱۴ سانتی‌متر؛ نیز کارت‌هایی به همین اندازه که به روی یک روی آن تصویری چاپ و بر سطح دیگر، محل نوشتن نشانی و جای تمبر مشخص شده است. این کارت بی‌آن‌که داخل پاکت گذاشته شود با هزینه‌ای نازل‌تر قابل ارسال از طریق پست است (عباسی، ۱۳۸۹: ۱۸۲-۱۸۳). ظهور کارت‌پستال‌ها: در ابتدا، کارت‌پستال‌ها تنها برای ارسال نوشتار بود. به این صورت که روی کارت برای نوشتن آدرس دریافت‌کننده و الصاق تمبر و پشت کارت به نوشتن مطلب اختصاص داشت (صافی، ۱۳۶۸: ۱۳-۱۴). می‌توان تاریخ ظهور گسترده و منسجم اولین کارت‌پستال‌های تصویری را از سال ۱۸۷۰ م. در میانه جنگ فرانسه و آلمان دانست. این کارت‌ها که توسط ارتش آلمان به آرم صلیب سرخ و به صورت سیاه و سفید منتشر می‌شد، مختص زخمی‌ها و آسیب‌دیده‌های جنگی بود و با هدف تبلیغاتی و نیز تحریک حس وطن‌خواهی مردم صورت وسیعی منتشر می‌شد (همان: ۹). کارت‌پستال‌های عکاسی به سرعت در اروپا و بعد در آمریکا رایج شدند. این وضعیت به‌گونه‌ای بود که در سال ۱۸۷۱ م. تنها در انگلستان حدود ۱٫۵ میلیون کارت‌پستال در هفته از طریق پست ارسال می‌شد (صافی، ۱۳۶۸: ۱۶). با ورود چاپ‌خانه‌های خصوصی به عرصه تولید کارت‌پستال‌های تصویری، رونق و هیجان ارسال و جمع‌آوری کارت‌پستال‌های تصویری و عکاسی در سال‌های ۱۹۰۳ و ۱۹۰۴ م. به اوج خود رسید؛ طوری که تنها ۱۶ میلیون کارت‌پستال در هفته از پست‌خانه انگلستان می‌گذشت. در این جریان توجه به این نکته حایز اهمیت است که میلیون‌ها کارت‌پستال تنها با هدف جمع‌آوری در آلبوم‌ها و کلکسیون‌ها به صورت نو و استفاده نشده خریداری می‌شد (همان؛ اسکویی، ۱۳۹۲: ۱۰). عوامل گوناگونی بر چرایی رشد فراگیر کارت‌پستال‌ها در دوران طلایی خود، سال‌های ۱۸۹۰

برآورد که تمامی بسترهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، هنری و... برای رشد و گسترش آن آماده و فراهم بود. این توسعه با ابداع کارت‌پستال‌ها و چاپ عکس‌ها بر آن‌ها به نقطه‌ای رسید که از حدود ۱۸۹۰ الی ۱۹۱۴ م. هیچ پدیده‌ای معادل شیفتگی عموم مردم به کارت‌پستال‌های مصور نبود (اسکویی، ۱۳۹۲: ۱۲).

اما این جریان در ایران به شکل دیگری رقم خورد. اولین گام برای ورود این پدیده دورانساز به ایران، در اواخر سلطنت محمدشاه قاجار، با درخواست وی از دولت‌های روس و انگلیس صورت گرفته است. پس از چندی در سال ۱۸۴۲ م. / ۱۲۲۱ ه. ش. نخستین عکس تاریخ عکاسی ایران، توسط نیکلای پاولوف - دیپلمات جوان روسی که به این منظور تعلیم دیده بود - در حضور محمدشاه (۱۱۸۶-۱۲۲۷ ش.) برداشته شد (عدل، ۱۳۷۹: ۱-۲۷). برخلاف جامعه غرب، در ایران خاستگاهی اجتماعی برای ظهور عکاسی وجود نداشت؛ به جز دربار قاجار که شاید آن را باید تنها خاستگاه عکس و عکاسی در ایران دانست؛ خاستگاهی که با امیال شاهانه همراه بود. از دلایل اثبات این ادعا توجه به فاصله زمانی بین اولین تاریخ عکسبرداری در ایران در ۱۸۴۲ م. و دست نخورده و بلااستفاده بودن این دستگاه تا سال ۱۸۴۴ م. است (ذکاء، ۱۳۸۸: ۳). شاید بتوان گفت، دلیل این امر در تفاوت خاستگاه عکاسی در ایران و غرب و هم‌چنین، وضعیت زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بوده است؛ خاستگاه عکاسی در غرب مردم جامعه بودند و حال آن‌که در ایران شاه و درباریان قاجار. هرچند با استخدام کارلیان و تربیت اولین عکاس حرفه‌ای ایران، یعنی آقازاده در حدود سال ۱۸۵۸ م، عکاسی به‌طور جدی وارد فعالیت‌های درباری می‌شود؛ اما تا سال ۱۲۸۵ ق. / ۱۸۶۸ م.، که اولین عکاس‌خانه عمومی در ایران به دستور ناصرالدین شاه افتتاح می‌شود، این پدیده تنها در خدمت علایق شاهانه و دربار بوده است (طهماسب‌پور، ۱۳۸۷: ۱۸-۲۰). از سال ۱۳۰۰ ق. / ۱۸۸۳ م. اکثر شهرهای بزرگ ایران دارای عکاس‌خانه شدند و این امر موجب باز شدن حلقه انحصار دربار بر عکاسی شد. لیکن، هم‌چنان تا اواخر دوران قاجار بیش‌ترین مراجعه‌کنندگان به عکاس‌خانه‌ها طبقه مرفه جامعه بودند (شیخ ۱۳۷۸: ۳۲۲). عوامل متعددی هم‌چون وضعیت نامناسب اقتصادی عموم مردم و هزینه بالای سفارش عکس، عدم آشنایی مردم با کاربرد و ماهیت رسانه نوظهور عکاسی، پراکندگی جمعیت و عدم وجود امکانات

- تهران، سرای امیر، حجره آقا سید عبدالرحیم کاشانی
 - تهران، تیمچه موسی جواهر
 - تهران، مغازه نوبهار، لاله زار
 - تهران، مغازه گلستان، خیابان لاله زار
 - تهران، شرکت سید عباس کاشانی و برادران (صافی، ۱۳۶۸: ۱۷).

مطابق آمار سال ۱۳۱۰ ق. / ۱۸۹۳ م. پنج مغازه کارت پستال فروشی در تهران وجود داشته است (شهری، ۱۳۶۹: ۸۲). در میان موسساتی که نامشان ذکر شد، «تجارت خانه کاشانی» پرکارترین آن‌ها بود و به دلیل تنوع اجناس و خدماتی که ارائه می‌داد، همیشه در مرجع اول خریداران اقلام پستی و به خصوص علاقه‌مندان به گردآوری کارت پستال و تمبر بود. تجارت خانه آقا سید عبدالرحیم، که به نظرمی رسد نخستین ناشر خصوصی کارت پستال ایران بوده، تصاویر کارت پستال هایش را از میان نقاشان و عکاسان متخصص انتخاب می‌کرد و بعد از درج عنوان آن‌ها با قلم روی هر کارت، آن‌ها را برای چاپ به یکی از چاپخانه‌های اروپای فرستاد (شلویری، ۱۳۹۳: ۲۲).

اولین کارت پستال‌های مصور در ایران، ابتدا، در سال ۱۳۹۷ م. به پیشنهاد وزیر مختار هلند - که نماینده چاپخانه انسخدی نیز بود- به مقامات ایرانی در جریان تولید و چاپ قرار گرفت. طی این جریان، تعداد ۷۹ تصویر از ایران بر روی ۶۴ کارت پستال، در چهار رنگ و در تیراژ ۶۴۰۰۰ قطعه به چاپ رسید (همان: ۱۹-۲۰). به نظرمی رسد جریان انتشار این کارت‌ها بر اساس بدهی اداره پست ایران و هم‌چنین، بر اساس آگاهی اروپاییان از نظام اقتصادی ایران مورد ارزیابی و انتشار قرار گرفته است (هاروتیونیان، ۱۳۹۲: ۳۸-۴۰) (تصویر ۳). به نظرمی رسد بسیاری از این کارت پستال‌ها با توجه به قیمت آن‌ها برای ارسال به خارج



تصویر ۱- نمونه کارت پستال رنگی اوایل دهه ۱۹۰۰، انگلستان (ماخذ: URL3).

- ۱۹۱۴ م. موثر بودند که از جمله آن‌ها می‌توان به بالا رفتن سطح سواد و درک هنری و تصویری مردم، ارزان و تسهیل شدن خدمات پستی، افزایش تعداد چاپخانه‌ها، رونق صنعت گردشگری، کاربرد اطلاع‌رسانی کارت پستال‌ها از جانب حکومت‌ها و رسانه‌ها و صنایع سرگرمی اشاره کرد (تصویر ۱).

کارت پستال‌ها در ایران: اولین نشانه‌های ورود کارت پستال‌های مصور عکاسی در ایران هم زمان با رواج این‌گونه مراسلات پستی در غرب بوده است. این کارت پستال‌ها توسط ایرانیانی که در نیمه قرن ۱۳ به خارج سفر کرده بودند، به منظور مکاتبه با اقوام و نزدیکانشان از اروپا ارسال شده است (صافی، ۱۳۶۸: ۱۷). پیش از این، اما هم چون غرب ابتدا، ورقه‌های پستی، که به سفارش پست‌خانه دولتی ایران در خارج از این چاپ می‌شد، رایج گردید (شلویری، ۱۳۹۲: ۱۸) (تصویر ۲).

ناشران و فروشندگان کارت پستال در ایران

با بررسی پشت‌نویسی‌های کارت پستال‌های این دوران نام موسساتی که اقدام به تولید و فروش کارت پستال کرده‌اند، استخراج شدند، که عبارتند از:



تصویر ۳- کارت پستال هامسجد کرمان، از سری کارت پستال‌های چاپخانه انسخدی، سال ۱۹۰۳ م. (ماخذ: URL2).



تصویر ۲- یک نمونه از ورقه‌های پستی ایران (کارت پستال)، وزارت عدلیه - گلین (ماخذ: کتابخانه مرکزی آستان قدس رضوی) ۲.

چاپ انبوه در داخل ایران؛ اولریش مارزولف، معتقد است که، اوایل قرن سیزدهم، ایران یکی از آخرین نقاط جهان اسلام بود که چاپ در آن به عنوان یک روش فرهنگی مستمر پایه‌ریزی شد (مارزولف و افراسیابی، ۱۳۸۴: ۱۳۸ - ۱۳۹) هم چنین، تا آخر دوران قاجار امکان چاپ عکس بر روی کاغذ در ایران وجود نداشت.

- تمامی ورقه‌های پستی و کارت پستال‌های مصور در طول دوره قاجار در خارج از ایران منتشر می‌شده است.

- وضعیت اقتصادی مردم در دوران قاجار؛ در تمام قرن ۱۹ خطر همیشگی قحطی و شیوع طاعون و وبا دست به گریبان مردم عامه بود (شیخ، ۱۳۸۴: ۸ - ۲۳).^۲ هم چنین، نظام اقتصادی که در این دوران بر کشور حکم فرما بود، فضایی نابرابر و غیر عقلانی را ایجاد کرده بود که بر مبنای آن، تنها عده‌ای خاص و معدود از توان مالی بالا برخوردار بودند و باقی، در جایگاه اقتصادی مناسبی قرار نداشتند (آبراهامیان، ۱۳۸۴: ۲۰ - ۶۰).

کارت پستال‌ها به مثابه عرصه نمایش تصویر

جایگاه و وضعیت فناوری چاپ و تکثیر آثار نوشتاری و «تصویری» و هم چنین، سطح وسایل ارتباط و اطلاع‌رسانی هم چون روزنامه و تلویزیون نهنها بر نوع برخورد افراد یک جامعه با پدیده‌های نو و غریب موثر است، بلکه بر رشد و ارتقای سطح ذوقی و سلیقه‌ای آنها و گسترش سطح فکری و فرهنگی آن جامعه نیز موثر خواهد بود. در این میان، عرصه نمایش تصویر هم چون روزنامه‌ها، کتب و نشریات مصور، نمایشگاه‌ها و کارت پستال‌ها بی‌تردید نقش مهمی در شکل دادن فرهنگ تصویری و آگاهی بخشی عمومی دارند.

با بررسی تاریخ عکاسی ایران و با توجه محدودیت‌های دستگاه‌های چاپ و مصورسازی کتب و نشریات چنین می‌نماید که، در آغاز ورود عکاسی به ایران، تنها عرصه نمایش تصویر آلبوم‌های عکس و عکس‌های تولید شده در عکاس‌خانه‌ها بوده که تماماً در ابتدا، در انحصار و خدمت دربار و بعد، در خدمت طبقه مرفه جامعه بوده است. شاید بتوان گفت، برای اولین بار عرصه نمایش تصویر در ایران با آغاز جنبش مشروطیت و بهره‌مندی انقلابیون از قدرت مستندسازی و رسانه‌ای عکاسی و کارت پستال‌ها تحول مهمی پیدانمود.

تصاویر چاپ شده بر کارت پستال‌ها در این دوران، هرچند تنوع زیادی دارند، هم چون تصاویر اشخاص، منظره

از ایران تهیه شده بودند و با توجه به شرایط اجتماعی و اقتصادی آن دوران، تنها برای عده‌ای معدود در جامعه قابل استفاده بوده است.

بر اساس مشاهدات و نوشته‌ها حداقل تا اواخر دوران قاجار و آغاز جنبش مشروطه به دلیل فراهم نبودن زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و... آن جنون تولید، خرید، ارسال و جمع‌آوری کارت پستال در غرب، هیچ‌گاه در جامعه ایران رخ نداد. عوامل مختلفی بر جایگاه کارت پستال‌ها و اختصاصاً کارت پستال‌های مصور در ایران موثر بودند که از جمله آن می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- جمعیت اندک با سوادان در کشور؛ میزان با سوادان کشور در ابتدای قرن ۲۰ در ایران، حدود ۵٪ کل جمعیت بوده است. هم چنین، تنها کم‌تر از ۵٪ از جمعیت کشور در این دوران، قادر به درک زبان فارسی بوده‌اند (آبراهامیان، ۱۳۸۴: ۱۸). جعفر شهری نیز معتقد است که، از جمعیت حدود ۲۰۰ هزار نفری تهران در اواخر نیمه نخست قرن بیستم، تنها حدود یک چهارم آن‌ها با سواد و باقی بی‌سواد بوده‌اند (شهری، ۱۳۶۹: ۲۷۷ - ۲۷۸).

- وضعیت نظام پست‌خانه‌ای و چاپاری در ایران دوران قاجار؛ تا قبل از حدود سال ۱۲۹۲ ق. / ۱۸۷۵ م. نظم و انسجام درستی در نظام پستی ایران وجود نداشت؛ تنها در سال ۱۲۹۲ ق. تشکیلات رسمی پست ایران تاسیس شد و برای اولین بار پست‌خانه‌های کشور به وضع پست‌خانه‌های غرب درآمد. هم چنین، با پیوستن ایران به اتحادیه جهانی پست در سال ۱۲۹۴ ق. / ۱۸۷۷ م. این سازمان رسمیت و قدرت بیش‌تری کسب نمود. طبق آمار پست‌خانه ایران در سال ۱۳۰۰ ق. / ۱۸۸۳ م.، که با توجه به آمار سال‌های قبل به نوعی رونق رسیده بود، جمع کارت‌های پستی رد و بدل شده در پست‌خانه در داخل و خارج به کم‌تر از ۱۱۰۰ عدد می‌رسد (رودگر کیادارا، ۱۳۷۶: ۱۵۹). هم چنین، پراکندگی جغرافیای ایران و وضعیت نامناسب راه‌های ارتباطی بر امور پست‌خانه‌ای بی‌تاثیر نبوده است. البته، شیوه برخورد کارکنان و مدیران پست‌خانه در ایران با وقایع اجتماعی - سیاسی جامعه دوران قاجار، از زمان آغاز نهضت تنباکو، بر بالابردن سطح آگاهی فرهنگی اجتماعی مردم و جریان انقلاب‌ها و شورش‌ها بسیار تاثیرگذار بوده است (همان: ۱۷۳ - ۲۸۵).

- نبود چاپ‌خانه‌های به‌روز و تخصصی برای چاپ کارت پستال‌ها، به خصوص کارت پستال‌های تصویری، برای

و حالت نمایشی شخصی در مقابل دوربین، نوع روگرفتن زن سمت چپ عکس، تماما نمایان‌گر بی‌خبری سوژه‌ها از عملکرد عکاسی و رویداد در حال وقوع است (تصویر ۴).

با آغاز جنبش مشروطیت و بهره‌مندی مشروطه‌خواهان از عکاسی، به‌عنوان ابزاری برای ثبت رویدادها، تجمع‌ها و نیروهایشان، و کارت پستال‌ها، به‌عنوان بستری برای چاپ، توزیع و نمایش عکس‌ها، تحول بزرگی در جایگاه عکاسی در جامعه ایران شکل گرفت. مردم برای اولین بار خود را به‌عنوان هویتی مستقل از شاه در قالب سوژه‌های برعکس‌ها مشاهده می‌نمودند؛ عکس‌هایی که پیش از این عرصه نمایش شاهانه بود. یکی از ویژگی‌های مهمی که از نگاه به عکس‌های ابتدایی - هم‌چون تصویر ۵- و کارت پستال‌های عکاسی دوران مشروطیت می‌توان دریافت نمود، حضور تعداد افراد زیاد در یک عکس و رواج عکس‌های جمعی است. از این عکس‌ها چند نکته را می‌توان تحلیل نمود:

۱. در هیچ کدام از این عکس‌ها صحبت از شخص و فرد نیست، بلکه هویت جمعی است که در قالب معترضین به شاه و دربار تشخص پیدا کرده‌اند.

۲. حضور جمعی افراد در تجمع‌ها، تحصن‌ها و دسته‌های مجاهدین با سلاح، نمایان‌گر اتحاد و هم‌سخن بودن آن‌ها نسبت به حق و حقوق خود و هم‌چنین نمایش قدرت‌شان در مقابل حکومت است (تصویر ۵).

۳. عکاسان برای اولین بار بدون هیچ‌گونه دستور و خواست حکومتی، و با اهداف تجاری و نمایش عکس‌های شان در بین عموم و با تمایلات سیاسی خود از این تجمع‌ها عکاسی نمودند که این در نوع خود در تاریخ عکاسی ایران بینظیر بوده و نمایان‌گر شکل‌گیری خاستگاهی برای عکس‌ها در جامعه و در جایی جز دربار بوده است.

به واسطه چاپ این نوع عکس‌ها بر کارت پستال‌ها و تمایل

و بناها و تصاویر قوم‌نگارانه، ولی با این حال، اکثریت کارت پستال‌های عکاسی این دوران با محوریت و تمرکز بازنمایی وقایع و افراد مربوط به انقلاب مشروطیت بوده و دیگر موضوع‌ها در حاشیه بوده‌اند. این جاست که جایگاه بی‌بدیل کارت پستال‌ها در تاریخ اجتماعی عکاسی ایران نمایان می‌شود، جایی که کارت پستال‌ها تبدیل به عمومی‌ترین، تاثیرگذارترین و تنها عرصه نمایش تصویر عکاسی در جامعه دوران قاجار می‌شوند. عرصه نمایش تصویری که رها از سلطه، نظارت و سانسور حکومت قاجار بود. با بررسی و تحلیل موضوع، تعداد، هدف از تولید و ویژگی‌های بصری کارت پستال‌های عکاسی به‌جامانده از این دوران، علاوه بر پرداختن به موضوع اصلی مقاله، هم‌چنین، می‌توان به سلیقه و تفکرات سیاسی، اجتماعی و اعتقادی مردم و جایگاه مهم کارت پستال‌ها در دورانی حساس تاریخی پی‌برد.

تا قبل از وقایع مشروطیت، آن‌چه برعکس‌ها قابل مشاهده بود چیزی جز شاه، درباریان و دارایی‌های آن‌ها از رعیت و زمینهای متعلق به آنها نبود. به جز چند عکاس خارجی و تعداد محدودی عکاس ایرانی هم‌چون شاهزاده قاجاری، علی‌خان حاکم، باقی عکاسان جز به درخواست و دستور شاه و دربار عکاسی نمی‌کردند. مردم، به‌عنوان دارایی‌های شاه، در عکس‌ها بی‌آن‌که بدانند در مقابل چه ابزاری ایستاده‌اند، ثبت می‌شدند؛ نه خاستگاهی بود و نه آگاهی از ماهیت عکاسی. این ادعا را می‌توان در عکسی با عنوان «برداشت تنباکو در گیلان» - که در حدود ۱۳۱۰ ق. / ۱۸۹۳ م. ثبت شده است - به‌وضوح مشاهده نمود. افراد حاضر در عکس به صورت دسته‌جمعی و بدون هیچ مشخصه و هویت فردی در کادر عکس چیدمان شده‌اند. نگاه سرد افراد - هم‌چون مرد واقع در مرکز عکس - نداشتن هیچ ژست



تصویر ۵- کارت پستال سربازهای ملی تفنگ‌دارهای انجمن فاطمیه که همه سادات و اولاد پیغمبر هستند (ماخذ: موزه عکسخانه شهر)^۴.



تصویر ۴- عکس برداشت تنباکو در گیلان، عکاس سوریوگین. حدود دهه ۱۳۱۰ ق. (ماخذ: ذکا، ۱۳۸۸: ۴۱۶، تصویر ۱۲۱).



تصویر ۷- کارت پستی با عنوان «سربازان ملی تهران» (ماخذ: موزه عکسخانه شهر).



تصویر ۶- کارت پستال «ستارخان سردار ملی» (ماخذ: همان).

برآورد گستره انتشار کارت پستال‌های دوران قاجار و به خصوص در دوران مشروطیت کار دشواری است؛ چراکه همان‌گونه که پیش‌تر گفته شد، عوامل مختلفی بر جایگاه کارت پستال‌ها و اختصاصاً کارت پستال‌های مصور در ایران موثر بودند. عموم کارت پستال‌های عکاسی این دوران به صورت سیاه و سفید بوده و تعدادی به صورت رنگی نیز دیده می‌شود، که با دست‌رنگ شده‌اند. بخش وسیعی از کارت پستال‌های عکاسی به عنوان رسانه‌ای تصویری قابل اعتماد تبدیل به ابزاری، برای نمایش و تبلیغ آزادی خواهی و یا کنترل و سرکوب اعتراضات، در دست هر دو جناح انقلاب مشروطیت شدند؛ جناح آزادی خواه و مشروطیت طلب و جناح حکومت قاجار. با این همه کارت پستال‌های عکاسی دوران قاجار را -که اکثریت آنها با محوریت عکاسی پرتنه‌اند- می‌توان بر اساس موضوع و کاربرد و هدف تولید به سه دسته کلی تقسیم نمود:

۱. کارت پستال‌هایی با موضوع آزادی خواهان

این گروه از کارت پستال‌ها -که نقش مهمی در پژوهش حاضر نیز دارند- بیش‌ترین تعداد عکس‌های به جامانده از دوران مشروطیت را به خود اختصاص می‌دهد. عکس‌های

زیاد مردم به آنها به جهت اطلاع از اخبار انقلاب بود، که نه تنها بستری برای آشنایی عموم جامعه قاجار با عملکرد و ساز و کار عکس و عکاسی و جنبه مستندگونه و کارکرد ارتباطی آن برای اولین بار شکل گرفت، بلکه بازار خرید و فروش کارت پستال‌های عکاسی نیز برای نخستین بار در جامعه رواج پیدا کرد. این‌جا بود که با اوج‌گیری انقلاب و ثبت تصویر سرنانی هم چون ستارخان و باقرخان در عکس‌ها و کارت پستال‌ها و دست به دست شدن آن بین مردم، نمایش هویت فردی در کنار هویت جمعی مردمی نیز در جامعه مشاهده می‌شود (تصویر ۶). در این دوران بود که عکس‌هایی از آزادی خواهانی، که جز مردم نیستند، بر عکس‌ها و کارت پستال‌ها نمایان می‌شود که با خواست خود اشخاص برای ثبت چهره و هویت خود تحت پرچم و جریان انقلاب در مقابل دوربین عکاسان در عکاس‌خانه‌ها یا خارج از آن قرار می‌گیرند. هر چند هنوز هم این چهره‌های افرادی بی‌نام هستند (تصویر ۷). اما برخلاف تصاویر دسته‌جمعی قبل دارای ژست اعتماد به نفس و چهره‌ای مشخص و مستقل هستند؛ مردمی که هویت آنها سرباز ملی بودن و قدرت طلبی در برابر حکومت بوده است.

دسته بندی کارت پستال‌های عکاسی دوران قاجار



تصویر ۹- کارت‌پستال کاخ ویران شده در رشت، انتشارات سیدعبدالرحیم کاشانی، ایران، تهران، ۱۹۰۶-۱۹۱۱م. عنوان «ظلم و جور این بنا را در گیلان و رشت به همت مجاهدین کوهی از آتش نمود یادگار...» (ماخذ: URL1).



تصویر ۸- این عکس از آقا سید عبدالرحیم کاشانی به همراه دوستان و فرزندان که توسط خود او تبدیل به کارت‌پستال شده (ماخذ: شلوبری، ۱۳۹۲: ۲۳).



تصویر ۱۰- کارت‌پستال مجاهدین و فدائیان وطن در هنگام فتح دارالخلافه طهران (ماخذ: موزه عکس خانه شهر).

مرتبط با انقلاب مشروطیت، هم چون سال جشن اول و دوم مشروطیت و هم چنین، عکس‌های متفاوت تزیین شده با نقش و نگار و کولاژ، که حاوی پیامی خاص است، موضوع عکس‌های این دسته‌بندی را تشکیل می‌دهند. از تعداد بالای کارت‌پستال‌های عکاسی این دسته‌بندی می‌توان موارد مختلفی را استنباط نمود که در جدول ۱ ذکر شده است.

تجمع افراد با سلاح یا بدون سلاح در تحصن‌ها، عکس‌های تک نفره یا نهایتاً، چهار نفره از مبارزان با سلاح، عکس کشته‌شده‌های راه انقلاب تنها یا در کنار هم‌مرزم‌هایشان، عکس کشته‌شده‌های سربازهای حکومت، نمایش فتح‌ها و پیروزی‌ها و در نهایت، تشکیل مجلس شورای ملی ایران و نمایندگان و اعضای آن، نمایش افتتاحیه‌ها جشن‌های

جدول ۱. بررسی دلایل تعداد بالای کارت‌پستال‌های آزادی خواهان در دوران مشروطیت (ماخذ: نگارنده).

ردیف	عنوان مورد بررسی	تحلیل محتوایی
۱	تعداد بالای عکاسان گروه مشروطه خواهان	تعداد بالای مخاطبان مردمی عکس‌های آزادی خواهان موجب تمایل بیش تر عکاسان با اهداف تجاری برای کار در این دسته شده بود. تعداد بالای عکاسان تحت تاثیر انقلاب و عکاسی به نفع آن. عکاسان فعالیت در این عرصه را به منزله مطرح نمودن خود و عکاس خانه‌شان یافتند.
۲	فعالیت گسترده تولید کنندگان و فروشندگان کارت‌پستال در ایران با اهداف تجاری	به خاطر مخاطبان زیاد، تولید کنندگان نیز با اهداف تجاری دست به تکثیر عکس‌های انقلاب بر کارت‌پستال‌ها زدند. به همین دلیل به نظر می‌رسد هر عکسی که توسط عکاسان ثبت می‌شده، بدون هیچ ارزیابی بر کارت‌پستال‌ها چاپ می‌شده است.
۳	فعالیت تولید کنندگان و فروشندگان با اهداف سیاسی	از جمله مهم‌ترین آن‌ها «تجارت خانه کاشانی» است که به واسطه بهره‌مندی آقا سیدعبدالرحیم از کارت‌پستال‌ها برای نمایش عقاید و فعالیت‌های سیاسی خود بسیار در این حوزه فعال بوده است و کارت‌پستال‌های زیادی را با موضوع آزادی خواهان و تحرکات آن‌ها و به خصوص سربازان انجمن فاطمیون، که خود ریاست آن را به عهده داشت، تولید و تکثیر می‌نمود (تصاویر ۸ و ۹).
۴	حمایت‌های مدیران و کارکنان پستخانه ایران از انقلابیون	حمایت این افراد از جنبش‌های مردمی از دوران جریان تحریم تنباکو آغاز شده بود و نگارنده معتقد است با توجه به حمایت‌های آنان از انقلاب مشروطه و انتقال نامه‌ها و بسته‌های آنان به افراد مختلف، به احتمال بسیار زیاد به نظر می‌رسد در توزیع کارت‌پستال‌های عکاسی تولید شده در جناح انقلاب در بین مردم نقش به‌سزایی داشته‌اند.



تصویر ۱۲- تصویر محمدعلی شاه بر کارتیستیالی ارسال شده به هلند در سال ۱۹۰۹م. (ماخذ: URL).



تصویر ۱۱- کارت پستال جناب باقرخان سالارملی (ماخذ: همان).

در جریان مشروطیت توسط حکومت قاجار تهیه و منتشر میشدند. به طور کلی، تعداد این کارت پستال‌ها به نسبت کارت پستال‌های آزادی خواهان به طور قابل ملاحظه‌ای کم‌تر است و می‌توان این گروه را بر اساس موضوع به موارد زیر تقسیم نمود:

- عکس‌های شاهان قاجار، به خصوص محمدعلی شاه که در تصاویر خود را حاکمی عصبانی و قوی می‌نماید (تصویر ۱۲).
- عکس‌هایی از اعدام، شکنجه و به زنجیر کشیدن مجرمان و مبارزان مشروطیت طلب با هدف ایجاد رعب و وحشت در دل آزادی خواهان و طرفداران آن‌ها.
- عکس‌هایی از صاحب منصبان، سران و ماموران حکومتی حکومت قاجار به صورت انفرادی یا به همراه عکس‌های دسته جمعی قشون.
- عکس‌هایی از حضور درباریان در مراسم‌ها و وقایع تاریخی.

۳. کارت پستال‌های تزئینی، عامه پسند و توریستی

بخشی از کارت پستال‌های تزئینی و توریستی در این دوران از طریق چاپ عکس‌های تفریحه‌ها و سفرهای ناصرالدین شاه، زنان حرم سرا، مشاغل و فعالیت‌های روزانه مردم، معماری‌ها

تعدادی از کارت پستال‌های این دسته بندی از نظر بصری حاوی ویژگی‌های منحصر به فرد هستند. از جمله این عکس‌هایی می‌توان به تصاویر ۱۰ و ۱۱ اشاره نمود که عکاس‌خانه یا تولیدکننده کارت پستال با به‌کارگیری عناصر تصویری معناداری چون نقش و نگار، کبوتر، برگ و گل و گاه ترکیب آن با چند عنوان و یا شعار نوشتاری هم چون «زنده باد مشروطه ایران» تصاویر متفاوت و خلاقانه‌ای را خلق نموده‌اند. به نظر می‌رسد این گونه تصاویر به نوعی با هدف ارزش نهادن و قداست بخشیدن به آرمان‌های انقلاب مشروطه و اسطوره‌سازی از سران آن و تحریک احساس آزادی خواهی و مذهبی عموم مردم و هم چنین، معرفی حکومت قاجار به عنوان حکومتی ظالم و بی‌عدالت - هم چون عنوانی که در تصویر ۹ آمده - تولید شده‌اند. این تصاویر - هم چون عنوان و موضوع تصویر ۵ - با نمایش قشرهای مختلف جامعه به عنوان طرفداران جنبش و درج عنوان به آن نیز به نوعی سعی در مورد تأیید بودن و کسب اعتبار اجتماعی و مذهبی جریان انقلاب دارند.

۲. کارت پستال‌های حکومتی

این گروه کارت پستال‌هایی هستند که با محوریت انقلاب و

کارت پستال‌های تزئینی و توریستی، هرچند مخاطبان هر سه گروه مردم جامعه بودند، اما محتوا و هدف از تولید هر دسته از این کارت پستال‌های متفاوت از هم بوده است. در جدول ۲، علاوه بر این‌ها، تحلیل دقیق ویژگی‌های کیفی انواع کارت پستال‌های عصر قاجار به مثابه عرصه نمایش عمومی تصویر عکاسی آمده است.

نتیجه‌گیری

کارت پستال‌ها در ایران عصر قاجار، همزمان با هیاهوهای سیاسی انقلاب مشروطه وارد کشور شدند. هرچند عکاسی حدود ۶۰ سال قبل از ورود کارت پستال به ایران در دربار قاجار وارد شده و مورد استفاده قرار گرفته بود، ولی آن تا اواخر دوره ناصری و اوایل جنبش مشروطه در انحصار دربار و طبقه مرفه جامعه بود و کم‌تر کسی از عامه مردم ماهیت رسانه عکاسی با خبر بود. ضعف در انتشار منظم و به‌روز روزنامه‌ها و محدودیت چاپ تصویر عکاسی در آنها در کنار جمعیت ۹۵ درصدی کشور - که بیسواد بودند - موجب شد عکس‌ها و کارت پستال‌ها به خوبی تبدیل به ابزاری رسانه‌ای و ارتباطی برای روایت‌گری، اطلاع‌رسانی وقایع و اشخاص انقلاب مشروطیت به عموم جامعه عصر قاجار شوند. کارت پستال‌ها با توجه به ماهیت ارتباطی که داشتند در ایران تبدیل به بستری برای نمایش عکس‌ها شدند که از نظر محتوایی و هدف از تولیدشان آنها را می‌توان در سه دسته کلی جای داد؛ کارت پستال‌هایی با موضوع آزادی خواهان که توسط تعداد زیادی عکاس و تولیدکننده کارت پستال منتشر شده و بیش‌ترین مخاطب و متقاضی را در جامعه داشته است؛ کارت پستال‌های حکومت قاجار که شاه، درباریان، وقایع، مراسم‌ها و مخصوصاً دستگیری و شکنجه زندانیان آزادی خواه مشروطه بوده است و کارت پستال‌های تزئینی و توریستی، که رونق اصلی آن‌ها در اواخر دوران قاجار و حتی بعد از آن بوده و به نمایش اقوام، مناظر، بناها و اشخاص ایرانی و خارجی پرداخته و طرفداران خاص خود را داشته است. در این جریان کارت پستال‌های عکاسی دسته مشروطه خواهان نقش به‌سزایی در شکستن حلقه انحصار دربار بر گرد عکاسی و ایجاد تحولی عمیق در موضوعات، محتوا و اهداف عکس‌ها و هم‌چنین، عکاسان و مخاطبان آن در جامعه ایران داشته است. هرچند عکاسی در دهه‌های اولیه ورودش به ایران پدیده‌ای لوکس و در انحصار دربار قاجار بود، اما در ادامه، بارواج کارت پستال‌ها و



تصویر ۱۳- کارت پستال یک زن ایرانی، اوایل قرن ۲۰، آنتوان سوریوگین، مجموعه عکس‌های قاجار (ماخذ: URL)

و بناهای تاریخی، شهرها و مناظر آن و ... شکل گرفته‌اند. هم‌چنین، بخشی از این دسته‌بندی کارت پستال‌هایی هستند که توسط ایرانیان مقیم خارج از ایران برای خویشاوندانشان در ایران ارسال می‌کردند. علاوه بر این، کارت پستال‌های تزئینی با اهداف تماماً تجاری نیز در ایران توسط عکاسان و تولیدکنندگانی تهیه و تکثیر می‌شدند. از جمله مهم‌ترین و مشهورترین عکاسانی که کارت پستال‌های تزئینی او مشتریان ایرانی و خارجی بسیار داشت، و گمان است بسیاری از عکس‌های انقلاب مشروطیت نیز به دست او گرفته شده باشند، آنتوان سوریوگین (۱۸۴۰-۱۹۳۳ م.) بوده که عکس‌های بسیار زیادی از او در سفرنامه‌ها، گزارش‌ها و کتاب‌ها راه یافته است (سمسار، ۱۳۸۱: ۲۷۱) (تصویر ۱۳).

تحلیل یافته‌ها

بر اساس یافته‌های موجود کارت پستال‌های عکاسی در این دوران به سه دسته تقسیم می‌شوند: کارت پستال‌هایی با موضوع آزادیخواهان و مشروطه خواهان، بیش‌ترین تعداد کارت پستال‌های تولید شده در این دوران را به خود اختصاص می‌دهد؛ کارت پستال‌های حکومتی و

جدول ۲. تحلیل ویژگی های کیفی انواع کارت پستال های عصر قاجار به مثابه عرصه نمایش تصاویر عکاسی (ماخذ: نگارنده).

انواع کارت پستال ها بر حسب موضوع	گروه مخاطبین	مضامین و محتوای اثر	هدف تولید اثر	کیفیت عکس
آزادی خواهان	مردم عصر قاجار	تخصن مردم و صنفها و انتشار شناخته شده جامعه در سفارشاتها، تجمع های اعتراضی عکس های تک نفره یا چند نفره و دسته جمعی مبارزین با سلاح سرداران، شهیدان راه انقلاب کشته شده های حکومت قاجار نمایش پیروزی ها و تشکیک مجلس شورای ملی ایران و نمایندگان و اعضای آن نمایش افتتاحیه ها جشن های مرتبط با انقلاب مشروطیت هم چون سال جشن اول و دوم مشروطیت	آگاهی بخشی و اطلاع رسانی اخبار انقلاب تبلیغ آرمان ها و ارزش های انقلاب و تحریک احساس آزادی خواهی مردم ارزش نهادن و قداست بخشیدن به انقلاب مشروطیت و اسطوره سازی از سران آن نمایش حکومت قاجار به عنوان حکومت ظالم و مستبد	اکثر سوزده عکس های پرتوهای دسته جمعی و گاه ۱ تا ۲ نفر و گاه، بناها نیز هم چون تصویر ۸، نیز به چشم می خورد. پرتوهای مبارزان دارای رستی محکم و نظامی و گاه نشسته و آرام هم راه با اسلحه هستند. افراد حاضر در عکس های دسته جمعی اکثر اچیدمان شده و منظم و مشخص ایستاده و بی حرکت هستند. به دلیل محدودیت ابزار های عکاسی، عکس های لحظه ای از صحنه های درگیری و یا نگرانیات به چشم نمی خورد. تزیین عکس ها با عناصر معنادر تصویر هم چون گل، برگ، کیتور، نقش و نگار درج عنوان (شعار، موضوع عکس، نام افراد، شعر و...) به فارسی یا قلم و جوهر به صورت خوش نویسی بر روی عکس و گاه، به همراه ترجمه فرانسسه بر حاشیه کاغذ کارت پستال و خارج از عکس بعضی از کارت پستال ها به صورت دستی با رنگ های متنوع رنگ شده اند. بعد از پیروزی مشروطیت عکس هایی از ترکیب افراد و فضای ساختمان - در داخل یا خارج از بنا - و محوطه های مربوط مجلس ملی دیده می شوند.
حکومتی	مردم عصر قاجار	محمدعلی شاه و درباریان، مراسم ها و وقایع دربار، صاحب منصبان قاجار و نظامیان، اعدام ها زندانیان و شکنجه آزادی خواهان، تصاویری از به توپ بستن مجلس	نمایش محمدعلی شاه در هیئت پادشاهی جدی با عزم راسخ نمایش انسجام و ساز و کار داخل دربار و نظامیان ایجاد رعب و وحشت در دل مشروطه خواهان و کنترل و سرکوب اعتراضات	پرتوهای محمدعلی شاه تزیین شده و گاه، دست رنگ هستند و چهره بسیار جدی و خشک است. ترکیب و کولاج تصاویر هم چون ترکیب تصویر محمدعلی شاه در کنار صحنه اعدام مجرمین افراد در مراسم های خاص خود و یا در لباسهای رسمی و محلی خود اماکن مشهور اکثرا با وجود یک یا دو پیکره انسانی با هدف نمایش مفیاس
تزیینی، عامه پسند و توریستی	مردم عصر قاجار و توریست ها و مخاطبان خارجی	شهرها، اماکن، مناظر و اقوام ایرانی، زنان ایرانی، مشاغل عصر قاجار شاهان و افراد بنام دربار قاجار، سفرها و موضوع های مربوط به دربار کارت پستال هایی با موضوعاتی هم چون ارتش خاص، چهره ها، بناها و مناظر خارج از ایران مناظر، اشخاص مشهور و وقایع نقاط مختلف جهان	فروش در بازار داخلی ایران فروش به خارج و توریست ها و جهانگردان برای مطالعه جمعا و برای چاپ در سفرنامه ها و... چاپ و فروش در چاپخانه های خارج از ایران جنبه سرگرمی داشته و مردم به خصوص طبقه فرقه برای عیدی یا هدیه دادن و یا به هدف جمع آوری در آلبوم ها و کلکسیون ها خریداری می نمودند.	زنان در رستها و حالات ارتوبیک هم راه با عناصر شرقی همچون قلیان و یا لباس های محلی در فضای داخلی یا خارجی مشاغل مختلف اکثرا با قرار گرفتن در پس زمینه ساده به شکل تزیین نگارانه افراد در مراسم های خاص خود و یا در لباسهای رسمی و محلی خود اماکن مشهور اکثرا با وجود یک یا دو پیکره انسانی با هدف نمایش مفیاس

قابلیت تبدیل به نماد تصویری برای آزادی خواهی و پیروزی شدن را اعطان نمودند.

تشکر و قدردانی

از دانشگاه نیشابور به خاطر حمایت از این پژوهش، که در قالب طرح پژوهشی، به سرانجام رسید کمال تشکر و قدردانی را دارم.

بهره مندی آزادی خواهان جنبش مشروطه از آن، به عنوان بستری برای نمایش عمومی وقایع و آرمان های انقلاب، تبدیل به عاملی برای تغییرات و تحولات سیاسی و اجتماعی شدند. کارت پستال ها نه تنها عکس و عکاسی را در ایران عمومی کردند، بلکه با تبدیل عکس ها به یک بیانیه سیاسی اجتماعی و اعتقادی در جامعه، به آنها ارزشی برای دیده شدن، دست به دست شدن و درخور خرید و فروش شدن و

پی‌نوشت

۱. کارلیان (Carliane) فرانسوی، در سال ۱۸۵۹ م. / ۱۲۷۵ ق. به منظور آموزش عکاسی به دربار ایران آمد و عکاسانی هم چون آقازاده عکاس باشی و حتی ناصرالدین شاه از شاگردان او به شمار می‌آیند (ذکاء، ۱۳۸۸: ۲۴-۲۵).
۲. این عکس را نگارنده از کتابخانه دیجیتال آستان قدس درخواست نمود؛ بدین ترتیب، این عکس از طریق ایمیل در اختیار نگارنده قرار گرفت.
۳. در توضیح مجله عکسنامه چنین آمده که: این مقاله ترجمه مقاله‌ای با عنوان *The Rise of the Kingly Citizen* است که در همایش عکاسی در دنیای اسلام در دانشگاه هاروارد ارائه شده است.
۴. از مجموعه کارت پستال‌های مشروطه - که به مناسبت برگزاری نمایشگاه کارت پستال‌های مشروطه در موزه عکسخانه شهر چاپ شده بود - برداشته شده است. این عکس ها در یک پیک کوچک حدود ۱۳ در ۱۸ سانتی متر به فروش می‌رسید.

منابع

- آبراهامیان، پرواند (۱۳۸۴). *ایران بین دو انقلاب*، ترجمه احمد گل محمدی و محمدابراهیم فتاحی، چ. یازدهم، تهران: نی.
- اسکویی، مهرداد (۱۳۹۲). «*داستانی از کلمه و تصویر*»، حرفه هنرمند (ویژه‌نامه کارت پستال و نامه‌نگاری)، شماره ۴۵، ۲-۱۴.
- ذکاء، یحیی (۱۳۸۸). *تاریخ عکاسی و عکاسان پیشگام در ایران*، چ. سوم، تهران: علمی فرهنگی.
- رودگر کیادار، ایرج (۱۳۷۶). *مروری بر تاریخ پست ایران*، تهران: نگین.
- ستاری، محمد (۱۳۹۷). «*کارت و بیزیت و کارت پستال، طلایه صنعت عکاسی*»، وب سایت تمبرستان (URL۴).
- سمسار، محمدحسن (۱۳۸۱). «*میراث فرهنگی: نگاهی به آثار آنتوان سور یوگین*»، بخارا، شماره ۲۳، ۲۶۷-۲۷۶.
- شلویری، علیرضا (۱۳۹۲). «*پیشینه نشر و رواج کارت پستال مصور در ایران*»، حرفه هنرمند (ویژه‌نامه کارت پستال و نامه‌نگاری)، شماره ۴۵، ۱۶-۲۶.
- شهری، جعفر (۱۳۶۹). *تاریخ اجتماعی تهران در قرن سیزدهم (زندگی، کسب و کار...)*، ۲ جلدی، چ. دوم، تهران: موسسه خدمات فرهنگی رسا.
- شیخ، رضا (۱۳۷۸). «*افول تمثال همایونی: نقدی بر عکس‌های دوره مشروطیت*»، تاریخ معاصر ایران، سال سوم، شماره ۱۰، ۳۲۱-۳۳۲.
- شیخ، رضا (۱۳۸۴). «*ظهور شهروند شاهوار: صد سال اول عکاسی چهره در ایران (۱۸۵۰-۱۹۵۰)*»، ترجمه فرهاد صادقی، عکسنامه، شماره ۱۹، ۴-۲۷.
- صافی، قاسم (۱۳۶۸). *کارت پستال‌های تاریخی ایران*، تهران: موسسه فرهنگی گسترش هنر.
- طریقی، مژگان (۱۳۹۷). «*کارت پستال به مثابه یک رسانه ملی در عصر قاجار*»، وب سایت تمبرستان (URL۴).
- طهماسب پور، محمدرضا (۱۳۸۷). *ناصرالدین شاه عکاس*، چ. دوم، تهران: تاریخ ایران.
- عباسی، اسماعیل (۱۳۸۹). *فرهنگ عکاسی*، چ. پنجم، تهران: سروش.
- عدل، شهریار (۱۳۷۹). «*آشنایی با سینما و نخستین گام‌ها در فیلم‌برداری و فیلم‌سازی در ایران (۱۲۷۷ تا حدود ۱۲۸۵ خ. / ۱۸۹۹ تا حدود ۱۹۰۷ م.)*»، طاووس، شماره ۵ و ۶، ۵۸-۹۰.
- مارزولف، اولریش و افراسیابی، مائده (۱۳۸۴). «*تصاویر چاپ سنگی عهد قاجار: منبع الهام هنر معاصر ایران*»، حرفه هنرمند، شماره ۱۳، ۱۳۸-۱۴۴.
- هاروتیونیان، ویلیام (۱۳۹۲). «*نخستین کارت‌های پستی تصویری ایران*»، حرفه هنرمند (ویژه‌نامه کارت پستال و نامه‌نگاری)، شماره ۴۵، ۳۶-۴۰.
- Warner Marien, Mary (2010), *photography a cultural history*, Pearson, London

URLs:

- URL1. <https://www.ajamc.com/2017/12/20/harvard-technologies-image-art-iran/>
- URL2. <https://www.balkanphila.com>
- URL3. <https://www.postalmuseum.org>
- URL4. [www.tambrestan.com/index.php?id_cms=127&controller=cms/\(1397/4/1\)](http://www.tambrestan.com/index.php?id_cms=127&controller=cms/(1397/4/1))
- URL5. www.thenelsoncollection.co.uk

An Analysis of the Qajar Era's Postcards as an Arena for Displaying Photographic Images

Abstract:

Photography entered Iran in 1842, about 3 years after the official announcement of the invention of photography in the world. Although with a little delay, from around 1858, with the beginning of systematic photography training in the court, we can witness the brightness of photography among the aristocracy and the few rich class of the society, but it took many years for photography to enter the visual culture and people's lives. Various reasons have influenced the ups and downs of the development and popularization of photography in this era, but one of the most important of them was the arrival of photographic postcards in Iran. In order to better understand the unique position of Qajar era postcards in the process of democratization of photographic images in Iran, it is necessary to research the history of Qajar era social developments, photography and how it interacts with the events of the constitutionalism movement.

This research tries to investigate the position of photographic postcards of the Qajar era by benefiting from the historical method and descriptive analytical approach and by applying the theory of social history. This article firstly describes the beginning of the arrival of postcards in Iran and then examines the types of postcards and their content, visual categories and the purpose of their production.

Various cultural, economic, social and political factors and contexts have been effective on the position of photography at the beginning of its entry into Iranian society, and by examining them, we can better understand the question of why the passion and enthusiasm for photography and photographic postcards in the West never happened in Iran. What is of interest and consideration in the current research, is the influential role of postcards

and the constitutional movement on this trend. The research problem is what role did illustrated postcards play in the development of photography and social awareness in Iran during the Qajar era, and what path did they follow in popularizing the culture of photography compared to the West? In a way, this article tries to examine the importance of photographic postcards in the process of publicizing the photographic image by examining the position of photographic postcards. In this way, identifying and analyzing the status of postcards and their fundamental role in filling the empty space in the image display arena and public awareness media in this inflammatory era is one of the basic topics of the present research; because the assumptions of the research are that only by taking a contextual look at the history of photography media and its role in each society and comparing the approach of other societies, according to the situation and equations of each society, we can have a clearer view of how this phenomenon works and the hidden strain of the social life of every society.

The local and time frame of the research is focused on the first "photographic" postcards from the time when photography entered Iran until the end of the Qajar rule. The statistical population includes all photographs and photographic postcards

Document Type:

Original/Research/Regular Article

Receive Date: 04 July 2022

Accept Date: 20 July 2022

Mohammad Zarghi

Faculty Member at Department of Art, Neyshabur University, Neyshabur, Iran.

Email: mimzarghi@gmail.com

DOI:

10.22051/jtpva.2022.40944.1437



of this era, available in private or government (published) archives, books, magazines and reliable foreign and domestic websites.

Based on the available findings, photographic postcards in this era are divided into 3 categories:

1. Postcards with the subject of Constitutionalists:

This group of postcards, which also play an important role in the current research, includes the largest number of photos removed from the constitutional era. Photos of armed or unarmed people gathering in sit-ins, single or four-person photos of fighters with weapons, photos of those killed in the revolution alone or with their comrades, photos of the dead soldiers of the government, the display of conquests and victories and finally the formation of National Consultative Assembly of Iran and its representatives and members, the display of the inaugurations of the celebrations related to the constitutional revolution, such as the year of the first and second celebration of the constitutionalism, as well as different photos decorated with engravings and collages, which contain a special message, are the subject of the photos in this category.

2. Government postcards

In general, the number of these postcards are significantly less than the postcards of the Constitutionalists, and this group can be divided into the following based on the subject:

- Photos of Qajar kings, especially Mohammad Ali Shah, who shows himself as an angry and strong ruler.
- Photos of the execution, torture and chaining of criminals and constitutionalist fighters with the aim of creating terror in the hearts of freedom fighters and their followers.
- Photos of officials, leaders and government officials of the Qajar government individually or together with group photos of soldiers.
- Photos of courtiers attending ceremonies and historical events.

3. Decorative, popular and touristic postcards

A part of decorative and touristic postcards in this era through printing photos of Nasser al-Din Shah's entertainments and travels, harem women, people's daily jobs and activities, architectures and historical buildings, cities and their landscapes, etc. have been formed. Also, part of these cases are the postcards that were sent by Iranians living outside of Iran to their relatives in Iran. In addition, decorative postcards with purely commercial purposes were also prepared and reproduced in Iran by photographers and manufacturers.

Postcards in Iran entered the country at the same time as the political upheavals of the constitutional revolution. Although photography was introduced and used in the Qajar court about 60 years before the introduction of postcards to Iran, but until the end of Nasser al-Din Shah's rule and the beginning of the constitutional movement, it was the monopoly of the court and the wealthy class of society, and few of the common people were aware of the nature of photography. Weakness in the regular and up-to-date publication of newspapers and the limitation of printing photographic images in them, along with 95% of the country's population who were illiterate, caused photos and postcards to become a media and communication tool. To narrate and inform the events of the constitutional revolution to the society of the Qajar era. In this process, the photographic postcards of the constitutionalists have played a significant role in breaking the court's monopoly on photography and creating a deep transformation in the subjects, content and goals of photographs, as well as photographers and their audiences in Iranian society. Although photography in the early decades of its arrival in Iran was a luxury phenomenon and exclusive to the Qajar court, but later with the spread of postcards and the freedom fighters of the constitutional movement benefited from it as a platform for public display of the events and ideals of the revolution, photographs became a factor for political and social changes and developments. Postcards not only popularized photos and photography in Iran, but also by turning photos into a political, social and religious statement in the society, they gave them a value to be seen, to be exchanged and to be bought and sold, and the ability to become a visual symbol of freedom and victory.

Keywords: Qajar Era, History of Photography, Constitution, Letter, Postcard, Media.

References:

- Tahmasbpour, M. R. (2008). *Naser-al-Din Shah the Photographer King*. Tehran: Tarikh-e Iran.
- Abrahamian, E. (2005). *Iran between Two Revolutions*. (Translated by A. Golmohamadi & M. Fatahi). Tehran: Nashre Ney.
- Adl, Sh. (2000). Familiarity with Cinema and the First Steps in Film-Taking and Filmmaking in Iran. *Tavoos*. Autumn and Winter. 5-6. 58-90.
- Harutyunyan, W. (2013). Iran's First Picture Postcards. *Herfeh Honarmand*. Spring. Special Issue. 45. 36-40
- Roodgar Kiadara. I. (1997). *An Overview of Iran's Postal History*. Tehran: Negin.
- Marzolph, U. (2005). Lithographs of the Qajar Era: A Source of Inspiration for Contemporary Iranian Art. *Herfeh Honarmand*. Autumn. 13. 138-144

- Oskouei, M. (2013). The Story of Words and Images. *Herfeh Honarmand*. May. 45. 2-14
- Safi, Gh. (1989). *Old Postcards from Iran*. Tehran: Gostaresh-e Honar
- Sattari, M. (2018, June 22). *Visiting Card and Postcards, the Beginning of the Photography Industry*. Retrieved from: https://tambrestan.com/index.php?id_cms=127&controller=cms
- Semsar, M. (2002). Cultural Heritage: A Look at the Works of Anton Soryugin. *Bukhara*. Spring. 23. 267-276
- Shahri, J. (1990). *Social History of Tehran in the 13th Century*. Tehran: Rasa
- Shalviri, A. (2005). The History of the Publication and Popularity of Illustrated Postcards in Iran. *Herfeh Honarmand*. Spring. Special Issue 45. 16-26
- Sheikh, R. (1999). The Decline of Imperial's Statue: A Critique on the Photos of the Constitutional Period. *Tarikh-e Mohas-er-e Iran*. Summer. 10. 321-332
- Sheikh, R. (2005). The Rise of the Kingly Citizen. (Translated by F. Sadeghi). *Aksnameh*. 19. 4-27
- Tarighi, M. (2018, June 22). *Postcard as a National Media in the Qajar Era*. Retrieved from: https://tambrestan.com/index.php?id_cms=125&controller=cms
- Warner, M. M. (2010). *Photography A Cultural History*. Pearson: London.
- Zoka, Y. (2009). *The History of Photography and Pioneer Photographers in Iran*. Tehran: Elmi Farhangi.

URLs:

- URL1. <https://www.ajamc.com/2017/12/20/harvard-technologies-image-art-iran/>
- URL2. <https://www.balkanphila.com>
- URL3. <https://www.postalmuseum.org>
- URL4. [www.tambrestan.com/index.php?id_cms=127&controller=cms/\(1397/4/1\)](http://www.tambrestan.com/index.php?id_cms=127&controller=cms/(1397/4/1))
- URL5. www.thenelsoncollection.co.uk