

qob

ISSN: 3534-2588

ماهنامه تخصصی میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

آبان و آذر ۹۶

مخاطرات و اوج تاریخ سقزی طایفه ای در استان
ساخت سنتی سفال در جامعه براهیانی گجرات هند
گلیم مسلمان و بلوچستان
نقش لیلیات در تزیینات گردشگری استان
چرمی سفال عمری تونگی در ایران «مطالعه موردی: سفال کلیورگان»
سروان

کلیورگان: جهان سفال ناب
گلیم تریکی شیخ سیرخان
کلات: تابوش کرستان



سیستان و بلوچستان
معاونت پژوهشی



پذیرش دانشجو بدون کنکور مقاطع کاردانی و کارشناسی

مرکز علمی کاربردی میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

مقطع کارشناسی حرفه ای:

کارشناسی حرفه ای گردشگری
کارشناسی حرفه ای طراحی و الگو سازی پوشاک:
(در دو گرایش لباس مجلسی، خانگی و لباس اقوام)
کارشناسی حرفه ای صنایع دستی: صنایع سنگی

مقطع کاردانی حرفه ای:

کاردانی حرفه ای گردشگری
کاردانی حرفه ای طلا و جواهر: تراش سنگ های قیمتی
کاردانی حرفه ای صنایع دستی: سفال و کاشی سنتی
کاردانی حرفه ای صنایع دستی: مصنوعات چوبی
کاردانی حرفه ای صنایع دستی: مصنوعات سنگی
کاردانی حرفه ای طراحی و الگو سازی پوشاک



پذیرش، مشاوره تحصیلی و شغلی رایگان و کسب
اطلاعات از ساعت ۸:۰۰ صبح الی ۱۴:۰۰ با مراجعه حضوری
به دانشگاه و تماس تلفنی انجام می پذیرد.

آدرس: خیابان امام خمینی، تقاطع خیابان کفعمی، مرکز علمی
کاربردی میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
تلفن تماس: ۳۳۲۱۱۲۰۰





ماهنامه تخصصی اداره کل میراث فرهنگی، صنایع
دستی و گردشگری استان سیستان و بلوچستان



صاحب امتیاز:

پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری

مدیر مسئول: کامبیز مشتاق گودری

مدیر اجرایی: فرشید فیروزی

بررهمبر: کلثوم بزی

وزیرانستار و ناظر چاپ: گیتی کشیان

صفحه آرا: محمد محشمی

طراحی جلد: امین کیخا

برویس عکس: ناصر الله کوهکن

شمارگان: ۱۰۰ جلد

نشانی:

زاهدان، بلوار شهید مطهری، خیابان اسفاده، موزه ی

منطقه ای جنوب شرق، معاونت پژوهشی، مجله ی کاو

تلفن:

۰۵۲۳۲۲۵۳-۲ داخلی ۲۷۵

۰۹۳۹۴۴۹۱۳۸۷

پست الکترونیکی:

kavmagazineinfo@gmail.com

سیاس از همیاران در این شماره:

شماره انتشارات بین المللی 3534-2588



کرمان

آقای محمود وثایی، مدیر کل

آقای عقیل سیمستانی، پژوهشگر صنایع دستی

کردهستان

آقای سید محسن علوی، مدیر کل

آقای سعید نظری، معاون صنایع دستی

خانم کلویه اخگر، کارشناس و مربی رشته گیوه بافی

آقای حامد احمدی، استاد گیوه بافی شهرستان مریوان

آقای امید حق دوست، عکاس خبرنگار شهرستان مریوان

و

خانم ویدا توحیدی

آقای مهدی اوکالی

خانم سیمه امامی هر

(کاو در ویرایش و خلاصه کردن مطالب آزاد است)

- مقالات پژوهشی لازم است با فرمت مقالات کاو که

در سایت اداره ی کاو بارگذاری شده است، نگاشته شود.

- مطالب درج شده در مقالات ازوما دیدگاه گردانندگان

کاو نیست.

- مجله ی کاو در مجموعه معاونت پژوهشی اداره ی کاو

میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان

سیستان و بلوچستان و زیر نظر این معاونت تهیه و

تفظیم می شود.



مجله ی کاو برای هرچه بهتر شدن محتوای مطالب

نشریه، بذایرای انتقادات و پیشنهادات خوانندگان

محترم است.

۴۴

روستای سنگان

یکی از گذرگاه‌های گردشگری استان سیستان و بلوچستان که کمتر مورد توجه قرار گرفته است خاشیه ...

۴۸

دانشتنی های ثبت جهانی آثار فرهنگی

شکوه شاهکارهای هنری و صنعتی دوره های تاریخی ملت ها همواره نشان دهنده میراث توجه دولتمردان و سیران ...

۵۴

کلپورگان، جهان کهن سفال زنانه

عشق و علاقه ای به انجام کار سفالگری در زنان کلپورگان وجود دارد چرا که این هنری است کهن و در وجود زنان ...

۶۲

بررسی سفال عصر نوسنگی در ایران

ساخت و کاربرد ظروف سفالی از نیمه دوم هزاره هشتم ق م آغاز شده و در میان صنایع پیشروی بهترین ...

۷۰

گلیم شیریکی پیچ سیرجان

از گذشته تاکنون، در فراسوی مرزهای کشورمان، هرگاه سخن از هنر ایرانی به میان آمده، نام هنر ...

۸۲

کلاش پاپوش کردستان

در بلای نامگذاری هورامان دیدگاه های گوناگونی مطرح شده که هیچ یک از لحاظ زبانی شناسی تأیید نشده اند ...

۰۱

مخاطرات رواج تاریخ سازی های طایفه های در استان

سیستانی ها و بلوچ ها همچون بسیاری دیگر از اقوام دور از مرکزیت سیاسی دارای کشور به تقریب تا سال ۱۳۰۰ خورشیدی ...

۰۳

ساخت سنتی سفال در جامعه پراجاپاتی گجرات هند

ساخت ظروف سفالین روئندادی مهم از گذشته های پیش از تاریخ و نشانه انقلاب نوینگی در جامعه بشری ...

۱۵

گلیم سیستان و بلوچستان

گلیم به عنوان یکی از نخستین زیورآلات های بشر، سابقه تولید بسیار طولانی دارد. یکتا گلیم ...

۲۰

سَواس

سَواس نام کفش یا اسنل (دبایی قدیمی مردم بلوچ در روزگاران گذشته بوده است کفشی ساده راحت ...

۲۲

عوامل تاثیرگذار در به وجود آمدن نقوش سوزن دوزی های بلوچ

سوزن دوزی به عنوان یکی از روش های دیرینه آرایش جامه، از هنرهای دستی مورد توجه و شاخص ...

۲۸

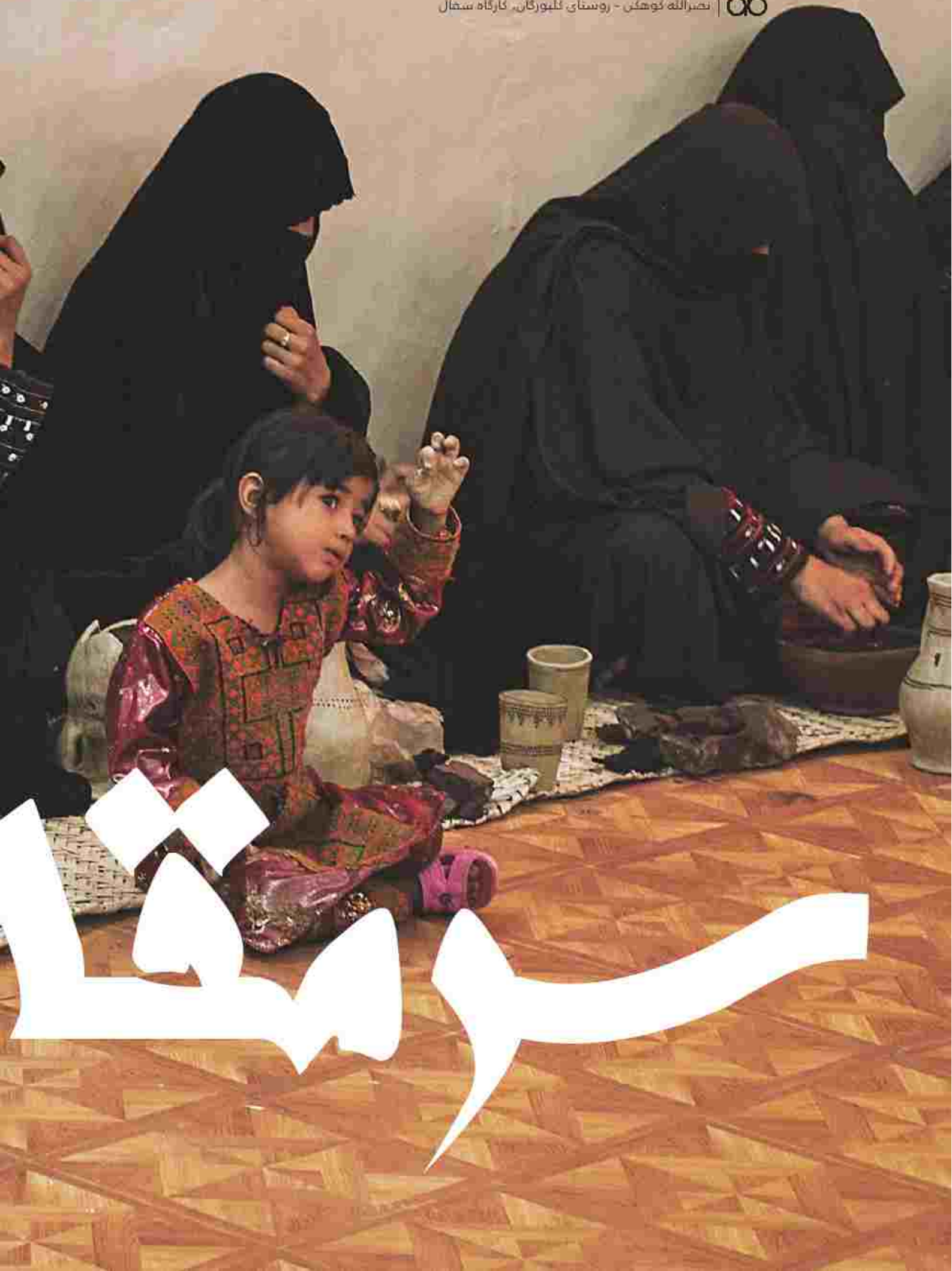
آرزوهای کوچک گردشگری کلیپورگان

روستایی است در قامت همه ی روستاهای بلوچستان. خاکی و خاکستری با تپش های پشیمی نخل بر گرده هایش ...

۳۰

تاثیر تبلیغات برگردشگری استان سیستان و بلوچستان

اسرزه بایستگی وجود تبلیغات و برنامه ریزی پستلبدیده تبلیغاتی در گردشگری نیز همچین دیگر ...



الوعده، وفا... این شماره گاو بیشتر در فضای ثبت‌های جهانی نیمه دوم امسال کار شده است و سعی کرده‌ایم به روستای جهانی سفال کلیورگان، گیوه (کلاش) جهانی مریوان گلیم جهانی سیرجان بپردازیم. دنبال کردن هر سه موضوع بی همکاری و کمک معاونت صنایع دستی و کارشناسان استان‌های کرمان و کردستان امکان‌پذیر نبود و در اینجا ضمیمه‌ای از آقایان و خانم‌های دست‌اندرکار سیاست‌گذاری، در همین راستا لازم دیدیم به ثبت مشاهدات و نظرات و زندگی زنان و مردان امروز کلیورگان بپردازیم و با آنها در تاریخ این روستای کهن قدم بزنیم. مدتی از راه دور در ارتباط تنگاتنگ با همکارانمان در معاونت صنایع دستی استان‌های کرمان و کردستان بودیم و از دریچه‌ی اندیشه‌ی ایشان، در کارگاه‌های تهیه کلاش مریوان و سیاه چادرهای گلیم باقان سیرجان سیر کردیم. امروز امیدواریم نتیجه‌ی این همکاری به دل نشیند و این همراهی‌ها در آینده نیز تداوم داشته باشد چرا که حیات پژوهش و شناخت و معرفی و احیای موضوعات و عناصر تاریخی و فرهنگی این سامان با همیاری و تلاش مستمر و دلسوزانه‌ی همگان امکان‌پذیر خواهد بود.

اما روال طبیعی مجله با مطلبی درباره‌ی تب، تالیف و تاریخ‌نگاری در سیستان و بلوچستان و آفت‌های این نوع تاریخ‌نگاری صرفاً طایفه‌ای و غیرعلمی، آغاز می‌شود. با این مطلب به پیشواز شماره‌ی بعد در هوای هفته‌ی پژوهش رفته‌ایم. در مقاله‌ای دیگر نقش تبلیغات در توسعه و عدم توسعه‌ی گردشگری استان مورد بررسی قرار گرفته است. برخی سرفصل‌ها در اصل این مقاله موجود است که علاقمندان می‌توانند در تماس با نویسنده در جریان کامل پژوهش ایشان قرار بگیرند.

باری روال طبیعی گاو هم در این شماره از تأثیرات ثبت‌های جهانی کشور دور نمانده و موضوعات ثبت شده به نوعی بهانه‌ای به دستمان داد تا هم‌شانه با سفال کلیورگان، ترجمه‌ای در باب سفال گجرات هند انجام داده و در این شماره بگنجانیم. در کنار گلیم شیریکی پیچ سیرجان، گذری هم بر گلیم سیستان و بلوچستان داشته باشیم و خیلی کوتاه نامی هم از سواص بلوچستان بیاید تا تفاوت پاپوش کردستان کوهستانی را با کویر جنوب شرق ایران بیشتر درک کنیم.

گاو همچنان همه‌ی خوانندگان فرهیخته و گرمی را به نقد و نظر درباره‌ی مطالب و موضوعات مطرح شده دعوت نموده و از همکاری همگان در تولید مطالب نو و تازه و البته قابل طرح در این ماهنامه استقبال می‌نماید؛ که حیات پژوهش و انتشار این دست نشریات به حضور و همکاری خوانندگان دغدغه‌مند و اهل اندیشه وابسته است.









مخاطرات رواج تاریخ سازی های طایفه ای در استان

فایم سیاست

سیستانی ها و بلوچ ها همچون بسیاری دیگر از اقوام دور از مرکزیت سیاسی اداری کشور به تقریب تا سال ۱۳۰۰ خورشیدی در ساحت امن و آرام سنت روزگار می گذرانیدند. هر کدام از آنها به شیوه ای طبیعی حامل سنت ها و موارث گذشته ای خویش بودند و همه اینها به طور طبیعی از نسلی به نسل دیگر منتقل می شد. توده مردم نیازی به ثبت و ضبط تاریخ احساس نمی کردند چرا که گذشته در وجود آنها و در زندگی شان، همواره به شکل زنده و پویا حضور داشت. میان آنها و گذشته، به هیچ وجه افتراق و جدایی نبود. آنها مدام در تاریخ و با تاریخ می زیستند و هر کدام عصاره تاریخ خویش بودند. گذشته و ارزش های آن، در شخصیت فردی و زندگی جمعی آنها تجسمی عینی داشت به همین دلیل، تاریخ برای آنها نمی توانست معنایی داشته باشد. این نوع زندگی در حقیقت گونه ای از «بودن» بود که به دلیل حضور زنده و مداوم گذشته در زندگی مردم، میان گذشته و تاریخ، خط تمایزی نبود. مراد تاریخ به مفهوم جدید کلمه است که چیزی جز بازنمایی و صورت بندی گذشته نیست و از این منظر طبیعی است که میان گذشته و تاریخ تفاوت و تمایز وجود دارد و «تاریخ» به این معنا، از هنگامی برای ما مهم شده که نوعی گسست

از گذشته را تجربه کرده ایم. در حالی که در آن شیوه از بودن، چنین گسستی محلی از اعراب نداشت؛ گذشته همواره حاضر بود و بدیهی است که نیازی به بازنمایی و درک و دریافت گذشته احساس نمی شد؛ چون گذشته حضوری

بلوچ ها و سیستانی ها هنوز نتوانسته اند بین ناف تعلقات طایفه ای قومی و سنتی خویش را بگسلند. هر چند این وابستگی ها در قیاس با گذشته، سست شده اند و به شیوه ای روز افزون روند سست شدن این دلبستگی ها و تعلقات، همچنان ادامه دارد. با این وجود بلوچ ها و سیستانی ها هنوز تا ذره ای شدن و رسیدن به جامعه ای توده وار فاصله دارند. سخن مزبور بدین معناست که مناسبات سنتی هنوز برقرار هستند و کار می کنند هر چند نه به اندازه گذشته.

واقعی داشت. اما از سال ۱۳۰۰ شمسی به بعد، دامنه ی تحولاتی که در پیوند با تجدد در مرکزیت سیاسی اداری کشور حادث شده بود به سیستان و بلوچستان هم کشیده شد. آشخور این تحولات جدید نه سنت ایرانی اسلامی بلکه مدرنیته غربی بود. به بیان دیگر از سال ۱۳۰۰ به بعد مردم سیستان و بلوچستان به تدریج با شیوه دیگری از «بودن» آشنا شدند و علاوه بر گذشته شان تاریخ دیگری نیز بوسه شان آوار گردید. این تاریخ جدید و این نحوه جدید بودن که روز به روز خودش را بیشتر بر زندگی مردم این زادبوم تحمیل می کرد سنت ها و گذشته ی آنها را به چالش کشید و رفته رفته چنان حضور پررنگی در زندگی آنها پیدا کرد که پیوند مردم این دیار با گذشته شان گسسته شد. آنها کم کم احساس کردند که عصاره و تبلور عینی گذشته شان نیستند؛ به عبارتی رفته رفته حضور زنده و عینی گذشته دیگر در این سامان کم رنگ و کم رنگ تر شد. در چنین شرایطی بود که کم کم خسرت گذشته از دست رفته در ذهن مردم پدیدار شد؛ چون گذشته دیگر حضور عینی نداشت. در این شرایط، تاریخ برای مردم این دیار به موضوعی بسیار مهم تبدیل گردید، موضوعی که روز به روز به موازات کم رنگ شدن حضور گذشته برای آنها پررنگ تر نیز می شد. به دیگر سخن، گذشته و تاریخ با یکدیگر رابطه معکوسی دارند؛ هرچه حضور گذشته کمتر و کم رنگ تر شود، تاریخ پررنگ تر و مهم تر می گردد. البته جمع گرایی های سنتی به ویژه طایفه گرایی، هنوز در بلوچستان و تا حدودی سیستان سیطره ی خدشه ناپذیری دارند اما خواه ناخواه به راهی افتاده اند که بسست شدن ساختارهای طایفه ای گوئی به تقدیر محتوم آنها تبدیل شده است. هر فرد وابسته به یک طایفه، هنوز بخش اعظم هویتش را از طایفه اش می گیرد. این طایفه یا هویت طایفه ای است که به رفتارهای عضو طایفه شکل می دهد و مناسبات او را با دیگران تعیین می کند. هر یک از اعضای طایفه از طریق طایفه ای که به آن وابسته است عصاره تاریخ، فرهنگ، آداب و رسوم آن طایفه را واجد می شود و خود نیز به نماد و نماینده آن طایفه تبدیل می گردد. طایفه تکیه گاه مستحکمی است که فرد می تواند به آن تکیه کند. او با تکیه بر

هویت طایفه‌اش، نه احساس تنهایی و نه احساس از خود بیگانگی می‌کند، طایفه به او امنیت خاطر و آرامش عطا می‌کند. در مواقع بروز مشکلات، طایفه به یاری‌اش می‌آید و او نیز در وقت لزوم به یاری سایر اعضا طایفه کمر می‌بندد. با تکرار این روند سنتی به نام همیاری و همکاری طایفه‌ای شکل می‌گیرد، همکاری و همیاری که ریشه در نیای مشترک دارد و پیوندی «خونی» محسوب می‌شود. طایفه، پیکره واحدی است و همه افراد با یکدیگر به این پیکره، وحدت و هماهنگی می‌بخشند.

بلوچ‌ها و سیستانی‌ها هنوز نتوانسته‌اند بند ناف تعلقات طایفه‌ای قومی و سنتی خویش را بگسلند؛ هر چند این وابستگی‌ها در قیاس با گذشته، سست شده‌اند و به شیوه‌ای روز افزون روند سست شدن این دلبستگی‌ها و تعلقات، همچنان ادامه دارد، با این وجود بلوچ‌ها و سیستانی‌ها هنوز تا ذره‌ای شدن و رسیدن به جامعه‌ای توده‌وار فاصله دارند. سخن مزبور بدین معناست که مناسبات سنتی هنوز برقرار هستند و کار می‌کنند هر چند نه به اندازه گذشته؛ در مقابل نهادهای جدیدی هم شکل نگرفته‌اند و از «حوزه‌ی عمومی» به معنای جدید کلمه چندان خبری نیست. در چنین شرایطی فروپاشی نهادهای سنتی و تضعیف ساختارهای سنتی اصلاً به صرفه و صلاح ارزیابی نمی‌شود، چرا که در غیاب حوزه عمومی و نهادهای جدیدی که بتوانند جامعه‌ی توده‌وار را متشکل کنند و با سازماندهی مردم به حل مشکلات و مدیریت آنها در مواقع بحرانی بپردازند، همین ساختارهای طایفه‌ای تا اندازه‌ای می‌توانند این خلأ را پر کنند. اما نباید فراموش کنیم که بهره‌گیری دولت از ظرفیت‌های طایفه‌ای برای حل و فصل پاره‌ای مشکلات باعث تحکیم جایگاه مراجع سنتی و افزایش اقتدار آنها نیز می‌شود.

از سال ۱۳۰۰ شمسی به بعد بر منطقه سیستان و بلوچستان شرایط و اقتضائاتی حاکم شد که به سست شدن تدریجی ساختاری طایفه‌ای و تضعیف تدریجی آنها منجر گردید. تحصیل کردگان سیستانی و بلوچ که در مقطع قبل از انقلاب، علاقه‌ی چندانی به نوشتن و چاپ کتاب از خودشان نشان ندادند و این بی‌علاقگی به نشر کتاب به اندازه‌ای بود که شمار آثار چاپ شده توسط سیستانی‌ها و بلوچ‌ها از اوایل دهه‌ی چهل خورشیدی تا اواخر سال ۱۳۵۷ خورشیدی، به تعداد انگشتان یک دست هم نرسید در چند سال اخیر چنان اقبال به چاپ کتاب پیدا کرده‌اند که شگفت‌آور است. وسوسه‌ی چاپ کتاب، در چند سال اخیر، به جان بسیاری از جوانان و حتی سالخورده‌گان استان افتاده و آنها برای دستیابی به مقصود، به بسیاری از کارها دست می‌زنند. شوربختانه در این استان، جای نقد خالی است به همین دلیل، شمار قابل توجهی از آثار چاپ شده فاقد ویژگی‌های لازم است. نگارنده معتقد است داغ شدن تب چاپ کتاب‌های تاریخی و فرهنگی در استان، از یک نظر، رویداد مبارکی است اما شتاب‌زدگی در چاپ آثار و نشر کتاب‌هایی کم محتوا هم خطری است که در کمین فرزندان فرهیخته این استان نشسته است. چنانچه ساز و کارهایی از سوی نهادها و مراکز فرهنگی استان تدارک شود و آثار چاپ شده را با عیار نقد بسنجند، بدون تردید، در ارتقاء کیفی این کتاب‌ها، مؤثر خواهد بود. در استانی زندگی می‌کنیم که تاکنون به ندرت کسی قدمی

در راستای نقد و نقادی برداشته است. ورود به حوزه نقد آن هم در دیاری که مردمانش عادت به نقد ندارند بخودی خود، مخاطره آفرین است.

با سست شدن روزافزون ساختارهای طایفه‌ای برخی از تحصیل کردگان بلوچ و سیستانی به ویژه در مقطع پس از انقلاب شکوهمند اسلامی به این فکر افتادند تا از برخی ظرفیت‌های جدید برای تقویت روح جمعی در میان افراد طایفه خویش بهره‌گیرند. انتشار کتاب درباره طایفه‌شان از جمله راهکارهایی بود که برای تحکیم پیوند‌های طایفه‌ای مطرح نظر آنان قرار گرفت. تحصیل کردگان سیستان و بلوچ بعضاً بدون اینکه از دانش لازم برای تاریخ‌نگاری و مردم‌شناسی بهره‌ای داشته باشند با تکیه بر احساس تعلق طایفه‌ای و عشق و علاقه‌ای که به طایفه و اجداد خویش داشتند با گردآوری پاره‌ای اطلاعات شفاهی و جمع‌آوری برخی اسناد و مدارک قدیمی پیرامون طایفه خویش به نگارش کتاب‌هایی درباره طایفه خویش پرداختند و بعضاً با هزینه‌های شخصی به چاپ و انتشار آن‌ها میادرت ورزیدند. در سال‌های اخیر تلاش یکی از نهاد‌های نظامی استان مبنی بر برگزاری همایش‌های طایفه‌ای نیز به این موضع دامن زد و تاریخ‌نگاری را آن هم به شیوه‌ای سخیف و بی‌مبنا به یک بیماری مزمن در میان تحصیل کردگان استان تبدیل نمود. آن‌ها از گشایشی که طی این سال‌ها در زمینه چاپ و انتشار کتاب در کشور پدید آمده، نهایت بهره‌را بردند و شروع به انتشار کتاب‌های غیر علمی، غلوآمیز و سخیف نمودند.

حدود ۹۰ سال است که تحولات منطقه سیستان و بلوچستان سرشت بسیار پیچیده‌ای پیدا نموده است از این رو مسئولین استان و حتی کشور باید بسیار به هوش باشند. در شرایطی که متأسفانه پاره‌ای تنش‌های قوی میان بلوچ‌ها و فارس‌ها وجود دارد ممکن است انتشار آثار از این دست در خدمت تقویت تنش‌های قومی قرار گیرد و به نوعی ساختارهای طایفه‌ای و قومی را در مقابل فرهنگ ملی قرار دهد و به تضعیف فرهنگ و هویت ملی در استان منجر گردد. شوربختانه در شرایط کنونی، اینگونه آثار هدفی جز تقویت «عصبیت‌های طایفه‌ای» ندارد. نشر این آثار را نیز می‌باید واکنشی در مقابل روند سست شدن پیوند‌های طایفه‌ای و تضعیف همبستگی طایفه‌ای دانست. نویسندگان این آثار در پی آن هستند تا با نشر آثاری پیرامون طایفه خویش روح طایفه‌ای را در میان اعضای طایفه خویش تقویت نمایند. آنها در آثار خویش به اغراق و بزرگنمایی پیرامون بزرگان طایفه خویش و رویدادهایی که توسط طایفه‌شان رقم خورده می‌پردازند و در این زمینه گاه تا آنجا پیش می‌روند که فراموش می‌کنند هر طایفه جزئی کوچک از ساخت اجتماعی بزرگی به نام ایرانیت و ملیت است. این جزء در پیوند با آن کل معنا می‌یابد و اگر از آن جدا شود از آن چیزی برجای نمی‌ماند. متأسفانه در استان از نقد هم خبری نیست. راه حل مقابله با این افراط کاری‌ها، تقویت فضای نقد و نقادی در استان است.

ساخت سنتی سفال در جامعه پراجاپاتی^۱ گجرات هند

میتون سیکدار^۲، پریتش چودری^۳

مؤسسه انسان‌شناسی هند، مرکز تاجیه‌ای
غرب، اودپور^۴، راجستان^۵ هند

مترجم: فرشید فیروزان

چکیده

ساخت ظروف سفالین رویدادی مهم از گذشته‌های پیش از تاریخ و نشانه انقلاب نوسنگی در جامعه بشری می‌باشد و تا حد زیادی بر گروه‌های یکجانشین و روش‌های سنتی فرهنگی جدید تأثیر گذاشته است. هنوز بخش کوچکی از جوامع سنتی در جهان سنت سفالگری را به عنوان حرفه حفظ کرده‌اند. در اینجا روش‌ها و ساخت سفال محلی پراجاپاتی از بخش مرکزی گجرات و استفاده آن در زندگی روزمره مردم را شرح می‌دهیم. آنها روش و فن‌آوری ساخت سفال را از نیاکان خود به ارث برده‌اند. روش تهیه مواد خام، پردازش همان مواد و در نهایت تولید محصولی که شرح کامل آن، اینجا آورده شده است.

کلیدواژه‌ها: ساخت سفال سنتی،
پراجاپاتی، گجرات

01. Prajapati
02. Pithn Sikdar
03. Pritish Chaudhur
04. Udaipur
05. Rajasthan

استفاده از خاک رس و آب به منظور ارائه اشکال مشخص برای مقاصد مختلف به عنوان قدیمی‌ترین صنعت شناخته شده فرهنگ انسانی در نظر گرفته می‌شود. شواهد ساخت این سفال را می‌توان در عصر نوسنگی با درکد انواع مختلف دانش سنتی ردگیری نمود. پس از کشف سفال در دوره‌های مختلف تغییرات و دگرگونی‌های بزرگی روی می‌دهد. تغییرات از لحاظ روش تولید و همچنین در اشکال هنری روی می‌دهد. به عنوان مثال تمدن دره سند همچنین نشان دهنده دگرگونی در زمینه ساخت سفال است در برخی از جوامع خاص هند این دانش از طریق اشتغال نیاکانشان به این شغل سنتی نسل به نسل به آنها رسیده است. به طور کلی در بیشتر نواحی هند آنها کومهرس^۶ نامیده می‌شوند. برای مثال در تمام نواحی غربی، مرکزی شمالی و شرقی هند سفالگران به عنوان کومهاریا^۷ کومیهار^۸ شناخته می‌شوند. در غرب بنگال سفالگران به عنوان کومور^۹ شناخته می‌شوند. در جنوب هند به زبان تامیلی کوساوان^{۱۰}، در زبان مالایی کوساوان یا کویاروان^{۱۱}، در زبان کانریز^{۱۲} کوارا^{۱۳} یا کومبارا^{۱۴}، کوساو^{۱۵} در زبان تولو^{۱۶} و در زبان تلوگ^{۱۷}، کومرولو^{۱۸} نامیده می‌شوند.

بر اساس دانش ریشه‌شناسی، همه این اسامی از واژه‌ی سانسکریت کومیاکاکارا^{۱۹}، به معنای سفالگر مشتق شده‌اند. در بعضی از نقاط غرب افریسی^{۲۰}، سفالگران نیز به عنوان بهانده^{۲۱} شناخته می‌شوند که از کلمه سانسکریت باهندا^{۲۲} به معنی «سفالگر» مشتق شده است.

مطالعات زیادی جهت شرح تکنولوژی سفالگری در چنین جوامعی انجام شده است (مارشال^{۲۳}، ۱۹۳۱؛ استار ریچارد^{۲۴}، ۱۹۴۱؛ دومند^{۲۵}، ۱۹۵۳؛ راسون^{۲۶}، ۱۹۵۳؛ سینها و همکاران^{۲۷}، ۱۹۶۱؛ ساراسواتی^{۲۸}، ۱۹۶۴؛ ساراسواتی، ۱۹۷۹؛ جین^{۲۹}، ۲۰۰۰؛ دوازی^{۳۰}، ۲۰۰۸؛ ساراسواتی و بهورا^{۳۱}، ۲۰۱۰). با

این حال، مطالعه ایی روشمند در مورد دانش سنتی ساخت سفال در میان جامعه پراجاپاتی گجرات وجود ندارد. برای این منظور، در ماه مارس ۲۰۱۴، در روستای رادواناج^{۳۲}، یک مطالعه در مورد دانش سنتی ساخت سفال در میان جامعه پراجاپاتی انجام شده است. این روستا در استان ماتار تالیکا^{۳۳} از منطقه کدا^{۳۴} در گجرات واقع شده است. نقشه کدا در شکل ۱ تصویر شده است. در رادواناج، سفالگران خود را پراجاپاتی می‌نامند و ادعا می‌کنند جدشان پراجاپاتی، پسر برهما^{۳۵} خدای هندو می‌باشد. در اساطیر هندو آنها نیز به نسل خدای پراجاپاتی می‌رسند. در گجرات، جامعه پراجاپاتی به چندین زیرمجموعه تقسیم می‌شود: گورجار^{۳۶} (در سراسر گجرات زندگی می‌کنند)، واریا^{۳۷} (در بهج مهال^{۳۸}، کالول^{۳۹}، کدا، شاروتا^{۴۰}، احمدآباد^{۴۱}، سابرکانته^{۴۲}، جمنگر^{۴۳} و بوه ننگر^{۴۴} و غیره پخش شده‌اند)، لادا^{۴۵} (در سورت



06. Kumhars
07. Kumhar
08. Kumbhar
09. Kumor
10. Kusavan
11. Kuyarvan
12. Kanarese
13. Kuvara
14. Kumbara
15. Kusave
16. Tulu
17. Telugu
18. Kumrulu
19. Kumbhakara

20. Orissa
21. Bhande
22. Bhande
23. Marshall
24. Star richard
25. Dumond
26. Rawson
27. Sinha et al
28. Saraswati
29. Jane
30. Duary
31. Behura
32. Radhvanaj
33. Matar taluka

34. Kheda
35. Brahma
36. Gurjar
37. Varya
38. Pachmahal
39. Kalol
40. Charotar
41. Ahmedabad
42. Sabarkantha
43. Jamnagar
44. Bhavnagar
45. Lad
46. Surat
47. Narsari

نام چخلا^{۴۸}، واقع در سند طلکا^{۴۹} از ناحیه احمدآباد گجرات مهاجرت کردند. بنابراین آنها نیز به عنوان چکلیا کومه^{۵۰} شناخته شده‌اند. واریا پراجاپاتی از روستای رادوناچ بسیار مذهبی هستند. خوریار ماتا^{۵۱} یا کولادوی^{۵۲} خدای سنتی آنهاست.

خوریار ماتا در طول فصل جشن توتوری پرستش می‌شود. معبد اصلی خوریار ماتا در ماتل واقع در منطقه بهواناگر گجرات واقع شده است. به طور سنتی آنها این مکان مقدس را به عنوان تاتنی^{۵۳} تهارا^{۵۴} نامگذاری کرده‌اند. معبد دیگری در چاچدیوادا^{۵۵} در منطقه احمدآباد گجرات واقع شده است. به طور سنتی آنها از این مکان مقدس به نام واسنا^{۵۶} نام می‌برند. به غیر از خوریار ماتا، واریا پدیاپاتی نیز دیگر خدایان هندو را مانند گانشا، شیوا^{۵۷}، دورگا^{۵۸}، رانچد رای^{۵۹} (کرشنا^{۶۰}) و غیره را می‌پرستند. به غیر از این، آنها نیز در تمام جشنواره‌های روستایی شرکت می‌کنند در مراسم ازدواج، پراجاپاتی‌ها وظیفه آبرسانی را به عهده دارند. در عوض به آنها دو یا سه کیسه غلات، پارچه، غذا یا گاهی اوقات چیزهای دیگر پرداخت می‌کنند. واضح است که آنها برای فروش محصولات خود به جوامع دیگر وابسته هستند و به همین ترتیب جوامع دیگر نیز جهت خرید برای اهداف داخلی و مراسم مذهبی به آنها وابستگی دارند. به غیر از این، پراجاپاتی‌ها از روستای رادوناچ در تمام مسائل اجتماعی-اقتصادی و سیاسی روستا به طور فعالانه شرکت می‌کنند.

نوساری^{۶۱} و غیره بخش شده‌اند، و اتالیا^{۶۲} (به طور عمده در احمدآباد، دهالکا^{۶۳}، دهاندالوکا^{۶۴}، بهاوانگر^{۶۵} و غیره بخش شده‌اند)، سوراثیا^{۶۶} (به طور عمده در ساروشترا^{۶۷} احمدآباد و غیره بخش شده‌اند)، اجمری^{۶۸} (در بهاروج^{۶۹}، ودودارا^{۷۰} و غیره بخش شده‌اند)، مارو^{۷۱} (در اصل مهاجرینی که از منطقه ماروار^{۷۲} راجستان و در مناطق مختلف گجرات بخش شده‌اند)، خام باتی^{۷۳} (در منطقه پتل^{۷۴} و خم باهات^{۷۵} بخش شده‌اند). گزارش شده است که گروه‌هایی از سفالگران دارای ویژگی‌های منحصر به فردی هستند. سفالگران واریا^{۷۶}، گجرار^{۷۷} در واقع سازندگان سفال هستند. سفالگران و اتالیا^{۷۸}، چیل^{۷۹} یا هوکاخا^{۸۰} (جا سیگاری) می‌سازند، در حالی که سفالگران دالوادی^{۸۱} سازندگان آجر هستند. سفالگران واریا دالوادی و مار صرفاً گیاهخوار هستند. همه آنها گروه‌هایی هستند که با هم قبیله‌های خود ازدواج می‌کنند. در روستای رادوناچ، سفالگران واریایی یافت می‌شوند. گزارش شده است که از شش تا هفت نسل گذشته از روستایی به

گزارش شده است که گروه‌هایی از سفالگران دارای ویژگی‌های منحصر به فردی هستند. سفالگران واریا، گجرار در واقع سازندگان سفال هستند. سفالگران و اتالیا جا سیگاری می‌سازند. در حالی که سفالگران دالوادی سازندگان آجر هستند. سفالگران واریا دالوادی و مار صرفاً گیاهخوار هستند.

48. Vataliya
49. Dholka
50. Dhandhuka
51. Bhavnagar
52. Sorathiya
53. Saurashtra
54. Ajmeri
55. Bharuch
56. Vadodara
57. Maru
58. Marwar
59. Khambati
60. Petlad
61. Khambhat

62. Variya
63. Gurjar
64. Vatalia
65. Chillum
66. Hukkaha
67. Dalwadi
68. Chekhla
69. Sanand taluka
70. Chekhiyakumhar
71. Khoriyar mata
72. Kuladevi
73. Taatniyadhara
74. Chachdiwada
75. Vasna

76. Shiva
77. Durga
78. Ranchodrai
79. Krishna



نویس
نقشه‌ای هند که منطقه کدا را در
گجرات نمایش می‌دهد.

روش ساخت سفال پرجاپاتی

تمام فرآیند ساخت سفال سنتی جامعه پرجاپاتی در سه بخش تقسیم شده است:

- مواد خام استفاده شده در ساخت سفال
- فن آوری استفاده شده برای ساخت سفال
- محصول نهایی و بازاریابی



تصویر ۲
آماده سازی رنگ قرمز



تصویر ۳
آماده سازی رنگ سیاه و سفید



تصویر ۴
چاک



تصویر ۵
هوکیا



تصویر ۶
نیلا

۱. مواد خام استفاده شده در ساخت سفال

تدارک مواد خام

مواد اولیه ضروری برای ساخت سفال به طور عمده از منابع طبیعی تهیه می شود. مواد اولیه از خاک موجود در محیط اطراف که به راحتی در دسترس است تهیه می شود. دیگر مواد خام شامل مواد رنگی برای نقاشی و تزئین سفال ها می باشد. آخرین ماده خام چوب خشک و کاه و ساقه ها و اضافات محصولات کشاورزی درو شده به مقدار زیاد است که به عنوان سوخت برای پخت سفال ها در کوره استفاده می شوند. عدم وجود یکی از مواد خام باعث توقف این صنعت می گردد. سفال گران روستای راد حاواناج خاک را از حوضچه ای نزدیک روستا تهیه می کنند. تمام انواع خاک (ماتی در زبان محلی) برای آماده کردن انواع سفال مناسب نیستند. خاک محلی که سفالگران رادحاواناج استفاده می کنند کالی میتی^{۸۰} (خاک سیاه) نامیده می شود که از کیفیت خوبی برخوردار است. برای نقاشی سفال ها از سه نوع رنگ استفاده می شود: قرمز، سفید، سیاه (شکل ۳، ۲).

رنگ ها قابل دسترس در خاک هستند. رنگ قرمز از خاک احرایی که در زبان محلی لعل میتی^{۸۱} نامیده می شود، رنگ سفید از گچ محلی (در زبان محلی خدی^{۸۲} نامیده می شود) و رنگ سیاه از رنگی معدنی (در زبان محلی کالی میتی نامیده می شود) به دست می آیند. این رنگ ها از معادن موجود در منطقه استخراج و به بازارهای محلی منتقل و سفال گران این رنگها را از این بازارها تهیه می نمایند. اما اخیرا بدلیل مزایای مختلف، از رنگهای آماده شیمیایی یا رنگ های روغن بیشتر از رنگ های سنتی استفاده می کنند. به نظر سفال گران رنگ های

صنعتی براحتی در بازار موجود و ماندگاری آن بیشتر است. رنگ های آماده بدون آنکه فرآیند دیگری روی آنها صورت پذیرد به راحتی قابل استفاده هستند. برای پخت سفال، بوته ها و چوب های خشک از جنگل اطراف جمع آوری می گردند. گاهی اوقات وقتی چوب در جنگل کم است از نجاران سنتی محلی چوب تهیه می کنند. به غیر از بوته ها و چوب خشک، کاه و ساقه ها و اضافات محصولات کشاورزی برای همین منظور مورد استفاده است. آنها بعد از برداشت محصول از مزارع خود کاه، ساقه و اضافات گیاهان را گردآوری می کنند. سفالگرانی که دارای مزرعه کشاورزی نیستند کاه و بوته ها و ساقه ها را از مزارع دیگر در ازای معاوضه سفال تهیه می کنند. این عمل نوعی قبیض در روستا است.

80. Kali mitti
81. Laal mitti
82. Khadi

وسایل سنتی استفاده شده برای ساخت سفال

در این قسمت ابزارهایی که در تهیه سفال استفاده می‌شوند را معرفی می‌کنیم. کاربرد هیچکدام از ابزارها جدا از یکدیگر نیست.

چاک^{۸۳}

ابزار اصلی برای سفال، چرخ است (شکل ۴). چاک یا چرخ هویت سفال را نشان می‌دهد. چرخ بر اساس ساختارش به دو نوع مسدود شده و دینده‌ای تقسیم می‌شود. هر دو چرخ یا دست چرخانده می‌شوند. علاوه بر این آنها بر اساس مبنای چرخش به دو گروه چرخ محور و عقب چرخ تقسیم می‌شوند. در روش چرخ محور کل چرخ بر روی محوری آهنی به طول ۴-۵ سانتی‌متر بر روی پایه‌ای محکم ثابت شده است. در سیستم چرخ قفل شده کل چرخ بر روی یک سیستم بلبرینگ اجرا می‌شود. در هر نوع چرخ قطر چرخ از ۶۰ سانتی‌متر تا ۷۰ سانتی‌متر و ضخامت آن از ۶-۷ سانتی‌متر متفاوت است. کاربرد اصلی چرخ، شکل دادن به گلوله گل رس در قالب سفال می‌باشد.

لاتی^{۸۴}

چوب یا لاتی به‌طور کلی از بامبو یا چوب درست شده است. این ابزار برای چرخش چرخ یا چاک استفاده می‌شود و اندازه آن از ۱۰۰ سانتی‌متر تا ۱۳۰ سانتی‌متر متفاوت است. برای چرخاندن چرخ، انتهای چوب به‌صورت نوک‌تیز ساخته شده است که می‌تواند داخل سوراخی که قبلاً در چرخ به‌وجود آمده است ثابت شود.

جاکهاریا^{۸۵}

جاکهاریا یک شاخه درخت دو شعبه است (تقریباً ۲ متر) که برای جابجایی و حمل یونه‌ها و شاخه‌های خشک شده از جنگل به عنوان هیزم (بخت سفال) استفاده می‌شود.

ابزار حفاری

بیله (فورا^{۸۶}) ساخته شده با دست یا چرخ ساخته حفاری خاک استفاده می‌شوند.

چالنی^{۸۷}

چالنی برای حذف توده‌ها و سایر ناخالصی‌ها از خاک استفاده می‌شود و به‌عنوان پالانده عمل می‌کند و از قلع یا آهن ساخته می‌شود.

دوکنا^{۸۸}

کلوخ کوبی چوبی است که به‌خصوص برای خرد کردن خاک طراحی شده است. (شکل ۵)

تپلا^{۸۹}

ابزاری از چوب سخت اما سبک وزن ساخته شده است. ابزاری برای صاف کردن و وسعت بخشیدن به سطح سفال پس از جدا کردن سفال از چرخ

کاندج^{۹۰}

بخش شگسته‌ای از سفال‌های قدیمی است که عمدتاً دارای بخش لبه گردن و شانه است. کاندج یا تکه پارچه پوشانده شده و به‌عنوان پایه کار برای شربه زدن به سفال به کار می‌رود (شکل ۸).

پاتهار کی مالا^{۹۱}

در واقع وسیله‌ای برای پرداخت است (شکل ۹). وسیله‌ای تشکیل شده از سنگ‌هایی کروی که با ریسمانی به هم متصل شده‌اند. وقتی سفال‌ها نیم خشک شدند، روغن خردل بر سطح سفالها مالیده و به وسیله این ابزار مالش می‌دهند تا سطح آن حالت پوستی بگیرد. به سادگی می‌توان گفت که از این وسیله برای صیقل دادن سفال‌ها استفاده می‌شود. صیقل دادن قبل از پخت انجام می‌شود.

باجری کی دونده^{۹۲}

بُرسی سنتی است که برای نقاشی بر روی سفال توسط سفال‌گران استفاده می‌شود. این وسیله در واقع یک قلم موی طبیعی است که از سنبله ارزن ساخته می‌شود. (شکل ۱۰)

سوت^{۹۳}

ریسمانی بلند است که برای جدا کردن سفال از چرخ مورد استفاده قرار می‌گیرد.

پلی^{۹۴}

سنگی سندان‌ی در ابعاد کوچک‌تر است. قطر صفحه کار از ۵ سانتی‌متر تا ۷ سانتی‌متر متفاوت است.

استفاده گردیده و برای هر دو سفال ساخته شده با دست یا چرخ کاربرد دارد. گاهی اوقات نیز برای کاهش دایره بیرونی پس از پیوستن به قسمت بالایی و پایینی سفال در صورتی که سفال به دو قسمت تقسیم می‌شود، استفاده می‌گردد. تپلا به دو قسمت یعنی دسته و بدنه تقسیم می‌شود. تپلاهایی با وزن و اندازه‌هایی متفاوت وجود دارند. طول یک تپلا حدود ۲۷ سانتی‌متر است، طول دسته از ۱۲ تا ۱۴ سانتی‌متر و طول بدنه ۱۵ سانتی‌متر و ضخامت آن حدود ۳ سانتی‌متر است. تپله سبک حدود ۲۵۰-۳۰۰ گرم وزن دارد. معمولاً هر دو سطح تپلا قابلیت کاربردی دارد (شکل ۶).

پلا^{۹۵}

نوعی از جنس سندان است که در بازار محلی موجود است. گاهی توسط خود جامعه محلی ساخته می‌شود. پلا شامل دسته و صفحه کار می‌باشد (شکل ۷). صفحه کار پلا محدب یا صاف است. پلا برای بزرگ کردن و شکل دادن به سفال استفاده می‌شود. این وسیله دیوار داخلی سفال را در مقابل ضربه‌های تپلا حمایت می‌کند. قطر دست‌گیره ۶ سانتی‌متر و قطر سطح کار از ۱۰ تا ۱۳ سانتی‌متر متفاوت است.

83. Chaak
84. Laathi
85. Jakharia
86. Fawra
87. Chhallni

88. Dhokena
89. Tapla
90. Pella
91. Pelli
92. Kundh

93. Patthar ki maala
94. Bajri ki dunde
95. Soot

۲. تکنیک‌های ساخت سفال

دانش سنتی سفالگر سرچشمه می‌گیرد. سفال‌گران خاک حفاری شده را با کمک درشکه گاؤ کش یا یدک کش متصل به تراکتور و یا حتی با کامیون‌های کوچک به داخل خانه‌هایشان می‌آورند. این نوع وسایل حمل و نقل امکان حمل مقدار زیادی خاک را به آنها می‌دهد. بدلیل خیس خوردگی خاک در فصل بارش‌های مونسون^۶، به‌طور کلی خاک رس در فصل تابستان جمع‌آوری و انباشته می‌گردد. خاک جمع‌آوری و در یک فضای باز بزرگ انباشته می‌شود. سفالگران محلی بر این باورند که کیفیت خاک رس در صورتی که در معرض آفتاب، باد و آب قرار گیرد بهبود می‌یابد. بنابراین از ذخیره‌سازی خاک رس در زیر سایه بان بطور کلی اجتناب می‌گردد. روش‌های به‌عمل‌آوری خاک رس به‌طور عمده با توجه به ماهیت خاک از منطقه‌ای به منطقه دیگر متفاوت است. اما برخی از مراحل استاندارد توسط همه سفالگران مورد توافق قرار گرفته است.

ابتدا بیشتر ناخالصی‌ها توسط دست جدا می‌گردند. سپس خاک با کلوخ‌کوی چوبی کوبیده می‌شود. (شکل ۱۲). مرحله بعد پالایش خاک رس است. خاک رس با چالنی (پالاینده) پالایش می‌شود. در این مرحله بیشتر ناخالصی‌ها حذف می‌شوند. پس از آن سفالگران خاک را در گودالی بزرگ و پر آب می‌ریزند. خاک رس برای یک روز در آب خیسانده می‌شود. در ادامه روز، خاک رس مرطوب از چاله یا گودال بیرون آورده کل فرایند تشکیل مجدداً توسط چالنی پالایش می‌گردد. با این فرایند کلیه ناخالصی‌ها حذف گردیده و خاک رس به خاکی با کیفیت تبدیل می‌گردد. خاک رس با مقداری مساوی از آب مخلوط شده و به مدت یک روز بر روی سطحی حصیری و مربعی شکل (که در زبان محلی به نام چاوکری^۷ شناخته می‌شود) (شکل ۱۳) خاک از به عنوان نرم کننده به خاک رس اضافه می‌شود. اگر احتمالاً نرم کننده مخلوط نگردد خاک رس اعطاف پذیری اش را از دست داده و ترک بر می‌دارد. نرم‌کننده باعث مقاومت سفال می‌گردد.

هنگامی که درباره جنبه‌های فنی تولید سفال بحث می‌شود، تمام فرایند به چهار مرحله آماده‌سازی گل سفال، شکل دادن سفال، تسطیح سطح سفال و پخت تقسیم می‌شود. به همه این موارد در ادامه پرداخته خواهد شد.

با توجه به تنوع زیستی، انواع مختلف خاک در سراسر هند و در نواحی مختلف وجود دارد. تنوع خاک از نظر ترکیبات خاک، بافت و همچنین رنگ قابل مشاهده است. فقط برخی از انواع خاک (خاک رس) به علت مزایای آن صرفاً برای ساخت سفال به کار برده می‌شوند. همه انواع خاک رس برای ساخت سفال مناسب نیستند. بنابراین انتخاب خاک رس بدلیل تاثیر آن در افزایش طول عمر و کیفیت سفال بسیار مهم است و مورد توجه قرار می‌گیرد. دانش انتخاب خاک رس عمدتاً به تجربه و سن و سال سفالگر بستگی دارد که می‌تواند به راحتی با توجه به رنگ و بافت خاک رس، مناسب بودن آن را شناسایی کند.

سفال مناسب نیستند. بنابراین انتخاب خاک رس بدلیل تاثیر آن در افزایش طول عمر و کیفیت سفال بسیار مهم است و مورد توجه قرار می‌گیرد. دانش انتخاب خاک رس عمدتاً به تجربه و سن و سال سفالگر بستگی دارد که می‌تواند به راحتی با توجه به رنگ و بافت خاک رس، مناسب بودن آن را شناسایی کند. رس عموماً از حوضچه‌های حفر شده و یا زمین‌های شخم زده شده بدست می‌آید. از خاک سطح زمین برای ساخت سفال استفاده نمی‌شود چون دارای ناخالصی است. کار اولیه سفال‌گر جستجوی برای خاک رس مناسب در داخل حوضچه و یا منطقه شخم خورده می‌باشد. پس از جستجوی اولیه، آزمایشی کلی با حفر یک منطقه خاص به صورت عمودی تا عمق یک متر انجام می‌شود. اگر همه چیز براساس معیارهای قبلی راضی کننده باشد حفاری را در همان مکان ادامه می‌دهند آزمایش خاک و حفاری از



تصویر ۷
پلاویلی



تصویر ۸
کلخ



تصویر ۹
پاتارکی پالا



تصویر ۱۰
ناجری کی دهن

شکل دادن سفال

شکل دادن به سفال در میان جامعه برآجپاتی بوسیله چرخ و یا ترکیبی از چرخ و دست انجام می‌پذیرد. قبلاً ساخت سفال به وسیله دست در میان این جامعه رایج بود. روش‌های دست‌ساز شامل استفاده از روش‌های طراحی و رنگ‌آمیزی و تکنیک‌های قالب‌سازی می‌باشد. استفاده از دست فقط برای ساخت کوزه‌های بزرگ جهت ذخیره غلات و مایعات همان‌طور که در شکل ۱۴ نشان داده شده است مورد استفاده قرار می‌گرفته است. سطح داخلی کوزه شامل اثرات انگشت است که نشان اتصال دهنده‌ی دو قسمت مختلف حلقه‌های رسی است که در بالای آن قرار دارند. سطح بیرونی به خوبی به پایان رسیده است. سفال‌های دست‌ساز از نظر ظاهری عموماً نامتقارن و ناهموار هستند. از سوی دیگر سفال‌های ساخته شده با چرخ، دارای ظاهری متقارن با ضخامت یکسان و سطحی هموار هستند. سفال‌هایی هم وجود دارند که با کمک دست و چرخ ساخته می‌شوند. در چنین مواردی بدنه ظرف از پایه تا لبه و گردن با دست و روی چرخ ساخته می‌شوند. تقریباً همه سفال‌ها و ظرف‌های گروهی با این روش ساخته می‌شوند. اثر انگشت، نشانه‌های ضربه، سطح ناهموار و غیره در چنین سفال‌هایی دیده می‌شود. قبل از شروع فرایند چرخش چرخ، سفالگر مقدار مورد نیاز از خاک رس آماده شده را از کپه خاک‌های رس جدا و مالش می‌دهد. بعد از مالش نهایی، توده خاک رس به شکل استوانه یا توپی در می‌آید و اندازه آنها بر اساس نوع سفالی که می‌خواهند بسازند متفاوت است. معمولاً از یک توده خاک رس یک سفال ساخته می‌شود اما بیشتر هم ساخته شده است. سفالگر چرخ را با دسته چوبی (لاتی) در جهت حرکت عقربه‌های ساعت می‌چرخاند. وقتی چرخ به حداکثر سرعت رسید، سفال در مرکز چرخ قرار داده می‌شود. سفالگر از انگشتانش برای شکل بخشیدن به خاک رس استفاده می‌نماید یا آخره در پایان، سفال با کمک ریسمان (سوت) از چرخ جدا می‌شود. کل فرایند تشکیل شکل مشخص بر روی چرخ تنها پنج دقیقه طول می‌کشد. با این حال برخی از عوامل خارجی ممکن است در تصمیم‌گیری جهت تولید سفال تأثیر بگذارد و این عوامل شامل اندازه توده خاک رس،

توانایی سفالگر برای چرخاندن چرخ، ابعاد چرخ و غیره می‌باشد. سفال‌های تازه تهیه شده برای خشک شدن شبی در خاکستر نگه داری می‌شوند. برای خشک کردن سفال‌ها از گرمای خورشید استفاده نمی‌شود چون باعث صدمه دیدن سفال‌ها می‌گردد. خاکسترها رطوبت سفال‌ها را می‌گیرد. صبح روز بعد پس از اینکه سفال‌ها حالت سفتی پیدا کردند با ضربه‌های ایزاری به نام انویل (شکل ۱۶) حجم سطح‌شان افزایش می‌یابد. کل این فرایند برای هر سفال ۱۰ تا ۱۵ دقیقه طول می‌کشد. هر سفالگر در یک روز می‌تواند ۲۰ تا ۲۵ سفال را بسته به اندازه آنها به پایان برساند.

روش پخت

پخت سفال کاری بسیار دشوار است و شامل مراحل مختلفی می‌گردد. سفالگر باید دارای تجربه بسیار و دقت نظر فراوان باشد. ممکن است حرارت نامناسب منجر به سفال خام (کاچا)^{۹۶} گردد و گاهی اوقات حرارت بیش از حد ممکن است باعث ترک برداشتن سفال شود. دو نوع روش متفاوت پخت وجود دارد. پخت در کوره و پخت در فضای باز. در هر دو روش محل پخت در زبان محلی لیمدهادا^{۹۷} نامیده می‌شود. سفالگران روستایی رادهواناج از روش پخت در فضای باز استفاده می‌کنند. شاخه‌های خشک درختان، بوته‌ها، گاه و ساقه‌ها و اضافات گیاهان به عنوان سوخت استفاده می‌شوند. در این روش سفال‌ها روی زمین صاف یا گاهی اوقات در گودالی پخش می‌شوند. بعد از آماده کردن زمین پخت با بوته‌ها و شاخه‌های خشک پوشانیده انجام می‌شوند. چینه‌بندی تکنیک آماده‌سازی تحت پخت می‌باشد. اولین مرحله برای چینه‌بندی سفال در مرکز زمین پخت انجام می‌شود. (شکل ۱۷) در این روش سه کوزه با موقعیت اندکی مورب به‌طوریکه دهانه همه کوزه‌ها به سمت مرکز است مرتب می‌شوند به همین روش بقیه کوزه‌ها همچون کپه‌ای که در شکل ۱۸ نشان داده شده است، چیده می‌شوند. اساس چینه‌بندی اینگونه است. بعد از تکمیل پایه بقیه کوزه‌ها بالای یکدیگر بطور وارژگون همان‌طور که در شکل ۱۹ نشان داده شده است کپه می‌شوند. سفال‌های کوچک‌تر همیشه بالای کوزه‌های بزرگ‌تر قرار می‌گیرند. در شکل ۲۰ فرایند چینه‌بندی نمایش داده



تصویر ۱۱

حداکثرین سفال از چرخ به وسیله سوت چرخانسان



تصویر ۱۲

کپه‌ی خاک



تصویر ۱۳

چاپوکری



تصویر ۱۴

کوزه بزرگ ذخیره کننده آب

96. Monsoon
97. Chowkri

98. Kaccha
99. Limdhada



تصویر ۱۵
سفال‌های رنگه‌پاشیده شده در خاکستر



تصویر ۱۶
سطح سفال با خیره



تصویر ۱۷
تمرکز



تصویر ۱۸
چینه‌بندی



تصویر ۱۹
چینه‌بندی



تصویر ۲۰
تکمیل چینه‌بندی



تصویر ۲۱
داغ



تصویر ۲۲
برگردن شکاف‌ها با گیاهان خشک

نام‌های محلی سفال‌ها عبارتند از:

لوتا^{۱۰۱}، چتاگرا^{۱۰۲}، پداگرا^{۱۰۳}، پید
ماتیککی^{۱۰۴}، مانالا^{۱۰۵}، چتاماتیککی^{۱۰۶}، دی
جوکی^{۱۰۷}، دگرا^{۱۰۸}، من^{۱۰۹} و کالری^{۱۱۰} به
غیر از اینها سفال‌هایی در اندازه‌های کوچک
برای تشریفات آیینی همچنین تولید می
شوند، در گذشته سفال‌های بزرگی به نام
کوهتی^{۱۱۱} جهت ذخیره‌سازی دانه‌های
غلات تولید می کردند، آنها محصولاتشان را
از طریق بازارهای همسایه یا تجار محلی به
فروش می رسانند، گاهی اوقات روستاییان
به طور مستقیم این محصولات را از سفالگران
می خرند قیمت سفال‌ها بسته به تقاضا در
بازار در نوسان است، با این حال در یک نگاه
اجمالی قیمت محصولات مختلف در جدول
ذیل نشان داده شده است، (قیمت‌ها به روپیه و
در ماه مارس ۲۰۱۴ ثبت شده است)، در طول
زمان جشنواره‌هایی مانند گانش^{۱۱۲} چاتورت
هی^{۱۱۳}، دوشیرا^{۱۱۴} و دیوالی^{۱۱۵} آنها
همچنین سفارش‌هایی جهت ساخت
بت‌های خدای گانشا و آمبا مانا دریافت
می کنند، مردم از نواحی مختلف جهت
خرید بت به روستای رادھواناج سفر
می کنند، قیمت بت‌ها همچنین بر اساس
تقاضا و اندازه تعیین می گردند، چراغ‌ها
همچنین برای جشنواره دیوالی آماده و
در طول برگزاری این جشنواره فروخته
می شوند، ظروف کوچک و چراغ‌ها در
بازارهای محلی روستاهای اطراف فروخته
می شوند.

را نشان می دهد، در میان دو خط موازی
نقاشی، تصاویری از ستاره و خورشید را که
به طور متناوب تکرار شده‌اند بر سطح شانه
سفال دیده می شوند، نقش خطوط موجی
نیز بین خطوط دوم و سوم به رنگ مشکی
نقاشی شده است، در قسمت پایینی سفال
با ترکیبی مانند متوازی الاضلاع با رنگ‌های
سیاه و سفید که به صورت متناوب پر شده
نقاشی گردیده است، شکل ۲۶ طراحی
هندسی را که بر روی ظروف قرمز اجرا شده
است را نشان می دهد، در این طرح مثلث در
اطراف قسمت شانه سفال بین دو خط موازی
نقاشی شده است، مثلث با خط کنار سفید
کشیده و با رنگ سیاه پر شده است، قسمت
پایینی گوزه با ساختارهای مربعی شکل که
با رنگ‌های سیاه و سفید به طور متناوب پر
شده‌اند کشیده شده است، شکل ۲۷ نقوش
گلدار را بر روی ظروف صیقلی قرمز رنگ
نشان می دهد.

۳. محصول نهایی و بازاریابی

اساساً اکثر سفال‌ها برای ذخیره‌سازی
آب استفاده می شوند اما بعضی از آنها برای
اهداف خاص دیگری مانند پخت چپاتی^{۱۱۶}،
آب برداشتن از سفال‌های بزرگ‌تر و یا برای
تشریفات مذهبی به کار می روند.

شده است، در لیم هادا برای حدود ۲۰۰
تا ۳۰۰ سفال ظرفیت چینه بندی وجود
دارد، دو کانال آتش به وسیله قطعات سفال
شکسته در بالای گوزه‌های انباشته ساخته
شده است، کانال‌های آتش برای ایجاد
حرارت حد اکثری در طول پخت ساخته
شده‌اند، (شکل ۲۱) شکاف‌های خاصی با
قطعات سفال شکسته به منظور آزاد کردن
حرارت بیش از حد در فواصل معین ایجاد
شده است، شکاف‌ها با کاه خشک و سفال
شکسته پر می شوند (شکل ۲۲)، سپس
ساختار گنبدی شکل با تکه‌های سفال
شکسته پوشانیده و سپس به ساقه‌های
گیاهان بسته‌بندی می شود، در این روش
لیم هادا دست نخورده مهر و موم می گردد
(شکل ۲۳) سپس لیم هادا آتش زده می شود
(شکل ۲۴) چهار تا پنج ساعت برای پخت
همه سفال‌ها و نیم ساعت برای خنک
کردن‌شان زمان لازم است.

نقاشی روی سفال

هر دو نوع نقاشی هندسی و طبیعت‌گرا
در این نوع سفال دیده می شود، نقاشی‌ها
معمولاً با رنگ سیاه و سفید روی سطح
قرمز اجرا می شوند، انواع این نقاشی‌ها
به عنوان نقاشی سیاه و سفید بر ظروف
قرمز شناخته می شوند، شکل ۲۵ بخوبی
ترکیبی از نقش‌های طبیعت‌گرا و هندسی
را نشان می دهد، تصویر نقش‌های سیاه
و سفید بر روی سطح صیقل خورده قرمز



تصویر ۲۳

مهر و مهر کردن لیم دهلا



تصویر ۲۴

آتش روشن لیم دهلا



تصویر ۲۵

مقتی‌های طبیعت گرا روی سفال



تصویر ۲۶

لقوش هنرینی روی سفال



تصویر ۲۷

بلش‌های گیلانی بر روی سفال



قوم‌نگاری لازم برای درک ویژگی‌ها و ماهیت دانش فنی انجام شده توسط یک گروه صنایع‌دستی گجرات در یک منطقه ویژه زیست فرهنگی، مفید خواهد بود. سفالگری سنتی جامعه پراچایاتی نه تنها دانش سنتی این جامعه را نشان می‌دهد بلکه هویت قبیله را نیز نشان می‌دهد. در سراسر کل فرایند ساخت سفال، تقسیم کار بین سفالگران مرد و زن وجود ندارد، فقط در طول جمع آوری و فروش محصول، مردان روستا در این بخش فعال هستند. اگرچه ساخت سفال سنتی انرژی زیادی را از روستاییان می‌گیرد، اما آنها در کشاورزی نیز فعالیت می‌کنند. با این حال، محصولات کشاورزی فقط برای زندگی روزمره استفاده می‌شود و نه برای افزایش سود. ساختن سفال سنتی شامل ترکیبی از روابط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی با دیگر جوامع در چنین روستای قبیله‌ای هندی است. با این حال با استفاده از ظروف فلزی مختلف توسط روستاییان وضعیت کنونی سفال سنتی تنزل پیدا کرده است. در این مرحله بسیار مهم است که برنامه رفاهی ویژه‌ای برای جامعه به منظور ادامه این دانش سنتی در میان نسل‌های آینده ارائه شود. گالا (۲۰۰۸) بر اهمیت حفظ میراث ناملموس در حفاظت از حقوق فرهنگ تأکید کرد. در حال حاضر با وضعیتی رونبروهستیم که پیشرفت تکنیکی محیط و انطباق آن با تکنیک‌های تولید مدرن و سود اقتصادی، روش‌های سنتی تولید سفال را میان سفالگران سنتی نابود کرده است. تحقیقات بیشتری باید در میان جوامع سفالگران در سطح ملی صورت گیرد تا بتواند به حفظ و نگهداری تنوع فرهنگی سفالگران سنتی برای حفظ دانش سنتی ساخت سفالگری کمک کند.

ماخذ

Eurasian Journal of Anthropology 6(1):1-14,2015

100. Chapatti
101. Lota
102. Chhotaghara
103. Badaghara

104. Bade matiki
105. Matla
106. Chhotamatki
107. Dhochki

108. Degra
109. Maan
110. Kalani
111. Kothi

112. Ganesh
113. Chaturthi
114. Dusheera
115. Diwali

جدول ۱: قیمت‌های سفال‌های مختلفی که توسط جامعه پراچایاتی تهیه شده است

ردیف	نام قطعه	نوع ظرف	درصد کل تولید	کاربرد	قیمت در بازار محلی (روپیه برای هر قطعه)
۱	لوتا	لیوان	۱۰ درصد	آوردن آب	۳ تا ۴
۲	چوناگرا	گوره کوچک	۵ درصد	تشریفات مذهبی	۱۰
۳	ماتاگرا	گوره بزرگ	۳۰ درصد	دخیره آب	۲۰
۴	بید ماتکی/ماتلا	گوره آب	۱۵ درصد	دخیره آب	۷۰ تا ۸۰
۵	چونا ماتکی	گوره کوچک آب	۱۰ درصد	دخیره آب	۴۰ تا ۵۰
۶	دوچکی	پارچ	-	تشریفات مذهبی	۵
۷	دگرا	اندازه متوسط دخیره کننده آب	۱۵ درصد	دخیره آب	۴۰ تا ۵۰
۸	کالی	اندازه بزرگ دخیره کننده آب	۱۰ درصد	دخیره آب	۶۰
۹	کلاری	مینی	۵ درصد	پخت چای	۱۰

بحث

ساخت سفال سنتی مبتنی بر روش‌های خاصی از منابع مادی، ابزار و تکنیک‌های ساخت، مهارت‌ها، دانش شفاهی و غیرشفاهی و روش‌های خاص هماهنگی می‌باشد (پفافنبرگر، ۲۹۹۱). اما با گذشت زمان، این تکنیک‌ها تغییر یافته و با شرایط جدید تغییر شکل می‌یابند. گاهی اوقات به دلیل فقدان سیاست‌گذاری‌های انطباق‌پذیری، سنت در برخی از نقاط جهان در حال نابودی است. این مطالعه فرایندهای روش سفالگری سنتی و تطبیق تکنیک مدرن را در میان یک جامعه سفالگری هند انجام داده است. این اطلاعات در ارائه داده‌های

سفال روستای کلوک

۹۵ | عبداللہ رئیس



ب در قسرقند





در روزهایی به سرمی‌بریم که سه نمونه از صنایع دستی ایران، شامل سفال کلپورگان، گلیم شیریکی پیچ کرمان و گیوه مریوان ثبت جهانی شده‌اند، در این شماره بنا به ضرورت به گلیم شیریکی پیچ سیرجان پرداخته شده است، بی‌مناسبت ندیدیم، این همه رایه‌انه کنیم و در همین شماره، گذری اجمالی هم بر گلیم سیستان و بلوچستان داشته باشیم. آنچه در این نوشته می‌خوانید تنها معرفی کوتاهی از این دست‌بافته است، در شماره‌های بعدی کاودرباره‌ی رمز و راز و نقوش این گلیم بیشتر خواهیم نوشت.

گلیم سیستان و بلوچستان

مریم خسروی

مقدمه

گلیم پوششی معروف، که از سوی بز و گوسفند می‌بافند، جامه پشمین معروف، که از پشم میش بافند (دهخدا، ۱۳۷۳: ۱۹۲۵۷)، همچنین گلیم، نوعی فرش بدون پرز است که با نخ پشمی یا پنبه‌ای با کتفی جهت زیرانداز یا تزیین یا درگیری تار و پود یافته می‌شود (دانشگر، ۱۳۷۶: ۴۷۰).

منطقه جغرافیایی فلات ایران به ویژه مرزهای کنونی کشور ایران از جمله مناطق اصلی تولید گلیم و انواع گسترده‌ی آن‌ها در جهان به شمار می‌رود. گلیم بافی از دیرباز در میان عشایر و روستاییان استان‌های سراسر ایران رایج بوده است. قشقای‌ها، شاهسون‌ها، کردها، لرها، بختیاری‌ها، بلوچ و ترکمن و بسیاری از قبایل و طوایف کوچ رو یا یکجانشین از جمله گروه‌های عمده بافندگان گلیم ایران محسوب می‌شوند (میرزایی، ۱۳۹۱: ۹۴). شیوه‌ی بافندگی بدون گره یا پرز و به اصطلاح «گلیم بافت و تخت بافت» یکی از انواع بافت منسوجات به ویژه از نوع گسترده‌ی است. این شیوه‌ی بافت و محصول حاصل از آن، که با عنوان کلی «گلیم» معروفیت یافته است، اغلب در میان عشایر و روستاییان رایج است. مشتقات کوچ‌های فصلی، زحمت دامداری، گله‌داری یا زندگی پر دردسر در مناطق صحرایی مانع نشده است که عشایر و صحرانشینان دستبافته‌هایی به وجود آورند که سودمندی در مصرف، سهولت در حمل و نقل و به ویژه زیبایی یگانه و متمایز را یکجا در خود جمع داشته باشد (هال و یووسکا، ۱۳۷۷: ۱۱). گلیم را می‌توان از جهات بافت، نقش، رنگ، ابعاد بررسی کرد که عمده تفاوت‌های گلیم بافی هر منطقه را شامل می‌شود. نقوش گلیم به دلیل تکنیک خاص بافت بیشتر به صورت هندسی است.

گلیم به عنوان یکی از نخستین زیراندازهای بشر، سابقه تولید بسیار طولانی دارد. بافت گلیم، با توجه به انواع کاربرد آن شامل جل،

مسند، خورجین، نمک‌دان، سفره، مغرش و انواع دست بافته‌های تخت یا مسطح بافت، جاجیم، زیلو، شیریکی پیچ، گلیمچه، چننه، ورنی، از پایدارترین صنایع دستی اقوام ایرانی است که با ماشینی شدن بافته‌ها و رواج تولیدات کارخانه‌ای که اغلب هنرهای دستی را تحت الشعاع قرار داد، هنوز در گوشه و کنار روستاها و در میان مردم عشایر دیده می‌شود (افضل طوسی، ۱۳۹۱: ۶۲).

تاریخچه گلیم سیستان و بلوچستان به قبل از ورود قوم سکایی به منطقه باز می‌گردد و این قوم تأثیرات فراوانی بر گلیم منطقه سیستان و بلوچستان وارد نموده است. گلیم در لهجه سیستانی شال و در گویش بلوچی گونت نامیده می‌شود. هنر بافندگی از دیرباز منحصر به زنان بوده و هنوز نیز بخشی از وظایف روزانه آنان را در خانه و زندگی عشایری و روستایی تشکیل می‌دهد. وجه تمایز گلیم سیستان و بلوچستان با گلیم‌های دیگر مناطق، تعدد فراوان نقش مایه‌هایی است که در گلیم‌های سیستان و بلوچستان به کار می‌رود و دلیل امکان این امر استفاده از پودشناور در گلیم منطقه می‌باشد، در گلیم‌های دیگر مناطق با این شیوه پودگذاری سطوح رنگی به وجود می‌آورند و در سیستان و بلوچستان به وسیله همین شیوه پودگذاری نقوش بسیار متنوع که عنصر اصلی آن‌ها خط می‌باشد شکل می‌گیرد و منحصر بفرد گلیم سیستان و بلوچستان می‌باشد.

بیشترین رنگ‌های به کار رفته در گلیم این منطقه عبارت است از زرد زردچوبه‌ای و نوعی سبز، که در اثر ترکیب چند باره‌ی آبی نیلی و زرد به وجود می‌آید. از جمله عناصر نقش آفرین در طراحی یک گلیم، سنت‌های خانوادگی، هویت قبیله‌ای و نمادهای مورد پرستش خوش اقبال و باروری بوده است.



نمونه ۱

نمونه گلیم سیستان و بلوچستان



تصویر ۲

نمونه گلیم سیستان و بلوچستان

نوعی دست‌بافته از الیاف پنبه، پشم، کرک، موی حیوانات و نوارهای پارچه‌ای با شیوه بافت، طرح‌ها و نقش‌های اختصاصی منطقه که اغلب این نقوش ذهنی و هندسی است که با استفاده از دار افقی بافته می‌شود و از صنایع دستی کهن منطقه سیستان و بلوچستان محسوب می‌شود. گلیم با ابعاد مشخص که بخشی از طرح بر روی آن بافته شده و با دوختن چند لنت در کنار هم به صورت طولی یک طرح گلیم کامل شکل می‌گیرد. در اصطلاح محلی به آن پت^۲ می‌گویند. نقوش گلیم‌های سیستان و بلوچستان ذهنی، هندسی، برگرفته از آداب و سنن منطقه می‌باشد.

و بلوچستان هندسی و ذهنی است، این نقوش باید متناسب با ابعاد گلیم مورد استفاده قرار گیرد و نیز نقوش باید متعادل، و در صورت متقارن بودن تقارن آن رعایت گردد. جهت تولید انبوه می‌توان از نقشه استفاده کرد.

ساختار گلیم

گلیم سیستان و بلوچستان باید از لحاظ ساختار ظاهری دارای ریشه، شیرازه و بافت اصلی شامل (متن و حاشیه) باشد و تمامی این اجزا باید دارای بافت و ظاهری اصولی باشد، در گلیم‌های چندلنت، لنت‌ها به گونه‌ای قرار گیرند تا نقوش در کنار هم جفت، گردند. گلیم سیستان و بلوچستان باید بدون عیب‌های ظاهری ذاتی باشد. این عیب‌ها شامل، بالازدگی، شانه‌دار

می‌نمایند. به این صورت که پارچه‌های رنگی را به نوارهای باریک متناسب با کار، برش داده و در پودگذاری استفاده می‌نمایند.

الیاف مویی: از موی بز، یال و دم اسب در شیرازه و اتصالات گلیم‌های بافته شده چند لنتی به هم در گلیم سیستان استفاده می‌گردد.

ویژگی‌های گلیم سیستان و بلوچستان

رنگ بندی: رنگ بندی گلیم سیستان و بلوچستان باید متناسب، هماهنگ، مطلوب، یکنواخت و هم‌نشین باشد و ترجیحاً از رنگ‌های اصیل، استفاده گردد.

نقش و طرح: نقوش گلیم سیستان

ویژگی‌های مواد اولیه

الیاف پشمی: از پشم شتر و گوسفند در تار و پود گلیم استفاده می‌شده است و در حال حاضر نیز، از الیاف پشمی نمره ۶ متریک دولاتاب جهت پود در گلیم سیستان و بلوچستان استفاده می‌گردد.

الیاف پنبه ای: در حال حاضر از نخ پنبه‌ای نمره ۵ و یا ۶، ۱۵ لاتاب جهت پودگذاری ابتدا و انتهای گلیم استفاده می‌گردد.^۳

الیاف کرکی: از کرک بز و شتر خودرنگ و در برخی موارد رنگ‌رزی شده جهت پودگذاری در گلیم سیستان استفاده می‌گردد. شایان ذکر است که استفاده از نخ کاموا در بافت گلیم سیستان و بلوچستان ممنوع است. همچنین، تمام الیاف پشمی که در بافت یک گلیم استفاده می‌گردد ترجیحاً دارای نمره یکسان باشد. در گلیم ترجیحاً از الیاف رنگ شده با مواد طبیعی استفاده گردد، در غیر این صورت استفاده از الیاف رنگ‌رزی شده با مواد شیمیایی با ثبات بلا مانع است.

نوارهای پارچه‌ای^۴: از پارچه‌های رنگی و طرح دار مختلف که بدون کاربرد می‌باشند، در گلیم بافی سیستان استفاده

عنصر اصلی در نقوش مورد استفاده خط می‌باشد.
نقش مایه‌های گلیم سیستان و بلوچستان عموماً هندسی و گیاهی است و در برخی موارد نقوش حیوانی استفاده می‌گردد، بنا به مسائل اعتقادی، از نقوش انسانی استفاده نمی‌گردد.

شدن، کیسی، دوزنگی، رگه‌دار شدن، غلط بافی، کوبیدگی، کجی و ناصافی ردیف‌های بافت، شکم‌دادگی است حد این عیوب حداکثر یک درصد می‌باشد.

گلیم سیستان نباید دارای عیوب ظاهری عارضی از قبیل یارگی، پوشیدگی، رنگ‌پس‌دادن، آثار رفوگری، ساییدگی، رنگ‌پریدگی، دورنگی و ... باشد.

بافت: شیوه بافت گلیم سیستان و بلوچستان به دو صورت پودگذاری شناور (زیر و رو) و روش پیچ می‌باشد. بدین صورت که در بافت نقوش، از پود پیچ و شناور و در بافت زمینه، از پود شناور استفاده می‌گردد. در بافت گلیم منطقه از شیوه بافت تک‌تاری استفاده می‌گردد. برای پودکشی، رشته‌های تار را یک در میان جدا ساخته و نخ‌های رنگی پود را از زیر آن رد می‌کنند. برای بافت‌های برجسته، میله‌ای چوبی به نام کجورا از تیر بالای دار یا طناب آویزان می‌کنند. این چوب را با حلقه‌های نخ‌ی یا پشمی، یک در میان به تارها وصل می‌کنند. سپس طناب را می‌کشند تارهای زیر و رو از هم جدا می‌شوند و فاصله‌ای برای رد کردن پودها ایجاد می‌کنند. ضمناً سیخ یا چوبی را در این نقطه جای می‌دهند تا هنگام رد کردن، تارها به طور یک در میان به عقب رفته و فاصله دیگری برای رد کردن پودهای زیر ایجاد شود.

انواع روش‌های بافت گلیم عبارتند از: بافت متعادل، بافت پودرو، بافت تاررو (جاجیم باف)، اریب باف، بافت چاک‌دار، گلیم باف متصل یا تک‌قلاب، گلیم باف جفت‌قلاب، گلیم باف با پود معلق، جاجیم باف با تار معلق، پیچ باف یکدست، پیچ باف مرکب، بافت چرخان، بافت تارچرخان یا ورق باف.

ساختار بافت گلیم

سیستان و بلوچستان

- استفاده از موی بز در اتصالات گلیم‌های دویا چند لت منطقه سیستان.

- نوع خاصی استفاده از پودگذاری شناور در گلیم سیستان و بلوچستان که به واسطه آن نقش بوجود می‌آورند و در دیگر

مناطق یا استفاده از این شیوه سطح رنگی بوجود می‌آورند.

- یک‌رو بودن گلیم سیستان و بلوچستان با توجه به پود شناور که در تمام مناطق یا استفاده از پود شناور گلیم‌ها دورو می‌باشند.

- استفاده از یال و دم اسب در اتصالات گلیم سیستان

- با توجه به فراوانی و تنوع نقوش در گلیم سیستان و بلوچستان، بافت این منطقه نیز اختصاصی می‌گردد.

ابعاد گلیم‌های

سیستان و بلوچستان: با توجه به محدودیتی که در ابعاد دار مورد استفاده در گلیم سیستان و بلوچستان وجود دارد عرض تولیدات این منطقه از یک و نیم متر تجاوز نمی‌کند، در صورتی که دست‌یافته به عنوان مفرش مورد استفاده قرار گیرد معمولاً به صورت دوتکه جداگانه و متقارن بافته شده و در پایان به هم متصل می‌گردد.

نقش‌مایه‌های گلیم سیستان و بلوچستان

عنصر اصلی در نقوش مورد استفاده خط می‌باشد، نقش‌مایه‌های گلیم سیستان و بلوچستان عموماً هندسی و گیاهی است و در برخی موارد نقوش حیوانی استفاده می‌گردد، بنا به مسائل اعتقادی، از نقوش انسانی استفاده نمی‌گردد. مهمترین ویژگی طرح‌های گلیم سیستان و بلوچستان فراوانی نقوش است که برای هر نوع بافته طرح و نقش خاصی وجود دارد. پرکاربردترین نقوش گلیم عبارت است از: درخت، پنجه، شیدا، قلاب، مهر، کیلک^۵، تعویذ^۶، بز، کچک پد^۷، مرگ پد^۸، چپراس^۹، کارد یا کارچک^{۱۰}، کته پا^{۱۱}، گوشواره، عروسک، ماه و روچ^{۱۲}.

رنگ

باتوجه به کاربرد محصول تولیدی رنگ‌بندی متغیر است. رنگ‌های اصلی گلیم سیستان و بلوچستان شامل رنگ‌های قهوه‌ای، سفید، قرمز، صورتی روشن، سبز روشن، سبزی شمی (سبزی تیره)، جگری، مشکی، سورمه‌ای و شتری می‌باشند. در گلیم سیستان در برخی موارد شاهد اختلاف رنگی دو نقش مشابه با هم هستیم که از ویژگی‌های رنگ‌بندی گلیم منطقه است.

تاریخچه گلیم سیستان

و بلوچستان به قبل

از ورود قوم سکایی به

منطقه باز می‌گردد و این

قوم تأثیرات فراوانی بر

گلیم منطقه سیستان

و بلوچستان وارد نموده

است. گلیم در لهجه

سیستانی شال و در

گویش بلوچی گونت

نامیده می‌شود.

۱. در منطقه سیستان به گلیم شال (Shal) می‌گویند.

2. Pat

۳. نمونه می‌گردد از الیاف پشه‌ای سفید رنگ جهت چله دواتی استفاده گردد.

۴. به گلیم‌های بافته‌شده از تارهای پارچه‌ای در منطقه سیستان، اتم‌هایی می‌گویند.

5. Kilok

6. Taviz

7. Kochiak pad

8. Morg pad

9. Chapras

10. Karchok

11. Katah pa

12. Mah & roch

انواع نقوش



تصویر ۳
نقش درخت



تصویر ۴
نقش پتک



تصویر ۵
نقش خال



تصویر ۶
نقش گل



تصویر ۷
نقش مهر



تصویر ۸
نقش کنگ



تصویر ۹
نقش خیمه



تصویر ۱۰
نقش بز



تصویر ۱۱
نقش گنج بد



تصویر ۱۲
نقش برگ بد



تصویر ۱۳
نقش جاب و آبی



تصویر ۱۴
نقش گنج بد



تصویر ۱۵
نقش خال و آبی



تصویر ۱۸

شال



تصویر ۱۹

سفره بلخی



تصویر ۲۰

سفره آردی



تصویر ۲۱

جوال یا خورجین



تصویر ۲۲

خورجین



تصویر ۲۳

نمونه گلیم



تصویر ۲۴

نمونه گلیم



تصویر ۲۵

نمونه گلیم

انواع گلیم

شال

به زیر انداز گلیم بافت در منطقه سیستان، شال گفته می‌شود که در ابعاد مختلفی تولید می‌گردد و با توجه به کاربرد و مناسب

مختلفی دارد، جوال موئی که از موی بز بافته می‌شود، جوال پشمی، جوال پارچه‌ای (لته‌ای) که از تکه‌های پارچه در آن به عنوان پود استفاده می‌گردد.

خورجین

نوعی بافت گلیم است که چادر نشینان و در برخی موارد روستائیان، جهت حمل بار به روی حیوانات از آن استفاده می‌کنند. دلیل خورجین از موی بز بافته می‌شود و با صدف، مهره و سنگ تزیین می‌گردد.

از یک یا چند پت که به هم دوخته می‌شوند تشکیل می‌گردد.

سفره

نوعی گلیم باریک است که مواد اولیه آن نخ پشم است و همانند گلیم‌های دیگر بافته می‌شود، در بعضی از انواع آن گلیم نازکی مانند پارچه از یک رنگ روشن تهیه می‌شود و سپس روی آن بانج‌های پشمی رنگ شده سوزندوزی می‌گردد، عرض سفره‌ها معمولاً حدود ۵۰ سانتیمتر و طول آن‌ها به ۳ تا ۴ متر می‌رسد.

جوال (گال)

کیسه‌های بزرگی که برای نگهداری آذوقه یا حمل و نقل مورد استفاده قرار می‌گیرد و انواع

منابع

افضل طوبسی، عفت السادات، (۱۳۹۱)، گلیم حافظ نگاره بزکوهی از دوزان باستان، فصلنامه علمی، پژوهشی تکر، شماره ۲۱.

پروهام، سیروس (۱۳۷۰)، دست‌بافته‌های عشایری و روستایی فارس، جلد ۱، تهران: انتشارات امیرکبیر.

حسن زاده، محبونه (۱۳۹۰)، گلیم باقی سیستان و بلوچستان، پرونده ثبت میراث ناملموس در فهرست آثار ملی.

دانشگر، احمد (۱۳۷۶)، فرهنگ جامع فرش یادواره «دانشنامه ایران»، تهران: یادواره اسدی.

دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۳)، فرهنگ دهخدا، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

میرزایی، عبدالله (۱۳۹۱)، شناخت گلیم و گلیم‌بافته‌های ایران، کتاب ماه هنر، شماره ۱۶۹، صص ۹۹ - ۹۴.

هال، السنر و یوسکا، لوجیک (۱۳۷۷)، گلیم (تاریخچه، طرح، بافت و شناسایی)، ترجمه شوبرین هادیون‌فر و نیلوفر الفت، تهران: انتشارات کارنگ.

گلیم سیستان و بلوچستان - ویژگی‌ها (۱۳۹۴)، آرشو میراث‌فرهنگی، منابع دستی و گردشگری، موسسه استنادی و تحقیقات صنعتی ایران.

سواس^۱

پاپوش بیابان

ماخذ: آرشیو معاونت صنایع دستی استان

سواس نام کفش یا (صندل) دمپایی قدیمی مردمان بلوچ در روزگاران گذشته بوده است. کفشی ساده راحت و متناسب مختص مناطق گرم و خشک بلوچستان که مواد تهیه شده این کفش از درختی بومی با نام محلی نام (داز) یا همان خرماي وحشی که در اکثر مناطق بلوچستان یافت می شود، برگهای آن شبیه درخت خرما ولی بهم چسبیده است. تنه آن نیز شبیه درخت خرما بوده ولی ارتفاع آن کوتاه حدود ۱ تا ۲ متر بوده و میوه آن به صورت دانه ریز و زرد رنگ و قابل خوردن است. مردان بلوچ پس از چیدن دسته برگهای داز آنها را جدا کرده و پس از برگ برگ کردن، آنها را بافته و به صورت رشته در می آورند. به این رشته ها جتک^۲ گفته می شود. جتک را به مدت یک یا دو روز در آفتاب گذاشته تا رطوبت خود برگ گیاه از بین برود. سپس آنها را در آب فرو برده تا آب را جذب کرده و پس از آن کوبیده می شوند تا حالت ارتجاعی و نرمی یگیرند. برای ساخت کف سواس باید ابتدا یک چیلک یک و نیم متری را به صورت چهار تا به طول ۳۱ سانتیمتر را روی میز یا زمین قرار داده سپس با جتک آنها را به هم بافته و پس از بافت کامل اسکلت کفی یا سر چیلک که آزاد است را باید محکم کشید تا بافت فشرده و محکم شود. بدین ترتیب کفی آماده می شود. همچنین می شود با قرار دادن یک طناب به دور کمر و دو شاخه طناب به سر دو پاها برگ های کوبیده شده را به دور این طناب ها با تاب پیچاند و کشید و چیلک های تازه ای برای روی کفش و کفی تهیه کرد.

گاهی برای تزئین و زیبایی آن از دست بافت های زنان در آن استفاده میشود. استفاده از این کفش ها به دلیل اقلیم هوای گرم و خشک و فراوانی درخت داز رواج داشته است. در روزگار گذشته این کفش ها را خیس و مرطوب می ساختند تا با استفاده از جریان هوا پا را خنک نگه دارند، همچنین از انتقال گرمای زمین به پا جلوگیری کنند این کفش ها زیبا، ساده و محکم هستند و به عقیده بعضی دارای خواص درمانی برای کف پا نیز می باشند. در مقابل خار و خاشاک و اشیای برنده بادوام هستند.

سواس همچنین یکی از کفش های قدیمی است که در شرق استان کرمان و بخش هایی از استان هرمزگان در گذشته های بسیار دور مورد استفاده بوده است و در بخش هایی از بلوچستان هنوز هم مورد استفاده قرار می گیرد. همچنین جوانان زیادی جهت استفاده تزئینی خواهان سواس هستند.

1. Savas
2. Jatck



عوامل تاثیرگذار در به وجود آمدن نقوش سوزن دوزی های بلوچ

غلامرضا بی باک | مدرسین آموزشیکده فنی و حرفه ای دختران بیرجند
مریم افتاده | کارشناس ارشد ارتباط تصویری

اطلاعات از روش کتابخانه ای و مشاهده میدانی استفاده گردیده است.

در نهایت نتیجه این بررسی نشان از آن دارد که زنان سوزن دوز بلوچ در طراحی نقوش آثارشان از عوامل بسیاری چون مذهب، اعتقادات، نیازها، باورها، داستانها، افسانه ها و شرایط زیست محیطی و اقلیمی تاثیر پذیرفته اند.

کلمات کلیدی: سوزن دوزی، نقوش، بلوچ

نیازهای این قوم در خلق این آثار چگونه است؟ و آیا باورها و افسانه ها در میان این نقوش یافت می شوند؟ و براساس نقش اقلیم و شرایط زیست محیطی حاکم بر این خطه از ایران زمین در ارتباط با پیدایش این نقوش چیست؟

در این مقاله با بکارگیری روش تحقیق توصیفی - تحلیلی نقوش به بررسی عوامل تاثیرگذار مطرح شده در چگونگی ایجاد نگاره ها پرداخته شده و در جمع آوری

بلوچ پرداخته شده است. این تحقیق که با هدف معرفی بیشتر هنر سوزن دوزی بلوچ و ارتباط آن با عوامل مؤثر در خلقشان صورت پذیرفته است با قرض بر اینکه اعتقادات، مذهب، آرزوها، نیازها، باورها، داستانها و افسانه ها به همراه شرایط زیست محیطی و اقلیمی در وجود آمدن این نگاره ها نقش اساسی دارند به این پرسش ها پاسخ می دهد که نقوش سوزن دوزی بلوچ با اعتقادات و مذهبشان چه ارتباطی دارد؟ و نقش آرزوها و

سوزن دوزی به عنوان یکی از روش های دیرینه آرایش جامه، از هنرهای دستی مورد توجه و شاخص قوم بلوچ می باشد که بیشتر زنان به آن مشغولند. نقوش خلق شده در این آثار ارتباطی تنگاتنگ با نوع زندگی و فرهنگ این قوم دارد که نظر بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب نموده است. علی رغم برخورداری از توجه فراوان در دسته بندی و معناشناسی نقوش مورد نظر، کمتر به عوامل تاثیرگذار در وجود آمدن نقوش سوزن دوزی

آرزوها، نیازها، باورها، داستانها و افسانه ها به همراه شرایط زیست محیطی و اقلیمی اشاره نمود که جهت اثبات نتیجه گیری فوق برای هر مورد نقشی را از آثار سوزن دوزی بلوچ مورد بررسی قرار می دهیم.

قوم بلوچ در منطقه جنوب شرقی

ایران قوم بزرگی از اقوام ایران سکنی گزیده اند که با نام بلوچ شناخته می شوند و این منطقه را سیستان و بلوچستان می نامند. منطقه وسیعی که در کتبه های تخت جمشید و بیستون به عنوان چهاردهمین ایالت هخامنشی یاد می شود و آن را ماکا یا مک می نامیدند (مخیر ۱۳۲۴: ۲۲) و بعدها ساسانیان آن را به نام مکوران یا مکران معرفی می نمایند (اکبرزاده ۱۳۸۲: ۴۲) و در سده چهارم هجری برای اولین بار نام بلوچ با عنوان قومی ساکن در دشت های جنوب

سوزن دوزی های زنان بلوچ این سؤال در ذهن تداعی می گردد که زادگاه اولیه پیدایش این نگاه در خلق آثارشان چیست؟ با چه تفکری زنان بلوچ به خلق این چنین آثار شگرفی می پردازند که فارغ از جلوه گری رنگ گویای داستان، افسانه و یا باوریست که سرمنشاء ایجاد آن بوده است؟ و بطور کلی چه عواملی بر ایجاد این نقوش تاثیر داشته اند؟

برای رسیدن به پاسخ مسئله مطرح شده لازم بود نقوش ایجاد شده در سوزن دوزی های زنان بلوچ را به لحاظ معناشناسی مورد مطالعه قرار دهیم و از مشاهده های میدانی و تحقیقات پیشین در خصوص نامگذاری ها، و دسته بندی نقوش بهره کافی را ببریم. با مطالعات انجام شده به این نتیجه رسیدیم که نقوش ایجاد شده در سوزن دوزی های زنان بلوچ صرفاً جنبه دکوراتیو و تزئینی نداشته اند و در مسیر ایجادشان از عوامل فراوانی تاثیر گرفته اند که از آن جمله می توان به عواملی چون اعتقادات، مذهب،

مقدمه

هنرمند بلوچ می کوشد تا واقعیات زندگی، محیط اطراف، مردم منطقه و باورهای قومی خویش را در آثارش منعکس و بدین صورت جاودانه نماید. نقش و نگارهای سوزن دوزی، نسل به نسل بوسیله ی مادران به دختران آموخته می شود و در لایه های زیرین ذهن زنان مأوا گزیده و همزاد زنان بلوچستان می گردد. هر کدام از نقش و نگارها دارای نام و مشخصات جداگانه می باشد، هر جزء نقش هر چند کوچک خود مستقل بوده و دارای رنگ، شکل و نامی ویژه ی خود می باشد. که همگی در حافظه ی قوی زن بلوچ به یادگار سپرده شده است. باری نقش و نگارهای سوزن دوزی را می توان تجلی گاه آمال و آرزوهای زنان هنرمند بلوچ دانست. آمال و آرزوهایی که تنها در دنیایی پر رمز و راز سوزن دوزی تحقق می یابد و طبیعت را آنچنان که می طلبد می آفریند.

با نگاهی اجمالی به نگاره های

کرمان ذکر می‌گردد. در دوره سلجوقیان به سمت شرق و ناحیه مکران مهاجرت می‌کنند. منطقه‌ای که ما امروزه آن را سیستان و بلوچستان می‌نامیم (بوید ۱۳۷۹: ۶۴)

سوزن دوزی بلوچ

سوزن دوزی یا نخ‌دوزی یا گلدوزی یکی از روش‌های دیرینه آرایش جامه است. این هنر در جای جای ایران مورد استفاده قرار می‌گرفته است و از زمره هنرهای دستی با ارزشی است که بیشتر زنان به انجام آن می‌پردازند.

سابقه تاریخی این هنر ظریف به درستی مشخص نیست. برخی منابع زمان شروع این هنر را ۱۰۰ تا ۲۰۰ سال پیش از اسلام و به قومی به نام اسلاوها نسبت می‌دهند (فاطمی، محمودی، موسوی حاجی ۱۳۹۲: ۶۶). احتمال می‌رود این گروه از اسلاوها از طریق جاده ابریشم به این منطقه آمده باشند چرا که این ناحیه تقریباً قرین به جاده ابریشم می‌باشد. این منطقه در حال حاضر جزء خاک پاکستان است و در مرز پاکستان و افغانستان قرار دارد که البته متعلق به ایران بوده و بعداً از آن جدا گشته است. بر اساس این منابع آنها تولید ابریشم و استفاده از آن را در پارچه باقی و سوزن دوزی به زنان بلوچ آموختند. هر چند اظهار نظر قطعی در این خصوص وجود ندارد ولی آنچه مسلم است سوزن دوزی از اوایل اسلام در میان قوم بلوچ رایج بوده و در دوره‌های تیموری و صفوی به اوج خود رسیده است (یاوری ۱۳۹۰: ۳۶).

نگاهی اجمالی به هنر ایران نشان می‌دهد که بخش کثیری از این نقوش برگرفته از آئین‌ها، باورها و رسوم است که طی قرون متمادی تا کنون ویژگی‌های منحصر بفرد خویش را حفظ کرده است. اگر رجعت به گذشته و آنچه با فرهنگ و شرایط امروزی سازگار است، مطابق با اصول انجام پذیرد؛ آنگاه گنجینه عظیمی از آثار ناشناخته‌ی فرهنگ و تمدن ایران آشکار می‌گردد که نه تنها در تقویت هنر بومی مؤثر خواهد بود، بلکه نیازهای جامعه امروز را برآورده ساخته و حتی می‌توان به رواج آن در میان

سایر ملل نیز امید داشت. با این همه این اعتقاد در ما جان می‌گیرد که نقش و نگارهای عامیانه همه جانشان دهنده واقعیت‌های زندگی، محیط اجتماعی، مردم، جامعه، باورها، خصلت‌ها و آرزوهای هنرمند است (بیلهقی ۱۳۶۴: ۴۶۲)

در این قسمت به چگونگی ارتباط عوامل تأثیرگذار مطرح شده در به وجود آمدن نقوش سوزن دوزی‌های بلوچ خواهیم پرداخت و برای رسیدن به این مهم برخی از نقوش پرکاربرد در سوزن دوزی‌ها را مورد بررسی موردی قرار می‌دهیم.

تأثیر اعتقادات

آئین‌ها و مذاهب مسلمان به هنرمند نمادین کردن یک ایده‌آل هنری سوق داده می‌شود و به آن می‌پردازد و کار وی هر قدر که از طبیعت فاصله بیشتری می‌گیرد، ایده‌آل وی در آن کار تجلی بیشتر و بهتری می‌یابد در این رهگذر رفتار او مبتنی و متکی بر نکات زیر است:

۱. برتری دادن به رنگ و نقش، این همان ارجحیتی است که قبلاً در جهان قبل از اسلام، در مقابله با هنرهای تجسمی یونانی رومی متداول بوده است.

۲. داشتن رابطه نزدیک و صمیمی با دستورات و مقررات آیینی (که نگارگری از موجودات جان‌دار را ممنوع می‌کند و منظور از این امر پرهیز از تمایل کفرآمیز رقابت با خداوند در جهت تجاوز به قدرت خلاقیت او می‌باشد) و یا داشتن همین رابطه صمیمی نزدیک با جریان‌های عرفانی که مافوق اندیشه‌ی غربی است، گرایش به تجرید عناصر طبیعی از همین جا ناشی می‌شود و به اشکال زیر تجلی می‌کند.

زنان هنرمند سوزندوز، در تمامی طرح‌های ارائه شده با کاربری‌های متفاوت از انواع نقوش گیاهی، هندسی و حیوانی بهره جسته‌اند. اما باورهای مذهبی این اقوام به آنها اجازه استفاده از تصویر انسان را نمی‌دهد. به همین دلیل آنها در جستجوی تزیینات ایده‌آل خویش، با کنار هم قرار دادن تعداد بسیاری از عناصر بصری ساده و ابتدایی، نقوشی

کاملاً خلاقانه را پدید می‌آورند.

یکی دیگر از نقوش به کار رفته در این سوزن‌دوزی‌ها نقشی موسوم به «بال کبوتر» است. بال به جهت معنی‌شناسی در ارتباط با پروردگار و در ارتباط با هر آنچه پس از یک تغییر صورت بتواند به پروردگار نزدیک شود. مثلاً فرشتگان یا ارواح بشری وقتی از بال سخن می‌رود منظور پرنده‌ایست که معمولاً این پرنده کبوتر است که نشانه روح القدس است. روح خود از نظر معنوی دارای بال کبوتر است، پس داشتن بال ترک کردن زمین برای رسیدن به آسمان است. (ژان شوالیه ۱۳۸۴، ج ۲: ۵۹)

تأثیر آرزوها و نیازها

در ایران رسم باران خواهی پیشینه‌ای دیرینه دارد. در فرهنگ مردم ایران در اقصی نقاط کشور آیین باران خواهی اجرا می‌شده است؛ روستائینی که در نواحی گرم و خشک زندگی می‌کرده‌اند، همواره چشم به آسمان، در انتظار به سر می‌برده‌اند و خود را در برابر طبیعت، بی‌سلاح می‌دیدند آنها آداب و رسوم گوناگونی برای جلب منفعت و دفع ضرر وضع می‌نمودند و برای هرگونه حادثه‌ای که غیر معمول به نظرشان می‌رسید، تدابیری اتخاذ می‌کردند. اندیشه روستایی به آن گروه از حوادث طبیعی را که به نظرش عجیب می‌آمد ناشی از عللی متعلق به جهانی غیر از این عالم و قواعد آن می‌دانست.

ایران ما، جز در حاشیه دریایی خزر و قسمتی از کوهپایه‌های زاگرس در غرب، سرزمینی خشک و کم آب است. چنین است که از زمانهای پیش از تاریخ بیشترین اسطوره‌ها و نمادها و به تبع آنها نقش و نگارها و آرایه‌ها، به گونه‌ای مرتبط با آب و باران و کشت و زرع و باروری خاک و رشد گیاهان؛ از اشکال و صورتهای فلکی و نجومی تا طلسم‌های دعای باران و آیین‌های باران خواهی و نمادهای سحر و جادوی طلب باران و بارور کردن ابرها بوده است.

ادامه‌ی زندگی وابسته به بارش باران بود و آنچه برای جامعه اهمیت حیاتی داشت - آنچه بار خاطر آدمیان بود -

افزایش بارندگی و زاینده‌گی ابرهای سترون بود. تصرف در طبیعت و بر سر مهر آوردن ابرهای بخیل ناگزیر به مدد اسباب و نیروهای فوق طبیعی انجام می‌پذیرفت که پنداشته می‌شد قدرت آن را دارند که طبیعت را به دلخواه آدمیان تغییر دهند. سحر و جادو و آیین‌های طلب باران اسباب تصرف در طبیعت بود. که اغلب همراه و به واقع تقویت می‌شد با نذر و نیاز (پرهام، ۱۳۸۷: ۴۱).

آنچه به مدد باران پدید آید تنوع پوشش گیاهی الوان است، و این همان چیزی است که مردم منطقه در تمنای آن می‌باشند و این چنین است که هنرمندان بلوچ در سوزن دوزی های شگرفشان و یا در طرح ها و نقوش سایر صنایع به واسطه ای، آن را می جوید. این واسطه ها در سوزن دوزی های نقوشی هستند که گاهی همچون تصاویر مرغک های پیدا و پنهان جنبه طلسم گونه به خود گرفته و گاهی به شکل تصاویر گل ها و بوته ها به جبران کاستی های طبیعت پیرامونشان می پردازند.

مرغک های پیدا و پنهان

یکی از شگرد های نگاره سازی، « غیبی » است. در خلق نقوش سوزن دوزی ها به تصاویری برمی خوریم که بر مرغها به شکلی نقش شده اند که از فضای بین تکرار آنها نیز، سر مرغ دیگری پدید می آید. این همان اسلوب دیرینه ای اختفای طلسم مایه و سحر مایه به قصد دور نگاه داشتن آن از چشم « غریبه » و برافروزدن توان کارآیی جادو است.

گل ها و گیاهان

آرزوی محیطی سرسبز و انباشته از پوشش گیاهی چشم نواز، هنرمند بلوچ را بر آن داشت که در نبود آنچه طلب می نماید، حضورش را در سوزن دوزی هایش بیافریند که از آن جمله می توان به گل شهر، چهاربرگی، هشت برگی، کتارپادک، کتروک، گل تک و ... اشاره نمود.

امروزه در فرهنگ مردم، مراسم، شعائر، سنتها، پیوند ناگسستنی با باورهای مردمی دارند و این باورها آن چنان ژرف

و عمیق اند که قرن های متمادی باقی مانده اند. این باورها، داستانشا و افسانه ها اگرچه از روزگاران کهن می آیند اما با زندگی روزمره ما درهم آمیخته اند.

گاهی مطالعه ای آثار بازمانده ای فرهنگ عامه، چنان روشنگر اخلاق و وضع روحی جامعه عصر خویش است که هیچ کتاب تاریخ و جامعه شناسی نمی تواند چنین پرتوی بر زندگانی اجتماعی آن روزگار بیفکند.

درخت زندگی

نماد درخت در انواع هنرهای ایرانی از جمله تصاویری است که تکرار و مداومت آن ذهن بسیاری را بر خود مشغول داشته است و در تمامی سفال ها و منسوجات و نقاشیها و حتی حجاریهای تاریخ ایران همواره مطرح بوده است.

نگاهی اجمالی به هنر ایران نشان می دهد که بخش کثیری از این نقوش برگرفته از آئین ها، باورها و رسوم است که طی قرون متمادی تا کنون ویژگی های منحصر بفرد خویش را حفظ کرده است. اگر رجعت به گذشته و آنچه با فرهنگ و شرایط امروزی سازگار است، مطابق با اصول انجام پذیرد، آنگاه گنجینه عظیمی از آثار ناشناخته ای فرهنگ و تمدن ایران آشکار می گردد که نه تنها در تقویت هنر نوعی مؤثر خواهد بود، بلکه نیازهای جامعه امروز را برآورده ساخته و حتی می توان به رواج آن در میان سایر ملل نیز امید داشت.

یکی از مثال های قابل توجه در خصوص انتقال تصویر درخت بر روی هنرهای دستی بلوچ، علاوه بر قالیچه های بلوچ، سوزن دوزی های این قوم می باشد. نقش درخت بر روی این پارچه ها کاملاً به تجرید و خلاصه شدن روی می آورد که در کنار سایر نقوش هندسی این آثار نمایی همگون به خود می گیرد. تصویر درخت و نقش آن به عنوان سوزن دوزی بلوچ بی ارتباط به داستان درخت سرو کشمیر در باورهای منطقه نمی باشد. در اینجا لازم است اشاره ای مختصر به پیدایش نقش

درخت زندگی بر روی سوزن دوزی ها و قالیچه های بلوچ داشته باشیم.

زرتشت پیامبر زرتشتیان دو طالع اختیار کرد و فرمود تا بدان دو طالع دو درخت سرو یکی در روستای کشمیر و یکی در روستای فریومد از توابع طوس بکارند. اندازه و محیط ساق درخت کشمیر به حدی بزرگ شد که در حدود ده هزار گوسفند در سایه آن قرار می گرفتند. همچنین هزاران پرنده در میان شاخه های آن مأوا داشتند. وصف این درخت به متوکل رسید و به عامل نیشابور دستور داد آن درخت را قطع کرده و به بغداد فرستد تا در عمارت جعفریه که مشغول ساختن آن بودند به کار رود. موبدان و بزرگان زرتشت به عامل نیشابور گفتند که ۵۰ هزار دینار به خزانه خلیفه می دهیم تا از این کار درگذری اما موفق نشدند و سرانجام درخت قطع گردید و با هزار و دویست شتر به بغداد فرستاده شد. درخت در نزدیکی بغداد بود که متوکل کشته شد و هیچ گاه درخت را ندید. (افتاده ۱۳۹۳: ۱۱۶)

در واقع باید گفت آنچه که امروز بر روی سوزن دوزی ها و قالیچه های سجاده ای بلوچ رخ می نماید چیزی جز انتقال یک روایت تاریخی - مذهبی از سرگذشت درخت مقدس زرتشتیان خراسان نیست. هرچند به مرور زمان فرم سرو گونه این درخت دستخوش تغییراتی شده است اما این مطلب از اصل ارتباط تأثیر این باور کم نمی کند.

آنچه در مورد نقش درخت در سوزن دوزی های منطقه نظر را به خود جلب می نماید این است که در اغلب تصاویر، این درخت به صورت واژگون نقش شده است، این واژگونی بنا بر متنهای ودایی، مفهومی از نقش خورشید و نور را در رشد موجودات القا میکند. در آن بالاست که آنها زندگی را به عاریت می گیرند و در این پایین است که کوشش می کنند آن را نفوذ دهند. به این ترتیب در این تصویر واژگون، شاخه ها نقش ریشه و ریشه ها نقش شاخه را بر عهده دارند. یعنی زندگی از آسمان می آید و در زندگی فرو می رود. (شوالیه ۱۳۸۲: ج ۳: ۱۹۳)



عکس: شمس‌الله بخش - بازار سوزن دوزی زاهدان

تأثیر محیط زندگی و شرایط اقلیمی
از عوامل مهم و موثر بر ویژگی‌های شخصیتی افراد عامل محیط است. تجاربی که فرد از محیط خود کسب می‌کند، ارتباط و تعاملی که با محیط دارد، بازخوردها و تاثیراتی که از محیط دریافت می‌کند، رشد و شکل‌گیری شخصیت او را تحت تأثیر قرار می‌دهد. سیستان و بلوچستان و اقلیم گرم و خشک آن با زبان و فرهنگ مخصوص خودشان از این قاعده مستثنی نیست.

تأثیر این فضا و شرایط اقلیمی آن در هنر سر انگشتان سوزن دوزانش به شکل خلق نقوشی مرتبط با آب و خاک هوند می‌شود. آنچه در این مقوله بیشتر جای می‌گیرد، نقوش حیوانی آثار این هنرمندان است. حیواناتی چون بز که عمده‌ترین وسیله برای امرار معاش خانواده‌ی سوزن‌دوز است، شتر حیوان نجیب و صوری که یار جدا نداشتنی مردم منطقه بوده و کارترین وسیله‌ی نقل و انتقالات در محیط منطقه می‌باشد، نقش شتر برپهنای پارچه و تکرار آن برای کسی که کاروانهای شتر را در منطقه به نظاره نشسته است نقشی آشناست و یا نقش پرندگان آن، فضای تالاب‌های این منطقه را یادآور می‌شود و یا عقرب، مار و ... که از نقوش رایج در بلوچستان می‌باشند.

نتیجه‌گیری
نقش‌های جذاب به کار رفته در سوزن دوزی‌ها و سادگی محضی که غالباً به صورت اشکال هندسی بر روی زمینه خود با رنگ‌های متنوع جلوه‌گری می‌نمایند دارای معنی عمیقی است که بی‌شک از خام‌دستی و ناتوانی خالقان آثار نبوده، بلکه خاستگاهش در جهان بینی و نحوه تفکر آن‌ها به زندگی روزمره بوده است.

فکری که برآمده از نیازها و باورها و آئین‌های جامعه می‌باشد. به عبارت دیگر این نقوش در بردارنده اسطوره‌ها و نمادهای ادوار تاریخی مشخص و متمایزی هستند که بازتاب اوضاع و احوال خاص و طرز زندگی یک جامعه‌ی انسانی و متمایز از دیگر جوامع هم‌زمان خود است.

با این همه این اعتقاد در ما جان می‌گیرد که نقش و نگارهای عامیانه همه جا نشان دهنده واقعیت‌های زندگی، محیط اجتماعی، مردم، جامعه، باورها، خصلت‌ها و آرزوهای هنرمند است. طبق این تعریف می‌توان به طور کلی: اعتقادات، آئین‌ها و عذاهب، آرزوها و نیازها، باورها، داستانها و افسانه‌ها، محیط زندگی و شرایط اقلیمی را بر شکل‌گیری نقوش سوزن دوزی‌های بلوچ دخیل دانست.



تصاویر ۱
سوزن دوزی بلوچ

منابع

- مخبر، محمدعلی - (۱۳۲۴) -
عزیزهای ایران - تهران: کهنان
- اکبرزاده، داریوش - (۱۳۸۳) -
های پهلوی اشکانی (پارتی) - تهران: پازینه
- بویل، ج. آ. - (۱۳۷۹) -
آمدن سلجوقیان تا فروپاشی دولت ایلخانیان
تاریخ ایران کمبریج، ترجمه ی حسن انوشه -
تهران: امیرکبیر
- قاسمی، مرضیه و محمودی، سکینه
خاتون و موسوی حاجی، سیدرسول - (۱۳۹۲) -
ساختار صوری نقوش طبیعی در سوزن دوزی
زنان بلوچ (با تاکید بر نمونه های شهرستان
سراوان) - نگره، شماره ۲۷، ص ۶۶
- یازری، حسین و منصوری، آیتا و
سلطانی، شریفه - (۱۳۹۰) -
آشنایی با هنرهای
سنتی ایران (۳) - تهران: آذر
- بیهقی، حسینعلی - (۱۳۶۴) -
فرهنگ بلوچ، هنر و معماری، شماره ۱۰، ص
۴۶۲
- شوالیه، ژان و گرابران، آلن - (۱۹۰۶) -
فرهنگ نمادها، (جلد دوم) ترجمه سودابه
فضایلی - (۱۳۸۴) - تهران: انتشارات چیچون
- پرهام، سیروس - (۱۳۸۷) -
جلوه های
انسانگری و نمادهای نخستین در قالی ایران -
نشر دانش، شماره ۱، ص ۴۱
- اختارده، مریم - (۱۳۹۳) -
نقوش قالیچه های بلوچی خراسان جنوبی -
پایان نامه کارشناسی ارشد ارتباط تصویری،
دانشگاه سمنان، چاپ نشده
- شوالیه، ژان و گرابران، آلن - (۱۹۰۶) -
فرهنگ نمادها، (جلد سوم) ترجمه سودابه
فضایلی - (۱۳۸۲) - تهران: انتشارات چیچون



تصویر ۲
نقش مایه سوزن دوزی بلوچ
موسوم به بال کیوتر



تصویر ۳
مزیگدهای پیدا و پنهانی



تصویر ۴
سوزن دوزی بلوچ



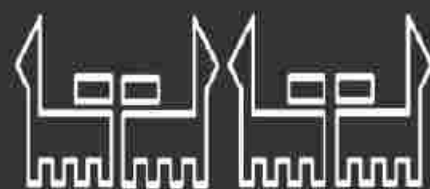
تصویر ۵
نقش مایه گل موسوم به
چهار برگ



تصویر ۶
نقش مایه گل موسوم به سهر



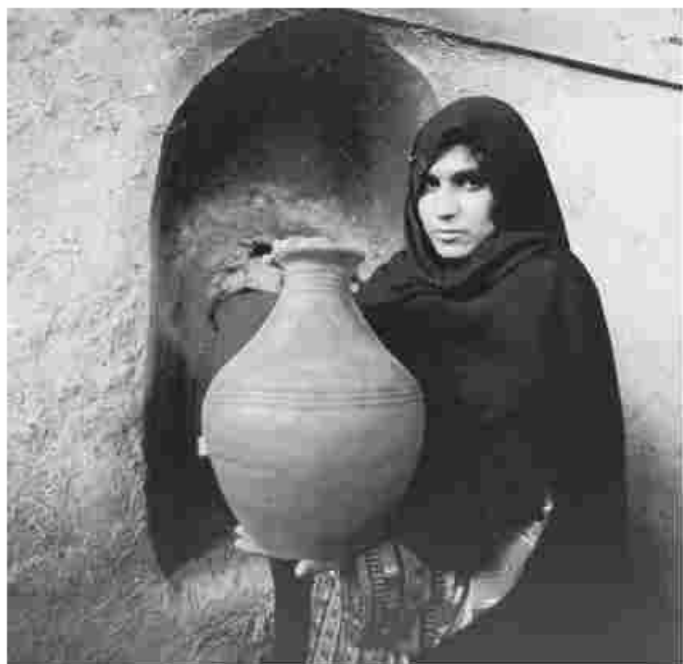
تصاویر ۷
نقش مایه درخت



تصویر ۸
نقش مایه حیوان



تصویر ۹
نقش مایه پند



به بهانه ی جهانی شدن کلیپورگان

مروار عکس های

علیرضا کریمی ساز می

کلیپورگان

میزبان مهربان

روستایی است در قامت همه ی روستاهای بلوچستان، خاکی و خاکستری با تاش های یشمی نخل بر گرده هایش... تاجی یشمی بر سر و کوههای سیاهان بر شانه هایش با اعجاب صخره های عجیب استوار... برافراشته ... زیبایی هایی چیده تا مسیر رسیدن به کلیپورگان...

اشتیاق پذیرش مهمان در کودکانش آنقدر زیاد است که ساعت رفتن مهمان را به ایشان نمی گویند تا از زمان غم فراق بکاهند. مرکز سفال زنانه ی جهان است با تاریخی به قدمت سنگ نگاره های همجوارش. پر است از قصه هایی عجیب، زندگی های عارفانه و عاشقانه... پر است از زندگی سادات و پیران آوازه خوان با صدای تنبور و بنجو... در جستجوی مدام یاهو....

به هر خانه ای که وارد شوی با آب و خرمای سوغند خورده پذیرایی ات می کنند که این طریقت عارفان است و معنی اش این است که حضوری با احترام و آرامش خواهی داشت. از کنار جوی آب که از قنات روستا جاری است و از مقابل مسجد شهباز قلندر می گذرد می گذری و تصویر نخل ها را بر آب تماشا می کنی... این روستا با کوه مشکونت و تپه های گل دیگی و پیران و زنان سفالگرش معنا یافته و این همه تو را سخت تحت تاثیر قرار می دهد. اما مهمان و گردشگر اگر نخواهد و نتواند به خانه ی عارف برود، در کلیپورگان جهانی دلش آرزوهای زیادی خواهند داشت. آرزوی رستوران و غذای گرم. آرزوی اتاقی از آن مهمان... مهمانخانه ای مستقل از مهمانوازی معمول روستا یا خانه های بوم گردی به شیوه ی این روزها با ساز و کار تازه... اصلا حمل و نقل از سراوان به روستا و از روستا به سراوان هم می تواند فکرت را مشغول کند و شغل بیشتر مردانش که «مندی شاگردند» و مگر این خاک چقدر نفت دارد که مندی شاگرد به کشور همسایه ببرد؟! در خشکسالی این سالها و غیاب کشاورزی که شغل آبا و اجدادی اش بوده... دلت می خواهد کسی بیاید و به تمام مندی شاگردها راه و رسم مهمان پذیری و راهنمایی گردشگر یاد بدهد تا از همه ی آنچه در روستا و اطراف دارند به تمامی بهره برند و سختی مندی شاگردی تمام کنند آن هم حالا که روستایشان با سفال هزاران ساله اش ثبت جهانی شده... کاش سهم آنان شغلی تازه و لذت بخش باشد.



تاثیر تبلیغات بر گردشگری استان سیستان و بلوچستان

محمد علی ابراهیمی

مردم شناس و کارشناس ارشد گردشگری اداره کل
میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان
سیستان و بلوچستان

دکتر غلام شاهیری

عضو هیئت علمی تمام وقت و استادیار پایه ۲۰ گروه
جغرافیا - برنامه شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد
زاهدان

دکتر معصومه حافظ و شازاده

استادیار - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد واحد زاهدان

عکس: مصطفی کوهکن



فصلنامه علمی - پژوهشی تبلیغات و گردشگری استان سیستان و بلوچستان

چکیده

امروزه بایستگی وجود تبلیغات و برنامه ریزی پسندیده تبلیغاتی در گردشگری نیز همچون دیگر تکاپوهای بازرگانی به خوبی احساس می شود. از این روی در چارچوب پژوهش حاضر، تاثیر تبلیغات بر گردشگری استان سیستان و بلوچستان با طرح ۲ فرضیه بررسی گردید. جهت سنجش گمانه ها نیز پرسشنامه ای طراحی و در اختیار جامعه آماری (فعالین حوزه تبلیغات گردشگری استان) نهاده شد. پرسشنامه یاد شده دارای روایی و پایایی لازم می باشد. حجم نمونه مورد بررسی ۱۱۰ نفر از اصحاب رسانه و تبلیغات استان می باشند. روش این پژوهش بر اساس هدف کاربردی و ماهیت توصیفی - تحلیلی است. به همین منظور پس از نظرسنجی از کارشناسان حوزه تبلیغات در رسانه ها و سازمان گردشگری با بررسی اسناد و منابع موجود، بر مبنای فرمول (A.d.I.A) پرسشنامه ای ویژه فعالین حوزه تبلیغات طراحی و پس از گردآوری داده های اطلاعاتی، بر اساس مدل (khi2) مورد تحلیل قرار گرفت. برآیندهای برآمده از این پژوهش نشان داد استان سیستان و بلوچستان دارای ظرفیت های بسیاری در حوزه گردشگری است که شور یختانه به دلیل بهره نبردن از دانش و ابزار مناسب تبلیغاتی نه تنها به درستی معرفی نشده بلکه نوعی باور نامنمی و استان هراسی نیز در اذهان عمومی ایجاد گردیده که از پیامدهای منفی آن عدم توسعه گردشگری استان می باشد. افزون بر آن مشخص گردید با توجه به فرمول «A.d.I.A» تاثیر گذاری شیوه های مختلف تبلیغاتی در معرفی ظرفیت های استان یکسان نبوده و در هر مرحله باید بر اساس اولویت از شیوه ها و ابزار تبلیغاتی مختلف جهت توسعه گردشگری استفاده نمود. در پایان نیز بر اساس نتایج تحقیق راهبردهایی با هدف آمایش سند چشم انداز تبلیغات گردشگری استان پیشنهاد گردید.

کلید واژه ها: سیستان و بلوچستان، ظرفیت ها، باور نامنمی، تبلیغات، توسعه گردشگری، تکنیک Aida، مدل خی ۲

بیان مساله

ضعف در تبلیغات مناسب گردشگری از اصلی ترین عوامل عقب ماندگی ایران به خصوص استان سیستان و بلوچستان از روند روبه رشد این صنعت در جهان می باشد. (عیسی ابراهیم زاد، ۱۳۹۲)

استان سیستان و بلوچستان به عنوان پهناورترین استان کشور دارای قابلیت های بیشماری در حوزه های گوناگون می باشد که متأسفانه نتهها در راستای گسترش پایدار استان بهره ای از آن نبرده ایم. بلکه متأسفانه به دلایل متعدد دشواری ها بسیاری را نیز در این منطقه از جنوب شرق ایران شاهد هستیم که شایسته ی مردمان این کهن دیار نیست. چالش هایی همچون آسیب های اجتماعی برآمده از مظلومیت و محرومیت که بخش اعظم آن ریشه در حوادث امنیتی منطقه و هم مرزی با دو کشور حادثه دیده و بلایای طبیعی دارد، پیاپی های منفی حاصل از عبور کاروان های موادمخدر و بحث های امنیتی جانی، مشکلات حاصل از طولانی ترین خشکسالی سده، خشک شدن منابع آبی و حوزه آبریز بالادست و جنوب استان و تغییرات بوجود آمده در اقلیم و طبیعت که زندگانی مردم را به دشواری دچار نموده و آسیب هایی همچون تنگدستی، مهاجرت های ناخواسته و بیکاری را باعث شده است. این استان در معرض آماج انواع حملات دشمنان نظام جهت برهم زدن همبستگی و همدلی قومیت ها و ایجاد دشواری های بیشتر قرار دارد. افزون بر آن وسعت و فاصله استان تا مرکز و مراکز جمعیتی، همچنین نداشتن زیرساخت مناسب عامل مهمی در عدم سرمایه گذاری بخش خصوصی گردیده که خود نیز بر افزایش مشکلات، بیشتر دامن زده است با این حال چرخه رشد و پویایی در استان سیستان و بلوچستان با وجود ظرفیت هایی که در حوزه های مختلف به خصوص در زمینه گردشگری مشاهده می گردد، میتواند با کمی بررسی و برنامه ریزی در مسیر توسعه قرار گیرد. از جمله این ظرفیت ها می توان به تاریخ و تمدن کهن استان با هزاران اثر و موارث فرهنگی بازمانده از دوره های مختلف (محوطه های تاریخی و طبیعی جهانی، همچون سایت جهانی شهر سوخته و بیابان لوت) که در فهرست یونسکو ثبت شده است، همچنین (۳۰۰۰ اثر تاریخی و فرهنگی، ۵۴ منطقه نمونه و دهها روستای هدف گردشگری، جاذبه های طبیعی متنوع، مشاهیر، اقوام و طوایف مختلف، زندگی بکر روستایی و عشایری با انواع خرده فرهنگها و مراسم سنتی متنوع، انواع هنرهای سنتی، صنایع دستی، پوشش گیاهی و جانوری متنوع، اقلیمی با آب و هوایی چهار فصل و... که می تواند با بهره از زیرساخت و تسهیلات مناسب و البته مدیریت کارآمد الگوریتمی برای از بین بردن معضلات و توسعه پایدار سیستان و بلوچستان باشد که این مهم نیازمند برنامه ریزی و تبلیغات مناسب با اتخاذ استراتژی علمی و مطالعه شده می باشد. انتخاب رسانه تبلیغاتی، جزو تصمیمات مهم در حوزه بازاریابی و تبلیغات است. امروزه شیوه های متفاوتی برای انتخاب رسانه اثر بخش از شیوه های تجربی گرفته تا شیوه های علمی وجود دارد. محقق در این تحقیق به دنبال شناسایی اثربخشی رسانه های تبلیغاتی به روشی علمی و انتخاب رسانه تبلیغاتی اثربخش در حوزه فعالیت گردشگری با توجه به الگوی AIDA است تا از این طریق بودجه به کار گرفته شده در این حوزه به شکل بهینه صرف شود.

با توجه به موارد مطرح شده در پژوهش حاضر به دنبال آنیم که بدانیم تبلیغات تا چه میزان توانسته و می تواند بر توسعه گردشگری استان سیستان و بلوچستان تاثیر بگذارد ؟

در این تحقیق سعی شده با آسیب شناسی تبلیغات نامناسب ناشی از انتشار اخبار منفی در رسانه ها دلایل ذهنیت سازی

منفی در مورد استان بیان راهکارهایی برای زدودن غبار ناامنی از چهره این دیار و کسب وجهه عمومی مناسب ارائه شود، همچنین با معرفی ابزار نوین تبلیغاتی و شیوه های اطلاع رسانی مناسب طرح جامعی برای معرفی چهره واقعی و شایسته این سرزمین در راستای توسعه گردشگری استان تدوین گردد.

اهمیت

بررسی دلایل استان هراسی- ارزیابی انواع تبلیغات و آسیب شناسی اثربخشی رسانه ها- برنامه ریزی نسبت به تأمین بودجه تبلیغات و جلوگیری از هدر رفتن اعتبارات- انتخاب شیوه مناسب تبلیغاتی با بهره از روشی علمی

ضرورت انجام تحقیق

- لزوم تحقیق با هدف ارائه روش مناسب جهت خنثی سازی تبلیغات منفی
- ضرورت پایش شیوه های مختلف تبلیغاتی با یک مدل علمی
- لزوم انتخاب ابزار مناسب تبلیغاتی در معرفی ظرفیت ها و جلوگیری از هدر رفتن منابع
- مدیریت نحوه اطلاع رسانی حوادث استان و لزوم زدودن غبار ناامنی
- ضرورت برنامه ریزی مناسب تبلیغاتی با توجه به نام گذاری سال ۱۳۹۶ به نام «سیستان و بلوچستان مقصد گردشگری ایرانیان»

این موضوع کمک شایان توجهی به معرفی استان به عنوان انتخاب گردشگران در سال آینده خواهد کرد با توجه به موارد مطرح شده بررسی نقش تبلیغات در گردشگری استان اهمیت بسیاری دارد.

فرضیات

- ۱- به نظر می رسد بین تبلیغات نامناسب در مورد استان با ایجاد ذهنیت منفی در باور عمومی و عدم توسعه گردشگری استان سیستان و بلوچستان رابطه معنی دار وجود دارد.
- ۲- ابزار و رسانه های تبلیغاتی در معرفی ظرفیت های نواحی مختلف استان براساس مدل (AIDA) تاثیرگذاری یکسان ندارند لذا جهت توسعه گردشگری استان باید ابزار تبلیغاتی مناسب براساس اولویت انتخاب گردد.

روش تحقیق

این پژوهش با توجه به مؤلفه های مورد بررسی، از نوع تحقیق کاربردی و روش بررسی آن توصیفی- تحلیلی است.

روش جمع آوری اطلاعات

گردآوری اطلاعات از طریق مطالعات کتابخانه ای، اسنادی و میدانی بوده که زیرساخت های تاثیرگذار در تبلیغات گردشگری در فصل سفرکه بیشترین آمار مسافرت به استان انجام می شود با استفاده از پرسشنامه و نظرسنجی از دست اندرکاران همچنین فعالین حوزه و اهل نظر بحث تبلیغات گردشگری در استان مورد بررسی و آسیب شناسی قرار گرفت.

در فرضیه دوم این پژوهش متغیرهای مستقل شامل جلب توجه، ایجاد علاقه (علاقمندي)، ایجاد تمایل و سوق دادن به خرید، اجزای مدل (A.I.D.A) و متغیر وابسته رفتار گردشگر و متغیر میانجی، رسانه ها، می باشند.

ابزار جمع آوری اطلاعات

ابزار، روشی است که توسط آن اطلاعات جمع آوری می شود و به تحلیل آن پرداخته می شود. در این تحقیق ابزار گردآوری اطلاعات، منابع کتابخانه ای و مستندات آماری که از سرشماری عمومی نفوس و مسکن، سالنامه های آماری، شهرداری ها، میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، دفتر و نهادهای ذی ربط همچنین ابزار مطالعات میدانی (پرسشنامه ای) است که از جامعه هدف فعالین حوزه تبلیغات جمع آوری گردید. پرسشنامه ی مذکور محقق ساخته است و مقیاس مورد استفاده در این پرسشنامه مقیاس لیکرت از نوع ۵ گزینه ای و براساس مدل (AIDA) می باشد.

جامعه آماری

جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق فعالین حوزه تبلیغات و اصحاب رسانه های جمعی فعال در حوزه تبلیغات گردشگری استان (۱۵۶) نفر و حجم نمونه (۱۱۰) نفر از بین آنها براساس فرمول کوکران و مطابقت با جدول مورگان انتخاب شده اند.

جدول ۱: فعالین حوزه تبلیغات گردشگری استان

ردیف	نوع پرسشنامه	تعداد کل جامعه	حجم نمونه براساس فرمول کوکران و جدول مورگان	توضیحات
۱	ظرف لیکرت	۱۵۶	۱۱۰	خبرنگار - اصحاب رسانه - فعالان حوزه تبلیغات - وبلاگ نویسان که در معرفی علاقتهای گردشگری استان فعال هستند

تعریف گردشگر یا توریست

مرکز آمار ایران به منظور تفکیک توریست از غیرتوریست، تعریف زیر را از توریست ارائه داده است: «توریست شخصی است که به کشور یا شهری غیر از محیط زیست عادی خود برای مدتی که کمتر از ۲۴ ساعت و بیشتر از یک سال نباشد سفر کند و قصد او از سفر، تفریح، استراحت، ورزش، دیدار اقوام و دوستان، مأموریت، شرکت در سمینار، کنفرانس یا اجلاس، معالجه، مطالعه و تحقیق و یا فعالیت مذهبی باشد.» (رضوانی، علی اصغر، ۱۳۷۴: ۱۶)

توریسم چیست؟

واژه ی «توریسم» از دو بخش تشکیل شده است: از کلمه ی تور به معنای گشتن، سفر و مسافرت که ریشه در لغت لاتین به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد و چرخش دارد که از یونانی به اسپانیایی، فرانسه و در نهایت به انگلیسی راه یافته است و ایسم پسوندی است که اشاره به مکتب یا اندیشه ای فلسفی، مذهبی، سیاسی، ادبی و... دارد. بنابراین توریسم یعنی مکتبی که پایه ی فکری آن سیاحت و گردشگری است (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۵)

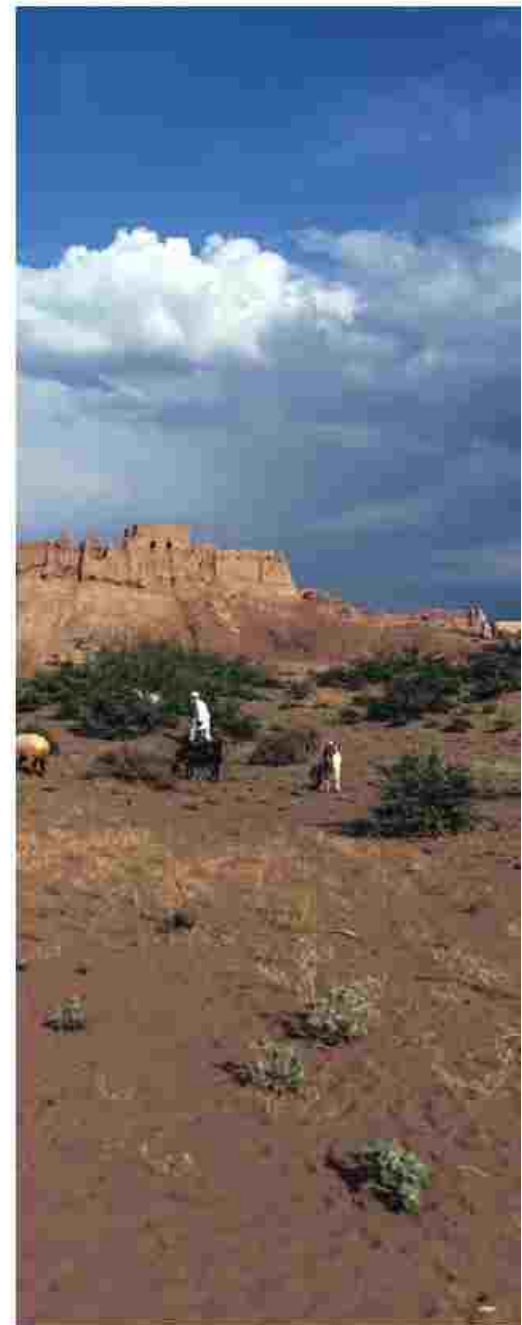
تبلیغات

«تبلیغات جادوی قرن بیستم است»

فرهنگ معین: موضوعی را در افکار دیگران جایگزین کردن تبلیغ می گویند.

واژه تبلیغات از واژه لاتینی گرفته شده است که خود از نام، عملکرد، مجمع تبلیغ و ترویج ایمان مشتق شده است.

امروز واژه تبلیغ (پروپاگاندا)^۱ بیشتر به معنای تاثیرگذاری بر عقیده است که در آن، هدف نسبت به محتوا از اهمیت بیشتری برخوردار است این هدف برای تحت تاثیر قرار دادن عقاید، نگرش ها و با اعمال دیگران با استفاده از نمادهایی چون کلمات، اشارات، پلاکاردها، بناهای یادبود، موسیقی، لباس، آرایش مو، تمپر پستی و نظایر آنهاست آنچه تبلیغ را از مفاهیمی نظیر گفت و شنود و میادله آزاد متمایز می سازد همانا هدف تبلیغ است زیرا تبلیغ با هدف تاثیرگذاران و هم چنین بر انگیزتن افراد به انجام عملی خاص در جهت اهداف مبلغ صورت می گیرد.



مدل AIDA

از جمله شناخته شده ترین الگوهای سنجش اثرگذاری تبلیغات «AIDA» می باشد. این مدل در ابتدا برای فروش شخصی توسط جرج گالوپ و کلود رابینسون در سال ۱۹۶۱ طراحی شد. در سال ۱۹۹۲ این مدل مورد توجه جامعه کارشناسان تبلیغات نیز قرار گرفت. این مدل دارای چهار مؤلفه برای ارزیابی اثرگذاری تبلیغات می باشد که با توجه به تعیین شاخص توسط کارشناس برای هر یک از مؤلفه ها، تبلیغات را مورد ارزیابی قرار می دهد. این چهار مدل عبارتند از:

۱- جلب توجه افراد (Attention)

۲- ایجاد علاقه در افراد (Interest)

۳- تحریک میل افراد (Desire)

۴- سوق دادن افراد به خرید (Action). (کروبی، ۱۳۸۸: ۳۸۸)

ارکان یا چهار رکن اصلی تبلیغات:

۱- گوینده و نویسنده پیام کیست؟ (پیام رسان)

۲- چه می گوید و چه می نویسد؟ (پیام)

۳- چه وسیله ای برای گفتن و نوشتن به کار می برد؟ (وسیله ارتباطی)

۴- برای چه کسانی می گوید و می نویسد؟ و تاثیر این گفتن و نوشتن چیست؟ (پیام گیران) (کیانی منش، ۱۳۸۵: ۹۸)

نقش رسانه در تبلیغات

تعریف رسانه: انسان و جانور توسط برخی از اندام های خود می توانند تغییرات محیط اطراف خود را به مغز منتقل کنند و سپس تصمیم لازم را بگیرند. این اندام ها عبارتند از چشم، گوش، بینی، زبان و پوست. به هر یک از این اندام ها رسانه که جمع کلمه مدیا^۲ است، می گویند. «رسانه وسیله ای است برای نقل و انتقال این اطلاعات به طور اعم و ایده ها و افکار که در جامعه وجود دارد.» (زهره مجدی زاده، ۱۳۸۹)

رسانه عبارت است از ابزار انتقال پیام از مبدأ تولید آن به عموم و یا گروه خاصی از مردمان.

مهمترین گام ها برای انتخاب رسانه عبارت است از :

۱- تعیین سطح پوشش پیام، فراوانی رویت پیام و نحوه تاثیر، هر چه تبلیغ کننده در پی دسترسی، فراوانی و تاثیر بیشتری باشد، به بودجه تبلیغاتی بیشتری نیاز خواهد بود.

۲- انتخاب در میان انواع رسانه های مختلف: (تلویزیون، رادیو، مجله، روزنامه، اینترنت، تبلیغات محیطی ثابت یا متحرک، پست مستقیم و.....)

۳- انتخاب وسیله خاص ناقل پیام

انواع ابزار تبلیغات در رسانه های مختلف

- تبلیغات رسانه های چاپی

- تبلیغات دیداری و شنیداری

- تبلیغات محیطی

- تبلیغات شفاهی

- تبلیغات الکترونیکی و شبکه های اجتماعی

- تبلیغات فرهنگی

رابطه تبلیغات و گردشگری

عصر حاضر را عصر ارتباطات نامیده اند. زیرا ارتباطات و اطلاعات انتقالی از آن ابزاری مهم برای تصمیم گیری، تعامل بین انسانی، هویت بخشی و هویت ستاندن، جهت دهی به افکار و اندیشه ها و ابزاری بر سلطه است. قرن بیستم قرن ارتباطات بوده و قرن بیست و یکم عصر اطلاعات است. صنعت گردشگری در ایران، علی رغم آنکه بسترهای اولیه توسعه آن از جمله فرهنگ، تمدن، تاریخ و طبیعت خاص وجود دارد اما هنوز در کسب جایگاه مناسب در فهرست مقاصد گردشگری جهان، موفق نشده است. مردم دنیا ما را آن گونه می شناسند که به ایشان عرضه می شود. وقتی ما چیزی برای نمایش به دنیا نداریم آنها خودشان دست به کار می شوند و آن گونه که به نفع مقاصد شومشان است ما را به دنیا معرفی می کنند. (خبرگزاری میراث فرهنگی CHN، ۹۴/۸/۲۷)

در شرایط کنونی که ایران و استان هایی مثل سیستان و بلوچستان، قابلیت هایی چون طبیعت بکر چهار فصل، تمدن و تاریخ کهن و جاذبه های بسیار برای جذب توریست مذهبی و... را دارد باید مسئولان بیش از پیش با تخصیص بودجه برای تبلیغات در مسیرهای کارساز جذب توریست وارد عمل شوند تا تمام نقشه های دیگران برای نشان دادن چهره ای غیر واقعی از استان و ایران در دنیا بر ملا شود.

وجه مقصد و تبلیغات گردشگری

«وجهه استنباط شده، مجموعه باورها، عقاید و نظراتی است که یک فرد از یک مقصد دارد.»

فراوانی مراکز تبلیغاتی و نداشتن سیستم واحد در تبلیغات و بازاریابی، یکی از موانع توسعه صنعت گردشگری محسوب می شود، برنامه ریزی بازاریابی گردشگری تأکید اصلی بر روی چهار موضوع است:

- ۱- در حال حاضر گردشگری چه جایگاهی دارد؟
- ۲- چگونه به این جایگاه رسیده ایم؟
- ۳- می خواهیم گردشگری چه جایگاهی پیدا کند؟
- ۴- چگونه به این جایگاه برسیم؟. (فیضی، ۱۳۹۰)

احساس امنیت و تبلیغات گردشگری

اکثر صاحب نظران برآنند که امنیت مفهومی بیرونی و عینی است و احساس امنیت مفهومی درونی و ذهنی است وقتی از صنعت گردشگری حرف می زنیم از سرمایه ای سخن می گوئیم که با پای خودش وارد مملکت ما می شود و خود را در چرخش اقتصادی کشور ما رها کرده و به وطنش باز می گردد. و برای اینکه یک گردشگر هزینه هایی را در کشور ما صرف کند باید رضایت و امنیت او را در این راستا فراهم کنیم. همانند هر فعالیت اقتصادی دیگر که در بستری از امنیت شکوفا می شود، صنعت گردشگری در کشورهایی توسعه می یابد که از نعمت امنیت برخوردار هستند در همین راستا ضد تبلیغات رسانه ای برای اشاره به روش پیچیده بهره برداری توریست ها از پوشش رسانه ای اعمال خود، ابداع شده است.

بررسی نقش امنیت در تبلیغات گردشگری استان سیستان و بلوچستان

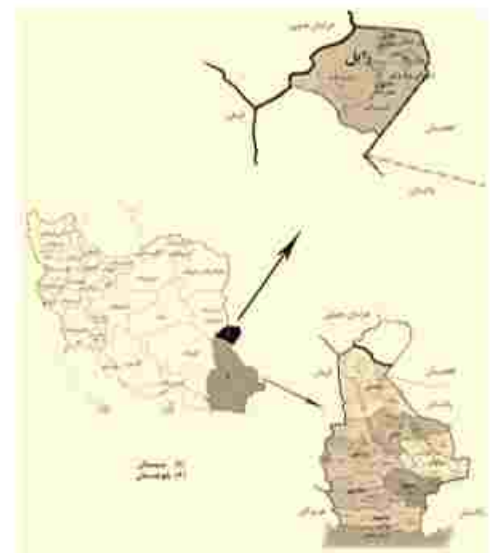
دشمن با تکیه بر اصل «احساس ناامنی از خود ناامنی مهم تر است» بارها جنایت و تجاوز نرم بر علیه این مردم را اجرایی کرده و اکنون در لایه‌های پنهان سیستان و بلوچستان می‌توان آن را مشاهده کرد. با توجه به نظرات مسئولین نیروی انتظامی، استان تهران نسبت به هفت استان شاخص (استان خراسان، فارس، اصفهان، یزد، کرمان، سیستان و بلوچستان و همدان) به لحاظ وقوع جرایم عمومی علیه گردشگران خارجی در رتبه دوم و به لحاظ وقوع جرایم امنیتی در رتبه پنجم قرار گرفته است. سیستان و بلوچستان بر اساس آخرین آمار مرکز آمار و فناوری اطلاعات قوه قضاییه از کم‌جرم‌ترین استانهای کشور است. اصولاً استان‌های مرزی از شرایطی خاص‌تر نسبت به سایر استان‌هایی که از نعمت مرز برخوردار نیستند برخوردارند. قاعدتها فرصت مرز در کنار داد و ستد کالا که باعث رشد و توسعه اقتصاد کشور می‌شود به وجود آورنده شغل‌های کاذبی مثل قاچاق کالا، سوخت و... می‌شود. (کیخا، ۱۳۸۹)

بیشترین عوامل مؤثر داخلی در ذهنیت‌سازی منفی

- ۱- شکاف توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جنوب شرقی یا بدنه کشور
- ۲- ایجاد حوزه‌های علمی و گسترده نیروهای انسانی در ابعاد مختلف نظامی، امنیتی، سیاسی و... در این منطقه
- ۳- موقعیت مرزی قوم بلوچ و سیستانی؛ وعدم آموزش ساکنین در زمینه‌های مرتبط
- ۵- عدم همکاری کشورهای همسایه (پاکستان، افغانستان و...)؛ و تنش‌سازی فرقه‌ای توسط گروه‌ها و افراد خارجی

ویژگی‌های جغرافیایی، فرهنگی و اجتماعی منطقه مورد مطالعه

استان سیستان و بلوچستان با ۱۸۷۵۰۲ کیلومترمربع مساحت به لحاظ وسعت خاکی و آبی بزرگترین استان کشور بشمار می‌رود. این استان از دو ناحیه سیستان و بلوچستان تشکیل یافته که از لحاظ طبیعی با هم کاملاً متفاوت می‌باشند. (شکل ۲-۳) در آخرین تقسیمات کشوری این استان دارای ۱۹ شهرستان، ۳۶ مرکز شهری، ۴۰ بخش، ۱۰۲ دهستان و ۸۹۰۸ آبادی کددار است و شامل ۳ منطقه سیستان (شهرستان‌های زابل - زهک - هیرمند - هامون و نیمروز)، سرحد (شهرستانهای



زاهدان - خاش - میرجاوه) مکران (ایران‌شهر - سراوان - سوران - مهرستان - دلگان - قنوج - قصرقند - نیکشهر - سرباز - کنارک - چابهار) می‌شود. (بانك اطلاعاتي استان، ۱۳۹۳، ص ۱۴)

روش

روش تحقیق براساس هدف، کاربردی و از نظر نوع تحقیق، توصیفی تحلیلی است.

جامعه آماری

با توجه به تعداد کم کارشناسان بخش بازاریابی و تبلیغات در اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان سیستان و بلوچستان و فعالین رسانه‌ای در حوزه تبلیغات گردشگری (۱۵۶) نفر طبق آمار اخذ شده از روابط عمومی میراث فرهنگی مشخص شدند.

حجم نمونه: تعداد (۱۰۱ نفر) براساس فرمول کوکران و جدول مورگان انتخاب و پرسشنامه برای جمع‌آوری اطلاعات از آنها و متخصصین و صاحب‌نظران اختصاص داده شد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

۱- انجام مصاحبه و طراحی پرسشنامه براساس طیف لیکرت و تکنیک (Aida).

۲- تحلیل پرسشنامه و آزمون فرضیات با استفاده از تکنیک (x²).

برای نشان دادن روایی پرسشنامه از مشاوره اساتید بهره برده شده و پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ سنجیده شده است.

آزمون‌های آماری

در این پژوهش با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ پایایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت و با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه جامعه میزبان بدست آمد. داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها در نرم افزار آماری SPSS و با مدل khiz مورد تجزیه و تحلیل سطح توصیفی و استنباطی قرار گرفت، در مدل خي دو از شاخص‌های فراوانی (فراوانی مطلق، درصد فراوانی، فراوانی تراکمی) و نمودار دایره‌ای و ستونی استفاده شده جهت بررسی فرضیه‌ها نیز ضمن رسم جداول توزیع فراوانی دوبعدی، و مشخص کردن متغیر مستقل و ثابت با استفاده از (آزمون خي دو-تک متغیری و دو متغیری)، به تجزیه و تحلیل استنباطی پرداخته شده است.

تجزیه تحلیل توصیفی

براساس نتایج تحقیق در سوال مربوط به جنسیت در حوزه مت‌ولیان بحث تبلیغات سهم آقایان و خانم‌ها تقریباً برابر بود با حدود ۴۷ و ۵۳ درصد. در گروه سنی نیز رده سنی (۳۰-۴۰ سال) با میانگین سنی ۳۱ سال قرار داشت که با توجه به اهمیت نقش این رده سنی در تبلیغات گردشگری و توان برنامه‌ریزی مناسب‌تر مبنای مناسبی برای تحقیق بوده است. در قسمت مربوط به تحصیلات نیز اکثر مخاطبین دارای مدرک لیسانس بودند که نشانگر سطح سواد قابل قبول جامعه مورد بررسی بود و در بحث شغل نیز همچنین در بین متولیان تبلیغات اکثر نظرات مربوط به افرادی می‌باشد که شغل مرتبط به بحث تبلیغات و گردشگری داشته‌اند و این به اهمیت تحقیق با توجه به تخصص این گروه در زمینه مورد نظر و برخورداری از نظرات کارشناسانه بهتر می‌افزاید.

رد یف	سوال	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	امتیاز	وزن نسبی	اولویت بندی
۱	به نظر شما تبلیغات اینترنتی و شبکه های مجازی چه میزان در جلب توجه گردشگران و توسعه گردشگری استان تاثیر دارد ؟	۲۳	۲۹	۱۹	۲۲	۱۸	۳۱۰	۲۸۱/۸۱۸	۳
۲	به نظر شما تبلیغات رسانه های جمعی چه میزان در جلب توجه گردشگران و توسعه گردشگری استان تاثیر دارد	۲۳	۳۰	۲۳	۱۰	۲۲	۳۴۶	۳۱۴/۵۴۵	۱
۳	به نظر شما تبلیغات محیطی چه میزان در جلب توجه گردشگران و توسعه گردشگری استان تاثیر دارد ؟	۱۹	۲۷	۲۲	۱۱	۳۱	۳۲۲	۲۹۲/۷۲۷	۲
۴	به نظر شما تبلیغات مردمی چه میزان در جلب توجه گردشگران و توسعه گردشگری استان تاثیر دارد ؟	۱۲	۱۹	۳۲	۲۸	۱۹	۳۰۷	۲۷۹/۰۹۰	۴
۵	به نظر شما تبلیغات فرهنگی چه میزان در جلب توجه گردشگران و توسعه گردشگری استان تاثیر دارد ؟	۱۴	۲۳	۲۷	۱۹	۱۷	۲۸۸	۲۷۱/۸۱۸	۵
۶	به نظر شما تبلیغات اینترنتی و مجازی چه میزان درعلاقه مند کردن گردشگران به دیدن ظرفیت ها و توسعه گردشگری استان تاثیر دارد ؟	۱۶	۱۶	۱۷	۳۱	۲۹	۲۷۰	۲۴۵/۴۵۴	۴
۷	به نظر شما تبلیغات رسانه های جمعی چه میزان درعلاقه مند کردن گردشگران به دیدن ظرفیت ها و توسعه گردشگری استان تاثیر دارد ؟	۱۶	۲۲	۱۷	۲۳	۲۹	۲۷۲	۲۴۷/۲۷۲	۳
۸	به نظر شما تبلیغات محیطی چه میزان درعلاقه مند کردن گردشگران به دیدن ظرفیت ها و توسعه گردشگری استان تاثیر دارد ؟	۲۶	۲۷	۱۳	۲۱	۲۴	۳۴۵	۳۱۳/۶۳۶	۱
۹	به نظر شما تبلیغات مردمی چه میزان درعلاقه مند کردن گردشگران به دیدن ظرفیت ها و توسعه گردشگری استان تاثیر دارد ؟	۲۱	۱۵	۳۳	۱۹	۲۲	۳۲۴	۲۹۴/۵۴۵	۲

۱۰	به نظر شما تبلیغات فرهنگی چه میزان درعلاقه‌مند کردن گردشگران به دیدن ظرفیت ها و توسعه گردشگری استان تاثیر دارد؟	۲۶	۲۶	۱۷	۲۲	۱۶	۳۴۵	۳۱۳/۶۳۶	۱
۱۱	به نظر شما تبلیغات مجازی و اینترنتی چه میزان در ایجاد تمایل به دیدن ظرفیت ها و توسعه گردشگری استان تاثیر دارد؟	۳۵	۲۲	۲۲	۲۱	۱۰	۳۴۶	۳۱۴/۵۴۵	۱
۱۲	به نظر شما تبلیغات رسانه های جمعی چه میزان در ایجاد تمایل به دیدن ظرفیت های گردشگری و توسعه این صنعت تاثیر دارد؟	۱۹	۲۷	۲۲	۱۱	۳۱	۳۲۲	۲۹۲/۷۲۷	۳
۱۳	به نظر شما تبلیغات محیطی چه میزان در ایجاد تمایل به دیدن ظرفیت های گردشگری و توسعه این صنعت تاثیر دارد؟	۱۲	۱۹	۳۲	۲۸	۱۹	۳۰۷	۲۷۹/۰۹۰	۴
۱۴	به نظر شما تبلیغات مردمی چه میزان در ایجاد تمایل به دیدن ظرفیت ها و توسعه صنعت گردشگری تاثیر دارد؟	۲۳	۲۷	۳۷	۱۹	۱۷	۳۴۳	۳۱۱/۸۱۸	۳
۱۵	به نظر شما تبلیغات فرهنگی و هنری چه میزان در ایجاد تمایل به دیدن ظرفیت های گردشگری و توسعه این صنعت تاثیر دارد؟	۱۶	۱۶	۱۷	۳۱	۲۹	۲۸۹	۲۶۲/۳۷۲	۵
۱۶	به نظر شما تبلیغات مجازی و اینترنتی چه میزان در سوق دادن به دیدن ظرفیت های گردشگری و توسعه این صنعت تاثیر دارد؟	۱۲	۱۵	۲۳	۳۴	۲۶	۲۸۳	۲۵۷/۲۷۲	۴
۱۷	به نظر شما تبلیغات رسانه های جمعی چه میزان در سوق دادن به دیدن ظرفیت های گردشگری و توسعه این صنعت استان تاثیر دارد؟	۱۴	۲۰	۲۷	۱۹	۲۰	۲۹۸	۲۷۰/۹۰۹	۳
۱۸	به نظر شما تبلیغات محیطی چه میزان در سوق دادن به دیدن ظرفیت های گردشگری و توسعه این صنعت استان تاثیر دارد؟	۱۴	۱۱	۲۲	۳۲	۳۱	۲۷۳	۲۴۸/۱۸۱	۵
۱۹	به نظر شما تبلیغات مردمی چه میزان در فاکتور سوق دادن در دیدن ظرفیت های گردشگری استان و توسعه این صنعت تاثیر دارد؟	۱۵	۲۵	۳۶	۲۰	۱۴	۳۰۹	۲۸۰/۹۰۹	۱

۲۰	به نظر شما تبلیغات فرهنگی چه میزان در فاکتور سوق دادن در دیدن ظرفیت‌های گردشگری استان و توسعه این صنعت تاثیر دارد؟	۱۴	۲۳	۲۷	۱۹	۱۷	۲۹۸	۲۷۰/۹۰۹	۳
----	--	----	----	----	----	----	-----	---------	---

مدل مفهومی استفاده‌شده در این پرسشنامه، مدل AIDA است. این مدل دارای ۴ مرحله است و متشکل از ۴ متغیر می‌باشد.

هر یک از سوالات مربوط به این متغیرها، در قالب جدولی به همراهِ ۵ ابزار بررسی شد که گزینه‌های آن، طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت بود. امتیازدهی به سوالات براساس طیف لیکرت انجام شد:

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۱	۲	۳	۴	۵

پس از بررسی داده‌ها در نرم افزار spss جهت تعیین متغیر اصلی، مطابق با مدل تحقیق aida، نوع پاسخ‌ها مرتبط با مولفه‌های ۴ گانه (جلب توجه، علاقه مندی، ایجاد تمایل و سوق دادن) و ۵ شیوه تبلیغاتی موثر (اینترنتی، رسانه‌ای، محیطی، مردمی و فرهنگی) و ۲ سوال در بحث تاثیر تبلیغات منفی در ایجاد ذهنیت سازی منفی و نقش آن در عدم توسعه گردشگری، ارزیابی و پس از بررسی پاسخ‌ها مولفه‌های اصلی جهت سنجش میزان تاثیر گذاری بر توسعه گردشگری استان و ارزیابی فرضیه‌ها مشخص گردید:

جدول ۴- مولفه‌های پرسشنامه و تعیین متغیر اصلی براساس تکنیک (Aida)

متغیرها	تعداد سوال	شماره سوالات	نمونه جهت تعیین متغیر اصلی
جلب توجه	۵	۵-۱	در فاکتور جلب توجه شیوه تبلیغات در رسانه های عمومی تاثیر و اولویت بیشتری نسبت به بقیه موارد دارد.
علاقه مندی	۵	۱۰-۵	در فاکتور علاقه مند کردن شیوه تبلیغات محیطی و فرهنگی مشترک تاثیر گذاری و اولویت بیشتری نسبت به بقیه موارد دارند.
ایجاد تمایل	۵	۱۵-۱۰	در فاکتور ایجاد تمایل شیوه تبلیغات اینترنتی و شبکه های مجازی تاثیر گذاری بیشتری نسبت به بقیه موارد دارند.
سوق دادن و عمل	۵	۲۰-۱۵	در فاکتور سوق دادن شیوه تبلیغات مردمی تاثیر گذاری و اولویت بیشتری نسبت به بقیه موارد بر اساس اولویت دارند.

فرضیه شماره ۱: ارزیابی با استفاده از مدل خی دو.

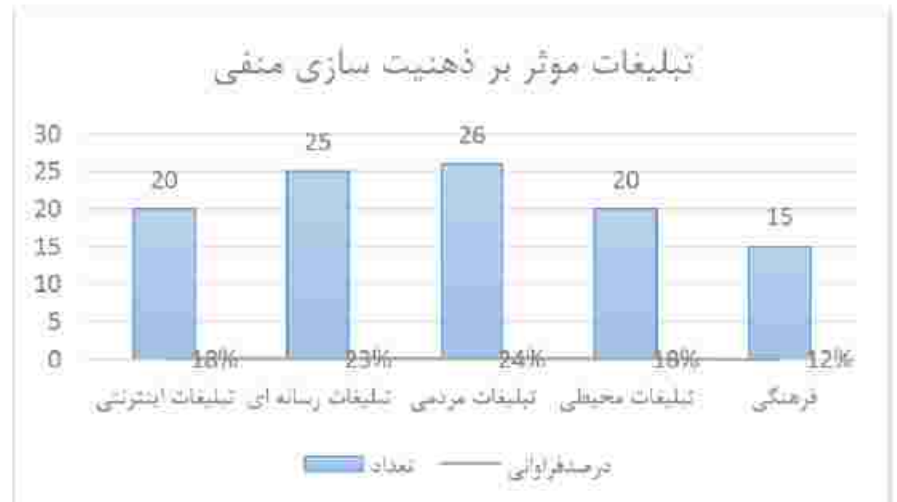
فرضیه ۱: به نظر می‌رسد بین میزان تبلیغات منفی در مورد استان در رسانه‌ها با ایجاد ذهنیت استان‌هراسی در باور مردم و عدم توسعه گردشگری رابطه وجود دارد.

هدف بررسی رابطه بین پیامدها، توسعه گردشگری استان و عوامل خطر تبلیغات منفی مواجه می‌باشد که در این صورت فراوانی‌ها، درصدهای مورد نظر در جدول دوطرفه مرتب می‌شوند که در این جداول، به طور قراردادی متغیر وابسته (پیامد) در ستون و متغیر مستقل (عوامل خطر یا مواجهه) در سطر قرار می‌گیرد. تعداد مشاهدات موجود در ترکیب ردیف‌های این دو متغیر در هر یک از خانه‌های این جدول قرار می‌گیرند که به آن اصطلاحاً فراوانی‌های مشاهده شده گفته می‌شود.

جدول ۵- ارزیابی پاسخ های سوالات شماره ۲۱ و ۲۲ مرتبط با فرضیه شماره ۱

۲۱	شیوه های تبلیغاتی در ایجاد ذهنیت منفی در باور عمومی نسبت به استان موثر است ؟	۲۳	۲۳	۲۴	۲۳	۲۱	۲۲۹	۳۱
۲۲	به نظر شما بین اطلاع رسانی و تبلیغات نامناسب در مورد استان با ایجاد ذهنیت منفی در باور عمومی و عدم توسعه گردشگری این دیار رابطه معنی دار وجود دارد.	۲۹	۲۸	۲۲	۱۵	۱۲	۲۶۵	۲۲۴

نمودارهای ۱ و ۲- توزیع درصدی پاسخگویان برحسب تاثیر تبلیغات منفی بر گردشگری استان



جدول ۶- توزیع فراوانی پاسخ هادر سؤال مربوطه و فراوانی های مورد انتظار در داخل پیرامون

مجموع	تاثیر در عدم توسعه گردشگری		تغییر وابسته تغییر مستقل	فرضیه
	بله - فراوانی مورد انتظار	خیر - فراوانی مورد انتظار		
۴۳	۴۰ (۴۲/۹۹)	۳ (۳/۵۱)	بسیار زیاد	بسیار زیاد
۵۷	۵۳ (۵۲/۳۵)	۴ (۴/۶۶)	زیاد	
۷	۶ (۶/۴۲)	۱ (۱/۵۷)	کم	
۳	۳ (۳/۷۵)	۱ (۱/۳۴)	بسیار کم	
۱۱۰	۱۰۱	۹	مجموع	

فراوانی کل تقسیم (جمع فراوانی ستونی متناظر بعلاوه جمع فراوانی سطری متناظر مساوی فراوانی مورد انتظار

جدول ۷- فراوانی های مورد انتظار و مقادیر مولفه های کای دو

مقدار کای دو	درجه آزادی	سطح معناداری
۳/۲۶۲	۳	۰/۲۲

جدول ۸- نتایج آزمون کای دو دو متغیری برای بررسی فرضیه

متغیر وابسته متغیر مستقل	عدم توسعه گردشگری استان		مجموع
	بله	خیر	
بسیار زیاد	۰/۲۷۲	۰/۷۴۱	۱/۰۱۳
زیاد	۰/۰۰۸	۰/۹۳۴	۱/۰۱۴
کم	۰/۰۲۷	۰/۳۲۸	۰/۵۷۹
بسیار کم	۰/۲۰۴	۲/۲۲۰	۲/۵۲۴
مجموع	۰/۴۴۶	۲/۸۶۵	۳/۳۱۱

همانگونه که در جدول فوق نشان داده می شود، با توجه به مقدار آمار کای دو که برابر با ۳/۲۶ می باشد، با درجه آزادی ۳ و سطح معناداری محاسبه شده ۰/۲۲ که کوچکتر از ۰/۰۱ است بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان و ۰/۰۱ خطا فرضیه فوق مورد تایید قرار گرفته است در نتیجه می توان اظهار داشت که بین میزان تبلیغات منفی در مورد استان در رسانه ها با ایجاد ذهنیت استان هراسی در باور مردم و عدم توسعه گردشگری رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه

ابزار و رسانه های مختلف تبلیغاتی در معرفی ظرفیت ها و توسعه گردشگری استان براساس مدل aida (توجه، علاقه مندی، تمایل، عمل) تاثیرگذاری یکسان ندارند و در هر ناحیه متناسب با نوع تبلیغات براساس اولویت باید از ابزار ویژه ای استفاده نمود. برای ارزیابی این فرضیه از سوالات (۱-۲۰) پرسشنامه استفاده شده است.

جدول ۹- فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار و تفاوت در انواع شیوه های تبلیغاتی موثر در ایجاد جلب توجه (سوال ۵-۱)

نوع تبلیغات	فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار	تفاوت فراوانی ها
تبلیغات مجازی و اینترنتی	۳۳	۲۲	-۱
تبلیغات رسانه های جمعی و عمومی	۳۰	۲۲	-۷
تبلیغات شفاهی و مردمی	۲۲	۲۲	-۱
تبلیغات محیطی	۱۰	۲۲	-۱۲
تبلیغات فرهنگی	۳۲	۲۲	۰
جمع کل	۱۱۰	۱۱۰	-۷

پس از بررسی پاسخ ها مشاهده گردید تبلیغات در رسانه های عمومی نمره نهایی بیشتری را کسب نمود و بعنوان متغیر اصلی به شرح ذیل با (مدل کای دو) مورد تحلیل قرار گرفت.

((فراوانی مورد انتظار = فراوانی مشاهده شده به توان دو تقسیم بر فراوانی مورد انتظار

$$x^2 = \frac{(O - E)^2}{E}$$

$$445 = x^2))$$



جدول ۱۰- فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار در شیوه تبلیغاتی موثر در فاکتور
علاقه مندی از (سوال ۱۰-۵)

نوع تبلیغات	فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار	تفاوت فراوانی ها
تبلیغات مجازی و اینترنتی	۱۶	۲۲	-۶
تبلیغات رسانه های جمعی و عمومی	۲۲	۲۲	۰
تبلیغات شفاهی و مردمی	۱۷	۲۲	-۵
تبلیغات محیطی	۲۶	۲۲	۴
تبلیغات فرهنگی	۲۶	۲۲	۴
جمع کل	۱۱۰	۱۱۰	-۳

پس از بررسی پاسخ ها مشاهده گردید تبلیغات در رسانه های اینترنتی نمره نهایی بیشتری را کسب نمود و به عنوان متغیر اصلی با (مدل خی دو) مورد تحلیل قرار گرفت.
 $81\% = \chi^2$

جدول ۱۱- فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار در شیوه تبلیغاتی موثر در ایجاد تمایل (سوال ۱۵-۱۰)

نوع تبلیغات	فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار	تفاوت فراوانی ها
تبلیغات مجازی و اینترنتی	۲۵	۲۲	۱۳
تبلیغات رسانه های جمعی و عمومی	۲۲	۲۲	۰
تبلیغات شفاهی و مردمی	۲۲	۲۲	۰
تبلیغات محیطی	۲۰	۲۲	-۲
تبلیغات فرهنگی	۱۰	۲۲	-۸
جمع کل	۱۱۰	۱۱۰	-۱

پس از بررسی پاسخ ها مشاهده گردید تبلیغات در رسانه های فرهنگی نمره نهایی بیشتری را کسب نمود و به عنوان متغیر اصلی با (مدل خی دو) مورد تحلیل قرار گرفت.
 $81\% = \chi^2$

جدول ۱۲- کدام شیوه تبلیغاتی در سوق دادن گردشگران برای سفر به استان اعتبار بیشتری دارد (سوال ۱۵-۲۰)

نوع تبلیغات	فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار	تفاوت فراوانی ها
تبلیغات مجازی و اینترنتی	۱۵	۲۲	-۷
تبلیغات رسانه های جمعی و عمومی	۲۵	۲۲	۳
تبلیغات شفاهی و مردمی	۲۶	۲۲	۴
تبلیغات محیطی	۲۰	۲۲	-۲
تبلیغات فرهنگی	۱۵	۲۲	-۳
جمع کل	۱۱۰	۱۱۰	-۵

پس از بررسی پاسخ ها مشاهده گردید تبلیغات در رسانه های فرهنگی نمره نهایی بیشتری را کسب نمود و به عنوان متغیر اصلی با (مدل خی دو) مورد تحلیل قرار گرفت.
 $227\% = \chi^2$

نتایج آزمون خی دو جهت بررسی

سوال	مقدار خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری
۱	۰/۲۴۵	۴	۰۰۰
۲	۰/۰۸۱	۴	۰۰۰
۳	۰/۸۱۸	۴	۰۰۰
۴	۰/۲۲۷	۴	۰۰۰

استان است از طریق نتایج این پژوهش می‌تواند به نقاط قوت و ضعف تبلیغات در گردشگری آگاه شود و با شناخت درست و پی بردن به اهمیت تبلیغات در این امر از شیوه‌ها و ابزار مناسب در جهت اطلاع‌رسانی و بازاریابی بپردازد.

بنابر یافته‌های پژوهش دلایل این عدم موفقیت را می‌توان در موارد زیر دانست:

۱- باور نداشتن به اهمیت علم تبلیغات در توسعه گردشگری استان

۲- استفاده از ابزار و رسانه‌های نامناسب جهت تبلیغ و اطلاع‌رسانی

۳- سیاست نادرست اطلاع‌رسانی و پوشش وسیع اخبار منفی و انعکاس ضعیف قابلیت‌ها

۴- نداشتن برنامه و سند چشم‌انداز جامع در حوزه تبلیغات گردشگری

امید است سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری با عنایت به پیشنهادات و راه کارهای عملی که در بخش بعدی ارائه می‌شود گامی مؤثر در جهت تبلیغات و توسعه صنعت گردشگری استان سیستان و بلوچستان بردارد.

پیشنهادات

براساس فرمول ایدا و نتایج تحقیق در برنامه‌ریزی منطبق بر فرضیه اول با توجه به مخاطب‌شناسی انجام شده و آگاهی از سلیقه علاقه‌مندان براساس طرح جامع گردشگری در شهرهای هدف در داخل استان همچنین استان‌ها و کشورهای هدف به تفسیر پیشنهادات تبلیغات گردشگری استان به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

۱- در مرحله اول در قالب برنامه‌های کوتاه مدت (۳ تا ۷ ماهه) اتمام ابزار و شیوه‌های تبلیغاتی جذاب با کمک رسانه‌های عمومی جهت جلب توجه عموم استفاده می‌شود تا در اولویت اول با تمرکز بر تبلیغات رسانه‌ای به‌طور خاص ظرفیت‌های (تواخی هفتگانه گردشگری) استان در راستای جلب توجه سرمایه‌گذاران دولتی و خصوصی و با هدف جلب سرمایه‌گذاری و بسترسازی مناسب به منظور رفع نواقص زیرساختی این حوزه در بازارهای عمده گردشگری استان معرفی گردد.

۲- در مرحله دوم در برنامه‌های میان مدت (یک ساله) با توجه به نتایج تحقیق همزمان از تمام ابزار تبلیغات فرهنگی و شیوه‌های تبلیغات محیطی در بازارهای داخلی (خراسان رضوی، تهران، کرمان، هرمزگان و خراسان جنوبی) و کشورهای همسایه (افغانستان و پاکستان و عمان) که در وضع موجود بیشتر متقاضی سفر به استان هستند، جهت علاقه‌مند کردن گردشگران به دیدن ظرفیت‌ها باهدف معرفی استان به‌عنوان قطب گردشگری منطقه در اولویت اول استفاده می‌گردد تا چهره منفی ترسیم شده در باور عمومی زنده شود و مردم به انتخاب این استان به‌عنوان هدف سفر خود علاقه‌مند شوند.

۳- در مرحله سوم طی زمان بندی (یک ساله) با هدف ایجاد تمایل بین مردم جهت سفر به استان، برند و شعار گردشگری مناسب استان انتخاب و با هم پوشانی تبلیغات محلی با تبلیغات ملی، از کانال‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی در

پس از تعیین متغیر اصلی برای آزمون فرضیه مقدار خی دو محاسبه و همان گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود با توجه به نتایج خی دو و از آنجایی که سطح معناداری محاسبه شده کوچکتر از ۰/۰۱ است با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان اظهار داشت که در تمامی چهار سؤال مورد بررسی پاسخ‌های ارائه شده از توزیع یکپارچه برخوردار نیست، با مراجعه به پاسخ‌ها مشخص می‌شود:

- در سؤال ۱ در مورد شیوه تبلیغاتی جذاب‌تر و مؤثرتر از نظر کارشناسان، متولیان و فعالان حوزه تبلیغات در زمینه جلب توجه به دیدن ظرفیت‌های استان، تبلیغات در رسانه‌های جمعی (صدا و سیما، نشریات، خبرگزاری‌ها و...) با (۳۰) انتخاب از (۱۱۰ نفر) بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند و در اولویت اول برای انتخاب شدن به‌عنوان ابزار اصلی و تمرکز بیشتر قرار دارند.

- در سؤال ۲، شیوه تبلیغاتی مؤثر و قانع کننده در ایجاد علاقه مندی نسبت به دیدن جاذبه‌های استان نیز، گزینه‌های تبلیغات فرهنگی شامل (انواع تولیدات هنری و کالاهای فرهنگی همچنین برگزاری برنامه‌ها و شرکت در رویدادهای فرهنگی) از نظر پاسخ‌گوینان با (۳۵) انتخاب از (۱۱۰) انتخاب و تبلیغات محیطی نیز با (۳۴) انتخاب (تقریباً به صورت مشترک بیشترین فراوانی را دارا بودند و در زمینه ایجاد علاقه جهت سفر به استان پس از جلب توجه دادن در اولویت اول قرار دارند.

- و در پاسخ سؤال ۳، نیز در مورد میزان اطلاعات و دقت در ایجاد تمایل برای سفر، گزینه‌های تبلیغات اینترنتی و شبکه‌های مجازی با (۲۹) انتخاب (دارای بیشترین فراوانی بوده‌اند و پس از جلب توجه و علاقه‌مند کردن جهت ایجاد تمایل به دیدن استان در اولویت قرار دارند.

- و بالاخره در پاسخ سؤال ۴، در مورد شیوه تبلیغاتی معتبر در سوق دادن گردشگران به انتخاب سیستان و بلوچستان به‌عنوان مقصد سفر گزینه‌های تبلیغات مردمی با (۲۲) انتخاب (دارای بیشترین فراوانی‌اند، لذا به برنامه‌ریزان پیشنهاد می‌گردد برای عملیاتی کردن بحث سفر تبلیغات شفاهی و مردمی را در اولویت اول خود قرار دهند.

تمامی این پاسخ‌ها مؤید این است که از دید فعالان حوزه تبلیغات گردشگری با توجه به نتایج آزمون (۲) براساس فرمول ADIA شیوه‌های تبلیغاتی مختلف تأثیر یکسان در معرفی ظرفیت‌های گردشگری استان و توسعه گردشگری سیستان و بلوچستان ندارند و در هر ناحیه متناسب با مرحله و نوع اولویت‌بندی تبلیغات از ابزار ویژه‌ای باید استفاده نمود. بنابراین فرضیه پژوهشی مورد نظر مورد تأیید قرار گرفته است.

نتیجه گیری

یافته‌های حاصل از این پژوهش می‌تواند با ارائه تصویری روشن از گردشگری استان سیستان و بلوچستان به معرفی شیوه‌ها و ابزار مناسب جهت شناخت هر چه بهتر استان و جاذبه‌های بی‌ظیر آن، ایجاد نگرش مثبت در گردشگران نسبت به آن، امکانات و مسائل رفاهی - امنیتی و بازاریابی مناسب بپردازد. نتایج حاصل از این پژوهش قطعاً دولت را در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های کلان اقتصادی و در نتیجه دستیابی به اهداف توسعه‌ی گردشگری که همانا افزایش گردشگر و سودآوری سرشار حاصل از آن است یاری می‌رساند، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری که متولی اصلی امر گردشگری در

اولویت اول استفاده می‌گردد تا ضمن تمرکز بر توسعه تبلیغات در مکان‌های هدف‌گذاری شده در بازارهای بالقوه داخلی مثل تهران، اصفهان، گلستان،

یزد، فارس و آذربایجان غربی که دارای اولویت در میان مدت هستند همچنین در سطح بین‌المللی در کشورهای (پاکستان، افغانستان و هند) نیز استان معرفی گردد.

۴- در مرحله نهایی با هدف‌گذاری جهت تبلیغات شفاهی توسط مردم یا همکاری (اهل نظر، سران طوایف، انجمن‌ها، گردشگران و...) جهت عملیاتی کردن طرح جامع گردشگری و دیدن ظرفیت‌های سیستم و بلوچستان در اولویت اول از تمام توان تبلیغات مردمی استفاده و پس از تمام شیوه‌های تبلیغاتی مثل رسانه‌های جمعی اینترنتی، فرهنگی و محیطی جهت سوق دادن گردشگران به سمت این دیار در قالب بسیج عمومی یک باران تبلیغاتی صورت می‌گیرد.

پیشنهادهای به سایر محققین

- مطالعه جامع در زمینه تاثیر هر کدام از ابزار تبلیغاتی در شهرستان‌های مختلف استان

- تحقیق در زمینه اهداف و سبایق گردشگران استان و راهکارهای جذب اسپانسر

- شناسایی حوزه‌های تبلیغاتی و ظرفیت‌های آن در استان

- کار تحقیقی و پژوهشی بر روی آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی

- مقایسه ابزار و رسانه‌های موثر در جذب گردشگران

- علت عدم اعتماد گردشگران به مطالب رسانه‌های تبلیغی

- بررسی علل عدم موفقیت سایت‌های گردشگری استان در جذب گردشگر.

۵- راهکارهایی جهت تهیه سند چشم انداز تبلیغات گردشگری استان

- تشکیل کارگروه معرفی ظرفیت‌های استان با توجه به رویکرد مثبت دولت و استاندار به بحث گردشگری و برنامه‌ریزی جهت

- استفاده از تمام ظرفیت‌های مجموعه‌های اداری و خصوصی جهت معرفی استان (نهادهای دولتی - دانشگاهی و...)

- فراخوان مردمی و بسیج عمومی در راستای آموزش و اجرای برنامه‌های تبلیغاتی در مورد ظرفیت‌های استان

- تهیه محتوای مناسب (دایره المعارف ظرفیت‌های استان)

- انعقاد تفاهم‌نامه با رسانه‌ها در زمینه معرفی استان

- تهیه اعتبارات لازم و ایجاد زیر ساخت‌های مورد نیاز

- تخصیص ۵ درصد از اعتبارات استان در این زمینه

- داشتن پیوست رسانه‌ای و تبلیغاتی در تمام پروژه‌ها با رویکرد معرفی ظرفیت‌ها

- محدود کردن رسانه‌ها در انتشار اخبار منفی

- تولید و پخش فیلم و رپورتاژهای تلویزیونی، آگهی‌های تبلیغاتی در مورد وضعیت امنیتی، اجتماعی و سیاسی استان جهت ایجاد ذهنیت مثبت در اذهان جهانیان ایرانیان بسیار مفید به نظر می‌رسد.

- انعقاد تفاهم‌نامه با صدا و سیما در زمینه موظف کردن تهیه‌کنندگان، برنامه‌سازان و... جهت معرفی ظرفیت‌های استان در تمام برنامه‌ها متناسب با افراد مختلف.

- تهیه سند چشم انداز تبلیغات استان جهت معرفی جامع استان به سرمایه‌گذاران و مردم.

- تهیه اقلام فرهنگی و برگزاری برنامه‌های فرهنگی در مناسبت‌های مختلف جهت آشنایی مردم محلی، مهمانان استان با ظرفیت‌ها و ایجاد انگیزه جهت معرفی قابلیت‌های مثبت استان در تبلیغات دهان به دهان.

- زمینه‌سازی جهت حضور هنرمندان و بزرگان ملی در استان و انتصاب ایشان به عنوان سفیران افتخاری معرفی استان به عنوان یک نقطه مثبت گسترش یابد.

- تهیه برند و شعار مناسب با توجه به ویژه گیهای مثبت استان - اسطوره‌ها - اقلیم و فرهنگ و معرفی آن فرصت مناسبی برای کسب وجه مثبت می‌باشد.

- تهیه کتاب معرفی استان و تدریس در مدارس، دانشگاه‌ها اهدای رایگان آن به بزرگان اقوام، مبلغین دین و... جهت معرفی ظرفیت‌ها در تربیون‌های مختلف

- برخورد قهری یا انتشار دهندگان اخبار منفی از رسانه‌ها

* استفاده از ابزار اینترنت و شبکه‌های مجازی، ماهواره و... در زمینه معرفی استان

- جای تبلیغات محیطی در فعالیت‌های تبلیغات گردشگری خالی است لذا تبلیغات محیطی (بیلبوردها و بنرهای تبلیغاتی و...) نیز باید در استان‌های هدف صورت بگیرد.

- گردشگران به توصیفی دوستان و آشنایان خود برای سفر به استان بیشتر اعتماد دارند تا تبلیغات رسانه‌ها. در اینجا لزوم اعتمادسازی در میان مردم پیش از پیش احساس می‌شود.

- با توجه به اهمیت ارتباطات میان فردی در پژوهش حاضر، لزوم رضایت گردشگران از سفر به استان برای جذب گردشگران دیگر ضروری است

- امروزه بدون زیر ساخت‌های مناسب فن‌آوری‌های ICT و گردشگری الکترونیک، آمیذی به برندگی رقابتی و کسب سهم فراخور از اقتصاد گردشگری بین‌المللی و منطقه‌ای نخواهیم داشت.

- ایجاد شبکه گردشگری در حوزه ملی که به معرفی جاذبه‌ها، امکانات و خدمات بپردازد در این حوزه موثر است. معرفی استان در این شبکه و شبکه‌های استانی و ملی.

در این راستا توسعه رسانه‌های سایبر و ماهواره‌ای همچون تاسیس شبکه جهانگردی و توربسم، استفاده از ظرفیت و پتانسیل‌های چند بعدی رسانه‌ها جهت تقویت اشتراکات و قرابت‌های فرهنگی و اجتماعی و گسترش حوزه هویتی - تمدنی، توسعه ظرفیت‌های فرهنگی و جشنواره‌های ملی و بین‌المللی فرهنگی و مذهبی، تهیه سریال‌های تلویزیونی، حمایت از



تصویر ۱

میراث‌های ملی و گردشگری استان

ناحیه ۱ گردشگری استان:

ناحیه تمدنی سیستان

ناحیه ۲ گردشگری استان:

زاهدان بزرگ، شامل شهرستان‌های زاهدان، خاش و میرجاوه

ناحیه ۳ گردشگری استان:

ناحیه آب‌های یخچال، گلستان‌ها و کوه‌های میناتویی، شامل شهرستان‌های چابهار و کنارک

ناحیه ۴ گردشگری استان:

ناحیه نخل و آمیزه‌ی قومی، شامل شهرستان‌های ایرانشهر، دلگان و فوچ

ناحیه ۵ گردشگری استان:

ناحیه نخل و محصولات گرمسیری، شامل شهرستان‌های سرراز، قصر قند و نیکشهر

ناحیه ۶ گردشگری استان:

ناحیه جلستان‌های مرمره، شامل شهرستان‌های سراوان، میرانشهر و سب سوزان

سفرنامه‌نویسی خصوصاً سفرنامه‌نویسان خارجی برای ترویج و تبلیغ فرهنگ و جاذبه‌های گردشگری کشور در رسانه‌های بین‌المللی، ثبت آثار باستانی و تاریخی در سطوح ملی و بین‌المللی، تشکیل کمپین‌های رسانه‌ای در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، برگزاری سمینارها و همایش‌های تخصصی، حمایت از تولیدات و نشریات تخصصی در حوزه گردشگری، استفاده از تیم‌های تحریریه و خبرنگاری متخصص در بخش گردشگری توسط خبرگزاری‌ها و مطبوعات برای تخصصی کردن و یافتن جایگاه صحیح گردشگری در آنها و درعین حال حمایت و سیاست‌گذاری مناسب جهت ایجاد امکانات تخصصی برای ارتباط مستقیم با مخاطب، جلب مشارکت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی برای وارد شدن به این حوزه و تهیه طرح و برنامه‌های اجرایی، اعتلای سطح فرهنگ و آگاهی عمومی، گسترش مناسبات فرهنگی و اجتماعی بین‌المللی، تهیه فیلم‌ها و مستندات رسانه‌ای و انتشار آن در رسانه‌های جمعی و مجازی، ایجاد زمینه‌های دیالوگ و گفتگو بین مجامع توریستی و علمی، تهیه بانک اطلاعاتی جامع از جاذبه‌های جهانگردی، میراث فرهنگی و تاریخی در فضای سایبر و... ضروری به نظر می‌رسد.

منابع

- ۱- ابراهیم‌زاده، عیسی و دیگران (۱۳۹۱)، اصول و فرآیند برنامه ریزی راهبردی توسعه توریسم، مشهد: انتشارات صحرا (شرق).
- ۲- ابراهیم‌زاده، عیسی، (۱۳۸۴) طرح جامع گردشگری استان سیستان و بلوچستان قسمت اول، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری سیستان و بلوچستان.
- ۳- رضوانی، علی اصغر، (۱۳۷۴) جغرافیا و صنعت توریسم، تهران: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه پیام نور.
- ۴- زوری، محمدحسین، (۱۳۶۸)، مبانی تبلیغ، تهران: انتشارات سروش.
- ۵- سورین، وزیر و تانکازد، جیمز، (۱۳۸۵)، کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه ی علیرضا دهقان، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۶- کروی، مهدی، بررسی نقش ارتباطات انسانی (میان‌خودی) در توسعه صنعت جهانگردی ایران، رساله دکتری، دانشگاه آزاد علوم و تحقیقات تهران، ۱۳۸۲.
- ۷- کاظمی، مهدی، (۱۳۸۷)، تحلیل ادراک شهروندان زاهدانی در توسعه ی گردشگری چابهار، جغرافیا و توسعه، شماره دوازدهم.
- ۸- کیانی‌منش، کامران، (۱۳۸۵)، بررسی اثر بخشی تبلیغات بازرگانی تلویزیونی ما بین شهروندان تهرانی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- ۹- کیخا، علیرضا، (۱۳۹۱) گروهک عبدالملک، قطعه پازل جنگ ترم، انتشارات تفتان، زاهدان.
- ۱۰- فیضی اکبر، (۱۳۹۲)، نقش تبلیغات در گردشگری، تهران: آمان سخن.
- ۱۱- (۱۳۹۴) سیستان و بلوچستان: معرفی جاذبه‌ها، ناشر اداره کل میراث فرهنگی و صنایع دستی، استان سیستان و بلوچستان.
- ۱۲- سازمان مدیریت و برنامه ریزی استانداری سیستان و بلوچستان: سالنامه آماری استان سیستان و بلوچستان، زاهدان: (۱۳۸۸-۹۳).
- ۱۳- مجیدی زاده، زهرا و محبی، سیده فاطمه، (۱۳۹۴) تبلیغات بازرگانی در تلویزیون، شیوه‌ها، تکنیک‌ها، باید‌ها و نباید‌ها، فصلنامه‌ی پژوهش و سنجش، سال نهم، شماره ۱۰۷.

روستای سنگان

سرروی در حاشیه شمالی تفتان

مرضیه کرد

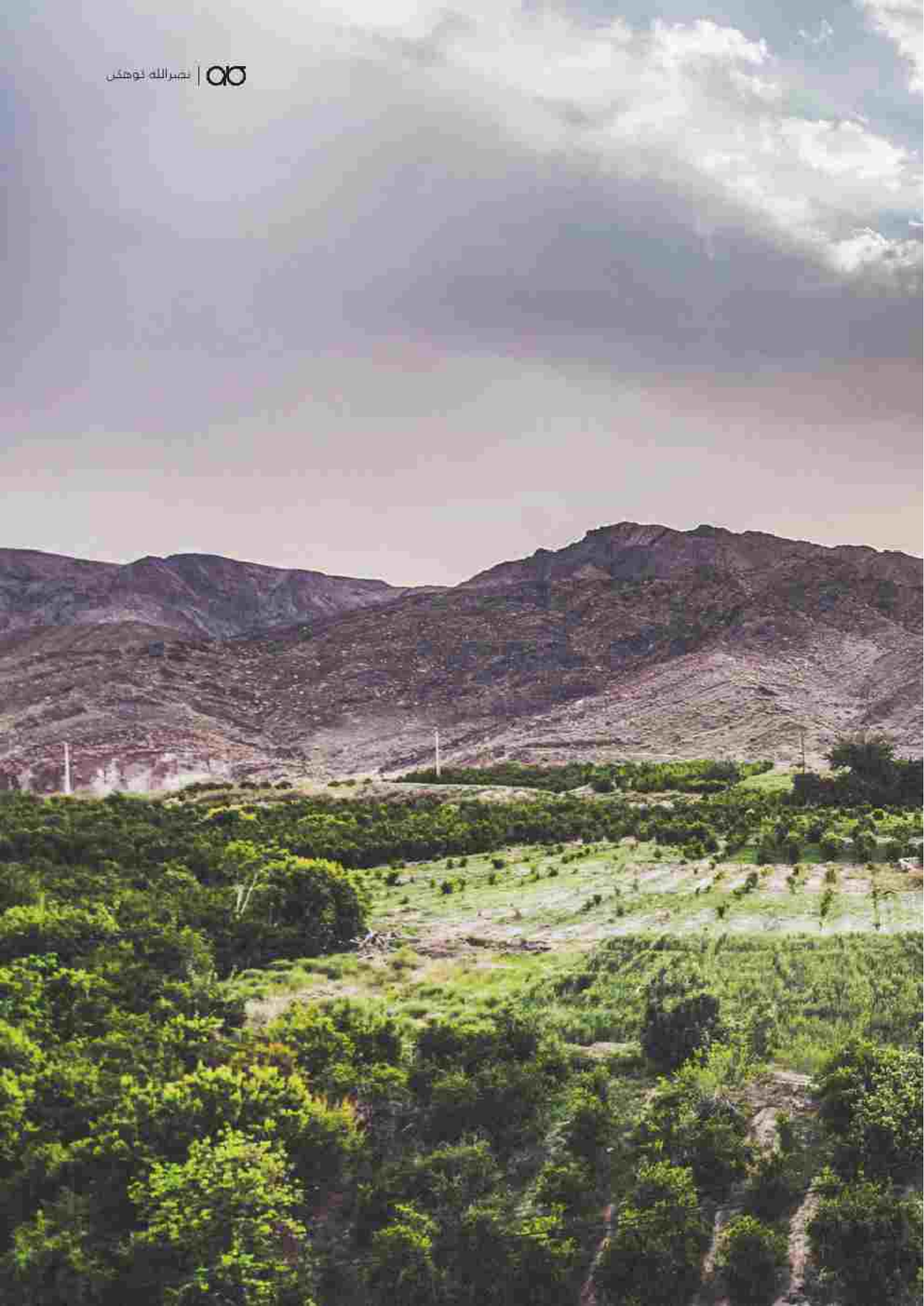
فراوانی از این درخت کهن و باستانی دیدن نمایند. درختی که در آئین‌های پیش از اسلام مقدس بوده است. این درخت باستانی که ارتفاع آن به سی متر و پهنای آن به سه متر می‌رسد به‌عنوان یکی از آثار طبیعی کشور در فهرست آثار ملی کشور به ثبت رسیده است.

درختان سرو برای زرتشتیان پیش از اسلام مقدس بوده‌اند و بیشتر به دست موبدان و پیشوایان مذهبی زرتشتیان کشت می‌شدند و هم اکنون در روستاهای ده پایدخاش، سب شهرستان سب و سوران و سرچو سراوان درخت سرو وجود دارد که مردم محلی به آن‌ها سول می‌گویند و درختان سول سب و سرچو متأسفانه بر اثر خشک سالی خشک شده‌اند و تنها تنه آن‌ها به جا مانده است. درباره چگونگی کشت و رشد نمو این درختان سول باورهای در نزد مردمان منطقه وجود دارد.

در کنار ده‌ها اثر تاریخی و طبیعی موجود در روستا باغات انار بدون حصار یکی از جاذبه‌های گردشگری روستا است به‌طوری که میوه‌های آن به‌ویژه انار و انجیر در کشور از آوازه بالایی برخوردار است و زمینه بازدید از روستا را در تمام فصول سال مناسب ساخته است چرا که در هر فصلی زیبایی‌های ویژه خودش را دارد.

یکی از گذرگاه‌های گردشگری استان سیستان و بلوچستان که کمتر مورد توجه قرار گرفته است حاشیه شمالی تفتان از راه زاهدان، میرجاوه و خاش است که ده‌ها اثر تاریخی، چشم‌انداز و جاذبه طبیعی و روستای زیبایی گردشگری را در خود جای داده است. روستاهای این مسیر هم چون لادیز، تمین و سنگان از چنان گیرای و جذابی در روستاگردی برخوردار هستند که یک‌بار سفر، خاطرات به یادماندنی در اذهان بازیدکنندگان برای همیشه به جای می‌گذارد. مسافران و گردشگران این مسیر، پس از بازدید از غار زیبای لادیز و روستای تمین و طی مسافت بیست و پنج کیلومتری به روستای سنگان می‌رسند.

روستای سنگان از توابع بخش مرکزی خاش بنا مرکز شهرستان ۴۳ کیلومتر فاصله دارد و یکی از مراکز بکر و دیدنی استان سیستان و بلوچستان است. این روستا در دامنه شمالی کوه آتش فشانی تفتان در سوی چپ مسیر میرجاوه به خاش در موقعیت جغرافیای ۲۳ ۳۴ ۵۶ عرض شمالی و ۶۱ ۱۹ ۱۱ طول شرقی در ارتفاع ۱۶۳۳ متری از سطح دریا واقع گردیده است. پوشش گیاهی و جانوری منطقه در نوع خود بی‌همتا است. در کنار آثاری هم چون انواع سنگواره و فسیل‌های دره‌های سرسبز، وجود کانی و معادن، آب گرم معدنی، انواع چشمه آب شیرین و کوه‌های سر به فلک کشیده، آثار و بقایای سنگ‌هایی که از آن فلزات استخراج شده است این روستا را به یکی از مناطق گردشگری استان تبدیل نموده است. به‌طوری که درخت سرو سنگان با بیش از دو هزار سال دیرینگی هم چنان سبب شده است همه‌ساله گردشگران



جاذبه های گردشگری روستای سنگان

آن از سطح دریا ۳۹۴۱ متر و نسبت به
دشت های اطراف حدود دو هزار متر است.

آب معدنی معروف به آب گرم

این چشمه آب معدنی در دامنه کوه
و نزدیک به قله قرار دارد برای بهبود
بیماری های پوستی کاربرد دارد و برای
درمان استخوان درد و درد مفاصل بسیار
سودمند هست.

شهرک گردشگری دروگ سنگان

که تنها بخش کوچکی از امکانات و
تاسیسات در آن استقرار یافته است که در
کنار جاده اصلی خاش و میرجاوه واقع شده
است.

دره معروف نالک

در این دره حماسه معروف نبرد نالک رخ
داد که در سال ۱۹۱۷ م دلاورمردان بلوچ با
دلیری تمام با نیروهای ژنرال دایر فرمانده
ارتش انگلیسی که اندیشه دست درازی
به خاک بلوچستان را داشتند به نبرد
پرداختند. نصب تابلوهای راهنما و نوشتن
چکیده ای از این حماسه بر تابلوهایی در دو
طرف دره که هم اکنون در کنار جاده خاش-
میرجاوه قرار گرفته است یاد حماسه سازان
منطقه را زنده نگه خواهد داشت.

با توجه به نزدیک بودن روستای
سنگان به شهرستان های خاش و میرجاوه
واقع شدن این روستا در مسیر این دو
شهرستان یاد شده در صورت برنامه ریزی
و تبلیغات مناسب می توان مسیر مسافران
و گردشگرانی را که از استان های شمالی
کشور و یا حتی مناطق شمالی استان
سیستان و بلوچستان را به این سمت سوق
داد. همچنین این منطقه که سر راه عبور
کاروانهای زیارتی کشورهای همسایه شرق
قرار دارد می تواند از این رهگذر در حوزه
گردشگری درآمدزا باشد.

در کنار ده ها اثر تاریخی و طبیعی
موجود در روستا باغات انار بدون حصار
یکی از جاذبه های گردشگری روستا است
به طوری که میوه های آن به ویژه انار و
انجیر در کشور از آوازه بالایی برخوردار
است و زمینه بازدید از روستا را در تمام
فصول سال مناسب ساخته است چرا که
در هر فصلی زیبایی های ویژه خودش را
دارد.

از چنان آب و هوای خوبی در استان
سیستان و بلوچستان برخوردار است که
قابلیت کشت انواع محصولات به ویژه
انار در آن فراهم است و به دلیل قرار
گیری در حاشیه شمالی کوه تفتان یکی
از مرغوب ترین و با کیفیت ترین انواع ارقام
انار کشور در سنگان تولید می شود.

مسیر خاش به سنگان یا میرجاوه به
خاش از جذابیت زیادی برخوردار است، یک
طرف جاده را کوه تفتان در بر گرفته است و
طرف دیگر جاده را باغ های انبوه توت و انار
که بر هر گردشگری لبخند می زنند.

هر چند مردم تصور می کنند که
سیستان و بلوچستان، استانی خشک و
بی آب و علف است ولی سفر به روستای
سنگان و مشاهده باغات انار و زیبایی های
طبیعت سفر خاطر انگیزی را برای آنان رقم
می زند.

آتش فشان تفتان

رشته کوه تفتان بین ۲۸ درجه و ۳۰
دقیقه الی ۲۸ درجه و ۵ دقیقه عرض شمال
و ۶۰ درجه و ۵۰ دقیقه تا ۶۱ درجه ۱۵
درجه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ
قرار دارد. این کوه در چهل و دو کیلومتری
شمال شهر خاش بین شهر میرجاوه و
شهرستان خاش واقع شده است. ارتفاع



دانشتني هاي ثبت جهاني آثار فرهنگي

آرشيپ معاونت صنايع دستي

مقدمه

شکوه شاهکارهای هنری و صنعتی دوره های تاریخی ملت ها همواره نشان دهنده میزان توجه دولتمردان و سران حکومتی همان عصر است که با حمایت های مادی و معنوی در ارتقا و رشد دست ساخته های فرهنگی آن شرکت داشته اند. کشور ایران نیز با پیشینه غنی تاریخی خود از عهد باستان تا کنون به باری اهل هنر، آثار ارزشمند هنری، ادبی و علمی به وجود آورد که امروزه زینت بخش موزه های ایران و جهان می باشند. در این میان برخی آثار که حاصل تراوش ذهنی و عینی هنرمندان می باشد و با عنوان صنایع دستی و هنرهای سنتی جایگاهی ویژه در فرهنگ سنتی دارد، استعداد و روحیه خلاق و قدرت ابتکار ایرانیان و علاقه آن ها به هنر و تولید آثار هنری و ذوقی موجب گردیده است که کشور ما از گذشته های دور تا زمان حال همواره در تولید محصولات صنایع دستی موقعیتی ویژه و ممتاز و نیز شهرتی جهانی داشته باشد. افزون بر این، صنعتگران هنرمند کشور، طی سده ها و هزاره های پیش از میلاد تا کنون، همواره سهم شایسته ای در توسعه، تکوین و تعمیم انواع صنایع دستی داشته اند و با ذوق و هنر خود به آثار هنری ما غنا بخشیده اند، به گونه ای که آثار ممتاز و ارزنده صنعتگران ایرانی در موزه ها و

مراکز هنری جهان که به نوعی عرضه کننده تولیدات صنایع دستی می باشند به چشم می خورد.

میراث فرهنگی یکی از مهم ترین عوامل توجیه کننده و مبین هویت ملی به شمار می رود. این میراث از دو بعد متفاوت ناملموس و مادی برخوردار است. ابعاد مادی میراث فرهنگی از دیرباز به سبب ماهیت و ویژگی های صوری خود شناخته شده بوده، ارزش های آن کم و بیش در هر دوره مورد تاکید قرار گرفته، تخریب آن محسوس و قابل رویت بوده و اهمیت بازسازی، حفاظت و نگهداری آن پیوسته آشکار بوده است.

اما ابعاد ناملموس این میراث که در اصل عامل به وجود آورنده میراث مادی است، علی رغم اینکه نسبت به اشکال صوری میراث فرهنگی قدیمی تر، اصیل تر و بسیار غنی و گسترده تر است، به سبب ماهیت ناملموس خود در طول سده ها و هزاره ها پیوسته از چشم به دور مانده و تنها بر حسب عادات فرهنگی سینه به سینه انتقال یافته و به حیات خود ادامه داده است.

این موضوع به دلایلی از جمله جهانی شدن، برخوردهای حقوقی-سیاسی و فرهنگی، مهاجرت های بی رویه و

اهمیت ویژه ای یافته است. از چند دهه پیش تا کنون بررسی میراث ناملموس، ملزم نمودن دول عضو یونسکو، بررسی ابعاد ملی و بین المللی این میراث و قانونمند کردن آن ها پیوسته مورد توجه قرار گرفته و تمامی کشورهایی که دارای اینگونه میراث هستند و هویت ملی خود را در معرض خطر می بینند کم و بیش به لزوم حفاظت از میراث ناملموس آگاهی یافته اند. هدف از شناسایی و حفاظت از این میراث عبارتند از:

- بالا بردن آگاهی و اهمیت و ضرورت شناسایی و حفاظت از این آثار که معمولاً در معرض آسیب پذیری، دگرگونی و تغییر ماهیت و نابودی هستند.

- ترغیب مسئولین جهت اتخاذ تصمیم بایسته در خصوص حفاظت از این گونه میراث

- ایجاد عزم ملی برای شناخت، حفاظت و ارتقاء و انتقال این میراث به نسل های آینده

- دستیابی به روش های مؤثر و کارا جهت شناسایی و درک هویت ملی و حفاظت از میراث با توجه به ویژگی های فرهنگی به منظور استمرار حیات آنها

- حمایت از گنجینه زنده بشری و حاملان

های مربوط به طبیعت و کیهان (مهارت در هنرهای دستی و سنتی

جهت ثبت آثار ملموس و ناملموس میراث فرهنگی مراحل متعددی در شوراهای استانی، منطقه ای و کشوری طی می شود. این مراحل عبارتند از:

الف: تهیه شناسنامه، بررسی و تایید

- کلیه پیشنهادات واصله در مرحله اول به صورت مقدماتی در سازمان استانی بررسی می گردد. در صورت تایید پیشنهاد، جهت تهیه شناسنامه ثبتی اقدام می گردد.

تبصره: در صورت عدم تایید پیشنهاد مراتب از طرف سازمان استانی به صورت کتبی به پیشنهاد دهنده اعلام خواهد گردید.

- شناسنامه های تهیه شده جهت تایید نهایی باید در جلسه شورای ثبت استانی مطرح گردد.

- نحوه تشکیل شورای ثبت، نحوه تعیین اعضاء تشکیل دهنده و سایر جزئیات از سوی اداره کل ثبت آثار به سازمان های استانی ابلاغ خواهد گردید.

- پرونده های ثبتی تهیه شده پس از تایید

می شود و حسن هویت و استمرار را برایشان به ارمغان آورده و بدین ترتیب احترام به تنوع فرهنگی و خلاقیت بشری را ترویج می کند. در کنوانسیون فقط به آن قسم از میراث فرهنگی ناملموس توجه می شود که با اسناد بین المللی حقوق بشر، ضرورت احترام حقوق متقابل میان جوامع، گروه ها و افراد و نیز توسعه پایدار منطبق باشد.

کلیه شهرهای کشور بطور مستقل می توانند با توجه به وجود یک رشته صنایع دستی که در سطح ملی و جهانی شهرت قابل قبولی داشته باشد نامزد دریافت عنوان شهر جهانی صنایع دستی شوند.

"میراث فرهنگی ناملموس"، آنگونه که بدان اشاره شد، در میان سایر چیزها در عرصه های ذیل نمودار می شود:

الف) سنتها و نموده های شفاهی شامل زبان که محملی برای میراث ناملموس به شمار می رود (ب) هنرهای نمایشی (پ) عادت ها و رسم های اجتماعی، آیین ها و جشن ها (ت) دانش ها و عادت ها و رسم

میراث ناملموس و بالانگین نیروی خلاقه آنها - بسترسازی مناسب جهت بهره مندی همگانی از میراث ناملموس

از اینرو سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور به عنوان متولی این امر حرکتی پیوسته را از طریق اداره کل ثبت آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی از ابتدای مهرماه سال ۱۳۸۵ در دستور کار خود قرار داده و جلسات متعددی را در این زمینه برگزار کرده است که نتیجه جلسات برگزار شده با حضور کارشناسان خبره در ۲ جلد در اختیار متخصصان این امر قرار گرفته است و لازم است پژوهشگر قبل از اقدام به تکمیل شناسنامه، ابتدا آن را به طور کامل مطالعه کند.

میراث ناملموس: عبارت «میراث

فرهنگی ناملموس» به معنی رفتارها، شیوه های ارائه، نموده ها، دانش ها، مهارت ها، و نیز وسایل، اشیاء، مصنوعات دستی و فضاهای فرهنگی منطبق با آنها است که جوامع، گروه ها و در برخی موارد افراد، آنها را به عنوان بخشی از میراث فرهنگی خود می شناسند. این میراث فرهنگی ناملموس از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود، مدام توسط جوامع و گروه ها در پاسخ به محیط، طبیعت و تاریخ آنها مجدداً خلق

ویژگی های شهرهای جهانی صنایع دستی

- هر شهر، بایست وظایف تعریف شده خود را در قالب فعالیتهای صورت گرفته در حوزه صنایع دستی در قالب گزارش سالانه به شورای جهانی صنایع دستی ارائه دهد.

- با رسمیت پیدا کردن هر شهر جهانی صنایع دستی تبلیغات ملی و بین المللی جهت معرفی تمامی حوزه صنایع دستی آن شهر صورت پذیرد.

- یکارگیری صنایع دستی در نمادهای زندگی اجتماعی آن شهر بیش از پیش به چشم بخورد مانند عناصر شهری و فضاها و بافتهای شهری

- تبادل هنرمندان و اعزام هنرمندان آن شهر به سایر مناطق و شهرها با هماهنگی شورای جهانی صنایع دستی (هنرمندان شهر جهانی) در الویت قرار گیرد.

- ساخت دهکده صنایع دستی جهت بازدید گردشگران در شهر جهانی صورت پذیرد.

- بهبود روابط دوستانه بین هنرمندان آن شهر جهانی با سایر هنرمندان جهان صورت پذیرد.

- ارائه کمک، تشویق و رونق کسب و کار هنرمندان شهر جهانی بگونه ای که این موارد تغییر عمدهای نسبت به قبل از انتخاب صورت گرفته باشد.

ه: نظارت و بازرسی

- سازمان استانی موظف است در دورههای زمانی مشخص نسبت به ارزیابی وضع موجود میراث ناملموس ثبت شده اقدام نماید.

تبصره: دورههای زمانی بازرسی بر حسب شرایط موضوع از سوی اداره کل ثبت آثار تعیین می گردد.

- سازمان استانی موظف است گزارش بازرسی های دوره ای را در قالب فرم های از پیش تعیین شده به اداره کل ثبت آثار تسلیم نماید.

- اداره کل ثبت آثار موظف است با تشکیل بانک اطلاعاتی رایانه ای وضعیت موجود آثار ثبت شده را به صورت مرتب به روز نماید.

و: امور حقوقی

- مسئولیت پیگیری کلیه امور حقوقی و طرح دعوی در مراجع قانونی با هدف حمایت از موضوع ناملموس بر عهده سازمان استانی بوده و نظارت بر این موضوع بر عهده اداره کل حقوقی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری می باشد.

- سازمان استانی موظف است در قالب گزارش های دوره ای نتایج پیگیری های حقوقی را به اداره کل ثبت آثار منعکس نماید.

روند انتخاب شهرهای جهانی صنایع دستی

براساس این آیین نامه کلیه شهرهای کشور بطور مستقل می توانند با توجه به وجود یک رشته صنایع دستی که در سطح ملی و جهانی شهرت قابل قبولی داشته باشد نامرد دریافت عنوان شهر جهانی صنایع دستی شوند.

برهمن اساس و برپایه مصوبه شورای جهانی صنایع دستی در سال ۲۰۱۴ میلادی شهرهای جهانی صنایع دستی بایستی دارای ویژگیهای زیر بوده، و پس از انتخاب، به روند روبه گسترش خود در زمینه های هفتگانه ادامه بدهند.

لازم به ذکر است اعتبار شهر جهانی به مدت ۴ سال بوده و پس از طی مدت ۴ سال و به شرط رعایت ایجاد تمامی استانداردها و ایجاد ویژگی های مندرج در این دستورالعمل این عنوان قابل تمدید خواهد بود.

در شورای ثبت سازمان استانی جهت تصویب نهایی به اداره کل ثبت آثار ارسال می گردد.

- سازمان استانی موظف است حداکثر طی ۳۰ روز کاری پس از تایید مقدماتی نسبت به ارسال پرونده تکمیل شده ثبتی به اداره کل ثبت آثار اقدام نماید.

ب: بررسی و تصویب

- اداره کل ثبت آثار کلیه پرونده های ارسالی را حداکثر پس از ۱۰ روز کاری از جهت تکمیل مدارک و تشخیص نواقص بررسی می نماید.

- پرونده های ناقص به سازمان استانی جهت تکمیل عودت داده می شود.

- کلیه پرونده های کامل شده در جلسه شورای ملی ثبت میراث ناملموس جهت بررسی مطرح می گردد.

- اداره کل ثبت آثار موظف است حداکثر طی ۳۰ روز کاری نسبت به طرح پرونده در شورای ملی ثبت اقدام نماید.

- پرونده های تایید نشده با ذکر دلایل به سازمان استانی عودت داده شده و مراتب به پیشنهاد دهنده اعلام می گردد.

ج: تجدید نظر

- در صورت رد پیشنهاد ثبت در مراحل مقدماتی یا مرحله تایید، پیشنهاد دهنده می تواند مراتب اعتراض خود را به صورت مستدل به اداره کل ثبت آثار اعلام نماید.

- اداره کل ثبت آثار موظف است حداکثر طی ۱۰ روز کاری جهت بررسی اعتراض و اعلام نظر، پرونده را در شورای ملی مطرح نماید.

د: ثبت و ابلاغ

- پس از تصویب پرونده در شورای ملی ثبت میراث ناملموس عملیات ثبت توسط اداره کل ثبت آثار انجام می گیرد.

- ثبت موضوع در فهرست آثار ملی طی حکمی به استناد مجوز رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به امضاء معاونت میراث فرهنگی به استان / استان ها و یا پژوهشگاه ابلاغ می گردد.



- بکارگیری صنایع دستی در مبلان و دکوراسیون شهری
- بکارگیری صنایع دستی در دکوراسیون فضاها و مکانهای اداری، دولتی و خصوصی
- بکارگیری نمادهای صنایع دستی در ورودی شهرها (نمایش برند ویژه)
- * شهرهایی که قادر به کسب ۵۰ تا ۸۰ امتیاز شوند بعنوان شهر ملی صنایع دستی در کشور انتخاب خواهند شد.

لازم به ذکر است اعتبار شهر جهانی به مدت ۴ سال بوده و پس از طی مدت ۴ سال و به شرط رعایت ایجاد تمامی استانداردها و ایجاد ویژگی های عنبرج در این دستورالعمل این عنوان قابل تمدید خواهد بود.

روند اجرای مراحل انتخاب شهر

جهانی صنایع دستی

۱. تهیه طرح پیشنهادی برای انتخاب شهر
 - طرح پیشنهادی باید دارای ویژگی های زیر باشد:
 - تاریخچه شهر
 - سابقه وجود رشته صنایع دستی
 - صنعتگران و هنرمندان
 - کارگاههای تولید و فروشگاه های عرضه
 - مراکز آموزش و پژوهشی
 - صادرات

۲. نامه درخواست انتخاب شهر جهانی از طرف مدیر کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان، استاندار، شهردار و فرماندار به معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری که تنها نماینده رسمی کشور در شورای جهانی صنایع دستی و یکی از مدیران منطقه آسیا و اقیانوسیه در شورای مذکور است

مزایای فرهنگی اجتماعی:

- معرفی زوایای فرهنگی آن جامعه
- استوار شدن پایه ملی فرهنگی صنایع دستی جامعه در سطح بین المللی

لازم به ذکر است که استانداردهای تدوین شده در قالب ۵ محور کلی ارائه می گردد. کلیه شهرهای داوطلب اخذ عنوان شهر جهانی صنایع دستی بایستی دارای شرایط زیر باشند:

۱. اطلاعات محصول صنایع دستی، تاریخ، فرهنگ و سنتهای نهفته، پایداری و ماندگاری مواد اولیه بکار رفته، شیوههای تولید، طراحی، نوآوری، گوناگونی تولید، پروژه های تخصصی و گالری ها، انتشارات و تبلیغات

۲. ارزش محصولات: ارزش فرهنگی، ارزش اقتصادی، ارزش اجتماعی

۳. روش های آموزش در تولید محصولات - آموزش های رسمی - آکادمیک بلند مدت (مراکز آموزش عالی و دانشگاهها) - آموزش های رسمی - میان مدت (مدارس و دبیرستانها)

- آموزشهای غیررسمی - (سنتی) - فعالیت مدارس طراحی و مشارکت طراحان و هنرمندان در آموزش در این مدارس - چاپ کتابهای صنایع دستی به زبان فارسی - چاپ کتابهای صنایع دستی به دو زبان فارسی و انگلیسی

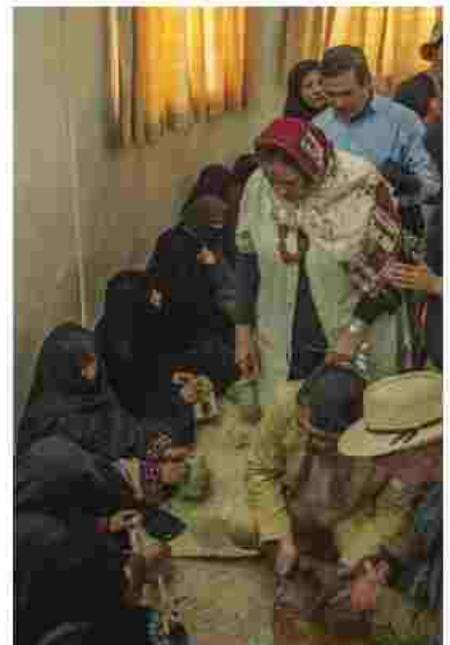
۴. وضعیت صنعتگران و هنرمندان - حقوق و درآمد بدست آمده از شرکت در نمایشگاهها - وضعیت کار صنعتگران (بیمه و مزایای رفاهی)

از دیگر مزایای ثبت جهانی می توان به موارد زیر اشاره نمود:

- برنامه های مشارکت های خلاقانه
- موزه ها، گالری ها و مدارس صنایع دستی
- پروژه های ارتقاء صنایع دستی
- پروژه های همکاریهای علمی و بین المللی

۵. نمای کلی شهر

- پراکندگی نمادهای صنایع دستی در فضاهای شهری



استانداردهای شهر جهانی صنایع

دستی براساس ابلاغ شورای جهانی

صنایع دستی (wcc)

براساس استانداردهای زیر هر شهری که دارای ویژگی ها و شرایط موردنظر باشد میتواند با ارائه درخواست رسمی روسای دولتی شهر مانند شهردار، فرماندار و استاندار و تصمیم گیرندگان بخش صنایع دستی آن شهر مانند مدیر کل مربوطه و ارائه آن درخواستها به معاون صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری بعنوان بالاترین مقام رسمی صنایع دستی در آن کشور بعنوان متقاضی کسب عنوان شهر جهانی صنایع دستی^۲ معرفی شود تا پس از ارزیابیهای بعمل آمده توسط هیأت داور شورای جهانی صنایع دستی و بررسی در میان روسای مناطق مختلف شورای جهانی صنایع دستی و مجمع اصلی بعنوان شهر جهانی صنایع دستی انتخاب و معرفی شود.

مزایای اقتصادی:

- معرفی محصولات در سطح جهانی
- فروش محصولات در سطح جهانی
- تبدیل شدن به برند بین المللی
- رونق کسب و کار هنرمندان و صنعتگران

(کلیه توصیه نامه ها باید به زبان انگلیسی تهیه و امضاء می شود).

۳. ارائه نامه نهایی درخواست معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی به رئیس منطقه آسیا و اقیانوسیه شورای جهانی صنایع دستی.

۴. ارائه کلیه مدارک همراه با نامه درخواست رئیس منطقه آسیا و اقیانوسیه شورای جهانی صنایع دستی به رئیس شورای جهانی صنایع دستی.

۵. ارسال کلیه مدارک از سوی رئیس شورای جهانی صنایع دستی به روسای ۵ منطقه شورا در اروپا، آفریقا، آمریکای لاتین و آمریکای شمالی جهت اظهار نظر سایر روسای مناطق.

۶. بررسی و رأی نهایی درخواست در مجمع عمومی شورا یا حضور کلیه اعضا پس از گردآمدن نظرات.

ساختار، تشکیلات و

مأموریت های دبیرخانه شهر جهانی صنایع دستی

براساس آیین نامه و ابلاغیه های شورای جهانی صنایع دستی (WCC) در سال ۲۰۱۴ میلادی و با هدف عالی ارتقاء سطح زندگی مردم صیانت از صنایع دستی، اشتغالزایی و ترویج خلاقیت در این حوزه کلیه شهرهایی که پس از انجام مراحل انتخاب، بعنوان شهر جهانی صنایع دستی برگزیده شده اند وظایفی دارند که در ذیل به آن اشاره می شود:

وظایف تشکیلاتی

۱. راه اندازی مرکز دبیرخانه شهر جهانی صنایع دستی^۳

الف: اختصاص یک فضای مناسب جهت راه اندازی دبیرخانه و فعالیتهای مرتبط با آن.

ب: دبیرخانه دارای یک رئیس، یک منشی و حداقل سه کارشناس و تجهیز ات مناسب میباشد.

تبصره ۱: کلیه نیروی انسانی موجود در دبیرخانه مرتبط با صنایع دستی بوده و با موضوع و محتوای فعالیت آشنایی کامل داشته باشد.

تبصره ۲: دبیرخانه وظیفه بررسی روند

فعالتهای شهر جهانی را عهده دار بوده و مسئولیت تهیه گزارش سالانه با اطلاعات دقیق را (تصاویر و آمار) خواهد داشت. این گزارش آماری و تصویری بطور مقایسه ای نسبت به قبل از انتخاب شهر باید تهیه شود و مقیاس آن پیشرفت در حوزههای مختلف صنایع دستی یا توجه به استانداردهای مورد نظر ابلاغی می باشد. به عبارت دیگر دبیرخانه وظیفه رصد فعالیتهای، گردآوری آمار و اطلاعات و ارسال گزارشها را دارا می باشد.

تبصره ۳: دبیرخانه باید روند کاری و چارت تشکیلاتی خود را هنگام تشکیل با تایید مقامات مسئول طی گزارش (اولین گزارش) به رئیس منطقه آسیا و اقیانوسیه اعلام نماید.

تبصره ۴: گزارش سالانه پس از تهیه و تدوین توسط دبیرخانه باید به تایید مقامات مسئول شهر، استان و کشور رسیده و به رئیس آسیا و اقیانوسیه شورای جهانی صنایع دستی ارسال شود.

۲. راه اندازی شورای شهر جهانی با حضور اعضای ثابت زیر:

- استاندار (رئیس شورا)

- معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی کشور

- شهردار

- مدیرکل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی استان

- مدیرکل سازمان مدیریت و برنامه ریزی

- مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (دبیر شورا)

- سه نفر از هنرمندان با پیشنهاد مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان و تایید معاون صنایع دستی کشور

وظایف ترویجی - آموزشی

- بکارگیری نمادهای صنایع دستی در مناظر شهری و بین شهری مانند ورودیهای هر شهر، بوستان ها، میادین و خیابانهای اصلی و مرتبط با صنایع دستی

- گسترش تبلیغات صنایع دستی شهر در سطح ملی و بین المللی از طریق تهیه و توزیع گسترده اقلام تبلیغاتی (بروشور و کاتالوگ های تبلیغاتی چندزبانه، تبلیغات مجازی،

تبلیغات رسانه ای و دیجیتال).

- فراهم آوردن شرایط مناسب جهت تعامل میان هنرمندان شهر با دیگران شهرهایی جهانی ثبت شده مانند شرکت در نمایشگاهها و برگزاری بازارچه های فروش و فروشگاه های ثابت و غیره

- فضای مناسب آموزش برای آموزش های کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت صنایع دستی در مراکز خصوصی، نیمه خصوصی و دولتی، دانشکده های مختلف مرتبط با رشته های صنایع دستی، مراکز و موسسات آموزش عالی، هنرستانها و مراکز آموزشی آزاد، - تهیه کتب آموزشی و علمی مرجع، کتب آموزشی و مهارتی، تهیه بسته های برنامه های آموزشی کوتاه مدت و بلندمدت، برگزاری سمینارها و کارگاههای آموزشی.

وظایف حمایتی

۱. حمایت و توسعه زیرساخت های حمل و نقل:

- وجود سیستم حمل و نقل جاده ای و شبکه راهنمای پیوسته بین نقاط شهری و روستایی

- وجود سیستم حمل و نقل جاده ای شهری و درون شهری و بین شهری

- وجود سیستم حمل و نقل هوایی جهت جابجایی مسافر و کالا

۲. حمایت و توسعه زیرساخت های اقتصادی:

- سیستم بانکی و شبکه مبادله اقتصادی الکترونیکی

- شبکه بیمه هنرمندان و محصولات آنها

- شبکه بورس کالا ویژه محصولات صنایع دستی

۳. حمایت و توسعه فضاهای تجاری:

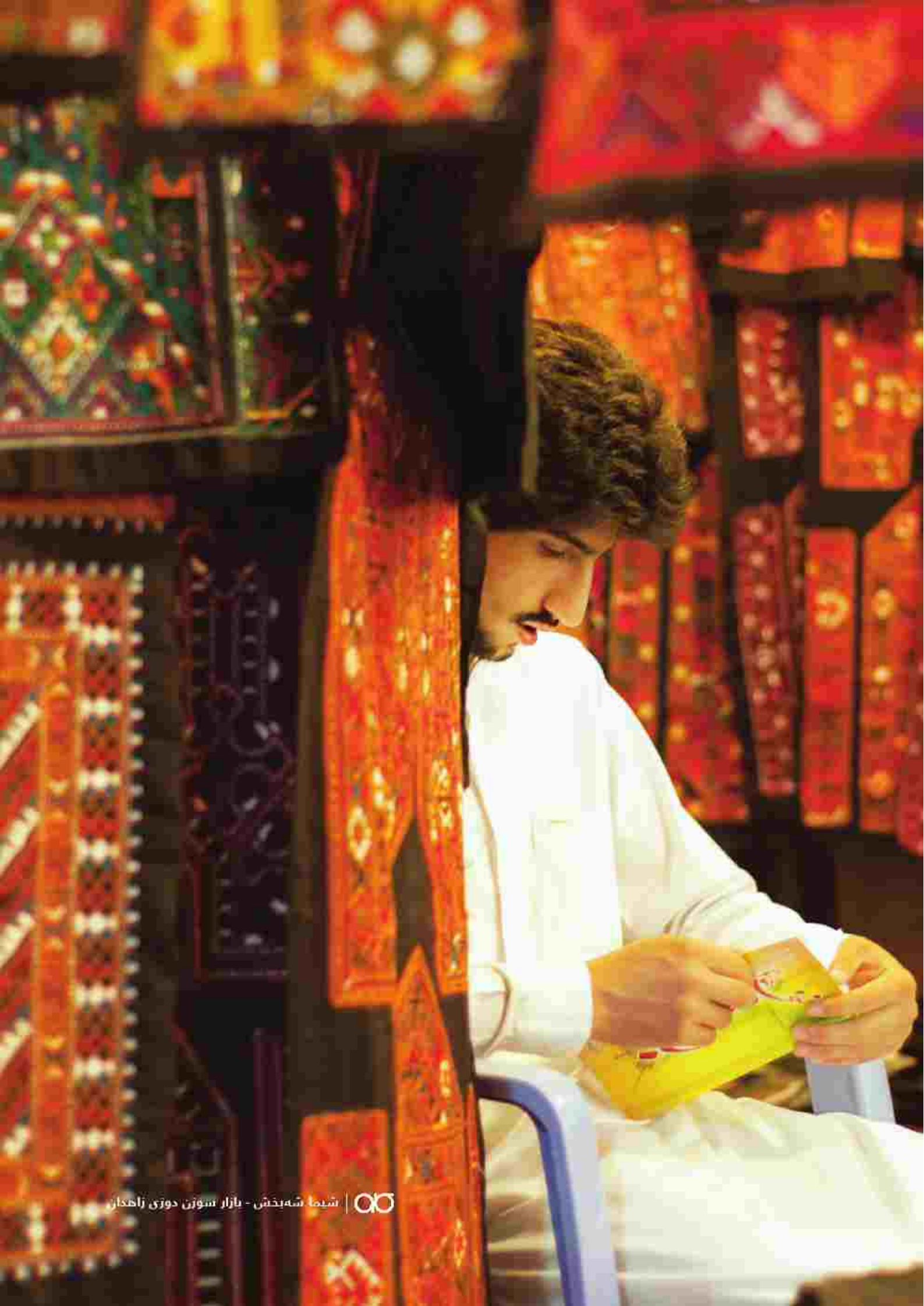
- مراکز و مجتمع های تجاری صنایع دستی

- بازارهای ثابت صنایع دستی شهری و روستایی

- بازارچه های فصلی و موسمی صنایع دستی شهری و روستایی

- نمایشگاه های ثابت صنایع دستی

- دهکده صنایع دستی



کلیورگان؛ جهانِ کهنِ سفال زنانه

کلثوم بزی

تهیه‌ی گل سفال دست یابند. آنها از زمانی صحبت می‌کنند که مجبور بودند آنقدر با سنگ بزرگ استوانه‌ای روی سنگ و کلوخ بکوبند تا سنگ خاک شود و دست زنان هم زیر و خونین، خوشحال بودند که امروز می‌شود با آلوده‌ی تپه‌ی گل‌دیگی در دامنه‌ی کوه مشکوتک را شخم زد و در نهایت، کوبیدن آنچه بدست می‌آید آنقدرهاام سخت نیست، می‌گویند دستهایمان هرروز درد می‌کند، همه‌ی بدنمان درد می‌کند، مدتی کارگاه در انحصار گروه خاصی بوده ما اجازه‌ی ورود به کارگاه نداشتیم، مجبور بودیم در خانه سفالگری کنیم و خاک از کوه بیآوریم و بکوبیم و این همه درد فراوان داشته است.

کلیورگان می‌خواهند، سفالگری اغلب انتخاب اول زنان امروز کلیورگان نبوده است، دختران جوان و نوجوان کلیورگان اغلب دوست دارند معلم شوند و یا به مشاغل دیگر مرسوم روی بیاورند، وقتی مشکل نبود مدرسه در روستا و تعصبات قومی و مذهبی راه را بر ادامه تحصیل و راه یافتن به دانشگاه و مشاغل دیگر ببندد، آن وقت سفالگری در عوزه‌ی زنانه را انتخاب می‌کنند، سفالگری در کلیورگان کار سخت و طاقت فرسایی بوده است، این را زنان سالخورده‌ی کلیورگانی می‌گویند که بیش از ۶۰ سال از عمرشان را صرف کوبیدن سنگ کوه مشکوتک کرده‌اند تا به خاک مورد نظر برای

عشق و علاقه‌ای به انجام کار سفالگری در زنان کلیورگان وجود دارد چرا که این هنری است کهن و در وجود زنان نشسته است، با شروع کار، شوق آنها برای ادامه بیشتر می‌شود و واقعا انجام کار را دوست دارند. در کلیورگان هر زنی از شش-هفت سالگی سفالگری را تجربه می‌کند، بیشتر زنان، کارگاه را که با عنوان عوزه زنانه سفال کلیورگان شناخته می‌شود دیده‌اند، اما عشق هست و نیست، مثل این است که شما چیزی را دارید اما چیزهای دیگری هم می‌خواهید، سفال مثل دارایی زنان است، اما از نظر ایشان این دارایی باید به کاری دیگر هم بیاید، این دارایی همه‌ی آن چیزی نیست که زنان

جمعیت کل روستای کلیورگان: ۶۲۰ نفر
تعداد زنان: ۳۰۵ نفر
تعداد مردان: ۳۱۵ نفر
تعداد جوانان: ۴۰۰ نفر
فارغ التحصیلان دیپلم و بالاتر: ۵۷ نفر
مساحت: ۶۵ هکتار
آمار بازدیدکنندگان در سال: حدوداً ۲۰ هزار نفر

سفالگری در کلیورگان
سخت و طاقت فرسایی
بوده است. این را زنان
سالخورده‌ی کلیورگانی
می‌گویند که بیش از
۶۰ سال از عمرشان را
صرف کوبیدن سنگ کوه
مشکوتک کرده‌اند تا به
خاک مورد نظر برای تهیه‌ی
گل سفال دست یابند. آنها
از زمانی صحبت می‌کنند
که مجبور بودند آنقدر با
سنگ بزرگ استوانه‌ای
روی سنگ و کلوخ بکوبند
تا سنگ خاک شود و دست
زنان هم زبر و خونین.

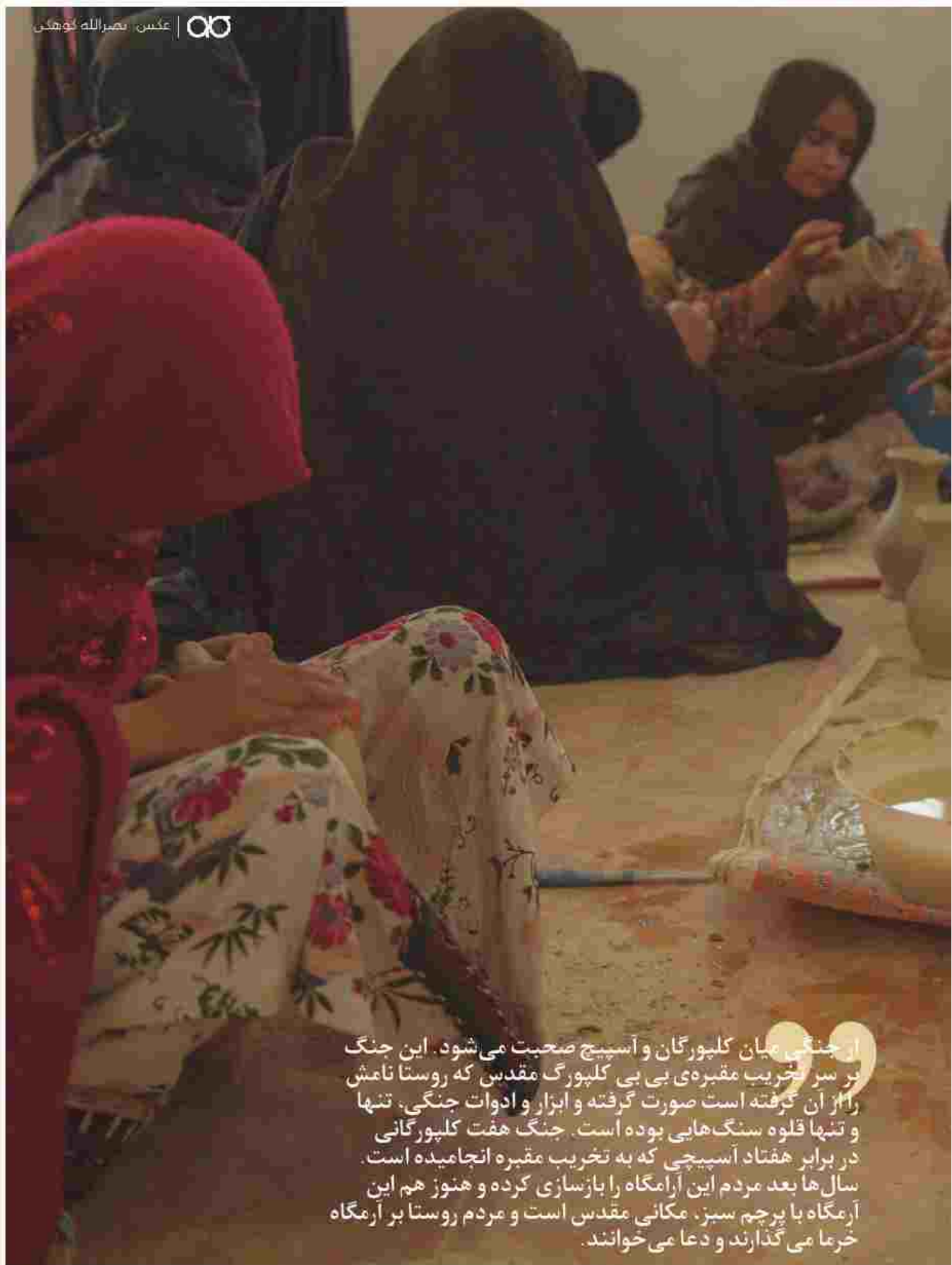
ملنگ عارف، رئیس شورای روستای
سراوان به سوال ما درباره‌ی سابقه‌ی
روستای کلیورگان، اینکه اولین بار کی
ساخته شد و شکل گرفت و چه کسانی
این روستا را ساختند می‌گوید:

روستای کلیورگان بارها ساخته شده و با خشکسالی‌های پیاپی نابود شده و از نو ساخته شده است. زندگی مردم عشایری بود و به مناطق مختلف کوچ می‌کردند. اما زمستان‌های سرد باعث شده که مردم در محل فعلی روستای کلیورگان قلعه روستایی بسازند که امروزه به قلاع معروف است. این قلعه فقط یک در داشت و تعدادی اتاق حول حیاطی دور هم ساخته شده بودند. مردم با بز و گوسفندان شان، زمستان را در این قلعه به سر می‌بردند. قلاع محل زندگی مردم با قلاع حاکمان فرق داشت. البته که کلیورگان حاکمی نداشت و مردم پیرو پیروی بودند که ریش سفید قلعه بود و به وقت لایروبی قنات و کشاورزی و دیگر مسائل حکم او فصل الخطاب بود. قلعه که مردم معتقدند هزار سال قدمت دارد امروز در میان باقی خانه‌های روستا دیده می‌شود. از این قلعه تنها یک اتاق باقی مانده است که نشان می‌دهد بنایی خشت و گلی بوده و قلوه‌ها سنگ‌های نه چندان درشت در ملات دیوار به چشم می‌خورد. سقف با تنه‌ی نخل و حصیر ساخته شده و پنجره‌هایی دارد. برای

ساخت خشت از قالب‌های مربع شکل که با کنار هم قرار دادن ساقه‌ی پیش خرما تهیه می‌شد، استفاده می‌کردند و یا اینکه گل پهن می‌شد و بعد با تکه چوبی به شکل خشت بریده می‌شد. اینروزها اما اغلب خانه‌های روستا با بلوک‌های سیمانی و بتونی ساخته شده است. کلیورگان نام خود را از نام بانویی به نام بی بی کلیورگ گرفته است که داستانی جالب دارد. داستانی که به نظر می‌رسد پاسداشت زندگی امروز سفالگران کلیورگان و ماهیت زنانه‌اش را به نوعی تبیین می‌کند. ملنگ عارف می‌گوید: در این سالها باد و باران و نبود آدمها باعث تخریب قلعه شده اما این اتاق به خاطر اعتقادات مردم باقی مانده. این اتاق ذکرخانه‌ی قلعه بوده و مکانی مقدس است. اجداد مردم کلیورگان و روستای پیرآباد که تقریباً در پنج کیلومتری کلیورگان قرار دارد پیرو طریقت بوده و مجالس ذکر و موسیقی عرفانی بخشی از زندگی شان را تشکیل می‌داده است. ریشه‌ی اصلی پیران و سیدان در سیوند سند قرار داشته است. شاعران عارف بسیاری در کلیورگان زیسته‌اند. در تاریخ روستا تنها جنگی که به خاطر می‌آورند یجز حمله‌ی مغول که به دلایل تاریخی و مکانی درستی آن مورد تردید است، از جنگی میان کلیورگان و آسپیچ صحبت می‌شود. این جنگ بر سر تخریب مقبره‌ی بی بی کلیورگ مقدس که روستا نامش را از آن گرفته است صورت گرفته و ابزار و ادوات جنگی، تنها و تنها قلوه سنگ‌هایی بوده است. جنگ هفت کلیورگانی در برابر هفتاد آسپیچی که به تخریب مقبره انجامیده است. سال‌ها بعد مردم این آرامگاه را بازسازی کرده و هنوز هم این آرامگاه با پرچم سبز، مکانی مقدس است و مردم روستا پر آرامگاه خرما می‌گذارند و دعا می‌خوانند. خرما مقدس است و در این منطقه به آن سوگند می‌خورند. بی بی کلیورگ هم داستانی مشابه بی بی دوست در سیستان دارد با این تفاوت که به جای برادر، در جریان فرار از دست دشمنان، همراه وی بانویی دیگر به نام بی بی هاچر بوده است. نام دیگری هم برای آرامگاه بی بی کلیورگ دارند و آن درویش ولی است. از زمانی که مردم روستا به خاطر می‌آورند

هر خانواده خارج از قلعه با داز و پیش خرما و حصیر، کپری می‌ساخت و زنان زمانی از شبانه روز را به طور مستمر در این کپرها می‌نشستند و اغلب با کمک مردان خاک می‌کوبیدند و گل آماده می‌کردند و به تنهایی سفالگری می‌کردند. بخصوص زدن نقش روی سفال کاملاً کاری زنانه بود. سفالی که زنان می‌ساختند، توسط مردان به ایرانشهر، مگس، جاللق و آسپیچ و... برده شده و با گندم و خرما و روغن معاوضه می‌شد. شغل مردان عمدتاً کشاورزی و به طور خاص سبزی کاری بوده و تره و جعفری و تربچه و کشنیز و... می‌کاشتند و تا همین اواخر سبزی مورد نیاز سراوان و شهرهای اطراف توسط مردم کلیورگان تامین می‌گشت. زمانی که مردان برای فروش سفال‌ها و شکار به خارج از روستا می‌رفتند، کار آبیاری زمین‌ها و کشاورزی با زنان بود. مردان به وقت نیاز نان می‌پختند و غذا درست می‌کردند. سفالگری کار مهم و مقدسی بود و مردان دریافته بودند زنان بهتر از آنها از عهده‌ی ظرایف کار بر می‌آیند، با این حال به وقت نیاز ساخت ظروف را تا مرحله مهره‌کشی هم انجام می‌دادند اما نقش‌پردازی عملی زنانه تلقی می‌شد. در مناطق دیگر بلوچستان مردان سفالگر بیش از زنان به چشم می‌خورند و عمل نقش‌پردازی به وسیله‌ی انگشتان دست صورت می‌گیرد که این مرحله ای پیش‌تر از کشف قلم موهایی از شاخه‌ی درختان است. البته اعتقاد بر این است که در ابتدا سفالگران همه‌ی مناطق زنان بوده‌اند و به مرور در برخی جاها نقش سفالگری زنان به مردان تفویض شده است. باری مردم کلیورگان می‌گویند در کلیورگان زن و مردی را داشته باشد، کسانی که امروز در روستا زندگی می‌کنند و سفالگری بلد نیستند، کلیورگانی نیستند و بواسطه‌ی ازدواج و... به این روستا آمده‌اند و طبیعتی است با این فن آشنا نبوده و اغلب علاقه‌ای به یادگیری نداشته‌اند. اصلی‌ترین شغل مردم بخصوص زنان سفالگری بوده است اما برای ساخت کپر و ظروف مورد نیاز، مردان و زنان روستا به حصارباقی هم اشتغال داشته و زنان برای تهیه‌ی لباس سوزندوزی می‌کنند.





از جنگی میان کلیورگان و اسپنج صحبت می‌شود. این جنگ بر سر تخریب مقبره‌ی بی بی کلیورگ مقدس که روستا نامش را از آن گرفته است صورت گرفته و ابزار و ادوات جنگی، تنها و تنها قلوه سنگ‌هایی بوده است. جنگ هفت کلیورگانی در برابر هفتاد اسپنجی که به تخریب مقبره انجامیده است. سال‌ها بعد مردم این آرامگاه را بازسازی کرده و هنوز هم این آرامگاه با پرچم سبز، مکانی مقدس است و مردم روستا بر آرامگاه خرمی گذارند و دعا می‌خوانند.



هنوز هم سفال کلیورگان محصولی کاربردی است. در کاسه‌ای سفالی برایمان خرما می‌آورند، در پارچ سفالی بر سر سفره آب گذاشته‌اند و می‌گویند در همین ظرفها ماست بسته‌اند و بر روی اجاق سفالی و در ظرفی سفالی خورشیدی پخته‌اند و در غودسوز سفالی اسفندی و غودی دود کرده‌اند و این همه زنده بودن سفال برایم جالب است.

فاطمه ۱۳ ساله است و از هفت سالگی در کارگاه سفالگری کرده است او با شوق زیاد کار می‌کند و ضمن علاقه به نقش و فرم‌های جدید می‌گوید: دوست دارم نقش جدید بزنم اما می‌گویند نقش‌های قدیمی بهتر است و من هم حرف گوش می‌کنم.

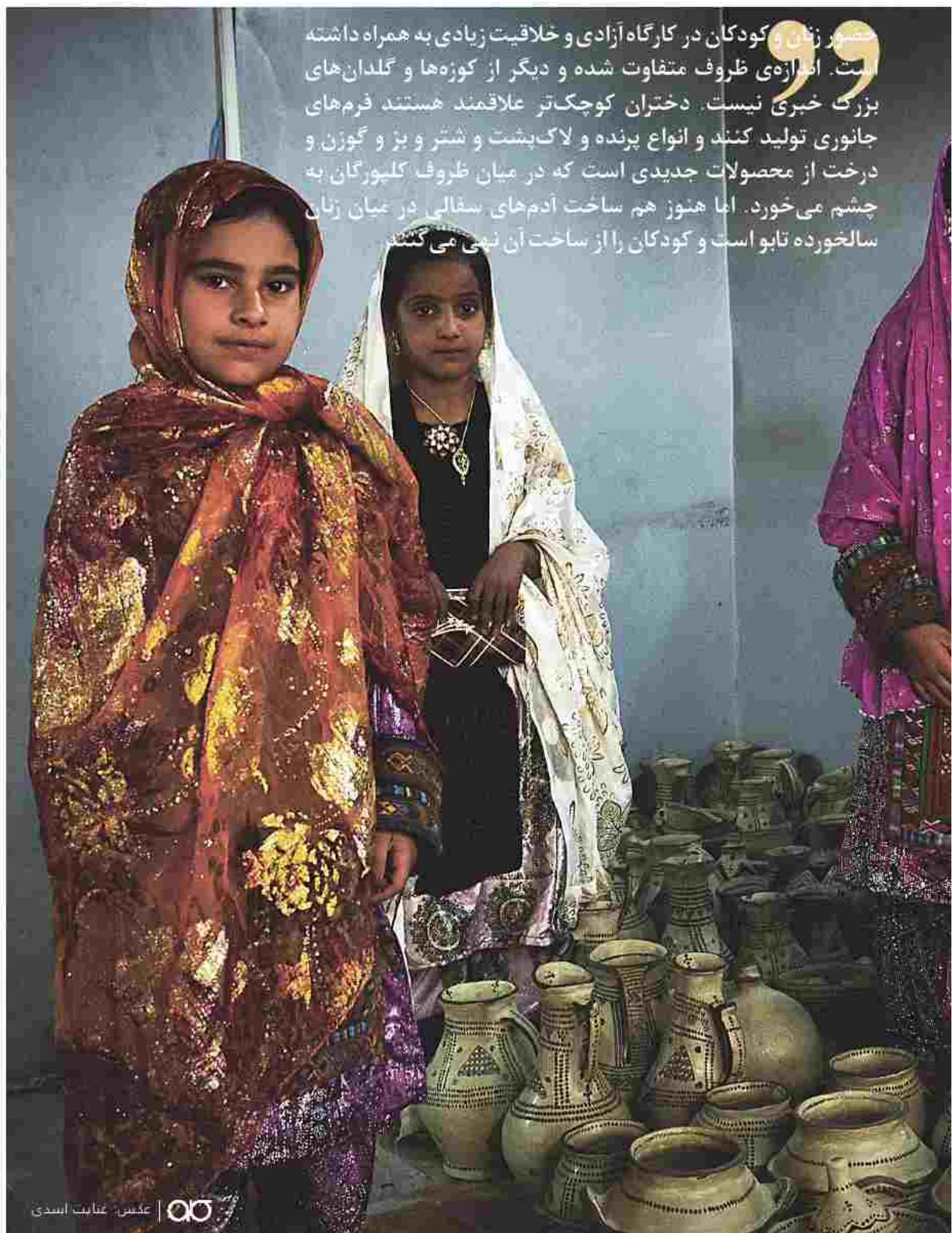
سالها پیش متصدیان فرهنگ و هنر وقت چرخ سفالگری به منطقه آوردند، اما پای رتبه به چرخ نمی‌رسید و مردها هم علاقه‌ای به کار نداشتند و بعد از مدتی چرخهای بلااستفاده را از کارگاه خارج می‌کنند.

حضور زنان و کودکان در کارگاه آزادی و خلاقیت زیادی به همراه داشته است. اندازه‌ی ظروف متفاوت شده و دیگر از کوزه‌ها و گلدان‌های بزرگ خبری نیست. دختران کوچک‌تر علاقمند هستند فرم‌های جانوری تولید کنند و انواع پرند، لاک‌پشت و شتر و بز و گوزن و درخت از محصولات جدیدی است که در میان ظروف کلیورگان به چشم می‌خورد. اما هنوز هم ساخت آدم‌های سفالی در میان زنان سالخورده تابو است و کودکان را از ساخت آن نهی می‌کنند. پیروز و خدیجه و خان بی‌بی استادکاران سالخورده‌ی کلیورگانی هستند که در این سفر با ایشان ملاقات کرده‌ایم. هرچند که سفال کلیورگان استادکاران بسیاری به خود دیده که در جاهای دیگر از ایشان به نیکی نام برده شده است. آن‌طور که می‌گویند هر سه خواهند و با مادرشان که او هم استادکار سفال بوده و نود سال سن دارد یا هم زندگی می‌کنند. سن هر کدامشان بالاتر از ۶۰ سال است. خدیجه در موضوع ساخت پیکرک‌های انسانی وارد گفتگو می‌شود و می‌گوید: دسترنج ما از خاک است. این دست‌ها از خاک ساخته شده‌اند و تنها «الله» می‌تواند آدم درست کند. ما نمی‌توانیم و نباید در کار او دخالت کنیم. پروانه دهنواری می‌گوید: کلا بلوچها علاقه‌ای به ساخت عروسک‌های سفالی ندارند.

پروانه دهنواری، مسئول تازه‌ی کارگاه سفال کلیورگان است. از حضور کودکان در کارگاه استقبال می‌کند و در چند سطح برای سفالها قیمت گذاشته است. استادکاران می‌توانند برای کارهایشان قیمت تعیین کنند. کار کودکان با قیمت‌های پایین به فروش می‌رسد و پول آن در اختیار خودشان قرار داده می‌شود. ظاهراً آن‌طور که خودش می‌گوید، کوره حداقل ماهی یکبار روشن می‌شود، تولید بالا رفته، قیمت‌ها پایین آمده اما هنوز معضل فروش وجود دارد. در روستایی که اینترنت نیست، راه اندازی و اداره کردن کانال‌ها و سایت‌های فروش اینترنتی محصولات سفال آسان نیست. فعلاً اقتصاد سفال بر سفارش‌های گاه و بیگاه و خرید تکه‌تکه‌ای یازدید کنندگان و مسافران استوار است. پیروز می‌گوید: قدیم این سفال ارزشی نداشت. یک ماه کار می‌کردی و سیصد تا یک تومانی می‌گرفتی اما حالا اگر دل به کار بدهی و سفال مرغوب بسازی تا ماهی یک میلیون و نیم هم درآمد خواهی داشت.

فرهنگ کار به شدت در کلیورگان جاری است. زنان و مردان و کودکان کار می‌کنند. در این روستا کسی گدایی نمی‌کند و حتی افراد معتاد هم هر جا لازم باشد شاگردی و کارگری و بازبری انجام می‌دهند. آن‌طور که سعید حسن زهی دهیار روستا می‌گوید: شغل بیشتر مردان کشاورزی (نخل داری)، مغازه داری (سوپرمارکت، ساندویچ، تعویض روغن، تعمیرکار ماشین) و برخی مشاغل کاذب است زنان نیز به سفالگری، سوزندوزی و حصیربافی اشتغال دارند. روستا دبستانی دارد و دبیرستان آن نیز به تازگی در حال تأسیس است. خانه‌ی بهداشت و ایستگاه کمک‌رسانی هلال احمر هم هست. آب و برق و آنتنی برای تلفن همراه در کلیورگان است. آب روستا از قنات کلیورگان و قنات مشکونتک تأمین می‌شود که به نظر می‌رسد دیگر قادر به تأمین همه‌ی نیاز آب روستا نیست. با این حال مردم روستای کلیورگان شادمان، مهربان و برای حرکت رو به جلو مصمم هستند و آن‌طور که خودشان می‌گویند هیچ چیز نمی‌تواند مانع آن شود که روستایشان میزبان مهمان ایران و جهان نباشد و کوچه پس کوچه هایش محل بهتری برای زندگی نشود.

حضور زنان و کودکان در کارگاه آزادی و خلاقیت زیادی به همراه داشته است. اندازه‌ی ظروف متفاوت شده و دیگر از کوزه‌ها و گلدان‌های بزرگ خبری نیست. دختران کوچک‌تر علاقمند هستند فرم‌های جانوری تولید کنند و انواع پرنده و لاک‌پشت و شتر و بز و گوزن و درخت از محصولات جدیدی است که در میان ظروف کلیورگان به چشم می‌خورد. اما هنوز هم ساخت آدم‌های سفالی در میان زنان سالخورده تابو است و کودکان را از ساخت آن نهی می‌کنند.



تصویر ۱: این کوه
مشکوتک است،
تپه‌های گل‌دیگی با
خاک زیتونی‌شان در
دامنه‌ی این سنگ‌ها
قرار گرفته‌اند.



تصویر ۲: مردان
خاک را به خانه و
کارگاه می‌آورند، مردان
خاک را در حوضچه‌ها
می‌ریزند و گل سفال را
آماده می‌کنند.



تصویر ۳: و زنان
آغاز می‌شوند:
فتیله‌ها و ورق‌های
گل... و صاف‌کاری‌ها



تصویر ۶: و کودکان



تصویر ۷: و صیقل... که
از روح می‌آید و بر دیواره
ی ظرف می‌نشینند و
صیقل می‌یابد.



تصویر ۴: و
صافکاری‌ها



تصویر ۵: زنان



تصویر ۹: و از دست
زنان که به هزاران
نقش آغشته است.

تصویر ۸: و نقش از
جوهر تیتوک می‌آید.

تصویر ۱۰: وساقه‌ای،
شاخه‌ای از گیاه که
درختی است تناور...



تصویر ۱۲:
سپهر....

تصویر ۱۱: و ظروف
هزار نقش برای پخت
آماده است.

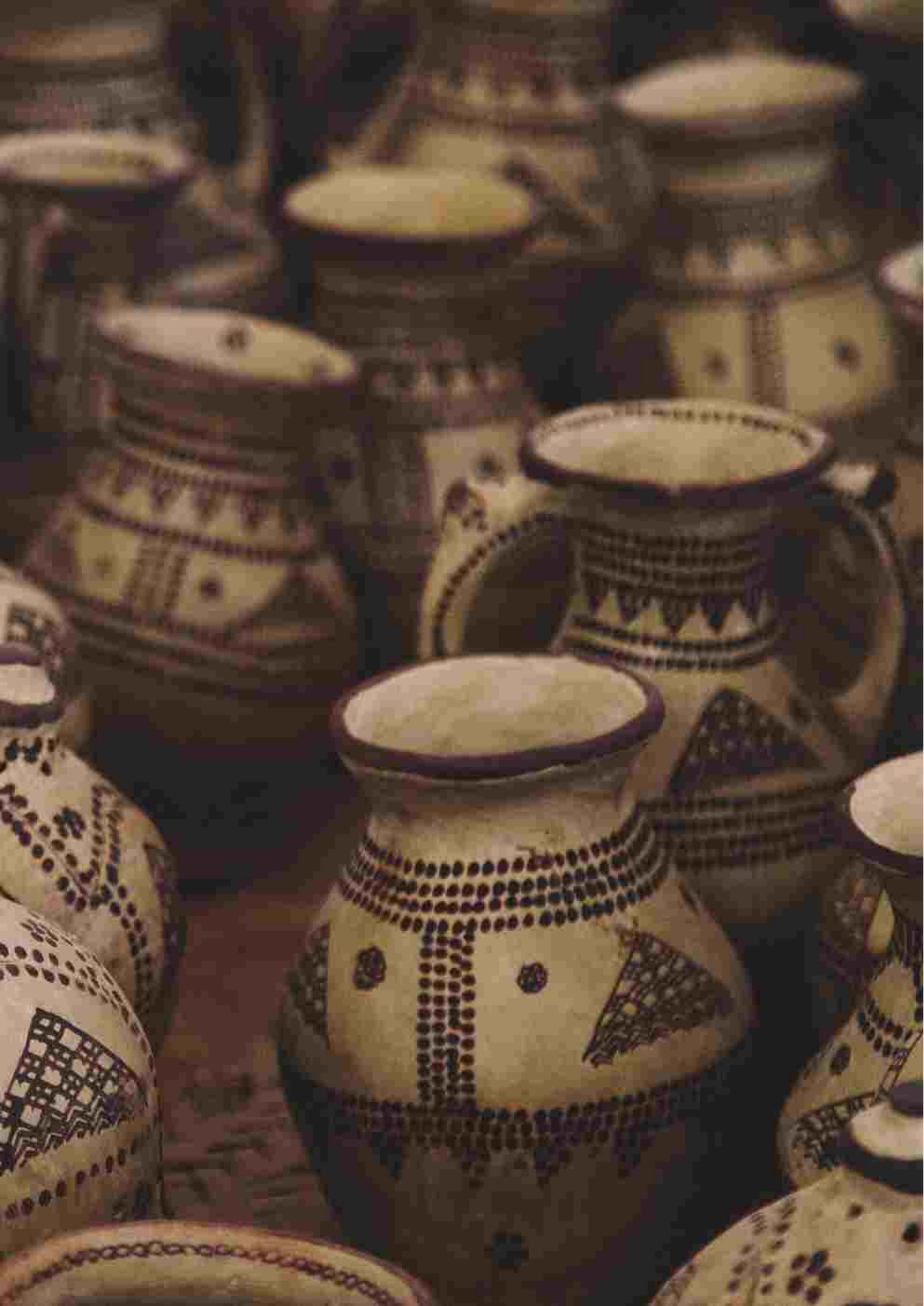


تصویر ۱۳:
در
کلپورگان

داستان تصویری کلپورگان



تصویر ۱۴:
تاریخ به آدمی تقدیم
می‌شود.



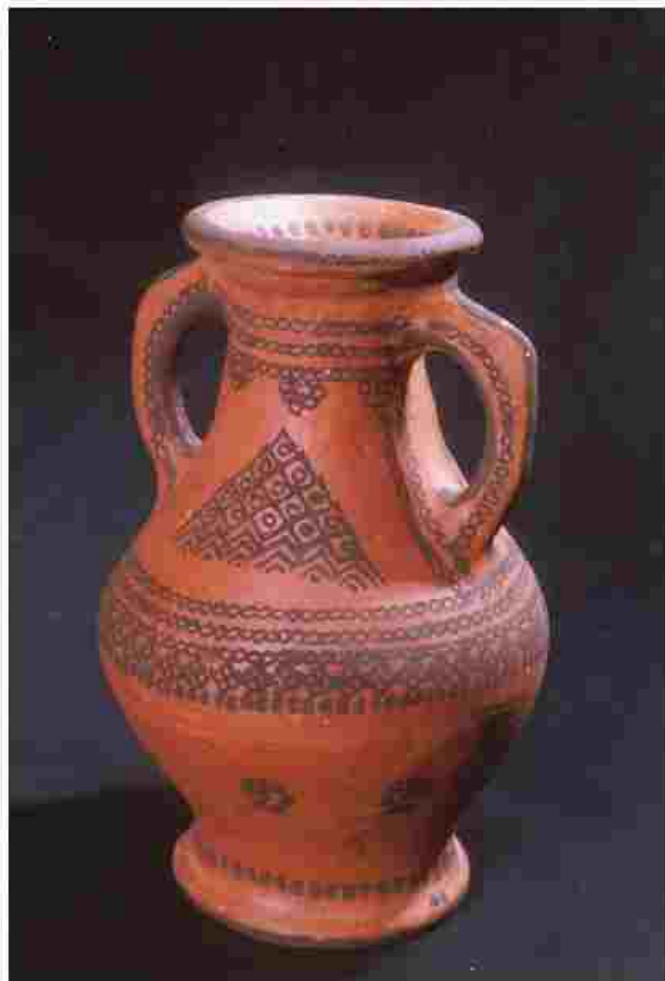


بررسی سفال عصر نوسنگی در ایران

مطالعه مورفی: سفال کلپورگان، سراوان

اسماعیل آرناب، کارشناس ارشد هنرهای تجسمی، دانشگاه کراچی، پاکستان

عکس: نصرالله کوهکن



اما دقیقاً در دوره ای که هیچ آثاری از استفاده از خاک رس در به دست نمی آید یافته‌های باستان‌شناسی نشان از تولید و استفاده از ابزار ساخته شده توسط سنگ را دارد.

کیفیت سفال‌های کشف‌شده از یک دوره زمانی در تمام فلات ایران تحت تأثیر موقعیت جغرافیایی و زیست‌محیطی محل ساخت، دارای تشابهات و تفاوت‌های خاص می‌باشد و بر اساس همین ویژگی‌ها می‌توان دوره و محل ساخت سفالی را از رنگ و نوع نقوش آن تشخیص داد.

با شروع تولید و استفاده از ظروف سفالی در فلات ایران، و سعی در بالا بردن کیفیت آن‌ها منجر به ساخت ابزارهایی جهت استفاده در مراحل فرم دهی گل، پرداخت و تزیینات گردید؛ که اثر استفاده از چنین ابزارهایی را می‌توان بروی سفال‌های کشف‌شده به‌خوبی دید، اما تاکنون گزارش کشف هیچ‌گونه ابزاری خاص که مربوط به سفالگری در قبل از هزاره چهارم ق م باشد ارائه نشده است؛ که شاید دلیل آن عمدتاً استفاده از ابزارهایی چوبی و استخوانی بوده که با گذشت زمان تجزیه و در حین انجام کاوش قابل تشخیص و جداسازی نبوده‌اند.

مراحل ساخت ظروف سفالی اولیه که از گنج دره تپه به‌دست آمده‌اند بدون استفاده از ابزاری خاص و کلیه مراحل تحذیب بخشی و فرم دادن گل تماماً به‌وسیله دست انجام می‌گرفته است که میانگین ارتفاع این گونه‌ها حدود ۹ سانتی

ساخت و کاربرد ظروف سفالی از نیمه دوم هزاره هشتم ق م آغاز شده و در میان سایر صنایع بشری بیشترین قدمت (حدود ده هزار سال) را دارا است. همزمان با آغاز یکجانشینی در ابتدای نوسنگی که با آشنایی انسان با گل همراه بود، انسان حالت چسبندگی، خمیری و سخت شدن در برابر حرارت را در آن کشف کرد، استفاده‌ی مداوم و پی‌درپی از گل، در نهایت به ابداع روش‌های ابتدایی ساخت ظروف سفالی انجامید.

روش‌های ساخت و پرداخت ظروف سفالی از همان دوران آغازین روندی روبه رشد داشت و همانند دیگر مراحل زندگی در جوامع ابتدایی از تغییر بازنیستاد. مراحل تولید که در ابتدا با استفاده از دست و ابزار ساده صورت می‌گرفت، امروزه پس از گذشت ده هزار سال در مراکز تولید اکثر نقاط جهان به‌وسیله فناوری‌های نو و با کمترین دخالت دست انسان تماماً به‌وسیله ماشین‌های پیشرفته صورت می‌گیرد.

امروزه در کنار تولید ظروف سفالی ماشینی، مناطقی در گوشه و کنار جهان به‌صورت پراکنده یافت می‌شوند که جوامع موجود در آن‌ها هنوز هم سفال را با استفاده از دست و ابزار ساده و ابتدایی تولید می‌کنند که در هر کدام از آن جوامع مراحل ساخت و پرداخت به روش خاص صورت می‌گیرد و حتی در مواردی با جوامع همسایه و یکسان دارای تفاوت کلی در مراحل ساخت و پرداخت می‌باشند. از این‌گونه جوامع می‌توان کلیوره گان (سروان)، و لالچین (همدان) در ایران را نام برد.

سفال کلیوره گان به دلیل ساده‌تر بودن مراحل ساخت و پرداخت و ویژگی‌های منحصر به فردی که دارد نسبت به سفال تولیدشده در سایر مراکز تولید ایران از اهمیت بالاتری برخوردار است اما به دلیل دوری از مرکز، کمتر در کانون تحقیق و پژوهش قرار گرفته و در تحقیقات صورت گرفته هم تنها به ذکر مراحل ساخت، پرداخت، ابزار و مواد مورد استفاده اکتفا شده و اشاره‌ای به قدمت و تاریخ مراحل آن نشده است. فقط در یک مورد آن هم با استفاده از دلایل بسیار ابتدایی قدمت‌ش را مشخص کرده و آن را به هزاران سال قبل نسبت می‌دهند.

سفال دوره نوسنگی

با آغاز دوره کشاورزی و ساکن شدن در روستاها ابزار و لوازم مورد استفاده در زندگی روزانه نیز متحول شد و انسان توانست با استفاده از تجربه به نوآوری‌های جدیدی دست پیدا کند که استفاده از خاک رس در تولید گل و کاربرد آن یکی از نوآوری‌ها مهم زندگی اش بوده است.

تخمین اینکه مردمان ساکن در فلات ایران از چه زمانی با خاصیت‌های خمیرایی و چسبندگی خاک‌های رس دار آشنا شده‌اند کار بسیار مشکلی است؛ اما با توجه به اینکه از هیچ‌کدام از غارهای حفاری شده دوران پارینه‌سنگی ایران و کردستان عراق (شانیدر، بیستون، خر، پالگارا، وارواسی، زارزی و هوتو) آثار استفاده از خاک رس در کشف نشده است، می‌توان تصور کرد استفاده از این ماده اولیه سفالگری هم‌زمان با استقرار دائم در روستاهای اولیه صورت گرفته است (طلایی، ۱۳۹۰، ۶۰).

متر است که دارای فرم ناهمگون هستند؛ اما در بعد از این دوران اولیه با ارتفاع و پیشرفت فن‌های ساخت و استفاده از روش‌های قالب‌گیری سبکی و فنیله‌ای به کاربرد ابزارهای شبیه‌کاردکی از جنس چوب یا استخوان جهت اتصال فنیله‌ها و لایه‌ها به هم، نیاز پیدا کرده و در مواقعی با استفاده از دست نیز این کار را انجام می‌داد.

تاکنون به همراه استفاده از کاردک، کاربرد تخته کار نیز در مرحله فرم‌دهی که آن را نمونه اولیه و ابتدایی چرخ سفالگری می‌توان دانست به اثبات رسیده است؛ و لزوم استفاده از ابزار سومی تاکنون ثابت نشده است. اولین نشانه‌های استفاده از چرخ سفالگری را می‌توان به صورت شیاری افقی بر روی سطح داخلی ظروف کشف‌شده در آف‌های سلیک III و شوش I و دیگر آف‌های هم‌عصر مربوط به حدود ۴۲۰۰ ق م دید.

به محصول تکامل‌یافته از تخته کار که فرمی شبیه بشقاب پیدا کرده بود بشقاب چرخ گفته می‌شود که کفی آن یک سوم قطر دهانه است و توپر یا خالی از جنس سفال، چوب و یا سنگ و بیشتر از سفال ساخته می‌شده است. کف ظروف در حال ساخت روی بشقاب توپر و یا داخل بشقاب توخالی قرار می‌گرفت که کف ظروف به شکل فرم داخل بشقاب چرخ درمی‌آمد.

سفال گلپوره گان به دلیل ویژگی‌های خاصی

که دارد آن را به یکی از گونه‌های شاخص سفال در ایران بدل کرده است. این سفال به دلیل رنگ قرمز آجری، تنوع گونه‌ها و نقوش هندسی در نتیجه مراحل تولید و مواد اولیه خاص است که سفالی زیبا هرچند ساده را به وجود آورده‌اند. گلپوره گان روستایی واقع در جنوب شرقی ایران یکی از آن جوامع است که سفال در آن با روش ابتدایی تولید می‌شود. در این روستا تا دهه ۵۰ شمسی هنوز ظروف سفالی جهت استفاده روزانه اهالی روستا و روستاهای اطراف که در یک معامله پایاپای معاوضه می‌شدند تولید می‌شده است.

دوغاب یا گل آب، محلولی است که از آب و گل ساخته‌شده است که سطح سفال پخته‌نشده را با لایه‌ای از آن می‌پوشانند و آن را امروزه به‌عنوان اولین مرحله استفاده از لعاب بر روی سفال می‌دانند. گرچه هنوز علت‌های اصلی این شیوه در سفالگری پیش از تاریخ ایران به‌درستی مشخص نشده است اما به نظر می‌رسد این کار جهت افزایش استحکام ظروف سفالین (پوشاندن حفره‌های سطوح سفال) و نیز افزایش زیبایی و یکدستی سطوح بیرونی ظروف سفالین صورت می‌گرفت (طلایی، ۱۴۱).

امروزه استفاده از خاک رس جهت ساختن گل سفالگری در عصر نوسنگی به اثبات رسیده است. خاک رس به‌عنوان اصلی‌ترین ماده در تهیه گل از گذشته تاکنون به حساب می‌آید که در نتیجه ترکیب دانه‌های ریز مواد کانی و به مقدار خیلی کم مواد آلی تشکیل شده است. این ترکیبات به نسبت درصد در هر منطقه‌ای باهم متفاوت هستند و از این لحاظ است که مقدار چسبندگی، خمیری، رنگ گل، دمای پخت و رنگ سفال به‌دست‌آمده در هر منطقه باهم متفاوت هستند. تمپر، شاموت و مواد پرکننده به‌عنوان ماده مکمل و کمکی به هنگام آماده کردن گل سفال به‌طور آگاهانه به آن اضافه می‌شده‌اند. در سفالگری مناطق مختلف دنیا از مواد مختلفی به‌عنوان تمپر استفاده‌شده است که این مواد را می‌توان به دو گروه تقسیم‌بندی کرد: ارگانیک (گاه و علف‌های خردشده) و غیر ارگانیک (ماسه، شن و غیره). تعیین نوع تمپر که بدون تردید با استحکام سفال بعد از پخت ارتباط دارد، در مطالعات سفال اهمیت زیادی دارد. مواد تمپر معمولاً نقطه ذوب و مقاومت شیمیایی متفاوت دارند. مهم‌ترین کاربرد آن جلوگیری از تغییر شکل بدنه ظروف هنگام پخت، ایجاد انبساط حرارتی مناسب و کنترل انقباض تر به خشک و خشک به پخت است. علاوه بر این تمپر در تعیین تخلخل و تا اندازه‌ای رنگ بدنه، اتصال مناسب پوشش و بدنه نقش بسیار مهمی دارد (همان منبع، ۱۵۰) و مهم‌ترین دلیل دیگر آن می‌توان به بالاترین قدرت چسبندگی و خمیری گل اشاره کرد که به سفالگر قدرت شکل‌دهی بهتر می‌دهد.

می‌توان از رنگ‌های ساخته‌شده از رنگ دانه‌های مواد کانی در قبل و بعد از پخت، جهت منقوش کردن ظروف سفالی استفاده کرد. ولی بهترین زمان استفاده از این رنگ‌ها در قبل از انجام عمل پخت است؛ زیرا ترکیبات تشکیل‌دهنده این رنگ‌دانه‌ها در اثر حرارت، ذوب‌شده و با ترکیبات بافت بدنه جوش می‌خورند که این دلیل پایدارتر بودن این نقوش است و حتی مقداری از ترکیبات غیرضروری موجود در رنگ دانه که باعث عدم ثبات آن می‌شوند سوخته و از بین می‌روند. اکثر سفال‌های دوره نوسنگی با این روش منقوش شده‌اند.

کانی‌ها عمدتاً طیف رنگ‌های قهوه‌ای و سیاه ایجاد می‌کند. ترکیبات مؤثر در ایجاد رنگ‌های قهوه‌ای اکسید آهن، اکسید کروم، اکسید روی و اکسید نیکل است. نقوش سیاه‌رنگ حاوی اکسید آهن، کروم، روی و اکسید منگنز هستند. از سوی دیگر، میزان حرارت و شرایط پخت نیز در تنوع رنگ‌ها مؤثر است (همان منبع، ۲۷) و بیشترین رنگ ساخته و استفاده‌شده از مواد آلی رنگ سیاه است.

این نوع رنگ‌ها را یا از دوده تهیه می‌کردند و یا از یک ماده رنگی که آن را با کمی چربی مخلوط می‌نمودند (شهمیرزادی، ۱۳۹۰، ۹۰) رنگ دانه‌ها از هر دو مواد آلی و کانی را در ترکیب با آب رقیق می‌کرده‌اند.

پخت مرحله‌ای است برای تبدیل گل رس شکل داده‌شده به محصول جدید که به آن سفال می‌گویند. پخت سفالینه در دوره نوسنگی توسط زنان خانواده روستایی و از اجاق خانه‌ها منتج گردیده است. تکه‌های نیم پخته در کنار اجاق‌ها الگوهای اولیه سفال بوده است (کامبخش فرد، ۸۸).



پس از پایان این دوران که با کاربردی شدن همه‌جانبه سفال در جوامع آن دوره آغاز می‌شود، پخت نیز همانند دیگر مراحل ساخت شتاب بیشتری به خود گرفت و توانست خیلی سریع از پخت در اجاق خانه به پخت توسط کوره‌های روباز در فضای باز تکامل یابد. اساس اندیشه، هدف دستیابی به تولید انبوه سفال بوده است. از این رو ابتدا اجاق‌های بزرگ‌تری را به صورت چهار گوشه و در فضای باز ساختند و سفال‌ها را در این اجاق‌ها که به ابعاد $200 \times 200 \text{ cm}$ و کف آن‌ها هم‌سطح زمین اطراف بود می‌چیدند (همان منبع، ۱۱). و روی سفال‌ها را با شاخه‌های نازک و برگ درختان که سوخت در دسترس بود، می‌پوشاندند و آتش می‌زدند در نتیجه تماس مستقیم زبانه‌های آتش سرکش با سفال‌ها، بعضی گداخته و برخی نیمه‌پخته و کربونیزه باقی می‌ماندند. سرانجام این تولیدات انبوه، محصولاتی ناقص یا ضایعات فراوان بود (همان منبع، ۱۲).

ترتیبات بر روی سفال در کلیپوره گان بیشتر به روش نقاشی کردن نقوش کاملاً هندسی و ساده صورت می‌گیرد. آماده سازی سطح کار و رنگ و نقاشی کردن دارای مراحل است که انجام به ترتیب این مراحل به نوبه خود در کیفیت و ظاهر نقوش، تأثیر مثبت دارند.

سفال کلیپوره گان

قرار دارد تهیه می‌شود این خاک را در لهجه محلی هجک می‌گویند که به رنگ خاکستری متمایل به سبز بسیار روشن است و پس از خیس شدن، به رنگ خاکستری متمایل به سبز زیتونی بدل می‌شود.

در آنالیز این خاک به روش فلورسانسی پرتوایکس جهت تعیین نوع و مقدار اکسیدهای اصلی نتیجه زیر حاصل شده است.

در این ترکیبات اکسید کلسیم، اکسید سدیم و اکسید پتاسیم گدازآور هستند و اکسید آهن اکسید تیتانیوم و اکسید منگنز با رنگ سفال و اکسید آلومینیوم و اکسید سیلیسیم با درجه سختی سفال رابطه مستقیم دارند.

آب: آب مورد نیاز جهت استفاده و ترکیب با خاک از قنات روستا تأمین می‌شود و فاقد ترکیبات سنگین می‌باشد.

سنگ تیتوک: سنگ تیتوک از محلی به نام کوه آچار، بین دو روستای «کهمکار» و «گوران» از بخش مرکزی شهرستان مهرستان تهیه می‌شود. این محل در فاصله ۱۴۰ کیلومتری شرق روستای کلیپوره گان قرار دارد.

با آنالیز این سنگ با روش فلورسانسی پرتوایکس ترکیبات اکسید منگنز، اکسید آهن و اکسید سیلیسیم بالاترین درصد عناصر را تشکیل می‌دهند که اکسید سیلیسیم بر ثابت کردن نقوش بر روی بدنه و اکسید منگنز و آهن تأثیر مستقیم بر رنگ سیاه نقوش

سفال کلیپوره گان به دلیل ویژگی‌های خاصی که دارد آن را به یکی از گونه‌های شاخص سفال در ایران بدل کرده است. این سفال به دلیل رنگ قرمز آجری، تنوع گونه‌ها و نقوش هندسی در نتیجه مراحل تولید و مواد اولیه خاص است که سفالی زیبا هرچند ساده را به وجود آورده اند. کلیپوره گان روستایی واقع در جنوب شرقی ایران یکی از آن جوامع است که سفال در آن با روش ابتدایی تولید می‌شود. در این روستا تا دهه ۵۰ شمسی هنوز ظروف سفالی جهت استفاده روزانه اهالی روستا و روستاهای اطراف که در یک معامله پایاپای معاوضه می‌شدند تولید می‌شده است؛ اما با شناسایی و شناساندن آن در این دهه به جامعه مدرن ارزش کاربردی آن به ارزش هنری و تزئینی تبدیل شده است.

در سفال کلیپوره گان زنان نقش تولیدکننده را به کمک مردان روستا به عهده‌دارند. مردان وظیفه تهیه مواد اولیه شامل خاک و تهیه گل از آن، سنگ تیتوک جهت نقاشی کردن و سوخت، جهت پخت سفال را به عهده داشته و زنان انجام تمامی مراحل ساخت و پرداخت سفال را بر عهده‌دارند.

مواد مورد استفاده در سفال کلیپوره گان شامل خاک و آب جهت تولید گل، سنگ تیتوک و پیه جهت نقاشی کردن و سوخت جهت پخت می‌باشند که در این مبحث بیان می‌شوند.

خاک: خاک که در تولید گل، مورد استفاده قرار می‌گیرد توسط مردان از معدن روباز مُش گوئک که در فاصله ۵ کیلومتری روستا

در مرحله بعد از پخت دارند و دیگر ترکیبات که از آنالیز این سنگ به دست آمده‌اند عبارت‌اند از:

پیه: پیه به دلیل خاصیت چرب بودن جهت مالیدن بر روی سطح سفال قبل از مرحله نقاشی کردن مورد استفاده قرار می‌گیرد تا در مرحله رنگ گذاری از جذب رنگ توسط سفال جلوگیری کند این عمل باعث می‌شود تا نقوش از کیفیت و وضوح بیشتر برخوردار باشند و کار زیباتر به نظر آید.

سوخت: سوخت جهت پخت سفال در آخرین مرحله از آماده سازی ظروف سفالی برای استفاده، صورت می‌گیرد. برای ایجاد حرارت جهت پخت ظروف سفالی در گذشته از شاخه و کنده درخت خرما و درختان وحشی منطقه استفاده می‌شد ولی امروزه از سوخت‌های فسیلی برای انجام این کار استفاده می‌شود.

در سفال کلبوره گان زنان نقش تولید کننده رابه کمک مردان روستا به عهده دارند. مردان وظیفه تهیه مواد اولیه رابه عهده داشته و زنان انجام تمامی مراحل ساخت و پرداخت سفال را بر عهده دارند.

ابزارهای کار: ابزارهای مورد استفاده سفالگران کلبورگان بسیار ساده و ابتدایی هستند که تا حدودی توسط خود سفالگران تهیه می‌شوند و عبارت‌اند از:

بُونُو: بُونُو از کلمه بُن که به معنای زیر است ساخته شده است؛ و به دلیل این که در زیر کار قرار می‌گیرد و قطعه سفالی بروی آن ساخته می‌شود به این نام خوانده می‌شود و در عمل همانند چرخ سفالگری ساده است که به وسیله انگشتان پا حرکت داده می‌شود؛ و عبارت است از بشقابی مدور، توپر و مسطح به ارتفاع ۵ سانتی متر که قطر پایه آن ۱/۳ دهانه آن است و جنس آن از سفال است.

گُند: گُند به معنای پارچه است. تکه پارچه‌ای به اندازه سطح بُونُو که روی سطح آن قرار می‌گیرد و لایه‌ای مابین پایه و زیر کار ایجاد می‌کند تا مانع چسبیدن زیر کار که به صورت گل است، با سطح پایه شود.

گل مَوش: کلمه‌ای است ترکیبی از دو کلمه گل + مَوش که گل در آن به معنی خود گل است و مَوش به معنای مالیدن است و ترکیب این دو کلمه به معنای «وسیله‌ای جهت مالیدن گل» است.

گل موش تکه چوبی است به شکل مستطیل در اندازه‌ی ۲۵×۵×۰/۵ cm که جهت اتصال قتیله به هم و بالا آوردن گل از پایین مورد استفاده قرار می‌گیرد.

کِرُوک: معادل آن در فارسی کاردک است. تکه ورقه‌ای فلزی در اندازه تقریبی ۱۲×۲ cm و مستطیل شکل که می‌توان از یک چاقوی کوچک یا نصف تیغه اژه‌ای آهن‌بر نیز استفاده کرد. از این

وسیله بعد از ساختن سفال و در حالت نیمه خشک برای از بین بردن ترک‌ها، نازک، سبک و یکنواخت کردن سطح سفال استفاده می‌شود و انجام این مرحله به مهارت خاصی احتیاج دارد.

سَوینُوک: به معنی وسیله‌ای جهت سائیدن و برق انداختن است. تکه سنگی است صاف، صیقلی و میخی شکل به اندازه گرد و جهت صاف کردن و صیقل دادن سطح سفال بعد از خشک شدن کامل و قبل از نقاشی کردن آن. بدین صورت که در ابتدا محلی که باید صیقل داده شود را نرم دار کرده و سپس سنگ را در محل مورد نظر با حرکت منظم دست به حرکت درمی‌آورند تا صاف و صیقلی به نظر آید.

وانک: به معنی سنگ ساب است. تکه سنگی تخت در اندازه ۳۰×۴۰ سانتی متر که برآثر استفاده مداوم، گود افتاده است. سنگ تیتوک را جهت درست کردن جوهر بر روی آن می‌سابند و همزمان با این عمل به آن قطره قطره آب اضافه می‌کنند تا جوهر یکدست برای استفاده در نقاشی کردن سفال به دست آید.

لُشک: به معنی چوب کوچک است. تکه چوبی به طول تقریبی ۴ cm و قطر ۵ mm که به تناسب ظرافت، نقوش نوک آن را نازک و ریش ریش می‌کنند و به عنوان قلم مو جهت نقاشی کردن سفال استفاده می‌شود.

سفالگران از چوب دو نوع درختچه به نام‌های «گریج» و «گیشِر» که به صورت خودرو در دشت‌های اطراف روستا می‌رویند استفاده می‌کنند. چوب این درختچه‌ها آب اضافه را به خود جذب نمی‌کنند و همین خاصیت باعث شده تا عمل رنگ گذاری با آن‌ها بهتر انجام شود و عمر مفید بیشتری در زمان انجام کار داشته باشند.

روش‌های ساخت ظروف سفالی در کلبوره گان بدون استفاده از چرخ‌های سفالگری دور، کند و تند است؛ عمل فرم دهی و تولید فقط با استفاده از ابزار ابتدایی و دست به دوروش پینچ و قتیله‌ای صورت می‌گیرد.

ترکیبات بر روی سفال در کلبوره گان بیشتر به روش نقاشی کردن نقوش کاملاً هندسی و ساده صورت می‌گیرد. آماده سازی سطح کار و رنگ و نقاشی کردن دارای مراحل است که انجام به ترتیب این مراحل به نوبه خود در کیفیت و ظاهر نقوش، تأثیر مثبت دارند.

مه‌ره کشیدن: این اولین مرحله جهت آماده سازی ظروف برای نقاشی کردن است که پس از خشک شدن کامل صورت می‌گیرد. در این مرحله سطحی که باید روی آن نقاشی شود را توسط سنگ سَوینُوک با از بین بردن ترک‌های نازک و یکنواخت کردن سطح سفال خیس و نمدار می‌کنند تا لایه‌ای نازک از گل از سطح جدا شود و توسط سنگ سَوینُوک به داخل ترک‌ها و پُرزها نفوذ کند تا سطحی یکدست و براق درآید.

چرب کردن: چرب کردن سطح ظروف بعد از عمل صیقل دادن آن توسط پیه صورت می‌گیرد. پیه به دلیل جامد بودن در حالت طبیعی در زمان کشیدن بروی سطح لایه‌ای نازک از خود برجا می‌گذارد. این لایه نازک باعث می‌شود تا جوهر نقاشی قبل از

با توجه به روش های ساخت سفال
نوسنگی و اینکه که سفال کلیپوره
گان سفالی است که نسل به نسل

و سینه به سینه با همین روش

کار شده است، به نظر می رسد

سفال کلیپوره گان بی ارتباط به سفال

نوسنگی نباشد. انطباق روش های

ساخت و مصالح و ابزار کار، این نظر را

تقویت می کند. تمامی مراحل ساخت

سفال کلیپوره گان به طریقی باهم در

ارتباط است، گل و ابزار، بومی منطقه

است و مراحل اولیه تا آماده سازی گل

توسط مردان انجام می شود و مرحله ی

ساخت مربوط به زنان است. سفال

نوسنگی ایران با روش های پینچ،

فتیله ای و سبیدی کار می شده است

که همین روش ها را در ساخت سفال

کلیپورگان نیز می بینیم.

شیوه نقوش کردن تنها شیوه ای است که در تزیین ظروف
سفالی این روستا استفاده می شود. نقوش با تک رنگ سیاه
بر روی سطح بیرونی تمام ظروف و فقط سطح داخلی و بیرونی
کاسه ها نقاشی می شوند و تنها بر روی ظروف مخصوص پخت
غذا نسبت به سایر ظروف تزیین کمتری صورت می گیرد.
نقش مایه ها بدون استثناء ترکیبی از نقش های هندسی ساده
هستند که از خطوط افقی پهن و مورب نازک، نقطه و دایره های
کوچک تشکیل شده اند و از ترکیب و تکرار آن ها در جهت ایجاد
نقوش کلی و اصلی استفاده می کنند.

بر روی سطوح ظروف می توان نقوش خطی افقی و پهن
بر روی لبه ها، زنجیرهای تشکیل شده از دایره های کوچک قرار
گرفته در کنار هم به صورت افقی، نقطه های ردیفی به صورت
افقی و عمودی، مثلث های شکل گرفته از نقطه و خطوط مورب
را مشاهده کرد.

گونه های ظروف سفالی در کلیپوره گان بر اساس نیاز جوامع
روستایی که اقتصاد آن ها بر پایه کشاورزی و دامداری قرار دارد
و نیازی که این جوامع به جمع آوری، نگهداری، آماده سازی و
استفاده از مواد غذایی دارند ساخته و پرداخته می شوند. طیف
وسعی از فرم ها و شکل های مختلف مصرفی در کنار آن ها
آئینی خاص مانند اسپند دودکن پایه دار و گلاب پاش به شکل
حیوان که در مراسم ها کاربرد دارند را می توان دید.

نتیجه گیری

با توجه به روش های ساخت سفال نوسنگی و اینکه که سفال
کلیپوره گان سفالی است که نسل به نسل و سینه به سینه با همین
روش کار شده است، به نظر می رسد سفال کلیپوره گان بی ارتباط
به سفال نوسنگی نباشد. انطباق روش های ساخت و مصالح و
ابزار کار، این نظر را تقویت می کند. تمامی مراحل ساخت سفال
کلیپوره گان به طریقی باهم در ارتباط است، گل و ابزار، بومی
منطقه است و مراحل اولیه تا آماده سازی گل توسط مردان انجام
می شود و مرحله ی ساخت مربوط به زنان است. سفال نوسنگی
ایران با روش های پینچ، فتیله ای و سبیدی کار می شده است که
همین روش ها را در ساخت سفال کلیپوره گان نیز می بینیم. آخرین
مراحل تکامل چرخ برای رسیدن به دور کند در حدود اواخر هزاره ی
پنجم پیش از میلاد بوده است. همچنین کوره های مورد استفاده در
کلیپوره گان تا قبل از دهه ی چهل شمسی چاله کوره بوده که مربوط
به آخرین مرحله ی تکامل کوره های رویاز بوده است، بعد از این دوره
است که کوره های دیواره دار و دارای مکش بالا و مکش پایین رواج
پیدا می کند و علاوه بر این ها درباره ی نقوش سفال کلیپوره گان باید
ذکر شود که نقوش حیوانی بعد از سال های ۴۳۰۰ پیش از میلاد
رایج شده است و قبل از آن خارج از نقوش هندسی، آن چنان که در
نقوش سفال کلیپوره گان دیده می شود نقش دیگری اعم از موضوعی
و سمبولیک و حیوانی به چشم نمی خورد. بر اساس شواهد فوق و
آنچه در فصول قبلی توضیح داده شد، این پژوهش قدمت سفال
کلیپورگان را مربوط به هزاره ی پنجم پیش از میلاد می داند.

پخت بیش از اندازه جذب بدنه نشود که جذب بیش از اندازه باعث
تخریب و از بین رفتن نقوش یا پایین آمدن کیفیت آن ها می شود.

چربی موجود بر روی سطح کار هیچ تأثیری بر ترکیبات رنگ و
خاک ظروف ساخته شده ندارد و در دمای ۱۰۰ سوخته و از بین
می رود.

آماده سازی جوهر: برای آماده سازی جوهر، ابتدا سطح وانک
را خیس کرده و تکه ای سنگ تیتوک به اندازه کف دست برداشته
بر روی وانک می کشند و همزمان قطره قطره آب اضافه می کنند. در
اثر اصطکاک موجود از کشیده شدن دو سنگ بر روی هم پودر سنگ
بدست می آید که در ترکیب با آب ایجاد جوهری می کند که با تداوم
عمل به غلظت رنگ افزوده می شود که به رنگ قهوه ای متمایل به
قرمز است.

نقاشی کردن: این آخرین مرحله قبل از پخت سفال است.
سفالگر در این مرحله با استفاده از تجربه و مهارت خویش که در
نقاشی کردن دارد نقوش هندسی را به وسیله لُتک بر روی سطح
سفال ترسیم می کند. در بعد از مرحله پخت ظروف منقوش را در
آب می خوابانند تا نقوش به وسیله رطوبت به داخل بدنه نفوذ کرده
و بعد از خشک شدن حالت ثابت پیدا کنند.



منابع

۱. ملک شهینرادی، صادق. (۱۳۶۰). «سفال دوره‌ی نوسنگی در قلات مرکزی ایران». چاپ اول. تهران، انتشارات سمت.
۲. کامیجی، فرد. سفت‌الله (۱۳۸۶). «سفال و سفالگری در ایران از ابتدای نوسنگی تا دوران معاصر». چاپ چهارم. تهران، نشر ققنوس.
۳. هاورد، ارنولد. (۱۳۷۵). «تاریخ اجتماعی هنر». ترجمه‌ی ابراهیم یونسی. چاپ اول. تهران، انتشارات خوارزمی.
۴. یوحنا، قلیق. (۱۳۷۸). «هنر و هنر سفالگری». تهران، انتشارات سمت.
۵. طلایی، حسین. (۱۳۶۰). «هشت هزار سال سفال ایران». تهران، انتشارات سمت.
۶. صبوری، سینور. (۱۳۸۰). «مقایسه سفال شهر سوخته و کلیبره گان و بررسی سفال معاصر». دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۷. ابوالحسنی، زهرا. (۱۳۷۸). «بررسی سوره‌ی بلوچ (چاب باتیک)». دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۸. منکوری، محمدجواد. (۱۳۷۱). «جمع‌بندی تاریخی ایران باستان». تهران، نشر دنیای کتاب.
۹. محمدجانی، داریوش. (۱۳۸۶). «نگارانه». دانشگاه سیستان و بلوچستان. مقاله‌ی منتشر نشده.
۱۰. ترکمانیان، یحیی. (۱۳۷۹). «گزارش پیرامون سفال کلیبرگان و وضعیت فعلی آن». سازمان میراث فرهنگی.
۱۱. معاونت آثار و انبوه‌سازی‌ها سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان سیستان و بلوچستان (۱۳۸۲). «سالنامه آماری ۱۳۸۱». سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان سیستان و بلوچستان.
۱۲. حسن، د. و. (۱۳۷۹). «تاریخ هنر». ترجمه پرویز مریای. چاپ سوم. تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.
۱۳. طاهری، فهیمه. (۱۳۸۷). «نگارشی بر سفال کلیبره گان». اداره فنی و پژوهشی صنایع دستی استان سیستان و بلوچستان.
14. Mellaart, James. (1965). "Earliest civilization of the near east". London, Thames&Hudson.
15. Rhodes, Daniel. (1996). "clay and glazes for the potter". London, A&C black.
16. Rhodes, Daniel. (1968). "kilns design construction, and operation". Philadelphia, Chilton book company.
17. Whensley, Doug. (1977). "pottery the essential manual". London, Thames&Hudson.
18. Rudgres University Press. (2002). "women potters". New jersey, New, Brunswick.





گلیم شیریکی پیچ سیرجان

مقاله‌ای به بهانه ثبت جهانی سیرجان به عنوان شهر صنایع دستی در رشته گلیم شیریکی پیچ از سوی شورای جهانی صنایع دستی
 عقیل سیستانی؛ مدرس دانشگاه (پژوهشگر و مجسمه ساز)، دانش آموخته کارشناسی صنایع دستی، کارشناس ارشد هنر اسلامی
 عکس: نگارنده





تصاویر ۱: ییلاق طایفه ی کورکی، بهترین طایفه ی بافنده قرائی ها- از ایل قرائی دهیج از توابع سیرجان



و پژوهش قرار گرفته و به زودی پنجم مجلد آن چاپ و منتشر می‌شود. با مطالعه اسناد و مدارک صادرات قالی کرمان در دهه‌های گذشته، می‌توان به این نتیجه رسید که بخشی از این قالی‌های صادر شده در طی سده اخیر، قالی‌های عشایری و روستایی بوده‌اند به عبارتی بهتر می‌توان گفت، قالی دستبافته استان کرمان بر سه نوع شهری، روستایی و عشایری بافت تقسیم می‌شود. دستبافته عشایری و روستایی اغلب در مناطق دارای ایلات و عشایر- شامل سیرجان، بافت، ارزوئیه، رابر، بردسیر، شهرابک، جیرفت، عنبرآباد، کهنوچ، منوجان، قلعه گنج و رودبار جنوب و دستبافته شهری بافت در مناطق شهری‌نشین شامل راور، ماهان، کوهپایه، زرنده، رفسنجان، جویبار، گلباف و خود شهر کرمان و مناطق تحت پوشش آن هستند، هدف از بحث این موضوع این است، در مناطق عشایر‌نشین از جمله سیرجان، همان بافندگانی که در گذشته قالی و سایر دستبافته عشایری و روستایی همانند قالی، خرجین، جوال، توبره، کشک‌دان، نمکدان و... می‌بافته‌اند در دهه‌های اخیر همان طرح‌ها، نقش‌ها، رنگ‌ها را با تخر و دانشی حتی بهتر از قبل، در بافت گلیم شیریکی پیچ صرف نموده‌اند. در نتیجه، این پتانسیل، ارزش و قدمت در هنر بافندگی عشایری و روستایی استان کرمان، جهانی شدن گلیم شیریکی پیچ سیرجان در پی داشت.

واژگان کلیدی: گلیم،

شیریکی پیچ، سیرجان، افشار، بچاقچی، کرمان، دستبافته عشایری و روستایی

از گذشته تاکنون، در فراسوی مرزهای کشورهای گاه به گاه سخن از هنر ایرانی به میان آمده، نام هنر ارزشمند قالی بافی یا بافندگی در ذهن و پر تارک هنرها، نقش بسته است، البته این بدان معنا نیست که دیگر هنرهای سنتی و صنایع دستی، همانند تزیینات معماری و معماری، سفال و سرامیک، نساجی سنتی، رودوزی‌های سنتی و... از ارزش و اعتبار جهانی برخوردار نیست، به این دلیل که قالی و گلیم ایران و همچنین کرمان، در عین تنوع و زیبایی، نمادی از آداب، رسوم و فرهنگ ایرانی است؛ گرچه در ابتدا جنبه خودمصرفی داشته ولی به مرور، جنبه تجاری بیشتری نسبت به سایر هنرها پیدا کرده و قابل عرضه بوده است. واقع بینانه بعد از تقریباً یک دهه تحقیق نگارنده بر روی دستبافته شهری، عشایری و روستایی استان کرمان، می‌توان گفت، والاترین هنر این استان، هنر بافندگی می‌باشد و این استان خالق زیباترین دستبافته است. این هنر، شایستگی ارائه هویت و هنر ایرانی را دارد و شایسته است کرمان در آینده‌ای نزدیک به عنوان شهر جهانی دستبافته شهری، عشایری و روستایی ثبت گردد.

هنر بافندگی در نقاط مختلف، از ویژگی‌های گوناگونی برخوردار است، بالطبع دستبافته کرمان، نفیس‌ترین، زیباترین و متنوع‌ترین دستبافته ایران و جهان است، این جمله شاید اغراق آمیز باشد؛ در عین حال بسیاری از نویسندگان آن را نوشته و اغلب تجار و خبرگان فرش، آن را باور دارند. بخش کوچکی از این هنر در سال‌های اخیر توسط این حقیر مورد تحقیق

وضعیت اقلیمی و جغرافیایی سیرجان

سیرجان یکی از مهمترین شهرستان های استان کرمان است.

این شهرستان در جنوب غربی استان کرمان قرار دارد و فاصله اش تا مرکز استان حدوداً ۱۷۵ کیلومتر است.

این شهرستان با مساحت ۱۲۷۱۹ کیلومتر مربع، معادل ۸/۹ درصد استان را به خود اختصاص داده است و یکی از شهرستان های پهناور استان کرمان می باشد. (دفتر معاونت آمار و اطلاعات سازمان برنامه و بودجه استان کرمان، ۱۳۹۶).

سیرجان از شمال به شهرستان های رفسنجان (۱۴۶ کیلومتر) و شهربابک (۹۷/۵ کیلومتر)، از جنوب به استان هرمزگان، از شرق به شهرستان های بافت (۱۰۷ کیلومتر) و بردسیر (۱۱۴ کیلومتر) و از غرب به استان فارس محدود شده است.

همچنین، شهرستان سیرجان دارای سه اقلیم آب و هوایی است که اقلیم خشک در نواحی مرکزی، اقلیم نیمه معتدل کوهپایه ای در نواحی جنوبی و غربی و اقلیم سرد، کوهستانی و نیمه معتدل در نواحی شمال شرقی می باشد.

می توان گفت، سیرجان یکی از مناطق خوش آب و هوای - بیلاقی برای ایلات و عشایر - استان کرمان به شمار می رود. به عبارتی این شهرستان، یکی از مهم ترین مناطق عشایرنشین (همانند مناطق بردسیر، بافت، رابر و جیرفت، مرکز بیشترین تجمع ایلات و عشایر در فصل های بهار و تابستان بوده اند) استان کرمان است و در گذشته ایلات و طوایف بومی و مهاجر، بیشتر بیلاقشان را در آنجا به سر می بردند.

وضعیت اجتماعی سیرجان

به طور کلی، معیشت مردم سیرجان برپایه کشاورزی، باغداری، دامداری، صنعت، ساختمان، معدن، صنایع دستی به ویژه دستبافته های عشایر و روستایی - بخصوص گلیم بافی و قالی بافی - و حمل نقل استوار می باشد. هنر گلیم بافی یا

به طور کلی بافندگی، در این شهرستان مختص زنان و دختران است و تجارت آن مختص مردان می باشد.

بر اساس نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن (آخرین سرشماری رسمی) در آبان ۱۳۹۵، کل جمعیت شهرستان سیرجان ۳۴۲۱۰۳ نفر بوده است که از این تعداد ۲۴۶۳۰۸ نفر در نقاط شهری و ۷۷۷۸۵ نفر در نقاط روستایی سکونت داشته و بقیه غیر ساکن بوده اند. از تعداد کل جمعیت مذکور شهرستان، ۱۶۷۴۲۶ نفر مرد و ۱۵۶۶۷۷ نفر زن هستند که از جمعیت زنان ۱۱۹۹۱۳ نفر در نقاط شهری و ۳۶۷۶۱ نفر در نقاط روستایی ساکن بوده اند (نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۹۵ شهرستان سیرجان، ۱۳۹۶، مرکز ملی آمار ایران).

**گلیم و سایر دستبافته
افشاری و غیر افشاری
منطقه سیرجان در دنیا
اعتبار و شهرت خاصی
دارد. می توان گفت
به مرور زمان که عشایر
در سیرجان و حومه
آن تخت قاپو شده اند،
بالتبع دامداری کمرنگ
و اغلب زنان عشایر، به
هنر گلیم بافی اشتغال
پیدا کرده اند، همچنین،
گلیم بافی امروزه در
سیرجان از لحاظ
تأمین درآمد هنرمندان
صنایع دستی، واجد
درجه ی اول می باشد و
بیشترین جمعیت زنان
این شهر به حرفه ی
بافندگی و برخی از مردان
آن به داد ستد یا سایر
حرف وابسته به هنر
بافندگی از جمله رنگرزی،
داد ستد پشم و کرک و...**

آمار دقیق تعداد بافندگان منطقه سیرجان در جایی مستند نیست ولی متولیان مرتبط، در منابع مختلف از چهارده هزار بافنده صحبت می کنند که همه آنها همیشه فعال نیستند. در همین راستا، دکتر منصور مکی آبادی فرماندار ویژه شهرستان سیرجان، اعلام نموده دوازده هزار بافنده فعال در حرفه گلیم بافی وجود دارد.

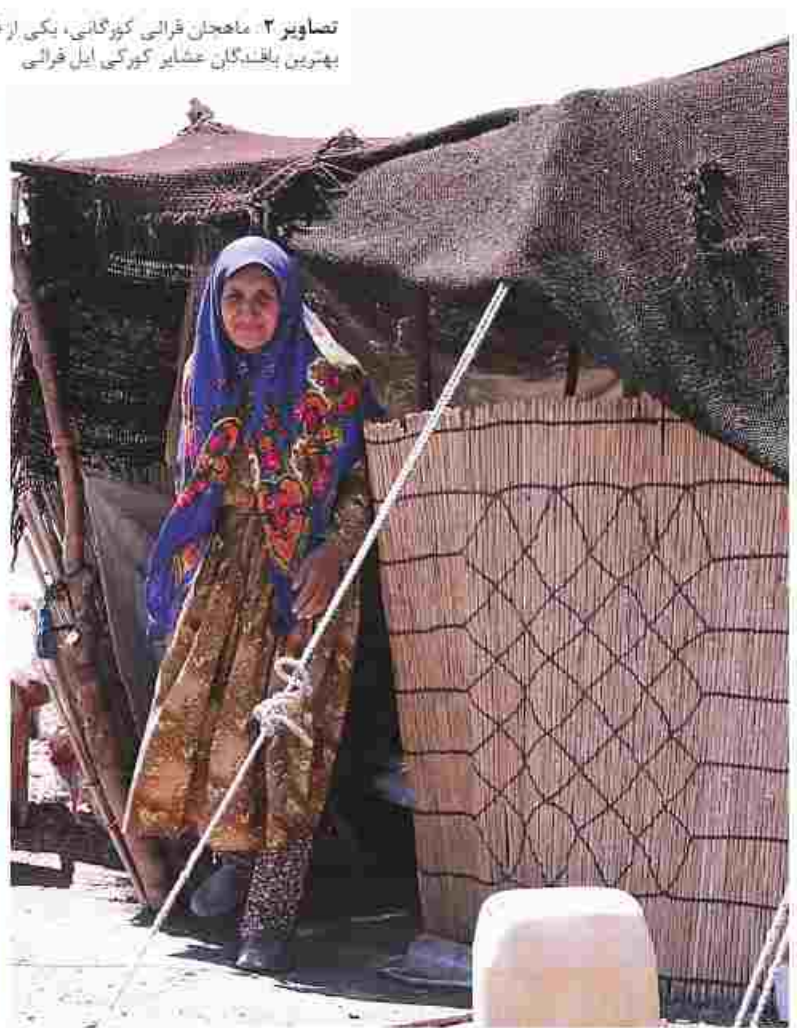
وضعیت گلیم بافی در سیرجان

شهرستان سیرجان، هم در کشور و هم در خارج از کشور دارای شهرت و جایگاه خاصی در تولید و تجارت دستبافته های عشایری به خصوص در دهه های اخیر در گلیم - گلیم شیریکی و گلیم قرش - بوده است و این اعتبار ریشه در پتانسیل های خاص جغرافیایی، اقتصادی، تاریخی و فرهنگی این منطقه دارد؛ همین عامل باعث گردیده سیرجان در بین شهرهای استان کرمان معروف تر و در نهایت جهانی شود. امروزه تولید و فروش گلیم در منطقه سیرجان و حومه آن، جلوتر از سایر محصولات صنایع دستی از جمله قالی بافی، پته دوزی، ترمه بافی، مسگری و... و در صدر کالاهای صادراتی استان کرمان و شهرستان سیرجان است. به نوعی می توان گفت گلیم سیرجان در صدر کالاهای تولیدی و صادراتی صنایع دستی کشور است.

گلیم و سایر دستبافته افشاری و غیر افشاری منطقه سیرجان در دنیا اعتبار و شهرت خاصی دارد. می توان گفت به مرور زمان که عشایر در سیرجان و حومه آن تخت قاپو شده اند، بالتبع دامداری کمرنگ و اغلب زنان عشایر، به هنر گلیم بافی اشتغال پیدا کرده اند، همچنین، گلیم بافی امروزه در سیرجان از لحاظ تأمین درآمد هنرمندان صنایع دستی، واجد درجه ی اول می باشد و بیشترین جمعیت زنان این شهر به حرفه ی بافندگی و برخی از مردان آن به داد ستد یا سایر حرف وابسته به هنر بافندگی از جمله رنگرزی، داد ستد پشم و کرک و... مشغولند.

آمار دقیق تعداد بافندگان منطقه سیرجان در جایی مستند نیست ولی متولیان مرتبط، در منابع مختلف از چهارده هزار بافنده صحبت می کنند که همه آنها همیشه فعال نیستند. در همین راستا، دکتر منصور مکی آبادی فرماندار ویژه شهرستان سیرجان، اعلام نموده دوازده هزار بافنده فعال در حرفه گلیم بافی وجود دارد.

تصاویر ۲: ماهجان قرالی، کورگانی، یکی از قدیمی ترین و بهترین بافندگان عشایر کورگی ایل قرالی



وضعیت تاریخی و آثار تاریخی سیرجان

سیرجان - قبل از ظهور اسلام - آبادی کوچکی بوده به نام سیرگان و در استیلای عرب آن را معرب کرده و سیرجان نامیدند. برخی قدمت آن را به دوره هخامنشیان و بعضی به دوره اشکانیان [پادشاهی بهمن] نسبت داده و تعدادی نیز آن را یادگاری از خسروین بلاش این نرسی هرمز دانسته‌اند (سعیدیان، ۱۳۶۹، ۶۶۰). همچنین، لسترنج نوشته است؛ سیرجان در زمان ساسانیان شهر عمده و ایالت کرمان بود (لسترنج، ۴۶۳۱، ۲۲۳).

از آثار کهن سیرجان به تپه شاه‌فیروز، قلعه‌سنگ، پنجه‌علی کوه، تنبور، تنگ انجیر و تل برنجو باید اشاره کرد. هریک از این مناطق، گویای بخشی از تاریخ تمدن گذشته منطقه سیرجان به شمار می‌روند. قلعه‌سنگ، «مشهور به سیرجان کهنه» است (منشی کرمانی، ۱۳۹۱، ۲۶۰).

همچنین، مراکز و جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و تاریخی سیرجان شامل؛ قلعه‌سنگ سیرجان (دوره ساسانیان، ثبت آثار ملی ایران)، منبرسنگی (دوره مظفریان)، باغ سنگی، یخدان حاج‌رشید، خانه حاج‌رشید، بادگیر چیقی (دوره پهلوی، ثبت آثار ملی ایران)، بنای شاه‌فیروز، بازارهای سیرجان (دوره قاجار)، حمام‌ها، کاروانسرا، موزه سیرجان، یخدان‌های دوقلو، خانه علی‌اصغر شوکت‌سعیدی (دوره پهلوی، ثبت آثار ملی ایران)، خانه ناظم (دوره قاجار، ثبت آثار ملی ایران)، عمارت صدرزاده، خانه شریف، عمارت سعیدنیا، خانه خلعتی - صدرزاده (دوره پهلوی، ثبت آثار ملی ایران)، امامزاده احمد، امامزاده علی‌ع، آرامگاه میرزبیر (دوره مظفریان)، کهنه‌نمک خیرآباد و... است.



تصویر ۳: بادگیر چیقی سیرجان، دوره پهلوی، ثبت آثار ملی ایران

پراکندگی مناطق گلیم بافی در

سیرجان

گلیم در هفت نقطه شهری (سیرجان، نجف شهر، پاریز، هماشهر، زیدآباد، بلورد و خواجوشهر) و پنج بخش (مرکزی، پاریز، گلستان، زیدآباد و بلورد) و ده دهستان (چهارگنبد، بادو، یست و هفتاد و هشت پارچه آبادی، پاریز با دو، یست و هفتاد و هشت پارچه آبادی، گلستان با صد و شصت و چهار پارچه آبادی، شریف آباد با صد و شصت و دو پارچه آبادی، بلورد با صد و یست و دو پارچه آبادی، نجف آباد با صد و هشت پارچه آبادی، سعادت آباد با نود و دو پارچه آبادی، ملک آباد با هشتاد و چهار پارچه آبادی، زیدآباد با هفتاد و نه پارچه آبادی و محمودآباد سیصد و سی و چهار پارچه آبادی) به طور پراکنده تولید می شود.

آبادی های اطراف این دهستان ها در گذشته - به خصوص چهارگنبد، بلورد و پاریز - مرکز ایلات و طوایف بسیاری بوده است. به مرور که زندگی کوچ نشینی و عشایری دستخوش دگرگونی شد، ایلات مورد اشاره نیز در این بخش ها، دهستان ها و شهرها، به خصوص سیرجان، یکجانشین شدند.

بافتگی در سیرجان

تولید دستبافته در منطقه سیرجان، به دو گروه دستبافته گلیم بافی / گلیمینه / تخت باف و قالی بافی / فرشینه / پرز باف تقسیم می گردد.

گلیم بافی در منطقه سیرجان، به لحاظ شیوه بافت، به دو گروه ساده باف (پودگذاری) و پیچ باف (پودپیچی) تقسیم می شود. گروه ساده باف، با تکنیک های ساده باف (پودنما، پودرو)، تک قلاب (متصل، تارپیوند)، جفت قلاب (دوقلاب)، پود پیوند، پود معلق، پود اضافه، چاک دار و تکنیک ترکیبی گلیم فرش بافته می شوند. از گروه پیچ باف یا پودپیچی به گلیم شیریکی پیچ باید اشاره کرد که مشهورترین و متداول ترین تکنیک بافتدگی در منطقه سیرجان و حومه آن به شمار می رود. این تکنیک بافت، ثبت ملی شده و ثبت جهانی است.



تصاویر ۴: طایفه عباسپور، یکی از بافتدگن ماهر گلیم شیریکی پیچ و قرزندش در روستای دارستان (دهکده جهانی شیریکی پیچ) از توابع سیرجان. آموزش بافت گلیم شیریکی پیچ در استان کرمان و منطقه سیرجان به عنوان یک هنر و وظیفه، اغلب از مادر به فرزند به صورت سینه به سینه منتقل می شود.



اصطلاح شیریکی پیچ

بر اساس تحقیقات میدانی در بین بافتدگان، تجار و خبرگان دستبافته عشایری و روستایی استان کرمان، شیریکی پیچ - که در گویش بومی و محاوره ای از آن به نام شیریکی پیچ هم یاد می شود - از ترکیب دو کلمه شیریکی / شیریک و پیچ تشکیل شده که هریکشان دربرگیرنده استدلالی جداگانه است. نام پیچ از نوع بافت پیچ گونه این گلیم آمده است. در این تکنیک خاص، نخ های رنگی یا خامه ها دور دو تار اصطلاحاً چله - با دو نوع پیچش یا گره متن و آبدوزی - می پیچند و این روند و گردش تا انتهای اصطلاحاً راج یا رنگ های متنوع، مطابق با نقشه و ذهنیت بافته، ادامه پیدا می کند و پس از اتمام، رویش را همانند قالی بافی پودکشی می کنند و

تعریف گلیم

گلیم، قدیمی ترین نوع دستبافته و محصولی است که از درگیری تار و پود پشمی یا تمام پشم و پشم و پنبه به دست می آید. بیشترین کاربرد گلیم به عنوان فرش زیر پا و دستبافته کیسه ای - توبره، خرجین، سغره، رکعت، مفرش، نمکدان، خوره، جوال، گاله، کشکدان، قاشقدان، دکارتدان، چیقدان، گهواره پیچه (اصطلاحاً نعنو یا ننو)، پوشش و تزئین (جل) حیوان باربر (اسب، قاطر و شتر)، توشه دان، دستدان و ... بوده است. اگرچه امروزه - به شکل مدرن و غیر کاربردی (تزئینی) - در خانه شهری نیز به کار می رود.

عنوانی است که از گذشته به این تکنیک داده شده و تا به امروز نیز گاهی پسوند پیچ یا پیچ‌باف در دستبافته‌ای چون گلیم پیچ، کشک‌دان پیچ، قاشق‌دان پیچ و ... در گویش عشایر این منطقه به کار رفته و لفظ شیریکی نیز از مفهوم شَرِیک (کلمه ترکی که افشارها به شَرِیک، شیریک می‌گویند) و از شیریکی / مشترک‌کار کردن دو یا چندبافته در بافت یک گلیم در گذشته به خصوص در گلیم‌های اصطلاحاً روباری - رو رختخوابی - که بزرگتر از سایر دستبافته گلیم باف بوده‌اند و همچنین در چنددهه اخیر، بعد از تجاری شدن گلیم سیرجان (این نوع دستبافته در گذشته فقط برای مصرف خانگی، ایلی و منطقه‌ای استفاده شده) و تغییر اندازه و رواج دستمزدی باف، دو یا سه نفر بافته مستقل، برای یافتن یک گلیم، به طور شیریکی، بافت آن را بر عهده داشته‌اند گرفته شده است، البته برخی هم بر این باورند که شیریکی از پیچیدن خامه‌های رنگی به دور دو تار چله به وجود آمده است؛ چون همان طور که پیشتر اشاره شد، پیچش خامه (نخ‌های رنگی) در بافت شیریکی پیچ به دور دو تار چله است ولی احتمال آن ضعیف است؛ به این دلیل که در بافت قالی هم این دو تار چله در شکل گیری گره فارسی و ترکی همین نقش مشترک را دارند.

تنوع دستبافته گلیم شیریکی پیچ

تکنیک گلیم بافی شیریکی پیچ از دیر باز در دستبافته‌هایی همانند، گلیم زیر انداز، گلیم روباری / تزئینی، کناره، توبره، خرجین، سفره، دمک بند، رکعت، مفرش، نمک‌دان، خوره، جوال، گاله، کشک‌دان، قاشق‌دان، دکارت‌دان، چیق‌دان، قرآن‌دان، جا دعایی، آینه‌دان، گهواره بچه (اصطلاحاً نعنو یا ننو)، پوشش و تزئین (جُل) حیوان باربر (اسب، قاطر و شتر)، توشه‌دان، دست‌دان و کاربردهای امروزی تر از جمله، کیف، جا دستمال کاغذی، کوسن، رو میزی، رو اپنی، زیر تلغنی و ... بافته می‌شده است. امروزه بیشترین کاربرد را در دستبافته، گلیم (زیر انداز و روباری)، کناره، سفره، کیف، جا دستمال کاغذی دارد.

تاریخچه گلیم شیریکی پیچ

از سرآغاز و تاریخچه بافت این تکنیک در کرمان نیز اطلاعات دقیق و درستی در دست نیست؛ اما مُسَلَّم است که کاربرد این تکنیک در مناطق عشایری کرمان با کوچ و تبعید ایلات و طوایف ترک-افشار و بچاقچی - در دوران صفویه به منطقه کرمان در ارتباط بوده و بافت آن همان روشی است که بیشتر گلیم‌های قفقاز - به خصوص قفقاز جنوبی - و آسیای صغیر به آن اسلوب بافته می‌شوند.

همانگونه که اشاره شد، از تاریخچه بافت این تکنیک در منطقه مستندات و اطلاعات دقیقی در دست نیست اما «پارچه‌های کتانی پیچ بافی در سوییس کشف شده که متعلق به ۲۰۰۰ سال پیش از میلاد است. بنابراین می‌توان گفت که در آن روزگاران از این گونه بافت استفاده می‌کرده‌اند، بقایایی از منسوجات پیچ باف کهن دیگری به دست آمده که در یرو، مصر و ایران بافته شده است.» (هال، وویوسکا، ۱۳۷۷، ۵۵). در منطقه کرمان نیز بر طبق شواهد می‌توان گفت این تکنیک در دوران صفویه با کوچ و تبعید طوایف ترک به این منطقه ی رواج یافته است به طوری که بافت آن «همان روشی است که بیشتر سوزنی‌های قفقاز و آسیای صغیر، به آن اسلوب بافته می‌شود و لفظ ترکی آن «سوماخ» است که به ظاهر منسوب است به شهر شماخی قفقاز» (پرهام، ۱۳۷۱، ۹۱).

افشار و بچاقچی‌های پراکنده در منطقه کرمان شاخه‌ای از اقوام ترک مناطق مختلف از جمله قفقاز و آسیای صغیر هستند که در دوره‌های متمادی وارد سرزمین ایران و در دوره‌ای وارد استان کرمان شده و در مناطق بافت، سیرجان، ارزوئیه و بردسیر پراکنده شدند. افشارها طی دوران متمادی وارد کرمان شده‌اند اما قدیمی‌ترین دورانی که از ورود این اقوام نام برده شده، دوران صفویه است.

همانگونه که پیشتر اشاره شد؛ افشار و بچاقچی را می‌توان مهم‌ترین وارثان این نوع تکنیک گلیم بافی در منطقه سیرجان دانست. بنابراین تاریخچه این تکنیک در استان کرمان و منطقه سیرجان، به دوره صفویه برمی‌گردد.

ایلات ترک تبار افشار و بچاقچی مهم‌ترین وارثان تکنیک شیریکی پیچ در منطقه سیرجان، شهرستان بافت یا به طور کلی، استان کرمان بوده‌اند. ایل افشار، شاخه‌ای از ایلات ترک است که در گذشته آنان را ترکمن مینامیدند. همچنین ماهرترین بافندگان این اقلیم هستند. غنای طرح، نقش، رنگبندی و کیفیت بافت و به اصطلاح تجار و بازاریان فرش «بختگی» دستبافته‌شان قابل تشخیص و غیر قابل انکار است.



تصویر ۵:

نوع دستبافته: نمک‌دان
طرح: تکرار طرح چهارغنی
خامه اصلی: چوگین
نوع و تکنیک بافت: گلیم بافی با تکنیک شیریکی پیچ (پیچ بافی)
تاریخ بافت: ۱۳۸۰ خرداد
بافته: طایفه ی شول
محل بافت: دارستان از توابع سیرجان
اندازه: ۲۰ در ۲۵ سانتی متر

تکنیک گلیم بافی شیریکی پیچ

تکنیک گلیم بافی شیریکی پیچ (پیچ بافی)؛ نوعی دستبافته گلیم بافت یک رو است و یکی از مهم‌ترین و شاخص‌ترین شیوه گلیم بافی در استان کرمان، به خصوص منطقه سیرجان و بافت، به شمار می‌رود.

گلیم شیریکی پیچ، به دلیل پتانسیل تکنیک بافت، ظرافت و غنای طرح و نقش، داشتن هویت و اصالت بومی، کیفیت و

ماندگاری رنگ و مواد اولیه، همچنین داشتن ارزش زیباشناسانه بصری و هنری، و ارزش افزوده نسبت به گلیم‌های دیگر، از معروفیت بیشتری برخوردار است. در گذشته این تکنیک، علاوه بر دستیافته گلیم، در بیشترین دستیافته گلیم بافت - از جمله خرچین، سفره، توشه‌دان، توبره، مفرش، تنو، رکعت، دست‌دان، جل اسب، نمک‌دان، جوال، درفش دان و... در اغلب مناطق و ایلات سیرجان و برخی مناطق همجوار که بعضی طوایف مناطق ذکر شده قشلاق‌شان را در آنجا به‌سر می‌برده‌اند کاربرد داشته است.

پیچ‌بافی، شاخصه این نوع تکنیک بافت گلیم است. همان‌طور که از نام آن پیداست، نخ‌های رنگی یا خامه‌ها، دور دو تار چله - با دو نوع پیچش یا گره متن و آیدوزی - می‌پیچند و این روند و گردش تا انتهای اصطلاحاً رج یا رنگ‌های متنوع، مطابق با نقشه و ذهنیت بافنده، ادامه پیدا می‌کند و پس از اتمام، رویش را مانند قالی بافی پودکشی می‌کنند و با دفتین رج می‌زنند؛ و همین روند تا اتمام بافت دستیافته تداوم می‌یابد.

شناخته‌شده‌ترین ایلات بافنده شیریکی پیچ در منطقه سیرجان، ایلات افشار، بچاقچی، رائینی و طایفه شول است. اگرچه تاحدودی خوانین ایل قرائی از این تکنیک در گذشته استفاده کرده‌اند، ولی در چنددهه اخیر تقریباً تمامی ایلات و طوایف - بافندگان - بافنده روستایی و شهری این منطقه، به‌کار برده‌اند.

مهم‌ترین طرح‌های گلیم شیریکی پیچ راه‌راه (محرقات، خطی)، بته‌شاهی، سه‌کله، موسی‌خانی، خشتی، بندی، گلدانی، گلدانی‌ترنجی، بته‌ای، بابابیگی، ترنج منبری، حشمت، خوشه انگوری، ارگه‌ای، بته‌کتری، شترمرغ، ترنجی، پنج ترنج، سه‌ترنج، سینی، تلفیقی (ترکیبی) و... می‌توان نام برد.

همچنین مهمترین نقوشی این تکنیک، دندان موشی، مداخل، ستاره قلاب/ستاره بادامو، هفت رنگ، قوش، خوشه انگوری، مرغ‌پشت ورو، نگار، دوتپو، دمو، گل و برگ دار، بلگه‌ای، ترمو، کلاکو، عقربو، جوگون، چهار پودو، جوگون، شایو، سیبک، گل عباسی، ریز نباتو، نردبون، چهارگل، شاخ،

ماه زنجیل، ماه سگار، کله قوچی، هفت هشتو و... را می‌توان نام برد.

هر یک از این نقوش و طرح‌ها دارای ویژگی‌های نمادینی از سنت، فرهنگ باور و طبیعت این منطقه می‌باشند و از مهم ترین عناصر تزئین دستیافته‌ها منطقه به شمار می‌روند.

ایلات و طوایف مهم بافنده سیرجان

منطقه سیرجان دارای هفت - در برخی منابع هشت - ایل و چهار طایفه است. این شهرستان، دارای پهنه‌ی جغرافیایی و تاریخی گسترده و عظیمی است و یکی از غنی ترین مناطق به لحاظ تعدد اقوام و همچنین تنوع تکنیک بافت دستیافته، طرح و نقش بوده که همین تنوع اقوام - ترک، کرد، لر، عرب و فارس و... یکی از ویژگی‌های بالقوه این منطقه بوده است. ایلات و طوایف بافنده منطقه سیرجان شامل ایلات افشار، بچاقچی، رائینی، قرائی، خراسانی، خواجوی، لری و طوایف شول، آل سعدی، مستقل میرپایزی، مستقل محمودآبادی و زیدآبادی است.

ایلات ترک تبار افشار و بچاقچی مهم‌ترین وارثان تکنیک شیریکی پیچ در منطقه سیرجان، شهرستان بافت یا به‌طور کلی، استان کرمان بوده‌اند. ایل افشار، شاخه‌ای از ایلات ترک است که در گذشته آنان را ترکمن می‌نامیدند. همچنین ماهرترین بافندگان این اقلیم هستند. غنای طرح، نقش، رنگ‌بندی و کیفیت بافت و به اصطلاح تجار و بازاریان فرش «یختگی» دست‌بافته‌شان قابل تشخیص و غیر قابل انکار است.

بر اساس تحقیقات می‌توان گفت؛ افشارها بین ایلات استان کرمان بیشترین تنوع طرح و نقش را داشته‌اند.

پیتر اف. استون درباره افشارها نوشته است: «از ایلات ترک که در گذشته آنان را ترکمن می‌نامیدند، مردمان این ایل در ترکیه، قفقاز و ایران پراکنده هستند، بزرگ‌ترین گروه جمعیتی آنان در کرمان - ایران سکونت دارند» (استون، ۱۳۹۱، ۳۶).

خواجه رشیدالدین فضل‌الله - مورخ



تصاویر ۶

نوع دستبافته گلیم

طرح راه راه

خاشنه اصلی ستاره بادامو

نوع و تکنیک بافت گلیم باغلی با تکنیک شیریکی

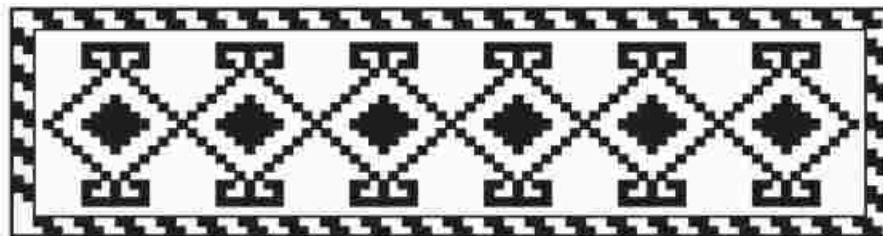
پیچ (پیچ باغلی)

تاریخ بافت ۱۳۸۸

بافنده: طایفه ی ارسلو از ایل بچاقچی

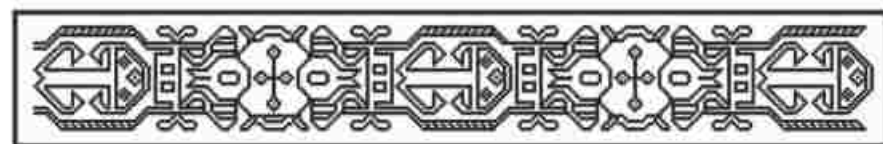
محل بافت: سیرجان

اندازه ۸۴ در ۶۲۱ سانتی متر



تصویر ۸:

آلباز گونه ای از نقش کله قوچی، مورد استفاده در گلیم شیریکی پنج سیرجان. منبع: نگارنده



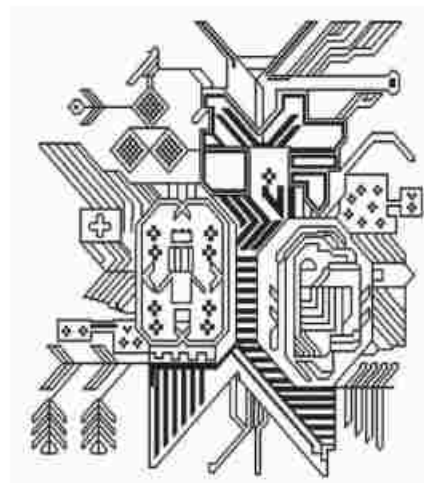
تصویر ۹:

آلباز گونه ای از نقش ماه روز، مورد استفاده در گلیم شیریکی پنج سیرجان. منبع: نگارنده



تصویر ۱۰:

آلباز گونه ای از معروف خان، مورد استفاده در گلیم شیریکی پنج سیرجان. منبع: نگارنده



تصویر ۷:

آلباز گونه ای از نقش معروف موسی خانی، مورد استفاده در دستبافته بی منطقه ی سیرجان. منبع: نگارنده

مهم ترین طرح های
گلیم شیریکی پنج
را همراه (محرمات،
خطی)، بته شاهی،
سه کله، موسی خانی،
خستی، بندی، گلدانی،
گلدانی ترنجی، بته ای،
بابابیگی، ترنج منبری،
حشمت، خوشه انگوری،
ارگه ای، بته کتری،
شتر مرغ، ترنجی، پنج
ترنج، سه ترنج، سینی،
تلفیقی (ترکیبی) و...
می توان نام برد.

اوغوزاند. و لفظ ترکمانان در قدیم نبوده و همه اقوام صحرائشین ترک شکل را ترک مطلق می گفته اند و هر قبیله را لقبی معین و مخصوص بود» (رشیدالدین فضل الله، ۱۳۷۴، ۲۹، ۳۰ و ۳۵).

اوشر (افشار) یعنی چالاک و به شکار جانوران مهوس؛ اوشر یا نمغای + یکی از چهار فرزند یدولدوزخان و یدولدوزخان را یکی از شش فرزند اوغوز ذکر کرده است (همان، ۳۶ و ۴۰).

ایل بچاقچی = بچاقچی - دومین ایل بافنده استان کرمان، بعد از ایل افشار، محسوب می شود.

متأسفانه اطلاعات دقیقی از منشأ و زمان کوچ بچاقچی ها، به کرمان و منطقه سیرجان، در دست نیست. اگرچه در میان اسناد تاریخی، نقل قول های مختلفی درباره ایشان آورده شده است، برخی آنها را از ایل افشار جدا ندانسته و معتقدند، برخی در زمان شاه طهماسب و بعضی در نادرشاه آنها

به کرمان کوچ داده شده اند و...^۱

جامع التواریخ (تاریخ مغول) - درباره پیشینه ترکمانان و افشارها نوشته است: زمانی که اقوام اوغوز - اوغوز پسر قراخان، ایشان پسر دیب باقوی و ایشان پسر ابوبچه خان (که در تواریخ اسلامیان به یافت خوانده شده)، یکی از سه فرزند نوح و ایشان پسر یا فرزند زاده، یا از نسل نوح پیغمبر - علیه السلام - بوده است، که نوح، یافت پدر اتراک را به جانب شرق فرستاده است - بدین ممالک [ایران و ماوراءالنهر] آمده اند و ترکمانانی که با اوغوز بهم بودند و با او متفق؛ این اقوام مذکورند و هر چند در اول نام ایغور بر مجموع آن اقوام، که متفق شده بودند، نهاد، چون بعد از آن، چند قوم از ایشان هریک به سببی چنانچه شرح داده شد، به نام جدا مخصوص گشتند؛ لفظ اوغور بر باقیان مقرر گشت و ایشان بدان اسم شهرت یافتند. از فرزندان اوغوز بیست و چهار شعبه پدید آمد، چنانچه در فهرست مفصل نوشته شد، هریک نامی و لقبی معین یافتند و تمامیت ترکمانانی که در عالم اند، از نسل این قومند و فرزندان بیست و چهار گانه ی

دستی و گردشگری استان کرمان و دایرة المعارف «دولدی دستبافته های عشایری و روستایی و گلیم منطقه سیرجان» از انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد سیرجان، در حال چاپ به قلم عقیل سیستانی رجوع کنید.

۱- برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد ایل و تکیه شیرکی پنج، به کتاب «دولدی دایرة المعارف دستبافته های عشایری و روستایی استان کرمان» مناطق بردسیر، شهرابک، جیرفت، غیرآباد، موجان، گهنوج، رودبار جنوب، از انتشارات پژوهشگاه میراث فرهنگی کشور و اداره کل میراث فرهنگی، صنایع



تصاویر ۱۲

نوع دستبافته: گلیم
طرح: سه تریخ دایمیگی
حاشیه اصلی: قلمدونی
نوع و تکنیک بافت: نما گلیم بافی یا تکنیک
شیرینگی پنج (پنج بافی)
تاریخ بافت: ۱۳۳۸
یافته: طایفه ی آقاجانلو از ایل افشار
محل بافت: میرخان
اندازه: ۲۳۰ در ۱۶۵ سانتی متر



تصاویر ۱۳

نوع دستبافته: گلیم
طرح: تریخ هشت پر
حاشیه اصلی: قوش
نوع و تکنیک بافت: گلیم بافی یا تکنیک شیرینگی
پنج (پنج بافی)
تاریخ بافت: ۱۳۵۰
یافته: تیره موسی پور طایفه سیاه جل از ایل
رائیسی
محل بافت: میرخان
اندازه: ۲۳۰ در ۱۵۰ سانتی متر



تصاویر ۱۱

نوع دستبافته: گلیم
طرح: راه راه (محرمات) خشی، ترکیبی
حاشیه اصلی: نوعی گلدانی مرغی
نوع و تکنیک بافت: گلیم بافی یا تکنیک شیرینگی
پنج (پنج بافی)
تاریخ بافت: ۱۳۹۴
یافته: طایفه صادقی از ایل افشار
محل بافت: میرخان
اندازه: ۵۱ در ۱۹۵ سانتی متر



ویژگی های منحصر به فرد گلیم سیرجان

۱- تنوع در ابعاد، طرح، نقش، اندازه و کاربرد در دستبافته - بدون شک، گلیم دستباف سیرجان یکی از متنوع ترین کالاهای صنایع دستی کشور در حال حاضر است.

۲- تنوع و ماندگاری رنگ، کیفیت بالا و گیاهی، معدنی و بومی بودن رنگزاهای مورد استفاده در این دستبافته.

۳- استفاده از مواد اولیه طبیعی و بومی هم در پشم و هم در رنگ.

۴- استفاده از نقوش بومی و محلی اصالت دار در این دستبافته.

۵- خلق یک دستبافته زیبا، کاربردی و مرغوب با مواد - پشم و در گذشته پنبه - بومی و ساده ترین ابزار - داراقتی (زمینی)، دفتین (دستک)، قلاب و کارد.

۶- وجود بافندگان خبره و ماهر - در واقع بسیاری از زنان و دختران این شهرستان عشایر و روستایی نشین بوده اند که بافندگی یکی از هنرهایشان بوده و آن را سینه به سینه از مادرانشان یاد گرفته اند - از جمله بافندگان ایلات افشار و بجاقچی که در دنیا دستبافته آنها، شهره و ساحران است. گلیم بافی هنوز هم بخشی از وظایف روزانه زنان ایلات و طوایف منطقه سیرجان و منبع مهمی برای درآمد خانواده شان محسوب می شود.

۷- فرهنگ سازی گلیم این منطقه به عنوان یک کالای لوکس تولید داخلی

۸- سیرجان در گلیم و دستبافته دارای اعتبار و شهرت جهانی است و همچنین این شهرت، پی ارتباط از اعتبار جهانی دستبافته های افشاری و غیرافشاری سیرجان در گذشته نیست. بسیاری از دستبافته های افشار منطقه سیرجان در موزه ها و کلکسیون های خارج از ایران وجود دارد.

۹- نوآوری و خلاقیت طرح و نقش و رنگ بندی گلیم، به عبارتی ترکیب و ادغام طرح های سنتی و بومی این منطقه و خلق طرح های جدید شده است. بر خلاف برخی کالاهای صنایع دستی تولید امروز یا دهه های اخیر، که به سلیقه مصرف کننده توجه ندارند بلکه تولید کنندگان و بافندگان این منطقه با حفظ کاراکترهای بومی و ملی، براساس سلیقه مصرف کننده در محصولات شان تغییر ایجاد کرده اند.

۱۰- شیوه تولید محصولات گلیم این منطقه سنتی و بومی و دارای اصالت است.

۱۱- گلیم این منطقه معرف فرهنگ، رسوم، آداب و نماد و نشانه های بومی و اقلیمی این منطقه است به طور مثال گلیم تولید شده در سیرجان با مناطق همجوار جیرفت و بردسیر و سایر مناطق آذربایجان قابل تفکیک و شناسایی است.

۱۲- داشتن ارزش اقتصادی، فرهنگی، اقلیمی و اجتماعی -

۱۳- از آنجای که گلیم دارای وزن مناسبی است و حمل نقل آن

چندان دشوار نیست مورد توجه خریداران داخلی و خارجی می باشد.

۱۴- گلیم بافی امروزه در سیرجان از لحاظ تأمین درآمد مالی در درجه اول در مشاغل خانگی را دارد.

۱۵- گلیم سیرجان را می توان در تمامی منازل روستایی، عشایری و شهری منطقه سیرجان دید که این نشان از ارزش فرهنگی و بومی و اجتماعی این رشته است.

۱۶- یکی از پتانسیل ها خوب منطقه سیرجان اینکه همان بافندگان خبره ای که در گذشته دستبافته مختلف عشایری و روستایی از جمله، قالی، جاجیم، سفره، نمکدان، توبره، توشه دان و ... می بافته اند، امروزه گلیم می بافند.

۱۷- سیر مراحل بافت - پشم چینی، پشم ریزی، کلاف کردن پشم، دار کشی، چله کشی و خلاصه بافت آن و بریدن گلیم و گرداندن و شستشوی آن می تواند توسط یک نفر یا یک خانواده در این منطقه انجام بشود.

منابع

- استون، پتراف. (۱۳۹۱). فرهنگنامه فرش شرقی. مترجم بیژن اربابی. تهران: انتشارات جمال هنر. چاپ اول.
- پرهام، سیروس. (۱۳۷۱). دستبافته های عشایری و روستایی فارس. جلد دوم، چاپ اول. انتشارات امیر کبیر.
- دفتر آمار و اطلاعات سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمان. (۱۳۹۶). (نشانی اینترنتی: www.amar.kr.ir).
- رشید الدین، فضل الله. (۱۳۷۴). جامع التواریخ (تاریخ مغول) به کوشش بهمن کریمی. تهران: انتشارات اقبال. چاپ چهارم.
- سعیدیان، عبدالحسین. (۱۳۶۹). سرزمین و مردم ایران. انتشارات علم و زندگی.
- سیستانی، عقیل. (۱۳۹۶). دایرة المعارف دستبافته های عشایری و روستایی استان کرمان. تهران: انتشارات پژوهشگاه میراث فرهنگ کشور/ اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کرمان. جلد اول و دوم و سوم.
- سیستانی، عقیل. (۱۳۹۶). دایرة المعارف دستبافته های عشایری و روستایی و گلیم سیرجان، سیرجان. انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد سیرجان، جلد اول و دوم.
- لسترنج، گانی. (۱۳۶۴). سرزمین خلاقیت شرقی. ترجمه محمود عرفان. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی. چاپ دوم.
- منشی کرمانی، خواجه محمد امین. (۱۳۹۱). جغرافیای ایالت کرمان در عهد ناصری، تصحیح و تحشیه مجید نیک پور، کرمان: ناشر سازمان اسناد کتابخانه ملی ایران و کتابخانه اسناد ملی ایران و مرکز کرمان شناسی.
- نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۹۵ شهرستان سیرجان. ۱۳۹۶. مرکز ملی آمار ایران.
- هال، آلستر، وویوسکا، جوزف لویچیک. (۱۳۷۷). گلیم تاریخچه، طرح، بافت و شناسایی. مترجمین: شیرین همایون فر و لیلوفر الفت شایان. چاپ اول. نشر کارنگ.





کلاش (گیوه)؛ پاپوش کردستان

کافیه الخمر

عکس: حامد احمدی

درباره‌ی نامگذاری هورامان دیدگاه‌های گوناگونی مطرح شده که هیچ‌یک از لحاظ زبان‌شناسی تأیید نشده‌اند. از جمله در زبان اورامی هور به معنی ابر و آما به معنی آمدن است و مفهوم کلی آن جایی که ابرها از آن می‌آیند. نظریه دیگر واژه اورامان یا هورامان از دو بخش اهورا و «مان» به معنی خانه، جایگاه و سرزمین می‌داند و آنرا سرزمین اهورایی و جایگاه اهورا مزدا تفسیر می‌کند. «هور» در اوستا به معنی خورشید است. هورامان را می‌توان جایگاه خورشید هم معنی کرد.

منطقه‌ی اورامانات کردستان به دلیل کوهستانی، سنگلاخی و صعب‌العبور بودن راههای میان روستاهای آن و زمستانهای سخت و سرد و برفی، مردمانی ساخته است سخت‌کوش و رنج دیده که همین نیازها و بردباری ذکاوت و هوش را پرورش داده و به فکر چاره‌جویی انداخته است که تا چند دهه‌ی گذشته تمام نیازهای خود را در منطقه تهیه نمایند. به عنوان مثال می‌توان به کفش سنتی (کلاش) اشاره کرد که بعنوان پا افزار مورد نیاز نه تنها نیاز را برآورده است بلکه زیرکی و دانایی استادان آن سبب شده تا در میان کفش‌های امروزی نمود قابل تحسین و برنده میدان رقابت است که به اختصار به مزایای آن می‌توان اشاره نمود:

استفاده از کلاش عامل عرق پا و بوی بد آن را رفع نموده است فصل تابستان که بهترین فصل پوشیدن کلاش است هیچ فردی از بوی پای پوشنده کلاش عاجز نمی‌شود. غیر ممکن است پوشنده کلاش سال بعد نیز سراغ آن رانگیرد و در فکر خرید تازه آن نباشد اگر چه قیمت آن نسبت به اکثر کفشها بیشتر است اما خریداران معتقدند که ارزش آن را دارد و در صورت مراقبت خوب از آن شاید حداقل سه تا چهار برابر سایر کفشها دوام داشته باشد. کفش سبک و راحت، بادوام، محکم که در تابستان خنک، ضد عرق و حاصل دسترنج پنجه استاد کار در پنج روز متوالی است. بعد از استفاده نمودن کافی و دور انداختن آن کوچکترین آلودگی برای محیط زیست ایجاد نمی‌کند چگونه با کفشی مقایسه شود که با ضربات دستگاهی ساخته می‌شود. بسیار بوده اند کسانی که از طرف شرکتها و کارخانه‌های مختلف پیگیر این قضیه بوده که روح و عشق این هنر را تبدیل به حرکات بی روح و

خسوفت وار دستگاه نمایند اما خوشبختانه تا کنون کسی موفق به ربودن این هنر از دستان هنرمندان نگردیده است.

پس از اینکه در شورای ثبت جهانی صنایع دستی، پرونده‌ی ثبت کلاش مریوان تکمیل شده بود و کارشناسان جهانی برای بررسی وضعیت شهر مریوان و داوری به این شهر سفر کردند، بالاخره مریوان به عنوان شهر جهانی کلاش به ثبت رسید. علاوه بر اینکه شهرهای دیگری هم در شرق کردستان به کلاش‌بافی مشغول هستند اما شهر مریوان دارای بیشترین شاخصه‌های لازم برای ثبت جهانی بوده است. در شهر مریوان، چهار هزار و ۵۵۳ نفر به بافتن کلاش مشغول هستند اما کل جمعیت شهرهای دیگر حتی به اندازه این تعداد بافنده کلاش نیست. مریوان قطب تولید کلاش است و بیشتر صادرات آن‌ها به عراق است که از عراق به کشورهای اروپایی فرستاده می‌شود. برخی اهالی «هورامان» و «نودشه» مدعی هستند که قدمت کلاش‌بافی در روستاهای آن‌ها بیشتر از مریوان است و با ثبت جهانی مریوان مخالف بودند؛ اما سرانجام نام شهر مریوان برای کلاش‌بافی در شورای جهانی صنایع دستی ثبت شد، زیرا برای کارشناسان شورای جهانی بیشتر از قدمت، تولید و در جریان بودن یک صنایع دستی اهمیت دارد.

آنچه را در این نوشته می‌خوانید روشها و مراحل بافت و آموزش کلاش است که بطور تفکیک در دو بخش شرح داده شده است.

کلاش کفشی است مخصوص که از پارچه ونخ پنبه‌ای در کردستان به ویژه در اورامانات بافته می‌شود کلاش دارای ویژگیهای خاص خود بوده که شرایط اقلیمی و جغرافیایی اورامان در طراحی و ساخته شدن آن تأثیر بسزایی داشته است. اورامانات ناحیه‌ای از کردستان است در میان کوههای سربه فلک کشیده و صعب‌العبور شاهو و کوسالان که از رشته کوههای زاگرس هستند. به دلیل بن بست بودن منطقه، مردم اغلب مایحتاج زندگی را، خودشان تأمین کرده‌اند. از پشم دامها و پنبه، زیر انداز مانند نمد و روانداز مانند جاجیم و ... و لباس کامل خویش را که عبارتند از: ۱. چوخه و رانک ۲. قرنجی ۳. میزره ۴. سورانی ۵. کلاه و شال ۶. جوراب و کلاش و ... تولید کرده‌اند. چنانچه

گفته‌اند «احتیاج مادر اختراع است» یکی از مصادیق بارز این عبارت اختراع و تولید کلاش می‌باشد. با توجه به شرایط زمانی و مکانی اورامانات کلاش مناسب‌ترین و سازگارترین کفشی است که می‌بایست تولید و بافته شود، چرا که در برابر خار و خاشاک و سنگلاخی بودن راهها و همچنین مصون داشتن پا از گزند خزندگان و حشرات (مار و عقرب و ...) و جلوگیری از بوی نامطبوع پا در فصل‌های گرم سال مناسب می‌باشد. تمام اختراعات بشر در ابتدای تولید به شکل بسیار ابتدایی و ساده نمایان شده و بتدریج و مرور زمان و با رشد فکری او مراحل تکامل خود را سپری نموده است. کلاش هم از این قاعده مستثنی نبوده و مراحل مذکور را طی نموده است به نحوی که هر استاد کار هنرمندی با توجه به ذوق و سلیقه خود تغییراتی در جهت بهبود کیفیت و ظرافت آن بعمل آورده است و به جهت هنر و فنون و ظرافت‌های خاص نهفته در تولید و بافت کلاش، ماشین تا کنون نتوانسته است جانشین دست‌های هنر افشان زن و مرد اورامی شده و ظاهراً در آینده نیز موفق به این کار نخواهد شد. اگر زمانی صدای بر زمین خوردن کلاش با موسیقی جریان رود سیروان و نغمات کبک‌های شاهو در آمیخته می‌شد، امروزه در اکثر شهرهای استان کردستان و استان‌های دیگر کشور این پای‌پوش مورد استفاده قرار می‌گیرد و به دلیل استقبال گسترده از آن و افزایش تقاضا وسیله ارتزاق جمع کثیری از مردم اورامانات گشته است و در صورت حمایت سازمان‌هایی چون صنایع دستی و فنی حرفه‌ای استان کردستان و سایر ارگان‌های ذیربط در آینده شاهد اشتغال و پیشرفت بیشتر این صنعت و هنر دستی خواهیم بود.



یکی از اینکه در شورای ثبت

جهانی صنایع دستی، پرونده‌ی ثبت کلاش مریوان تکمیل شده بود و کارشناسان جهانی برای بررسی وضعیت شهر مریوان و داوری به این شهر سفر کردند، بالاخره مریوان به عنوان شهر جهانی کلاش به ثبت رسید. علاوه بر اینکه شهرهای دیگری هم در شرق کردستان به کلاش بافی مشغول هستند اما شهر مریوان دارای بیشترین شاخصه‌های لازم برای ثبت جهانی بوده است. در شهر مریوان، چهار هزار و ۵۵۳ نفر به بافتن کلاش مشغول هستند اما کل جمعیت شهرهای دیگر حتی به اندازه این تعداد یافته کلاش نیست. مریوان قطب تولید کلاش است و بیشتر صادرات آن‌ها به عراق است که از عراق به کشورهای اروپایی فرستاده می‌شود. برخی اهالی «هورامان» و «نودشه» مدعی هستند که قدمت کلاش بافی در روستاهای آن‌ها بیشتر از مریوان است و یا ثبت جهانی مریوان مخالف بودند؛ اما سرانجام نام شهر مریوان برای کلاش بافی در شورای جهانی صنایع دستی ثبت شد، زیرا برای کارشناسان شورای جهانی بیشتر از قدمت، تولید و در جریان بودن یک صنایع دستی اهمیت دارد.

تاریخچه کلاش

همانطور که در مقدمه ذکر شد مردم اورامان با توجه به شرایط زمانی و مکانی و عدم ارتباط با سایر مناطق مایحتاج خود را شخصاً تأمین کرده‌اند. برای فصل زمستان از پوست حیوانات نوعی کفش را درست کرده که در زبان محلی به آن کاله می‌گفتند و برای فصل تابستان و ماه‌های بی باران کلاش مورد بحث ما را اختراع نموده‌اند. با نهایت تأسف علی‌رغم بررسی‌ها و تحقیقات فراوان که در زمینه یافتن تاریخچه تولید کلاش و یا مشخص بودن مخترع آن بعمل آمده چیزی عایدمان نگردیده است.

در این زمینه هیچ منبع و یا اثر پژوهشی در مرکز تحقیقات و پژوهش‌های فجر وزارت صنایع و مراکز صنایع دستی استان کردستان به رشته تحریر در نیامده است و با مراجعه به استاد کاران یا به سن گذاشته اورامانات تحقیقات میدانی صورت گرفته است.

آنها هم در این خصوص اطلاع دقیقی نداشته و تنها به ذکر این نکته اکتفا می‌کردند که از نسل‌های پیشین و سینه‌به‌سینه این فن و هنر از اجدادشان به ایشان به ارث رسیده است و تنها مورد قابل ذکر بر جای ماندن یک جفت کلاش در روستای اورامان تخت می‌باشد که مردم این منطقه معتقدند متعلق به «پیر شالیار» یکی از عرفای نامدار اورامان تخت می‌باشد.

در اورامان دو نفر پیر شالیار زندگی کرده‌اند که یکی از آنها در قرن اول هجری و دومی در زمان عبدالقادر گیلانی که تقریباً ۹۵۰ سال پیش می‌باشد به هرحال مراد هر کدام باشد قدمت تولید کلاش در منطقه به قبل از آن می‌رسد.

اجزای کلاش

کلاش از دو قسمت تشکیل شده است:

- ۱- کفه یا زیره کلاش که صنعت آن را کلاش کشی یا کلاش بندی و در زبان محلی «کلاش کردن» می‌گویند.
 - ۲- روبه آن که صنعت آن را کلاش بافی و به زبان محلی «کلاش چنبیه‌ی» می‌گویند.
- توضیح مختصری در باره کفه کلاش
- وسایل مصرفی آن عبارت است از:
- ۱- پارچه متقالی ۲- رنگ آبی و قرمز
 - ۳- پوست گاو ۴- قشیر یا نری گاو ۵- موی رسیده یز ۶- سیاه میخ‌های کوچک در حدود یک سانتی متر ۷- کتیرا ۸- چربی ۹- ابزار آلات کار.

ابزارهایی که به وسیله آنها کفه کلاش را درست می‌کنند عبارتند از:

- ۱- درفش سه نوع
- ۲- گازن سه نوع
- ۳- چهار نوع کوله درفش (درفشهای گرد که نوک آنها تیز و برنده نیست)
- ۴- سوزن سه نوع
- ۵- چاقو دو نوع
- ۶- متر برای اندازه گیری پارچه و جمع پیکنه‌ها و رشته‌های چرمی
- ۷- یوازه یک تکه ابزار منحنی شکل برای ایجاد شیار در میان رشته‌های وارد شده در پیکنه و تنظیم کفه کلاش و ظرافت آن
- ۸- انبر دست در مواقعی برای کشیدن دوال رشته‌های چرمی
- ۹- قوطه یک تکه تخته ای است از تنه محکم درخت گردو و یا بلوط ساخته می‌شود که بر روی آن پارچه تا شده و یا کفه کلاش را محکم با کوبه یا مشته می‌کوبند
- ۱۰- چکش





از نسل‌های پیشین و
سینه‌به‌سینه این فن و هنر
از اجدادشان به ایشان به
ارث رسیده است و تنها مورد
قابل ذکر بر جای ماندن یک
جفت کلاش در روستای
اورامان تخت می‌باشد که
مردم این منطقه معتقدند
متعلق به «پیر شالیار» یکی
از عرفای نامدار اورامان
تخت می‌باشد. در اورامان
دو نفر پیر شالیار زندگی
کرده‌اند که یکی از آنها در
قرن اول هجری و دومی در
زمان عبدالقادر گیلانی که
تقریباً ۹۵۰ سال پیش می
باشد به هر حال مراد هر کدام
باشد قدمت تولید کلاش در
منطقه به قبل از آن می‌رسد.



خصوصیات منحصر به فرد کلاش

لازم به توضیح است که کلاش از جمله تولیدات صنایع دستی مناطق اوزمانات کردستان است که مورد توجه بسیاری از مردم کردستان و استانهای همجوار و کشورهای همسایه گردیده است.

کلاش پارچه ای است و رویه آن نیز نخ است، با مطلقاً داخل آن عرق نمی کنند. با توجه به خاصیت اسموزی کلاش، رطوبت داخلی کلاش از طریق پارچه و نخ به بیرون هدایت می شود که این موضوع باعث می شود ضمن جذب رطوبت، پا نیز خنک شود، این خاصیت را در هیچ پای افزایش نمی توان دید.

کلاش تنها پای افزایشی است که دارای خط تقارن است به این معنی که چپ و راست برای آن نیست و برای حفظ این فرم و مدل باید هر چند مدت کلاش را راست و چپ و یا چپ و راست پا کرد.

پیاده روی با کلاش متناسب با فرم و مرفولوژی پاها می باشد، کفه آن و قسمت گود پا پر آمده و در پاشنه پا بر جسته این فرم باعث رفع خستگی پاها در هنگام پیاده روی می شود.

از نظر زیست محیطی هیچ نوع آلودگی بعد از استفاده آن ایجاد نمی شود، چون مواد مصرفی آن کاملاً طبیعی است و در خاک کمتر از یک سال تجزیه و به عناصر طبیعی خود تبدیل می شود در حالی که سایر پای افزارها چند سال طول می کشد که تجزیه شود.

از جمله موارد دیگر محاسن کلاش این است که اگر در هنگام پوشیدن آن مقداری به پا تنگ به نظر آید بعلمت وجود حلقه های موجود در بافت آن کاملاً به اندازه تنگی به بافت آن فشار می آید و حالت کشیدگی به خود می گیرد و آن هم تا اندازه ای که فشار وارده ادامه داشته باشد اما اگر کلاش منتخب، درست یا شماره پا مطابقت داشته باشد بافت آن هیچ تغییری پیدا نخواهد کرد یعنی نه کوچکتر و نه بزرگتر خواهد شد.

از دیگر محاسن آن این است که زیره این پا افزار از مواد طبیعی تهیه شده و کاملاً نرمی آن مناسب پاها خواهد بود تهیه زیره کفشی که از پنبه و پارچه ساخته شده باشد در میان تولیدات کفش شاید بی نظیر باشد. انعطاف پذیری کلاش در برابر شرایط طبیعی منطقه و وجود کوه و سنگ و دره و صحرا و ناهمواری یکی دیگر از خصوصیات آن است.

به دلیل پارچه ای بودن زیره آن نمی توان آن را در جاهای خیس و مرطوب مورد استفاده قرار داد زیرا پارچه جاذب رطوبت و تری می باشد و تیرهای (دوال) داخل آن کشش پیدا خواهند کرد بنابراین وجود کلاش برای مناطق مرطوب و بارانی مناسب بنظر نمی آید اما بجای آن در این گونه مناطق می توان از کلاشهایی با زیره های چرمی یا پلاستیکی استفاده نمود که به این طریق مشکل حل خواهد شد. در مناطق کوهستانی در اواخر بهار و تمام تابستان و اوایل پاییز می توان از کلاش زیر پارچه ای استفاده کرد البته کلاش نیز مانند هر کالای دیگر در اختیار آدمی نیاز به مراقبت و نگهداری دارد زیرا هر چه با استفاده ناصحیح از آن هدر می رود.

- ۱۱- چراغ فانوس برای داغ کردن تیغها در وقت ساییدن یا سوهان کاری و چرب برای گرم کردن کوله درفش ها در موقع خود.
- ۱۲- سوهان محلی سنگی و فلزی برای تیز کردن ابزار آلات
- ۱۳- جا چربی و چربی معمولاً پیه گاو برای چرب کردن دوال رشته های چرمی و کوله درفشها در موقع خود
- ۱۴- چرب کردن سوهان که معمولاً بیشتر از کره محلی استفاده می کنند و بعضی موقع از روغن چرخ خیاطی
- ۱۵- یک تکه تخته مستطیلی شکل ناودان که آن را بر روی کوفته می گذارند و کفه کلاش بر روی آن می کوبند و به وسیله مشته (کوبه) صاف تنظیم می کنند.

مواد مصرفی رویه کلاش

نخ یا ریسمان

از دو نوع نخ برای بافت کلاش از جنس پنبه ای یا پنبه پولستر دار ضخیم و نازک با شماره ۱۸ - ۱۲ - ۲۷ لا و نمبر ۲۰ استفاده می کنیم .

لازم به ذکر است که نخ ضخیم ۱۸ لا جهت بافتن بن پرگ، رچ و کوتاه رج پاشنه سر گر پاشنه و گر پایانی و نخ ۲۷ لا برای بافت شیرازه بکار می رود و نخ باریک ۱۲ لا جهت بافتن ساکار و دم گر و کوتاه گره های دم گر و هتیمه بکار می رود. برای نخ ضخیم از سوزن ضخیم و برای نخ باریک از سوزن باریک استفاده می شود.

ابزار کار کلاش بافی

۱- دو نوع سوزن کلفت و نازک که هر یک از آنها حدود ۱۵ سانتی متر تقریباً طول دارد.

۲- قلناخ (طرح) یک تکه تخته که به شکل و اندازه کفه کلاش ساخته شده و از آن برای آموزش و یا بافتن رویه کلاش های زیر چرم یا زیر پلاستیکی استفاده می شود.

۳- قیچی یا کاتر

۴- کفه یا زیره کلاش پارچه ای اصل

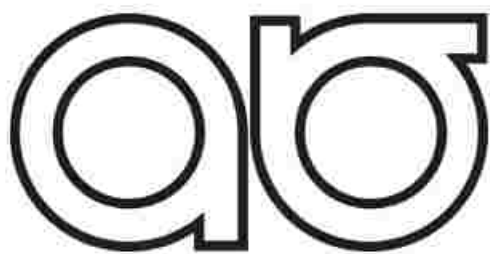
از نظر زیست محیطی هیچ نوع آلودگی بعد از استفاده آن ایجاد نمی شود، چون مواد مصرفی آن کاملاً طبیعی است و در خاک کمتر از یک سال تجزیه و به عناصر طبیعی خود تبدیل می شود در حالی که سایر پای افزارها چند سال طول می کشد که تجزیه شود.







فراخوان عکس
مجله تخصصی میراث فرهنگی،
صنایع دستی و گردشگری
سیستان و بلوچستان



موضوع آزاد، طبیعت، مردم شناسی
آداب و رسوم، صنایع دستی و ...
استقبال از سبک های مختلف عکاسی و زوایایی
که کمتر دیده شده یا دیده نشده است!
تماسی حقوق ملکی و معنوی عکس ها متعلق به
عکاس می باشد و مجله کوا تنها با اجازه و با نام
عکاس، نسبت به چاپ آثار اقدام خواهد کرد


ارسال آثار به:

kavmagazineinfo@gmail.com

شماره ی تماس:

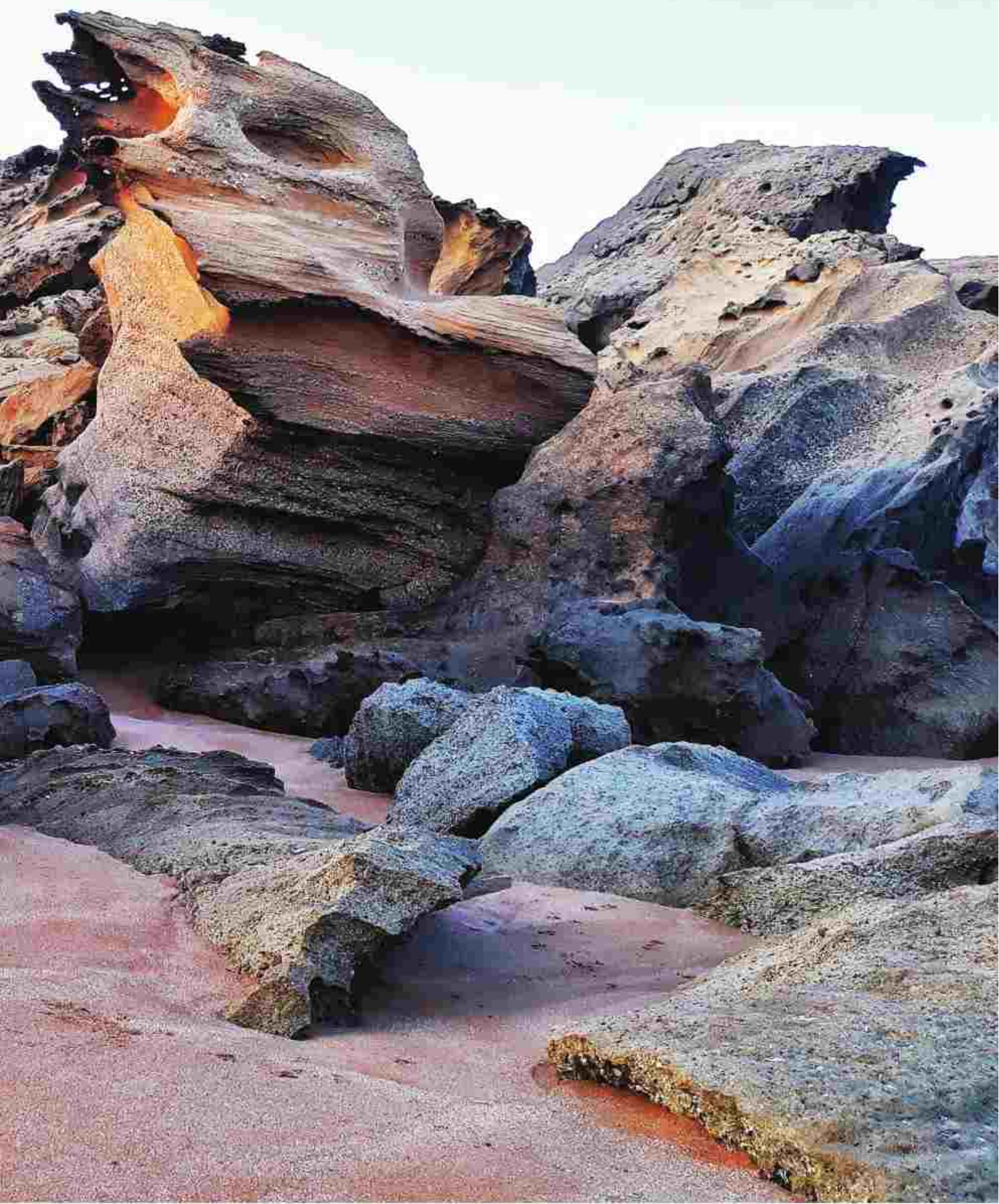
۰۵۴۳۳۲۲۵۳۰۲

(داخلی ۳۰۹)



شرکت در سلسله نشست های تخصصی

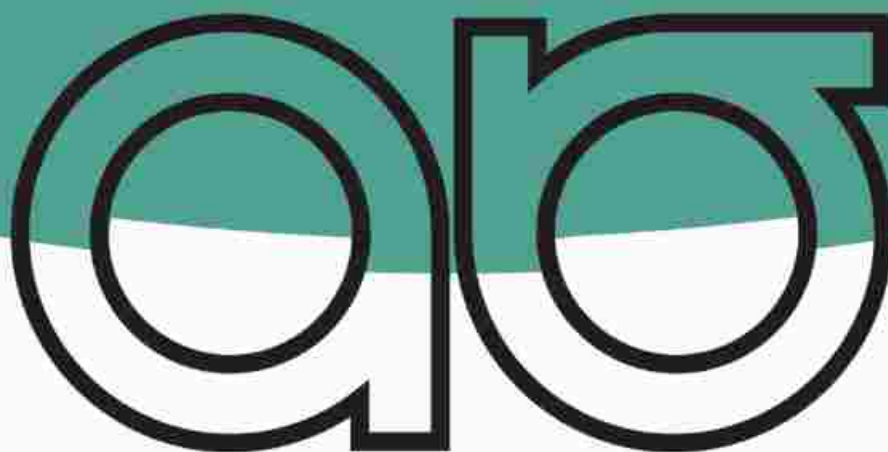
معاونت پژوهشی اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان سیستان و بلوچستان در نظر دارد سلسله نشست های تخصصی با موضوعات مختلف کاری از جمله: اقتصاد هنر، کار آفرینی و اشتغال گردشگری، اشتغال یابندها در صنایع دستی، ادبیات فولکلور، گردشگری ارزان قیمت، اسطوره کاوی و... را برگزار نماید. علاقمندان به شرکت در نشست ها می توانند با معاونت پژوهشی تماس بگیرند. همچنین پیشنهادهای شما در زمینه معرفی سخنران و موضوعات مختلف مورد علاقه تان، در نشست های بعدی لحاظ خواهند شد.











فراخوان دعوت به همکاری با کاو

ماهنامه تخصصی میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری سیستان و بلوچستان (کاو) علاقمند به انتشار مقالات، ترجمه‌ها، عکس‌ها، مصاحبه‌ها و یادداشت‌های تخصصی شماست. این مجموعه محدودیتی برای انتشار مقالات پژوهشگران و علاقمندان در موضوعات کاری مرتبط نداشته و از محققین و علاقمندان سراسر ایران زمین دعوت به همکاری می‌نماید.

محورهای مورد نظر کاو:

مطالعات باستان‌شناسی و پژوهش‌های میان‌رشته‌ای میراث فرهنگی
معماری و مرمت آثار و بناهای تاریخی و باستانی
جنبه‌های مختلف مردم‌شناسی
گردشگری
صنایع دستی
زبان‌شناسی
میراث ناملموس
هنرهای از یاد رفته
آیین‌های کهن و فراموش شده

راهنمای تماس با نشریه:

نشانی: سیستان و بلوچستان، زاهدان، بلوار شهید مطهری، خیابان امداد، اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، معاونت پژوهشی، ماهنامه تخصصی کاو

سردبیر ۰۹۳۹۴۴۹۱۴۸۷

۲۷۵ داخلی ۰۵۴۳۳۲۲۵۳۰۲



kavmagazineinfo@gmail.com
Kolsoum.bazzi@yahoo.com



<https://t.me/kavmagazineinfo>

گالری

موزه ی منطقه ای جنوب شرق

« برپایی نمایشگاه در نگارخانه موزه منطقه ای جنوب شرق برای عموم آزاد و رایگان است »

از کلیه هنرمندان رشته های هنرهای تجسمی دعوت می شود در صورت تمایل به برپایی نمایشگاه نقاشی، مجسمه سازی، ویدئو آرت، پرفورمنس، اینستالیشن، خوشنویسی، عکاسی، مولتی مدیا، استاد و کتب خطی، نگارگری و کلیه شیوه های هنرهای زیبا و آثار میراث کهن، به موزه ی منطقه ای جنوب شرق واحد انتشارات و تبلیغات مراجعه نموده و یا با شماره تلفن های زیر تماس حاصل نمایند:

۰۹۳۹۴۴۹۱۴۸۷

داخلی ۲۷۵ ۰۵۴-۳۳۲۲۵۳۰۲

سال ۱۳۹۶

سیستان و بلوچستان

مقصد گردشگری ایرانیان

