

تحلیلی بر تحول ذائقه ایرانی از قهوه به چای در عصر قاجار

علی اکبر غندی^۱

دکتر سهیلا ترابی فارسانی^۲

دکتر احمد کامرانی فر^۳

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۱/۰۲

تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۷/۲۲

چکیده

علیرغم این که در طول چند صد سال و تا آخرین دهه های قرن ۱۳ هـ.ق، نوشیدنی محبوب و عمومی همه مردم ایران قهوه بود، اما در آخرین دهه های این قرن و اوایل قرن ۱۴ هـ.ق، چای جزء جدایی ناپذیر آداب غذایی هر فرد ایرانی گردید. بدیهی است بررسی و تحلیل این تغییرات از اهمیت ویژه ای در تاریخ اجتماعی ایران برخوردار است. از این رو و در این نوشته به دنبال پاسخ به این پرسش هستیم که چه عواملی در تغییر ذائقه ایرانی از قهوه به چای دخیل بوده و این تحول چگونه صورت گرفته است؟

به زعم ما هر چند نقطه صفری برای شروع تغییرات در کنش افراد در طول تاریخ وجود نداشته و ندارد، اما دستاوردهای این پژوهش حاکی از آن است که نقطه عطف این جامعه پذیری در دو دهه آخر قرن ۱۳ هـ.ق، به وقوع پیوست. هر چند از اولین سال های شکل گیری سلسله قاجار، بذر این تغییر کاشته شد و در اواخر حکومت ناصری به بار نشست. در این پژوهش کوشیده می شود علل و عوامل داخلی و خارجی این تغییر اجتماعی واکاوی شود و روش تحقیق به صورت کتابخانه ای است.

کلیدواژه‌ها: چای، قهوه، تغییر ذائقه، قاجار، قهوه خانه، چای خانه.

^۱ دانشجوی گروه تاریخ، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران. akbarghandi45@gmail.com

^۲ دانشیار گروه تاریخ، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران. (نویسنده مسئول) tfasani@yahoo.com

^۳ استادیار گروه تاریخ، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

مقدمه

نوشتن تاریخ چای یا قهوه صرفاً نگارش تاریخ یک ماده تلخ یا سیاه نیست، تاریخ انسان است و زندگی روزمره او؛ تاریخ انسان است و اندیشه اش درباره این گونه پدیده ها و هم چنین تأثیر و تأثر متقابل آنها بر یکدیگر. این جوشانده غلیظ در روابط اجتماعی و فردی، ساختار اجتماعی و سیاسی و حتی مناسبات اقتصادی و فرهنگی چه آثاری بر جای نهاده است؟ از این رهگذر بخشی از تاریخ فرهنگی و اجتماعی یک جامعه را از ورای تاریخ یک یا دو ماده سیاه روی می توان دریافت. نگارش تاریخ قهوه و چای، نوشتن بخشی از تاریخ واقعیت های مادی و سرخوش آور انسان ایرانی عصر قاجار می باشد. نوشتن تاریخ این گونه مواد باعث روی آوردن مورخان به نگارش تاریخ تولید و مصرف بسیاری از جنبه های مادی و معنوی زندگی انسان ایرانی در گذشته می گردد.

در خصوص بررسی پیشینه این پژوهش باید گفت علی رغم این که تحقیقاتی راجع به مصرف قهوه و چای صورت گرفته، اما عموماً به چگونگی تغییر ذائقه ایرانیان از خوردن قهوه به چای و عوامل آنها توجهی نشده است. از جمله این تحقیقات می توان به مقاله «تاریخ انکشاف چای» در سال ۱۳۱۸ هـ.ش و مقاله «قهوه و قهوه خانه در ایران» از علی بلوک باشی و زندگی نامه مرحوم چای کار و چندین مقاله راجع به تاریخ مصرف قهوه اشاره کرد. ولی در این پژوهش ها به تحلیل و بررسی عوامل این تغییر پرداخته نشده.

پیشینه نوشیدن قهوه

برای بررسی عوامل تغییر ذائقه ایرانیان از نوشیدن قهوه به چای بهتر است اشاره ای به تاریخ نوشیدن این دو ماده گردد. قهوه خانه هم چون نهاد اجتماعی - فرهنگی نقش مند در جامعه های سنتی شهرهای ایران عمل می کرد و در طول حیات چند صد ساله خود، در هر زمان و دوره به اقتضای اوضاع اجتماعی هر شهر و دیاری با مردم جامعه و فرهنگ مردم ارتباط داشته و همراه با گرایش ها و معتقدات مذهبی فعالیت کرده است. به ظن نزدیک به صحت، ورود قهوه به ایران و شکل گیری نهادی به نام قهوه خانه به دوره سلطنت طهماسب اول صفوی برمی گردد.^۱ قهوه از جهت نشاطی که داشته قهوه گفته می شد و لیکن نام طبی آن بُن بوده است. «قهوه در زبان عربی به معنی شراب غلیظ، سیاه و خالص است چرا که خیلی زود شارب خود را سیراب می گرداند.»^۲ برخی شناخت و کشف قهوه را به یک بز چران عرب نسبت می دهند و می گویند روزی بزهایش حرکات شاد و شگولی داشتند؛ او گیاهان آن منطقه را آزمایش کرده و با خوردن یکی از آنان خود نیز شگول

شد و لذا آن را به دیگران معرفی کرد. گویا چنین حکایتی در قرن ۹ هـ.ق، اتفاق افتاد. برخی دیگر زادگاه قهوه را منطقه «کفا» در جنوب حبشه می دانند. و از این رو اصطلاحات *cofe* فرانسوی و *coffe* انگلیسی و واژه عربی و فارسی قهوه را بر گرفته از نام همین مکان می دانند. حبشی ها نام بُن بر آن نهاده بودند و لذا در یمن نیز با همین نام شیوع یافت. استفاده از قهوه ابتدا در حلقه صوفیان متداول شد و محدث القهوه علی بن عمر شاذلی بود. او نخستین جوشاننده قهوه در شبه جزیره بود. وی جوشاننده این گیاهان را به طریقه اش شناساند و قصد او ربودن خواب و بیدار ماندن در شب زنده داری مریدان بود. لذا هنوز هم «مردم الجزایر قهوه را شاذلیه می خوانند».^۳

نوشیدن قهوه احتمالاً در سال ۹۱۷ هـ.ق برابر با ۱۵۱۱ م در مکه آغاز شد و در همین سال اولین «بیت القهوه» ها در این شهر رایج شد و از آن جا به شام، مصر، استانبول و تقریباً در همان سال ها به ایران وارد شد.^۴ این که مسیر ورود این نوشیدنی از عثمانی به ایران بود و یا مستقیماً از مکه و توسط حجاج ایرانی به پایتخت و شهرهای بزرگ ایران صفوی رسید، اجماعی نیست؛ اما شاید روایت هر دو مسیر نیز قرین به صحت باشد. با این حال واژه «قهوه خانه» که ترجمه «بیت القهوه» عربی است. به شکلی عجیب در دو امپراطوری عثمانی و صفوی رواج پیدا کرد و این در حالی است که واژه ای است فارسی^۵ با این که اکثر محققین بر این نظرند که قهوه در زمان سلطنت شاه طهماسب اول به ایران ورود پیدا کرد و در شهرهای بزرگ میان اعیان و اشراف و به ویژه دربار جایگاه برتری یافت، اما اوج رونق این ماده عصر سلطنت شاه عباس بزرگ است که در میان همه طبقات الناس شیوعی تمام یافت و به نوشیدنی محبوب همه اقشار بدل گردید.^۶

از دوره صفویه تا اواخر دوره قاجار نوشیدن قهوه به عنوان یک نوشیدنی گرم، دلپذیر و تشریفاتی در میان اقشار جامعه به ویژه درباریان و خانواده های اعیان و اشراف رواج داشت و اکثر گردشگران خارجی به این موضوع اشاره کردند. تعدد قهوه خانه ها در عصر شاه عباس و پس از آن در اکثر شهرهای بزرگ ایران و اقبال اقشار مختلف مردم به ویژه اهل فضل و هنر، درباریان، عارفان، شاعران و حتی اقشار فرودست جامعه، حکایت از محبوبیت مصرف این ماده در ایران صفوی دارد. در اصفهان اهل قلم و هنر و رجال کشوری و لشگری برای دیدار دوستان، استراحت، سرگرمی و گذران وقت به قهوه خانه های معروف چهار باغ و قیصریه می رفتند. شاهنامه خوانی، رقاصی، آواز، موسیقی، قصه گوئی، نقالی و حتی بازی ها و تفریحات گوناگون از قبیل استعمال قلیان و تریاک باعث سرگرم کردن مردم و اقبال بیشتر به قهوه خانه ها گردید.^۷ وجود خوبرویان چرکسی، گرجی و ارمنی در قهوه خانه

های شهرهای بزرگ باعث شد تا قهوه خانه ها محلی برای گردهمایی هوسرانان، نقش پرستان و شاعران گردد. بعدها داستان خوانی، شاهنامه خوانی و گاهی نیز مداحی ائمه جزء برنامه های جذاب این اماکن گردید.

بعد از سقوط صفویان و بروز هرج و مرج در ایران، قهوه خانه ها و قهوه خانه نشینی کم رنگ شد. با تثبیت سلسله قاجار توسط آغا محمد خان و انتخاب پایتخت جدید، لزوم سرگرم کردن مردم باعث شد تا به فکر احیای مجدد قهوه خانه ها بیفتند و کم کم قهوه خانه هایی در شهرهای بزرگ شکل گرفت که محل تفریح و وقت گذرانی مردان بود. در این عصر تقلیدچی ها نیز با اجرای نمایش به رونق قهوه خانه ها افزودند. نقالی در قهوه خانه ها تکوین یافت و هنر نقاشی قهوه خانه ای آوازه ای پیدا کرد. بی شک عهد قاجار اوج رونق قهوه خانه ها و قهوه خانه نشینی بود. در این عصر و به ویژه دوره با ثبات و البته پر دوام ناصری، اوج مصرف قهوه و همین طور توجه اقشار گوناگون به قهوه خانه ها بود. حتی سیاه پوستان تهران که قریب به اتفاق آنان برده بودند نیز در قهوه خانه قنبر جمع می شدند و لذا این مکان به عنوان محل تجمع افراد تنبل و بیکار در افواه عمومی شهره شد. سیاحان غربی از مصرف بی رویه قهوه در عصر قاجار می نویسند و تأکید می کنند که ایرانیان قهوه را به گونه ای غلیظ می نوشیدند که در واقع به خوردن شبیه است تا آشامیدن.^۸

درووید در این باره می نویسد: «علاقه ایرانی ها به قهوه تا سرحد جنون پیش می رود و من فکر نمی کنم حتی یک نفر هم در این کشور پیدا شود که چند فنجان قهوه ننوشد».^۹ ظاهراً فراوانی و ارزانی قهوه در این اقبال کم تأثیر نبوده است. اما درست در سال های اوج مصرف قهوه در ایران، چای به عنوان رقیب جدید موفق می شود در طول حداقل دو دهه قهوه را عقب رانده و جای خود را بر سر سفره ایرانیان تثبیت سازد.

نویشیدن چای

روایت های متعددی وجود دارد مبنی بر این که خاستگاه گیاه چای کشور چین است. برخی کشف استفاده از خواص چای را به ۲۷۰۰ سال قبل از میلاد و کاشف آن را یکی از پادشاهان آن کشور و دیگری راهبی را به عنوان شناساننده این گیاه و گروهی نیز آگاهی از ویژگی های چای را به یکی از درباریان به شکل روایات متفاوت ذکر می کنند.^{۱۰} فارغ از صحت و سقم این روایات، نکته قابل توجه به این موضوع است که چای از چین به سایر بلاد مهاجرت کرد. «ظاهراً چینی ها به جای چای te و ژاپنی ها cha می گفتند».^{۱۱} با این وضع احتمالاً ایرانیان از طریق ژاپن با این گیاه آشنا

شده و لذا واژه چای را برگزیدند و اروپائیان از طریق چین به این نوشیدنی رسیده اند و نشانه آن نیز واژه tea می باشد. بیرونی در کتاب صیدنه به گیاه چای اشاره می کند و کشف آن را با ذکر داستانی به یکی از درباریان سلطان چنین نسبت می دهد.^{۱۲} و از این رو ایرانیان سابقه دیرینه ای از آشنایی با چای دارند. سفیر هولشتاین که در سال ۱۰۴۶ ق به ایران آمده بود در سفرنامه خود می نویسد که زمان شاه صفی گذشته از قهوه خانه، در اصفهان مرکزی برای نوشیدن چای بوده که آن را «چای ختائی خانه» می نامیدند و برخلاف قهوه خانه ها، چای خانه محل تفریح نجبا بود.^{۱۳} این نوشته تا حدودی مسیر ورودی چای در ابتدای دوره صفویه را مرزهای شمال شرقی ایران می داند. در دوره قاجار نوشیدنی محبوب مردم قهوه بوده و به ندرت در منازل برخی از اعیان و آن هم برای نکوداشت مهمان ارزشمندی با چای پذیرایی می کردند. بن تان که در سال ۱۲۲۰ ق در ایران بود ضمن توصیف زیر، از آوردن قهوه و قلیان می نویسد و اشاره می کند که در ضمن برایش نیز چای آوردند.^{۱۴}

از دوره ناصری به بعد و به صورت تدریجی اعیان و اشراف به جهت تفاخر از نوشیدنی چای در کنار قهوه نیز استفاده می کردند. انگلیسی ها در ترویج چای در میان ایرانیان عهد ناصری فعال ظاهر شده و «چای مورد نیاز اعیان از فرنگستان و لندن می آمد.»^{۱۵} چای در اوسط دوره ناصری رواج یافت و تقریباً همه گیر شد. اعتماد السلطنه نیز یاد آور می شود که «میان محترفه های شهری الی طبقه فلاحیه قرویه و رجال بدویه، مرسوم و معمول گردید و آلات و ادوات آن نیز از اسباب استمرار این عادت شد.»^{۱۶} دوران که در سال ۱۸۹۴ م در ایران بود می نویسد: «ایرانیان خیلی چای می نوشند و چای را واقعاً خیلی شیرین مصرف می کنند.»^{۱۷}

روند تغییر در ذائقه ایرانی از قهوه به چای

برای شناخت صحیح از جامعه پذیری ایرانیان در دگرگونی ذائقه مردم در مورد مصرف چای به جای قهوه عوامل متفاوت سیاسی، اجتماعی و اقتصادی دخیل بودند که در این نوشتار به اجمال به آنان می پردازم. حرف ما در این گفتار این است که نمی توان این انتقال را در نقطه زمانی مشخص تعیین نمود، بلکه در یک فرآیند طولانی رخ داد اما نمود آن در یک بازه زمانی بیست ساله در اواخر عهد ناصری بود. این جا به جایی در نوشیدن یک نوشیدنی لذت بخش نه تنها در قهوه خانه ها به عنوان مراکز تفریح عمومی حاصل شد بلکه در منازل اقشار مختلف طبقات الناس نیز خود را نشان داد. سیاحان غربی نیز به تعدد ذکر می کنند که در سال های منتهی به اوایل دهه ۱۸۸۰ م برابر با ۱۲۹۷ ق نوشیدنی غالب مردم ایران قهوه بوده و از اواخر قرن نوزدهم چای توانست پس از یک

مبارزه مستمر بر رقیب دیرینه اش فائق آید و آن را مجدداً به منازل اعیان و اشراف بازگرداند و خود را پای ثابت فرهنگ غذایی ایرانیان اواخر قاجار نماید به گونه ای که صبحانه با چای شیرین شروع می شد و عصرانه با چای دیشلمه پایان می یافت.

لذا شناسایی یک زمان مشخص برای بیان تغییر از قهوه به چای در ایران کاری غیر ممکن است، چرا که این تغییر در یک زمان کوتاه و آنی اتفاق نیفتاده است، بلکه با توجه به شواهد موجود یک تحول طولانی مدت و تدریجی بود. اگر مجدداً مصرف چای در عصر قاجار را مروری کوتاه نماییم این تغییر تدریجی کاملاً به چشم می آید. ظاهراً اولین سماور که وارد ایران شد باعث جلب توجه دربار به مصرف چای شد و این حادثه بر اساس شواهد در ۱۸۲۱ م برابر با ۱۲۳۶ ق بود که یک دستگاه از آن به محمد رضا میرزا حاکم رشت اهدا شد و وی نیز سماور موصوف و هم چنین تنها دختری که با چگونگی کار با آن آشنایی داشت را به فتح علی شاه به عنوان هدیه واگذار کرد. گویا درباریان تهران نیز با شیوه دم کردن چای آشنایی نداشته و یک روز که شاه هوس نوشیدن چای می کند و دختر موصوف نیز در دسترس نبود، شاه ناچار شد تا از خیر نوشیدن چای منصرف شود زیرا که کس دیگری از درباریان با رموز کار با سماور آشنایی نداشت.^{۱۸}

این حادثه گواهی است بر عدم آشنایی ایرانیان با مصرف و شیوه دم کردن چای در اوایل عمر سلسله قاجار. گویا دومین سماور را عباس میرزا برای دربار تبریز در سال ۱۸۳۱ م برابر با ۱۲۴۶ ق خریداری نمود و این دو، تا مدت ها تنها سماور های موجود در ایران بودند. هر چند آدمیت و به تبعیت از نوشته وی دیگر مورخان ایرانی (مانند بلوک باشی) ورود اولین سماور را به امیر کبیر نسبت می دهند و ظاهراً نوشته ادوارد پولاک مستند آدمیت در این مورد خاص بوده است.^{۱۹}

سیاحانی که از ملل مختلف در زمان سلطنت ناصری از ایران دیدن کردند در نوشته خویش از روند افزایش چای و لوازم و اسباب مرتبط با آن خبر می دهند. یکی از مسافران اروپایی که در سال ۱۸۷۳ م برابر با ۱۲۹۰ ق در ایران بود اشاره دارد که میزان مصرف چای به ویژه در میان اشراف به پای قهوه رسیده است. سیاح فرانسوی دیگری که در سال ۱۸۸۵ م برابر با ۱۳۰۲ ق به ایران سفر کرد مدعی است که چای کاملاً از قهوه پیشی گرفته است.^{۲۰} عبدالله مستوفی که متولد در سال ۱۲۵۴ ش یا ۱۸۷۶ م می باشد ادعا می کند که در دوره نوجوانی او تغییر ذائقه از مصرف قهوه به چای صورت گرفت، یعنی همان بازه زمانی مورد نظر ما.^{۲۱}

میرزا عبدالرحیم ضرابی نویسنده نسخه خطی «مراه القاشان» که در واقع تاریخ اجتماعی کاشان است، اشاره دارد که متمولان کاشان در اواسط عهد ناصری هر روزه و در چند وعده چای می نوشند و طبقه متوسط به زحمت در روز یک وعده می نوشند.^{۲۲} ادعای ضرابی تفاوت طبقاتی در استفاده از چای قبل از همه گیر شدن آن را روشن می سازد. اما مسافرانی که در حوالی آخرین سال های قرن نوزدهم م به ایران سفر کردند، می نویسند که نوشیدنی اکثر منازل ایرانیان، چای می باشد، در حالی که تا پیش از این تاریخ یعنی دو دهه پیش، نوشیدنی سیاه غلیظی به نام قهوه می نوشیدند.^{۲۳} تمام این شواهد حکایت از آن دارد که تا دهه ۱۸۷۰ م برابر با ۱۲۸۷ ق اکثر مردم عادی توانایی نوشیدن چای را نداشتند. اما در اواخر قرن نوزدهم چای از نوشیدنی خاص طبقه ممتاز خارج شد و تمام اقشار مصرف کننده آن گردیدند.

تحلیلی بر تغییر ذائقه ایرانیان از قهوه به چای

در این مبحث به دنبال پاسخ به این سؤال که عوامل این دگرگونی چه بود؟ در خلال مطالعه منابع مختلف این دوره عوامل متفاوتی از جمله فاکتورهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی داخلی و خارجی را مؤثر یافتیم که اینک به بررسی اجمالی آنان می پردازیم.

مصرف تریاک

به نظر می رسد گسترش کشت و سپس مصرف تریاک در اواخر قرن نوزده میلادی در گرایش مردم ایران به مصرف روزانه چای به جای قهوه نقش پر رنگی داشت. تریاک تنها محصول نقد ایرانی در نظام سرمایه داری جهانی بود، همان نقشی که ابریشم در عهد صفویه بازی می کرد اما در مقیاسی پایین تر.^{۲۴} این مسئله در اواخر قرن نوزدهم در ایران به خوبی قابل مشاهده است که کاشت خشخاش به عنوان یک محصول استراتژیک در بازار بین المللی، افزایش خارق العاده ای داشت. همین مسئله باعث شد تا مردم بیشتر و بیشتر به سمت مصرف آن بروند. افزایش تعداد مصرف کنندگان باعث نوشتن آداب نامه هایی جهت به هنجار ساختن مصرف آن گردید. تجاری شدن کشاورزی و ورود سرمایه های خارجی و عصر امتیازات باعث واردات فزاینده چای، شکر، قند و ... گردید.^{۲۵}

بیماری کرم ابریشم که از اروپا به ایران آمد و از آن پس افت چشمگیری در تولید این محصول بوجود آورد، کشاورزان را به سوی محصولات تجاری دیگر مثل تریاک سوق داد و تریاک نخستین محصول صادراتی کشور به میزان ۲۵٪ کل صادرات بود.^{۲۶} اما از آن سوی اعتیاد فزاینده جمعیت

کشور را تهدید می کرد به گونه ای که از جمعیت تهران بیست و پنج هزار نفر و کرمان از جمعیت ۶۰۰۰۰ نفری نزدیک به نصف آن طبق گفته شهرداری معتاد بودند.^{۲۷}

این بیماری حتی به زنان نیز سرایت کرد به گونه ای که بسیاری از پیرزنان روزانه چند حبه تریاک می بلعیدند.^{۲۸} از آن سوی سود فراوان و اعتیاد به چای و افور به جای شب چره، کشاورزان را به طور ناخودآگاه به سمت کشت تریاک سوق داد و همین گسترش باعث «رواج مصرف آن در بین مردم شده بود به گونه ای که مردم به تریاک لقب ماشاء الله داده بودند».^{۲۹}

افزایش مصرف تریاک باعث افزایش مصرف چای گردید. از آن جا که در طب سنتی یا جالینوس ایرانی تریاک سرد و خشک تلقی می شد، مصرف چای که دارای طبع گرم و مرطوب بود باعث ایجاد تعادل مجدد در طبایع و امزجه افراد می گردید. لذا این باور طبیی باعث افزایش مصرف چای و شکر میان مصرف کنندگان تریاک گردید. پولاک این گونه به این تعادل بین مصرف چای و شکر اشاره دارد: «دو فنجان متوسط چای در صبح و دو فنجان در عصر به همراه یک حبه تریاک».^{۳۰} ضمناً مصرف تریاک دهان را خشک می کند، بنابراین چای می تواند به همراه آن مصرف شود و این گونه مصرف چای بالا رفت.

نقش شکر

در ایران هیچ گاه قهوه را شیرین نمی کردند و لذا مزه تلخ داشت. اما نقشی که شکر در استفاده از چای در ایران داشت عنصر شیرینی را به قصه چای افزوده است. هر چند هنوز این موضوع مبهم است که چگونه ایرانیان قبل از اروپائیان چای شیرین استفاده می کردند. گردشگران خارجی عهد صفوی و سپس در عصر قاجار، همه ذائقه شیرین دوست ایرانیان را تأیید می کنند.

از همان عهد صفوی، کمپانی های هند شرقی اروپایی مقدار زیادی شکر وارد ایران می کردند که عموماً در تهیه غذاهای شیرین و نوشیدنی هایی مانند انواع شربت کاربرد داشت.^{۳۱} حتی گاهی مواقع سیاحان از مهمانی ایرانی به نام شام شکر یاد می کردند و از قند ایران به نام دندان شیرین.^{۳۲} اما این همگرایی بین غذاهای شیرین شده سنتی و نوشیدنی های شیرین، با نوشیدنی جدید که با شکر یا قند شیرین می شد، قابل تأمل است. البته تغییر ذائقه فرایندی است چند وجهی که به ندرت به وسیله یک عامل شکل می گیرد. به نظر می رسد همان روندی که در اروپای غربی در زمینه نقش شکر در جا انداختن نوشیدن چای جاری بود به نوعی در ایران تکرار شد. اما این تفاوت اساسی به چشم می خورد که در اروپای غربی مانند انگلیس، دولت و اصلاحگران اجتماعی به کمک چای شیرین شده با شکر

به مبارزه با نوشیدن الکل و قهوه برخاستند و این مهم در تغییر ذائقه مردم آن سامان مؤثر بود، در حالی که هیچ مدرکی دال بر این که دربار یا مذهب از چای شیرین در مخالفت با شراب یا قهوه در ایران استفاده کرده باشد وجود ندارد.^{۳۳}

لازم به ذکر است که ایرانیان اواخر عهد قاجار از دو مشی متفاوت در نوشیدن چای استفاده می کردند: یکی مشی نوشیدن به شیوه روس ها که امروزه و هنوز به نام قند پهلو مشهور است و دیگری چای شیرین شده با شکر که متأثر از آداب نوشیدن اروپای غربی به ویژه انگلیس بود.^۱ لذا افزایش واردات شکر در اواخر قرن نوزدهم میلادی^{۳۴} در افزایش مصرف چای به شیوه انگلیسی ها مؤثر بود. این موضوع از این جهت قابل دفاع است که فراوانی عرضه باعث کاهش قیمت شکر در ایران اواخر قاجار گردید. کاهش قیمت شکر نیز باعث جذب اقشار فرودست به سمت مصرف چای و عمومیت یافتن آن گردید، ضمن این که مزه شیرین چای با شکر باعث جذب بیشتر آن نسبت به قهوه گردید.

کاهش قیمت چای در اواخر قاجار

عامل دیگری که نقش مؤثری در این فرآیند داشت، کاهش قیمت چای در اواخر قاجار در مقابل افزایش قیمت قهوه بود. شاید این کاهش قیمت متأثر از نظام سرمایه داری جهانی و افزایش کشت چای در نواحی مختلف از جمله: سیلان، هند و قسمت هایی از روسیه بود.

از آن جا که چای در انگلیس، هلند و برخی دیگر از کشورهای اروپایی در اواسط قرن نوزده میلادی به عنوان نوشیدنی محبوب و همگانی جای قهوه را گرفته بود و مصرف آن نیز افزایش یافته بود، لذا کمپانی های بزرگ برای در دست داشتن این بازار مجبور به کم کردن عوارض گمرکی و پایین آوردن قیمت چای شدند. از آن جا که چای مصرفی ایران از طریق دو قدرت بزرگ انگلیس و روسیه وارد می شد، قیمت چای وارداتی نیز کاهش یافت. قیمت پایین چای در قیاس با قهوه باعث روی آوردن اقشار میانی جامعه به مصرف آن گردید. به همان میزان که افت قیمت در چای رخ می داد، طبقات فرو دست تر جامعه نیز به مصرف آن راغب می شدند. از آن جا که در کشور ما اسناد و آمار گمرکی از دوره قاجار در دست نداریم، نمی توان به دقت روند کاهش قیمت چای در ایران را مشخص کرد. با این حال اسناد گمرکی کمپانی های غربی حکایت از آن دارد که در ابتدای قرن

^۱ - نوشیدن چای به شیوه انگلیسی به شکل شیرین کردن چای با شکر و به صورت نوشیدن جرعه های کوچک بود اما مشی چای نوشی روسی به شیوه چای به همراه قند با جرعه های بزرگ بود. البته قند را می خوردند و سپس چای را می نوشیدند همان چیزی که امروزه به چای قند پهلو معروف است.

نوزدهم قیمت چای گران بود و لذا فقط اشراف و درباریان توان خرید و استفاده از آن را داشتند. آمارهای ارائه شده توسط چارلز عیسوی و فوران نیز مؤید این ادعاست.^{۳۵} اما پس از ایجاد رقابت میان روسیه و انگلیس در صادرات کالا به ایران، کم کم از قیمت چای در ایران کاسته شد. این وضع به گونه ای تداوم پیدا کرد تا قیمت چای در اواخر قرن نوزدهم بسیار کمتر از قیمت قهوه گردید. البته عوامل گوناگونی به جز رقابت قدرت ها در کاهش قیمت چای مؤثر بودند که از مهم ترین آن ها می توان به این عوامل اشاره کرد: کاشت چای در بسیاری از نقاط جهان و به ویژه مستعمرات دول اروپایی باعث عرضه زیاد این محصول در بازار گردید. از آن جا که چای و حتی شکر وارداتی به ایران توسط کمپانی های بزرگ و در حجم زیاد صورت می گرفت در کاهش قیمت مؤثر بود. این در حالی است که رقیب چای یعنی قهوه به همان شکل سنتی و توسط چهارپایان از عربستان و یمن به ایران وارد می شد. منطقی است که حجم کم واردات قهوه باعث افزایش قیمت آن محصول و برعکس افزایش واردات چای باعث افت قیمت چای در بازار ایران در اواخر قرن نوزدهم میلادی گردید. این موضوع را باید اضافه کنیم که در ابتدای قرن نوزدهم میلادی عکس این قضیه رخ داد، یعنی کمپانی هند شرقی انگلیس و هلند مقدار زیادی قهوه جاوه و حتی عربستان را به ایران حمل می کردند که باعث کاهش قیمت قهوه گردید.^{۳۶} ولی بعدها که جای پای کمپانی هلندی در خلیج فارس متزلزل شد و از واردات قهوه سیلان و جاوه به ایران کاسته شد،^۱ بازرگانان خرده پای محلی و عرب به دلیل نداشتن شبکه های توزیع توسعه یافته در زمینه قهوه، قافیه را به وارد کنندگان منظم چای باختند.

باید اذعان کرد که ورود چای سیاه و ارزان قیمت هند توسط بازرگانان هندی از مسیر جنوب شرقی ایران باعث افزایش عرضه و بالطبع کاهش قیمت آن در اواخر قرن نوزدهم م گردید. هم چنین چای چین از مسیر سنتی ترکستان و بخارا وارد خراسان می شد و بازار آن منطقه را اشباع می کرد. نتیجه این که در اواخر قرن نوزدهم میلادی عرضه زیاد چای و برعکس واردات کمتر قهوه در کاهش قیمت چای و گسترش مصرف آن در میان اقشار فرودست مؤثر بود و در جهت مخالف افزایش قیمت قهوه باعث رویگردانی اقشار نادار از مصرف این نوشیدنی گردید.

دربار

طبق نظریه نوربرت الیاس تغییر فرآیند متمدن شدن و به ویژه در زمینه آداب غذایی عموماً به وسیله اقشار فرادست جامعه و به خصوص شاه و دربار صورت می گیرد. در ایران نیز نقش شاه و دربار

^۱ به دلیل عدم سازگاری ذائقه ایرانیان با مزه قهوه جاوه و سیلان.

و حتی اشراف در گسترش و عمومی شدن مصرف چای به جای قهوه غیر قابل انکار است. هرگاه غذا یا نوشیدنی یا حتی استاندارد رفتاری خاصی در میان دربار یک جامعه مورد استفاده قرار می گیرد، به سرعت از سوی اشراف و سپس اقشار متوسط مورد تقلید واقع می شود. این فرآیند نهایتاً به اقشار فرودست نیز سرایت می کند و روند تقلید در رفتار به امری عادی در جامعه تبدیل می شود.^{۳۷}

شواهد نشان می دهد که اولین سماور (خود جوش) وارد دربار شد و سپس توسط وزراء، شاهزادگان، اشراف، حکام ولایت، درباریان و متمولان خریداری و نمادی از حشمت طبقه ممتاز گردید. سیاحان فرنگی در نوشته های خویش اشاره دارند که چای ابتدا فقط توسط دربار و وزراء و نخبگان جامعه مصرف می شد.^{۳۸} حتی برخی از بزرگان استفاده از چای را مایه مباهات و تفاخر بر دیگران می دانستند. خانه بروجدی ها در کاشان که در عهد ناصری ساخته شد بر سر در ورودی خود نقش سماور و قوری به عنوان نماد ثروت و تشخص را دارد. چای خوری در میان طبقات اعیان و اشراف ایرانی، نمادی از بزرگی و ممتاز بودن محسوب می شد و لذا نشانه ای برای فخرفروشی بود و بر همین اساس در مهمانی ها و سفره داری سعی می کردند که از آن استفاده کنند تا خود را برتر از هم قطاران نشان دهند. همین تفاخر باعث شد تا «نقش قوری و وسایل چای خوری بر مزار خوانین لرستان و بزرگان عشایر بنشینند و نشانه ای باشد از سفره داری و محتشم وار بودن فرد».^{۳۹}

لذا سماور به عنوان یکی از نمادهای مصرف چای خیلی زود در میان اقشار مختلف مردم ایران جا باز کرد و به همان میزانی که استفاده از سماور زیاد می شد، نوشیدن چای نیز همه گیرتر می شد. برخی سیاحان در اواخر قرن نوزدهم حتی در جنوب ایران سماورهای روسی را مشاهده کردند و امروزه این اصطلاح جزء فرهنگ غذایی ایرانیان است.^{۴۰} از این رو شاه و دربار نقش ممتازی در اشاعه فرهنگ و آداب چای نوشی داشتند. ذیل این جریان، ورود سماور های متعدد روسی به عنوان نشانه ای از حشمت و سفره داری نیز باعث جذب بقیه اقشار جامعه عصر قاجار به مصرف این نوشیدنی تیره رنگ گردید.

وفور چای در اواخر قاجار

عامل دیگر همه گیر شدن مصرف چای و جایگزینی آن با قهوه در ایران در نیمه دوم قرن نوزدهم میلادی وفور چای در انواع مختلف بود. ایران قرن نوزدهم ناخواسته وارد نظام سرمایه داری جهانی شده بود که قدرت های برتر آن روسیه و انگلیس بودند. ضعف ایران در دوره قاجار این کشور را مقصد کالاهای کمپانی ها و بازرگانان این دو قدرت ساخته بود. در ابتدای این قرن روسیه و

انگلیس و حتی هلند تلاش نمودند تا در تجارت قهوه ایران نقش مؤثری ایفا نمایند. همین عامل نیز در مدت کوتاهی بر قیمت قهوه اثر گذاشت و باعث مصرف بیشتر این نوشیدنی در ابتدای عهد ناصری گردید. اما جواب رد ذائقه ایرانیان به قهوه اثر گذاشت و از سوی دیگر نقش مسیر سنتی ترانزیت قهوه شبه جزیره عربستان به ایران مانع از تداوم این جریان گردید.

از آن جا که روسیه به دلیل قرارگیری در مسیر تجارت چای چین به اروپا خود نیز وارد تجارت چای گردید. بازار ایران را که از پس معاهدات گلستان و ترکمنچای بدست گرفته بود به عنوان یکی از مقاصد اصلی فروش چای خویش هدف گذاری کرد. عوارض گمرکی پایین و وجود چای با کیفیت چین باعث شد تا بسیاری از مردم ایران در اواخر قرن نوزدهم چای را از روسیه خریده و به شیوه آنان بنوشند. روسیه علاوه بر مسیر سنتی قفقاز تلاش نمود تا راه دریایی آستاراخان به انزلی را احیا نماید. حتی برای پایین آوردن قیمت چای در بازار ایران یک «جاده شوسه کالسکه رو در مسیر انزلی به قزوین دایر کرد».^{۴۱} تأسیس تجارت خانه در شهرهای بزرگ ایران، فروش لوازم و اثاثیه چای از قبیل سماور، استکان و قوری، احیای مسیر تجاری چین به ترکستان و بخارا و نهایتاً مشهد و حتی استفاده از بازرگانان ارمنی، گرجی و تاتار جهت فروش چای در ایران باعث افزایش عرضه و کاهش قیمت چای در بازار ایران اواخر قرن نوزدهم گردید.^{۴۲}

از آن سوی رقیب قدرتمند روسیه یعنی بریتانیا نیز با تشویق کشت چای در نواحی مختلف هند، سیلان، جاوه و حتی دامنه های مرطوب هیمالیا و استفاده همزمان از راه های دریایی خلیج فارس و راه خشکی سیستان و بلوچستان حجم زیادی از چای ارزان قیمت هندی را وارد بازار ایران کرد. بازرگانان خرده پای هندی از شرق و دولت عثمانی از طریق بندر طرابوزان نیز مقدار زیادی چای به بازار شرق و غرب کشور وارد کردند. رقابت در فروش چای در ایران باعث گردید تا حتی قدرت های بزرگ از روش سلبی برای کنار زدن رقیب و قبولاندن محصول خویش به مردم ایران، استفاده کنند. از آن جا که چای وارداتی از روسیه به دلیل مبدأ آنها که چین و نمسه بود از کیفیت بالاتری و طبعاً از مشتری بیشتری برخوردار بود، باعث حسادت انگلیسی ها و استفاده آن ها از برخی عوامل برای تحریم چای روسی گردید.

بنابر نوشته ی شهری: «در دوره مشروطیت چون به وسیله عوامل انگلیسی ها خرید و فروش قند روسی تحریم و نجس شمرده شد عالم دیگری که طرفدار روس ها بود برای تطهیر قند روسی فتوایی

صادر کرد که قند قبل از دهان گذاشتن در چای فرو برند و آب بکشند».^{۴۳} و بدین گونه در بازار رقابت ماندند تا وفور انواع چای باعث جلب همه اقشار از اعانی تا ادنی در استفاده از چای گردد.

پس کشور ما نا خواسته به فضای سیاسی و تجاری میان دو قدرت بزرگ غرب یعنی روسیه و بریتانیا کبیر با دامنه ی وسیعی از علائق و جاه طلبی های سیاسی و اقتصادی، وارد گردید و این دو قدرت با سوء استفاده از ضعف ایران خواسته های خود را بر ما تحمیل کردند که از جمله آن ها در دست گرفتن بازار چای ایران می باشد که بخشی از دلایل جذب مردم ایران به سوی مصرف این نوشیدنی بود. هم چنین بازرگانان روسی و انگلیسی به خوبی می دانستند که مردم مناطق مختلف ایران طعم های متفاوتی از چای را می پذیرند و لذا انواع مختلفی از چای خوب نمسه (اتریش) - که ظاهراً توسط انگلیسی ها به آلمان منتقل می شد و مورد فرآوری قرار می گرفت - تا چای سیاه و ارزان قیمت هندی را به ایران وارد کردند. پس فراوانی چای در بازار مصرف ایران باعث کاهش قیمت و جذب اقشار مختلف با سطح درآمد متفاوت گردید. این وضع در حالی شکل گرفت که قهوه در این زمان به دلیل قلت عرضه از قیمت بیشتری نسبت به چای برخوردار بود.

مهاجرت ایرانیان به خارج

عامل جزئی تری که در تغییر ذائقه ایرانیان عهد ناصری دخیل بود، مهاجرت قشر وسیعی از مردم و کارگران نواحی شمالی و شمال غرب ایران به روسیه و به ویژه منطقه قفقاز جهت استخدام و تجارت بود. به این گروه های جمعیتی پر تعداد باید مهاجرت ارمنی ها را نیز اضافه کرد که به دلیل سازگاری روحیاتشان به ویژه از نظر مذهبی، امکان کار و تجارت بیشتری برایشان مهیا بود. این افراد به دلیل اقامت چند ساله در روسیه با منش چای نوشی و فرهنگ غذایی روسیه سازگاری پیدا کرده و در برگشت مروج آن گردیدند. به همین دلیل شیوه نوشیدن چای در شمال و شمال غربی ایران، هنوز هم به شیوه «قند پهللو» یعنی شیوه منش روسیه در نوشیدن چای می باشد. رودی متی معتقد است که تنها در سال ۱۸۶۲ م قریب پنجاه هزار نفر از ایران به روسیه مهاجرت کردند.^{۴۴}

اگر به این عامل مسئله تأسیس کنسول گری های روسیه در شهرهای متعدد شمال و شمال غربی را اضافه کنیم، آن گاه متوجه می شویم که این مراکز در ترویج آداب غذائی فرنگی و به ویژه روسی نیز نقش پر رنگی در این مناطق داشتند. البته قانع کننده است وقتی متوجه می شویم اسباب چای دم کنی و چای خوری همه با اسامی روسی وارد فرهنگ زبانی و غذائی ایرانی شدند. این اسباب و اثاثیه مثل سماور، قوری و نعلبکی در آن برهه حتی جزء لیست پشه نامه دختران ایرانی به هنگام

ازدواج قرار گرفتند و این نشان از جامعه پذیری ایرانیان به شیوه چای نوشی روسی دارد. هم چنین عده ای از ایرانیان به کشورهای دیگری مثل هند، عثمانی و بریتانیا نیز مسافرت داشته و تحت تأثیر فرهنگ غذایی آن کشورها به هنگام بازگشت به سرزمین مادری مروج نوشیدن چای به عنوان نمادی از تفاخر فرنگ رفتگی شدند. بدین شکل برخی از مهاجران از عوامل مؤثر برگسترش مصرف چای در اواخر قرن نوزدهم بودند.

باورهای مردم

از جمله عواملی که می تواند در جذب و یا دفع ذائقه مردم یک سرزمین نسبت به یک یا چند ماده غذایی مؤثر باشد، باورهای ذهنی آنان است. ظاهراً مردم ایران در دوره ناصری نسبت به قهوه بدبین بوده و مصرف آن را برای جسم و حتی برخی از لذت ها مضر می دانستند. باور مردم آن دوره را در این بیت شعر به خوبی می توان در یافت:

آن سیه رو که نام او قهوه استدافع النوم و قاطع الشهوه است^{۴۵}

درست برخلاف این ذهنیت، نظر آنان نسبت به چای مثبت بوده و حتی از اولین سال هایی که ایرانیان با چای آشنا شدند، نقش دارویی برای آن قائل بودند.^{۴۶} از منظر آنان چای خستگی را از تن بیرون می کند و نیروی تازه به بدن می دهد و قوای فکری او را تقویت می کند و دم کرده آن برای شست و شوی چشم به کار می رفت.^{۴۷} این نوع باورها در کنار مزه شیرین چای می توانست در برتری آن مؤثر واقع گردد و رقیب سنتی را وادار به عقب نشینی نماید.

نقش مدرنیته، انقلاب صنعتی و استعمار

مصرف چای در ایران با مفاهیمی مانند مدرنیته، انقلاب صنعتی و حتی استعمار مرتبط است. از آن جا که چای دارای ماده تبیین یا آکالوئید می باشد که ماده ای سکر آور و لذت بخش است و اگر شیرین می شد هوشیاری و بیدار ماندن را افزایش می داد، می توانست ماده دلخواه مدیران نظام سرمایه داری و استعمارگران قرن نوزدهم میلادی باشد. درست همزمان با انقلاب صنعتی در غرب اروپا، موضوع تغییر ذائقه مردم آن کشورها از قهوه و الکل به چای اتفاق افتاد. می توان ادعا داشت که چای و انقلاب صنعتی به همدیگر کمک کردند. از یک سو انقلاب صنعتی به گسترش مصرف چای کمک کرد و از آن سو چای باعث افزایش هوشیاری و بیداری شده و در عین حال گرسنگی را مهار می کرد. یعنی نیازهایی که مدیران صنایع جدید بدان محتاج بودند تا کارگران این صنایع بتوانند بیشتر کار کنند، هوشیار بمانند و گرسنگی را تحمل کنند. پس چای شیرین شده با شکر به دلیل داشتن

آلکالوئید از عوامل به وجود آورنده و تداوم انقلاب صنعتی بود. زیرا کارخانه های اروپا به کارگرانی احتیاج داشتند که روزی شانزده ساعت کار کند و احساس گرسنگی نکنند و این مهم را چای شیرین بر آورده می کرد.^{۴۸} بدین صورت مصرف چای میان کارگران کارخانه ها و طبقه متوسط جدید جامعه اروپا رواج پیدا کرد و عمومیت یافت. از سوی دیگر برنامه ریزان استعماری نیز تلاش داشتند تا کشورهای اقماری نظام سرمایه داری را با عادات غذایی خویش خو دهند. از آن جا که ایران نیز ناخواسته و در قرن نوزدهم در معادلات نظام استعماری و سرمایه داری جهانی قرار گرفت، پذیرای بخشی از استانداردهای رفتاری فرنگ شد.^{۴۹}

هم نظام سرمایه داری به دنبال بازار مصرف برای کالاهای جدید خود بود و هم برخی از اندیشه ورزان و به تعبیری مستفرنگان ایرانی بر این عقیده بودند که تقلید از فرنگ باعث به سامان شدن جامعه ایران می گردد. کشورهای بریتانیا و روسیه به عنوان قدرت های قرن ۱۹ هر دو به دنبال تغییر ذائقه مردم ایران به سمت و سوی چای بودند تا تأمین کننده این کالا و در کنار آن قند و شکر باشند. از آن جا که منش های نوشیدن چای در ایران به دو صورت نوشیدن چای قند پهلوی (دیشلمه) و چای شیرین شده با شکر می باشد، نشان از تأثیر گذاری این دو قدرت بر جامعه پذیری ایرانیان در تغییر ذائقه دارد. اگر این صرفاً امری داخلی می بود، می بایست چای نوشی ایرانیان بومی و منحصر به خود باشد، در حالی که این مهم اتفاق نیفتاد.

همان گونه که در سایر عرصه های زندگی روزمره انسان ایرانی در مواجهه با مدرنیته غربی دچار فرآیند تغییر شد و متمدن شدن به شیوه فرنگی را بر متمدن شدن بومی ترجیح دادند، در این عرصه نیز برخی از بسترهای تغییر ذائقه ایرانیان تقلید و تأثیر پذیری از استانداردهای غذایی فرنگی بود. این دگرذیسی در میان فرودست ترین اقشار جامعه آن برهه نیز دیده می شود و لذا قهوه خانه ها اقدام به عرضه چای به مهمانان خویش به جای قهوه نمودند اما نام سابق بر آن امکانه باقی ماند.

کشت چای در ایران

هر چند بلوک باشی معتقد است تنها و مهم ترین عاملی که باعث تغییر ذائقه ایرانیان از قهوه به چای گردید، مسئله کشت چای در چاهانه سر لاهیجان بود. اما باید اذعان داشت که کشت این محصول در ایران زمانی اتفاق افتاد که این دگرگونی به وقوع پیوسته بود. با این حال کاشت چای در ایران در تسریع این فرآیند مؤثر و باعث اشاعه مصرف چای در میان اقشار فرودست جامعه گردید. بر خلاف برخی نویسندگان که مرحوم کاشف السلطنه را بنیانگذار صنعت چای ایران می دانند، باید گفت

که پیشگام کشت چای در ایران یک انگلیسی بود که ظاهراً نامش فاش نشده ولی اسنادی در ارتباط با این موضوع در مجلس عوام انگلیس وجود دارد.^{۵۰} ظاهراً وی میان آب و هوای لاهیجان و کوهپایه های هیمالیا مشابهت هایی دید و لذا اقدام به کشت چای در آن منطقه نمود اما بیماری او را وادار به ترک ایران نمود.

هر چند بازرگانی اصفهانی به نام حاج محمد حسین اصفهانی اقدام به پیگیری طرح او نمود اما اولین کسی که این طرح را از قوه به فعل درآورد حاج میرزا محمد کاشف السلطنه بود. گویا اولین بار در سال ۱۸۹۵ میلادی و در زمان ناصری طرح خویش را شروع کرد که با انتقال نهال چای و تخم آن از هند به ایران اتفاق افتاد.^{۵۱} بدین روی باید بپذیریم که کشت داخلی چای باعث شد تا اطمینان از وجود این محصول، مصرف کنندگان آن را امیدوار به تداوم عرضه آن در داخل کرد و هم چنین باعث ارزان تر شدن قیمت چای و رسوخ آن به جوامع عشایری و روستایی گردید. در کنار عوامل فوق باید به مواردی چون: ارزان تر بودن چای نسبت به قهوه، روی آوردن اشراف به مصرف قهوه، ذائقه پذیرتر بود چای، ارزان تر شدن قیمت شکر در ایران، رقابت با کشورهای همسایه از جمله عثمانی که شامل ملل عربی نیز می شد. خارج شدن آن از شکل آیینی و مناسکی و حالت لذت بخشی و سرخوشی آور مصرف آن باعث جلو افتادن این ماده در مقابل رقیب کهنسال خود در ایران گردید.

نتیجه

محبوبیت واقعی چای در ایران در قرن ۱۹ میلادی آغاز شده است. هر چند ایرانیان از قرن ها قبل و از طریق مرزهای شمالی شمال شرق با این ماده جوشانده آشنایی داشتند و به چشم گیاه دارویی به آن می نگریستند. با این که قهوه و قهوه خانه ها، سابقه چند صد ساله داشتند و کارکردهای مثبت و منفی متفاوتی در عرصه های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی از زمان شاه طهماسب تا اواخر عهد ناصری ایفا نمودند، با این حال جوشانده جدید توانست با بهره گیری از بسترهای فرهنگی، زیست شناختی، اقتصادی و حتی سیاسی داخلی و خارجی، خود را بر رقیب تحمیل نموده و جای پای خویش را بر سر سفره غذائی ایرانیان محکم سازد.

این دگرگونی آئی نبود و بلکه حاصل فرآیندی بود که از ابتدای عمر سلسله قاجار شروع و در انتهای قرن نوزدهم میلادی به نتیجه رسید. همان گونه که در سایر کشورها مانند هلند و انگلیس، فاکتورهایی چون هزینه، منبع فرآورده، کارکرد و تغییرات در مزه در گرایش به سوی این ماده مؤثر

بود، در ایران نیز این عوامل و مسائل دیگری باعث گسترش محبوبیت و عمومیت یافتن آن در میان همه اقشار گردید.

مردم ایران برخلاف کشورهای عرب همسایه، از قهوه به چای تغییر ذائقه دادند و این نوشیدنی مشروب ملی کشور ایران شد. این در حالی بود که تا اواسط قرن نوزدهم چای یک نوشیدنی تفریحی ولی قهوه نوشیدنی محبوب و عمومی جامعه ایران به حساب می آمد. اما یک فرآیند تدریجی ولی تقریباً طولانی، همراه با نقش عوامل داخلی و خارجی متفاوتی باعث گردید تا جای این دو نوشیدنی در فرهنگ غذائی مردم ایران جا به جا شود و در آخرین دهه های قرن نوزدهم میلادی این چای بود که به عنوان نوشیدنی عمومی خود را به مردم ایران قبولاند. یکی از نشانه های این دگردیسی، باقی ماندن نام قهوه خانه به مراکز ارائه چای به مشتریان می باشد که علیرغم این که قهوه ای به مراجعان داده نمی شود اما این نام را با خود یدک می کشد.

در نتیجه پاسخ به پرسشی که در چکیده و مقدمه اشاره کردم مطرح می شود که تغییر ذائقه ایرانی دفعتاً نبوده و عوامل متعددی چون آشنایی دیرینه ایرانیان با گیاه چای و استفاده دارویی از آن، اعتیاد به تریاک، وفور چای در اواخر حکومت قاجاریه، ورود تدریجی اسباب چای دم کنی به ایران، مهاجرت به روسیه، مدرنیته و تلاش ایرانیان برای هم رنگ شدن با عادات غذایی فرنگی، استفاده تفاخر آمیز اعیان از چای، واردات زیاد شکر، کاهش قیمت چای و شکر و چندین عامل دیگر من جمله نقش دول استعمارگر به این تغییر ذائقه ایرانیان کمک کرد. جامعه ما در این عرصه یعنی استفاده از چای به عنوان نوشیدنی محبوب به گونه ای پیش رفت که امروزه علی رغم این که دهمین تولید کننده چای می باشد، اما جزء ده کشور عمده وارد کننده چای نیز هست. هم چنین علی رغم این که چای ایران کیفیت بالایی دارد اما چای وارداتی مقبول تر است، زیرا که ذائقه با چای وارداتی بیشتر خو گرفته است.

پی نوشت ها

- ۱ - داعی الاسلام، محمدعلی (۱۳۶۴)، **فرهنگ نظام**، جلد ۴، نشر دانش، ص ۱۵۰.
- ۲ - عطا الله بن محمد حسین (۱۱۴۲ ق) **انیس المجالس**، نسخه خطی کتاب خانه سپهسالار به شماره نسخه ۷۵۳۸.
- ۳ - بلوک باشی، علی (۱۳۹۲) **قهوه خانه و قهوه خانه نشینی در ایران**، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی، ص ۱۹.
- ۴ - شهری، جعفر (۱۳۶۹) **تاریخ اجتماعی تهران در قرن ۱۳ هجری**، جلد چهارم، تهران، رسا، ص ۵۰۴.
- ۵ - صفا، ذبیح الله (۱۳۷۱) **تاریخ ادبیات ایران**، جلد ۵، بخش ۱، تهران، امیرکبیر، ص ۸۴.
- ۶ - فلسفی، نصرالله (۱۳۳۳) **تاریخ قهوه و قهوه خانه های ایران**، مجله سخن، سال پنجم، ص ۲۶۰.
- ۷ - شهری، جعفر (۱۳۶۹) **تاریخ اجتماعی تهران در قرن ۱۳ هجری**، جلد چهارم، تهران، رسا، ص ۵۰۴.
- ۸ - درویل، کاسپار (۱۳۶۷) **سفرنامه**، ترجمه جواد محبی، تهران، گوتنبرگ، ص ۹۳.
- ۹ - دروویل، کاسپار (۱۳۶۷) **همان**، ص ۹۴.
- ۱۰ - فخرایی، ابراهیم (۱۳۵۴) **گیلان در گذرگاه زمان**، تهران، نشر جاویدان، ص ۱۴۲.
- ۱۱ - فلسفی، نصرالله (۱۳۶۴) **زندگی نامه شاه عباس**، جلد دوم، تهران، امیرکبیر، ص ۷۰۸.
- ۱۲ - بیرونی، ابوریحان (۱۳۷۰) **الصیدنه**، به کوشش عباس زریاب خویی، تهران، مرکز نشر دانشگاهی، ص ۱۶۷.
- ۱۳ - الثاریوس، آدام (۱۳۶۳) **سفرنامه**، ترجمه احمد بهپور، تهران، سازمان انتشاراتی ابتکار، دوم، ص ۲۷۶.
- ۱۴ - بن تان، اگوست (۱۳۵۴) **سفرنامه بن تان**، ترجمه منصوره اتحادیه، تهران، نشر سپهر، ص ۷۰.
- ۱۵ - مؤلف مجهول (۱۳۱۸ ق) **نسخه خطی سرگذشت استعمال چای**، تهران، کتابخانه مجلس، شماره نسخه ۱۱۴۷/۵، ص ۱۱۶.
- ۱۶ - اعتماد السلطنه، محمد حسن خان (۱۳۷۳) **المأثر و لآثار**، جلد سوم، به کوشش ایرج افشار، تهران، سنایی، ص ۱۸۵۷.
- ۱۷ - دوراند، تیمور (۱۳۴۶) **سفرنامه دوراند**، ترجمه محمد علی ساکی، خرم آباد، کتابفروشی محمدی، ص ۱۰۶.
- 18 -Mattee, Rudi (2007) **I the Pursuit of Pleasure**, London, princeton press.p252.
- ۱۹ - ادوراد یاکوب (۱۳۶۱): **سفرنامه پولاک**، ترجمه کیکاووس جهاننداری، تهران، خوارزمی، ص ۴۴۶.
- 20 -Mattee, Rudi (2007) **I the Pursuit of Pleasure**, London, princeton press.p251.
- ۲۱ - مستوفی، عبدالله (۱۳۶۰) **شرح زندگانی من**، جلد اول، تهران، زوار، ص ۱۸۲.

- ۲۲ - ضرابی، میرزا عبدالرحیم (بی تا) **مراه القاشان**، نسخه خطی کتاب خانه مجلس، شماره نسخه ۱۳۴۷/۲، ص ۲۴۷.
- ۲۳ - سید عبدالله (۱۳۶۳) **گزارش ایران به سال ۱۳۰۵ ق**، به اهتمام محمد رضا نصیری، تهران، بینا، ص ۵۴.
- ۲۴ - فوران، جان (۱۳۸۸): **مقاومت شکننده**، ترجمه احمد تدین، تهران، رسا، ص ۱۹۳.
- ۲۵ - ترابی فارسانی، سهیلا (۱۳۸۴) **تجار، مشروطیت و دولت مدرن**، تهران، نشر تاریخ معاصر، ص ۲۶۴.
- ۲۶ - عبداللهیان، حمید (۱۳۹۱) **نظام ارباب غایب در ایران**، ترجمه غلام رضا جمشیدی ها، تهران، جامعه شناسان، ص ۲۹۹.
- ۲۷ - ریچاردز، فردریک (۱۳۸۹) **سفرنامه**، ترجمه مهین دخت صبا، تهران، علمی و فرهنگی، ص ۳۲.
- ۲۸ - حجازی، بنفشه (۱۳۹۲) **تاریخ خانم ها**، تهران، نشر قصیده سرا، ص ۳۰۸.
- ۲۹ - سیفی، مرتضی (۱۳۶۹) **تهران در آئینه زمان**، تهران، نشر اقبال، ص ۱۱۳.
- ۳۰ - پولاک، ادوارد (۱۳۶۱) **سفرنامه پولاک**، ترجمه کیکاووس جهاننداری، تهران، خوارزمی، ص ۳۵۶.
- ۳۱ - فوران، جان (۱۳۸۸) **مقاومت شکننده**، ترجمه احمد تدین، تهران، خدمات فرهنگی رسا، ص ۲۲۳.
- 32- Mattee, Rudi (2007) **I the Pursuit of Pleasure**, London, princeton press.p254.
- ۳۳ - دوراند، تیمور (۱۳۴۶) **سفرنامه دوراند**، ترجمه محمد علی ساکی، خرم آباد، محمدی، ص ۱۰۶.
- ۳۴ - فوران، جان (۱۳۸۸) **مقاومت شکننده**، ترجمه احمد تدین، تهران، خدمات فرهنگی رسا، ص ۲۲۳.
- ۳۵ - عیسوی، چارلز (۱۳۶۲) **تاریخ اقتصادی ایران**، ترجمه: یعقوب آژند، تهران، نشر گستر، ص ۳۲۲.
- 36- Mattee, Rudi (2007) **I the Pursuit of Pleasure**, London, princeton press.p251.
- 37 - Nrbert, Elias, (1993) **the civilizing process**, oxford, Blackwell press, p342.
- ۳۸ - الثاریوس، آدام (۱۳۶۳) **سفرنامه**، ترجمه احمد بهپور، تهران، سازمان انتشاراتی ابتکار، ص ۶۵۷.
- ۳۹ - میر شکرایی، محمد (۱۳۷۸) **چای در ایران**، تهران، سازمان میراث فرهنگی، ص ۳۵.
- ۴۰ - دوراند، تیمور (۱۳۴۶) **سفرنامه دوراند**، ترجمه محمد علی ساکی، خرم آباد، محمدی، ص ۱۰۵.
- 41 - Mattee, Rudi (2007) **I the Pursuit of Pleasure**, London, princeton press.p258.
- ۴۲ - ارنست هولستر (۱۳۵۵) **ایران در یکصد و سیزده سال پیش**، ترجمه محمد عاصمی، تهران، ترجمه و نشر کتاب، ص ۲۳.
- ۴۳ - شهری، جعفر (۱۳۶۹) **تاریخ اجتماعی تهران در قرن سیزدهم ق**، جلد ۴، تهران، رسا، ص ۴۵۹.
- 44 - Mattee, Rudi (2007) **I the Pursuit of Pleasure**, London, princeton press.p259.
- ۴۵ - بلوک باشی، علی (۱۳۹۳) **قهوه خانه و قهوه خانه نشینی**، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی، ص ۳۶.
- ۴۶ - بیرونی، ابوریحان (۱۳۷۰) **الصیدنه**، به کوشش عباس زریاب خویی، تهران، مرکز نشر دانشگاهی، ص ۱۶۷.

- ۴۷- زرگری، علی (۱۳۵۱) **گیاهان دارویی ایران**، جلد اول، تهران، امیرکبیر، ص ۲۲۵.
- ۴۸- وکیلی، شروین (۱۳۸۷) **اندر روابط چای، قهد و استعمار**، مجله انجمن جامعه شناسی ایران، شماره ۳۶، ص ۲۲
- ۴۹- سادات اشکوری، کاظم (۱۳۵۱) **مقاله چای سبز همیشگی**، مجله هنر و مردم، شماره ۱۲۴، ص ۳۵.
- ۵۰- عیسوی، چارلز (۱۳۶۲) **تاریخ اقتصادی ایران**، ترجمه: یعقوب آژند، تهران، نشر گستر، ص ۳۲۳.
- ۵۱- عیسوی، چارلز (۱۳۶۲) **همان**، ص ۳۲۳.