

قلمکار
گذشته، حال، آینده

پدیدآورندگان
دکتر علیرضا خواجہ احمد عطاری
مہدی نصری



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

سرنشانه	خواجه-احمد عطاری، علیرضا، ۱۳۴۰
عنوان و نام پدیدآور	قلمکار گذشته، حال، آینده، علیرضا خواجه احمد عطاری، مهدی نصری
مشخصات نشر	تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۲
مشخصات ظاهری	۱۰۷ص.
شابک	۴۰۰۰۰ ریال: ۳-۵۴-۵۸۱۸-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	فیا
موضوع	قلمکاری -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع	صنایع دستی -- ایران
شناسه افزوده	نصری، مهدی، ۱۳۵۹
شناسه افزوده	پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
رده بندی کنگره	۱۳۹۲ ق ۸ خ ۹ / TP ۹۳۰
رده بندی دیویی	۷۴۶/۶۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	۲۸۰۱۶۶۲



قلمکار

گذشته، حال، آینده

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

پدیدآورندگان: دکتر علیرضا خواجه احمد عطاری، مهدی نصری

ویراستار علمی و ادبی: انسیه محمودی

صفحه‌آرا: حسین آذری

شابک: ۳-۵۴-۵۸۱۸-۶۰۰-۹۷۸

شمارگان: ۱۵۰ نسخه - ویژه مخاطبان خاص

نوبت چاپ: اول - آبان ۱۳۹۲

قیمت: ۴۰۰۰۰ ریال

چاپخانه: موسسه چاپ و نشر

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.

در صورت تخلف پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین تر از میدان ولیعصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

صندوق پستی ۶۴۷۴ - ۱۴۱۵۵ تلفن ۸۸۹۱۹۱۷۷ - دورنگار ۸۸۹۹۳۰۷۶

Email: Nashr@ficac.ac.ir

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۱	سخن‌ناشر
۱۳	مقدمه
فصل اول - کلیات	
۱۹	تقسیم‌بندی صنایع
۱۹	صنایع سنگین
۱۹	صنایع سبک
۲۰	صنایع کوچک
۲۰	صنایع دستی
۲۳	قلمکار
۲۳	وجه تسمیه قلمکار
۲۴	تاریخچه قلمکار
۲۶	مروزی بر مفاهیم نظری بازاریابی
۲۶	بازار
۲۷	اندازه بازار
۲۷	بازار بالقوه
۲۷	بازار هدف
۲۸	بازار رخنه‌شده
۲۸	شناخت سیستم بازار
۲۹	بخش‌بندی بازار
۳۰	بررسی مباحث بازار مصرف و بازار تجاری

۳۲	روند بازار
۳۲	محصول
۳۴	رفتار مصرف‌کننده
۳۸	کانال‌های توزیع
۴۱	بازاریابی
۴۱	بازارگرایی
۴۲	مفهوم علامت تجاری (برند)
۴۳	جایگاه علامت تجاری در موفقیت تجاری
۴۴	تصور علامت تجاری (برند)
۴۵	تبلیغات اینترنتی
۴۷	تحلیل SWOT
۵۱	صادرات

فصل دوم - علل رکود قلمکار بر اساس SWOT

۵۷	تکنیک SWOT
۵۸	تولید قلمکار به‌عنوان فعالیت سازمانی
۵۹	شناخت و تحلیل محیط داخلی / خارجی پارچه قلمکار
۶۰	عوامل بیرونی
۶۱	عوامل درونی
۶۳	ساخت ماتریس SWOT پارچه قلمکار
۶۵	تدوین راهبردها
۶۵	استراتژی‌های SO یا ناحیه ۱
۶۶	استراتژی‌های WO یا ناحیه ۲
۶۸	استراتژی‌های ST یا ناحیه ۳
۶۹	استراتژی‌های WT یا ناحیه ۴
۷۰	تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر رکود پارچه قلمکار
۷۰	نحوه طراحی جدول EFE
۷۲	نحوه طراحی جدول IFE

فصل سوم - جمع بندی و نتیجه گیری

۷۷	یافته‌ها
۸۲	نتیجه گیری
۸۳	پیشنهادهای
۸۴	تولید
۹۵	فروش
۱۰۱	آموزش
۱۰۳	منابع و مأخذ
۱۰۷	پیوست‌ها

سخن ناشر

بی‌شک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه، هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد. با انحراف فرهنگ، هرچند جامعه از بعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد ولی پرچ و میان‌بوی است. اگر فرهنگ جامعه‌ای وابسته و مرتزق از فرهنگ غرب باشد، ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می‌کند و بالاخره در آن سهلک می‌شود و موجودیت خود را در تمام ابعاد از دست می‌دهد (امام خمینی (ره)، صحیفه نور، ج ۱۵: ۱۶).

رشد و توسعه اقتصادی یا سیاسی بدون توجه به ارزش‌های والای فرهنگی می‌تواند زمینه‌های سستی و اعوجاج در اصول اعتقادی و ملی جامعه را فراهم آورد. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با انجام تحقیقات و پروژه‌های پژوهشی و نیز برگزاری نشست‌های علمی با اصحاب علم و فرهنگ و ارائه نتایج حاصل در قالب کتاب، تلاش خود را مصروف گسترش ارزش‌های اصیل فرهنگی می‌کند.

امید است با بهره‌گیری از توان علمی پژوهشگران بتوان کام مؤثری در برنامه‌ریزی جامع توسعه کشور برداشت.

اثر حاضر، نتیجه پژوهشی است در موضوع «قلمکار» که به ریشه‌یابی عوامل رکود پارچه قلمکار و راهکارهایی برای پیشبرد آن در جامعه امروز می‌پردازد. این کتاب به‌عنوان یکی از اولویت‌های پژوهشی پژوهشکده هنرهای سنتی - اسلامی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات توسط دکتر علیرضا خواجه‌احمد عطاری و مهدی نصری با نظارت علمی دکتر ایمان زکریایی و ارزیابی مرتضی بخردی انجام شده و در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌گیرد.

مقدمه

صنایع دستی یکی از مظاهر هنری و فرهنگی محسوب می‌شود و نظر به اینکه هر فراورده دستی بازگوکننده خصیصه‌های تاریخی، اجتماعی و فرهنگی کشور محل تولید خود است، می‌تواند هم عامل مهمی در شناساندن فرهنگ و تمدن آن کشور به حساب آید و هم اینکه زمینه‌ای برای جذب گردشگر داخلی و خارجی قلمداد شود. از طرفی، صدور صنایع دستی به دیگر کشورها علاوه بر ارزآوری و ایجاد اشتغال موجب نوعی تعامل فرهنگی، اشتراک ایده‌ها و همچنین شناساندن فرهنگ اسلامی ایران به سایر کشورها می‌شود.

چون صنایع دستی در میان کشورهای در حال توسعه از نظر اقتصادی و اجتماعی جایگاه ویژه‌ای در زندگی انسان‌ها دارد؛ توسعه آن از جنبه‌های گوناگون قابل بررسی و تعمق است. ایران، یکی از معدود کشورهایی است که در صنایع دستی و هنرهای سنتی، سابقه‌ای درخشان دارد. روستا، شهرستان و حتی شهری در ایران وجود ندارد که حداقل یک نوع هنر سنتی و صنعت دستی نداشته باشد. با وجود این می‌بینیم که توسعه زندگی ماشینی، آن قدر سرعت پیدا کرده که برخی از هنرهای سنتی ایران را فقط در موزه‌ها می‌توانیم ببینیم. اگرچه قرار دادن این هنرها در موزه، نشان‌دهنده

احترام به آن است؛ ولی تولید نکردن کارهای هنری اصیل ایرانی که روزگاری منبع درآمد خانواده‌ها بوده، زنگ خطری برای ماست.

برای اقتصاد ایران که اینک با مهم‌ترین چالش یعنی ایجاد فرصت‌های شغلی برای جمعیت جوان مواجه است، صنایع دستی می‌تواند درجه‌ای از اطمینان تلقی شود که با حداقل ممکن هزینه سرمایه‌گذاری برای ایجاد اشتغال، عمل کند.

بر اساس بررسی‌های کارشناسی هزینه ایجاد هر فرصت شغلی در بخش صنعت حدود ۱۰۰ میلیون ریال و در صنایع دارای فناوری پیشرفته حدود ۲۰۰ میلیون ریال برآورد می‌شود. در حالی‌که این هزینه برای ایجاد شغل در صنایع دستی به ۲ تا ۳ میلیون ریال می‌رسد (یوسفی، ۱۳۷۹: ۲۶).

بررسی‌های مرکز آمار ایران درباره وضعیت تفکیکی بیکاری بهار ۱۳۸۹ در بین مردان و زنان شهرها و روستاهای کشور نشان می‌دهد علی‌رغم نرخ بیکاری ۱۴/۶ درصدی در بهار همین سال، این نرخ در مردان گروه جمعیتی ۱۰ ساله و بیشتر با جمعیتی بیش از ۲/۳ میلیون نفر برابر با ۱۱/۹ درصد و در زنان نیز با جمعیت بیش از ۱/۲ میلیون نفر برابر با ۲۵ درصد است. به‌صورت کلی تعداد بیکاران در بهار ۱۳۸۹ معادل ۳/۵ میلیون نفر اعلام شده است (آخرین آمار بیکاران کشور، ۱۳۸۹).

بر این اساس، اهمیت و جایگاه صنایع دستی هرچه بیشتر در جامعه ایران احساس و لزوم پرداختن به آن و به هر یک از تولیدات صنایع دستی بیشتر نمایان می‌شود.

یکی از مهم‌ترین هنرهای مطرح، چاپ روی پارچه است که به قلمکارسازی یا چیت‌سازی معروف است. این هنر که در دوران گذشته در متن زندگی مردم به‌عنوان یکی از هنرهای کاربردی مطرح بوده، امروزه به‌مثابه گنجینه‌ای از نقوش و نمادها، انتقال‌دهنده میراث فرهنگی به نسل جدید است. پاسداری از این گنجینه هنری و دیگر هنرها بر عهده هر ایرانی دلسوز است.

تولید طرح‌های رنگی و نقوش روی پارچه به‌وسیلهٔ باسمه یا قالب، ظاهراً در سدهٔ چهارم پیش از میلاد مسیح در هند به وجود آمده است. در کارنامه‌های چینی نوشته شده پارچه‌های چابی از ۱۴۰ سال پیش از میلاد مسیح، از هند به چین آورده شد. در زبان فارسی واژهٔ چیت به معنی پارچه‌های چابی و این واژه در اصل هندی است (ای وولف، ۱۳۷۲: ۲۰۲).

قلمکارسازی، از پیشه‌های کهن و قدیمی ایران، قرن‌ها در اوج شهرت بود. در دورهٔ صفویه این هنر گسترش یافت و درحقیقت می‌توان گفت دورهٔ پررونق آن از عصر صفویه شروع و به اواسط دورهٔ قاجار ختم شد.

این هنر - صنعت یکی از مهم‌ترین شاخه‌های صنایع دستی استان اصفهان به‌شمار می‌آید که امروزه نیازمند تغییر و تحول جدی در حوزهٔ تولید و بازار است. جهانی‌شدن، گسترش بازارها و واردات اجناس چینی و نیز کاهش قیمت‌ها باعث رکود این صنعت شده و تولیدکنندگان داخلی، سرمایه‌گذاران و خریداران را دچار مشکل نموده است.

امروز وقتی از هنر قلمکار صحبت به میان می‌آید، مشاهده می‌شود آن اقبال عمومی که در گذشته در زندگی مردم وجود داشته، چندان به چشم نمی‌خورد و بعضاً پارچه‌های رودوزی‌شدهٔ هندی و پاکستانی در بازار اصفهان رواج بیشتری یافته؛ در حالی که رواج این هنر در گذشته به‌حدی بوده که چند بازار را به‌خود اختصاص داده بود. تحویلدار اصفهانی در کتاب خود آورده:

این صنعت چهار بازار دارد، متصل و داخل هم؛ یک دروازه‌اش از دهانهٔ قیصریه به میدان شاه است و در میان بازارها، پنج کاروان‌سرا و تیمچه واقع شده که یکی از آنها سرای شاه است؛ کل اینها دکاکین

چیت‌ساز [= قلمکار سازها] است و مشتمل بر ۲۸۴ باب دکان، حجره و

کارخانه، متاعشان به همه ولایات ایران می‌رود (۱۳۴۲: ۹۴).

اما امروزه تعداد تولیدکنندگان قلمکار از ۵۰ کارگاه تجاوز نمی‌کند و اسفبارتر اینکه رشته قلمکار که به وسیله قلم‌مو کار می‌شده، امروزه تنها یک یا دو بازمانده دارد.

برای اینکه بتوان روند تولید هنر قلمکار را بهبود بخشید لازم است توجه بیشتری به وضعیت این هنر اعم از وضعیت طراحی، کیفیت تولید، بازار فروش، بازار رقابت داخلی و خارجی، خط‌مشی تبلیغات، تربیت هنرمندان و مدیران برنامه‌ریز بشود.

لذا نوشتار حاضر ناظر بر این مسئله است که بداند علل رکود فعالیت این هنر چیست؟ چون هر یک از عناصر تشکیل‌دهنده این هنر اعم از پارچه، رنگ، قالب، شرایط تولید و نیروی کار در آماده‌سازی آن دخالت دارند و از طرفی وجود طرح‌های سنتی، متضمن هویت فرهنگی - هنری این فعالیت است؛ لذا این کتاب بر آن است تا ضمن بررسی عوامل رکود هنر قلمکار و بازشناسی ریشه‌های افت آن با استفاده از تحلیل SWOT، به عواملی چون فرصت، تهدید، قوت و ضعف این هنر پرداخته و به ارائه راهکارهایی در زمینه احیاء و رشد این هنر بپردازد.

برای گردآوری مطالب، از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده، بدین منظور پس از مطالعات کتابخانه‌ای که بر روی آثار مکتوب، پایان‌نامه‌ها و منابعی که به‌نحوی اشاره به موضوع قلمکار و چالش‌های آن داشتند به جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه با فروشندگان، مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و همچنین نهادها و سازمان‌های دولتی در جهت موضوع پرداخته شده و با طرح پرسش‌نامه‌هایی که سعی شده از روایی و پایایی برخوردار باشد، اطلاعات لازم جمع‌آوری شده است. در ادامه کار برای تحلیل اطلاعات به‌دست آمده از روش تحلیل محتوا استفاده شده است.