

دو جهان موازی

(مطالعه جامعه شناختی اقتصاد صنایع دستی مدرن)

زینب شفیعی

www.ketab.ir



- سرشناسه : شفیهی، زینب، ۱۳۶۸ -
- عنوان و نام پدیدآور : دو جهان موازی (مطالعه جامعه‌شناختی اقتصاد صنایع دستی مدرن) / زینب شفیهی؛ ویراستار پروین حاجی‌پور.
- مشخصات نشر : تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۸.
- مشخصات ظاهری : ۱۱۲ص: مصور: ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.
- شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۲-۲۴۱-۰
- وضعیت فهرست نویسی : فیبا
- عنوان دیگر : مطالعه جامعه‌شناختی اقتصاد صنایع دستی مدرن
- موضوع : صنایع دستی -- ایران
- Handicraft -- Iran : موضوع
- موضوع : صنایع دستی -- ایران -- جنبه‌های اقتصادی
- Handicraft -- Economic aspects -- Iran : موضوع
- موضوع : صنایع دستی -- ایران -- بازاریابی
- Handicraft -- Marketing -- Iran : موضوع
- پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات : افزود
- Institute for Research of Culture, Art and Communication : نام اداره
- رده بندی کنگ : TT۱۰۷
- رده بندی دیویی : ۷۴۵/۵۰۹۵
- شماره کتابشناسی ملی : ۵۷۲۱۰۱



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
دانشگاه تهران

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

عنوان: دو جهان موازی (مطالعه جامعه‌شناختی اقتصاد صنایع دستی مدرن)

نویسنده: زینب شفیهی (دانش آموخته دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی دانشگاه تهران)

ویراستار: پروین حاجی‌پور

صفحه‌آرا: حسین آذری

طراح جلد: فاطیما وفا

نویت چاپ: اول - پاییز ۱۳۹۸

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۱۳۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۲-۲۴۱-۰

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.
در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولی‌عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
صندوق پستی: ۶۲۷۴ - ۱۴۱۵۵ تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۳. دورنگار: ۸۸۸۹۳۰۷۶ Email: nashr@ricac.ac.ir

فهرست مطالب

۱.....	سخن ناشر
۳.....	مقدمه پژوهشکده
۹.....	پیشگفتار مؤلف
۱۳.....	مقدمه
۲۱.....	فصل اول: زمینه‌های تاریخی پیدایش صنایع دستی مدرن
۲۱.....	سه موج اقبال به صنایع دستی در جهان
۲۶.....	چهار موج اقبال به صنایع دستی در ایران (از عصر قاجار تا عصر فضای مجازی)
۲۷.....	موج اول: دوران قاجار
۲۸.....	موج دوم: دوران پهلوی اول و دوم
۳۱.....	موج سوم: سال‌های بعد از جنگ تحمیلی و دهه ۸۰ شمسی
۳۳.....	موج چهارم: عصر شبکه‌های مجازی
۳۵.....	فصل دوم: بسترهای اجتماعی پیدایش صنایع دستی مدرن
۳۶.....	فراگیر شدن اخلاق خودانجامی (DIY)
۳۷.....	بازگشت به خانه: پدیده‌رو به رشد و فزاینده خوداشتغالی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی
۳۹.....	عصر شبکه‌های مجازی
۴۲.....	استقبال از تولیدات دستی در برابر تولیدات صنعتی
۴۶.....	سبک زندگی و هویت‌یابی در دنیای مدرن
۴۸.....	اهمیت یافتن زندگی روزمره و توجه به امر زیباشناسانه کردن آن

فصل سوم: بازار مجازی صنایع دستی مدرن..... ۵۱

فصل چهارم: تفاوت برندهای سنتی و برندهای مدرن..... ۶۵

فصل پنجم: آشنایی زدایی از امر آشنا: مسئله برند..... ۷۱

برندها، ایجادکننده و متضمن تمایزند..... ۷۲

برندها، دارای سبک هستند..... ۷۴

برندها، دارای شبکه‌ها یا سازمان‌های اجتماعی هستند..... ۷۷

برندها، اعتماد ایجاد می‌کنند..... ۷۸

سخن پایانی..... ۸۳

فهرست منابع..... ۹۹

پیشگفتار مؤلف

زمانی که پژوهشیم را آغاز کردم، ناچار به ارائه آن در مجامع مختلف و به شکل‌های گوناگون شدم^۱. در این سخنرانی‌ها هر بار از منطری متفاوت به موضوع نگریستیم. طرح مسئله را به گونه‌ای جدید مطرح کردم. اقتضای پژوهش میدان را مشخص کرده همراه با مشارکت، برای من

۱. سلسله نشست‌های تخصصی هنر در زندگی، وزمره ۱، خورش‌های جدید به برندسازی در حوزه صنایع دستی (نشست اول)، تجربه زنانه برندسازی صنایع دستی در ایران (نشست دوم)، آیا هنرهای مردم محکوم به شکست است؟ (نشست سوم)؛ انجمن جامعه‌شناسی ایران، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

نشست تخصصی «برندسازی در حوزه صنایع دستی»؛ پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. نشست تخصصی «برندسازی در صنایع دستی»؛ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری. نشست تخصصی «بررسی موانع فرهنگی کارآفرینی و کسب و کار زنان در حوزه صنایع دستی، گردشگری و میراث فرهنگی»؛ وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی. کارگاه آموزشی «از برند که حرف می‌زنیم از چه حرف می‌زنیم» (راهکارهایی برای برندسازی ملی شدن)؛ همایش بین‌المللی طراحی و تولید منسوجات و پوشاک؛ رویکرد توسعه پایدار، دانشگاه الزهرا. کارگاه آموزشی «جواهرات معاصر»؛ همایش بین‌المللی طراحی و تولید منسوجات و پوشاک؛ رویکرد توسعه پایدار، دانشگاه الزهرا.

سلسله نشست‌های تخصصی «بازخوانی روایت‌های موفق در عرصه کارآفرینی هنر (هشت روایت)»؛ پژوهشکده مطالعات اقتصادی با همکاری دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا.

نشست تخصصی «هنرهای زنان؛ جاودان یا فراموش شده؟! (بازخوانی روایت موفق برند زیورآلات «میم»)»؛ هشتمین جشنواره بین‌المللی مد و لباس فجر.

نشست تخصصی هفته صنایع دستی دانشگاه هنر «بیرون از دانشگاه چه چیزی در انتظار ماست؟»؛ دانشگاه هنر.

این بود که مانند یک کودک با شگفتی به جهان پیش‌رویم نگریم و هربار موضوع نویی برایم کشف می‌شد که می‌توانستم آن را با دیگران در میان بگذارم. در این بین هربار طیفی از بازخوردهای بسیار متفاوت از متخصصان حوزه‌های مختلف می‌گرفتم.

اگر می‌گفتم اینها هنر است، هنرمندان و جامعه‌شناسان می‌گفتند، هنر نیست. زمانی که می‌گفتم اینها صنایع دستی است، استادکاران، معیار و اعضای سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی می‌گفتند اینها که صنایع دستی نیست. وقتی می‌گفتم اینها برند است، مدب‌پیت‌خانه‌ها برآشفته می‌گفتند، اینها برند نیست و در نهایت زمانی که می‌گفتم اینها کارآفرینی است، اقتصاددانان به صراحت می‌گفتند اینها کارآفرینی نیست.

دائم با خود فکر می‌کردم اگر آنچه که من حال و آینده علمی خود را وقف آن کرده‌ام، هیچ‌کدام اینها نیست، پس چیست؟ آنچه مطالعه می‌کردم ناپیدا بود. با «انسان‌شناسی شبکه‌ها، اخلاق خودانجامی»، سبک زندگی جوانان و کنش «مصلحتی زنان پیوند خورده بود، اما واقعاً چه بود؟ سرانجام در جستجوهایم به شا کلید بحث رسیدم و آن چیزی نبود جز «صنایع خلاق»؛ بخشی از «صنایع فرهنگی» که در آن خلاقیت، مهارت و استعداد فردی بی‌شک به پتانسیلی برای تولید ثروت و ایجاد اشتغال منجر خواهد شد.

به این نقطه که رسیدم، کار برایم آسان شده بود در این مدت به‌خوبی پی برده بودم که مطالعات بین‌رشته‌ای، الزامات و پیچیدگی‌های خاص خود را دارد. از سختی‌های تقابل با متخصصان سایر رشته‌ها که بگذریم، به خوانش‌های متفاوت از منظرهای گوناگون می‌رسیم، اما گمان نمی‌بردم که مفهوم «صنایع خلاق» از محدود مفاهیمی اسکه بر سرش دعوا نیست!

در واقع به رقم اهمیتش، صنایع خلاق، بخش مغفول مانده مطالعات مربوط به فرهنگ است که به شکل جالبی هم از جانب اقتصاددانان و هم از جانب جامعه‌شناسان مورد بی‌مهری قرار گرفته است. گویی اتفاق نظری در بین عالمان رشته‌های گوناگون برای نادیده گرفتن آن وجود داشته است. با روشن شدن موضوع، برای پرکردن خلاء پژوهشی این حوزه تلاش کردم؛ بنابراین، این کتاب شرحی علمی بر میدان صنایع‌دستی مدرن در ایران و روایت‌های موجود در آن به مثابه یکی از زیر شاخه‌های صنایع خلاق می‌باشد.

در پایان، ذکر این نکته را نیز خالی از لطف نمی‌دانم که هرچند پژوهش‌های من در میان رشته‌ای و کاربردی کاری بسیار طاقت‌فرسا و مشکل است. با این حال، به تمامی دانشجویان و پژوهشگرانی که در راه جامعه‌شناسی قدم می‌گذارند، متواضعانه توصیه می‌کنم که پا را از کتابخانه‌ها بیرون گذارند، یک عمر بر روی یک صندلی ننشینند و وارد میدان شوند. میدان، حرف‌های زیادی برای گوش‌های شنوای ما خواهد داشت و ما را متواضع خواهد کرد.

زینب شفیعی

بهار ۱۳۹۸