تاریخ دریافت مقاله: ۹٤/۱/۱۸
تاریخ پذیرش نهایی: ۹٤/٤/۳۰

جایگاه و میزان تأثیر رشتهٔ دانشگاهی فرش در بهبود اقتصادی فرش ایرانی در دوران معاصر*

فاطمه رحیم‌پناه
کارشناس ارشد صنایع دستی، دانشگاه سوره
مهران هوشیار(نویسنده مسئول)
استادیار دانشکدهٔ هنر، دانشگاه سوره
E-mail: houshiar@soore.ac.ir

چکیده

امروزه هنـر ـ صنعت فرش دسـت‌باف با توجه به مسـائل اقتصادی و سیاسـت‌های بین‌المللی در قبال ایـران جایگاه خود را تقریبـاً در بازارهای جهانی از دست داده و به‌تدریج دچار رکود شده است. ازطرف دیگر، بازار داخلی فرش دست‌باف نیز از رونق افتاده و دیگر همان تعداد اندک هم نمی‌توانند خریدار فرش دست‌باف باشـند. در چنین شـرایطی تفکر بازاری فرش دسـت‌باف، نیازمند تغییر و تحول، هم از لحاظ فرهنگی و هم اقتصادی است. دیگر زمان آن رسیده تا با حفظ اصالت‌ها و هویت فرهنگ سـنتی در طرح و رنگ، برای رونق بیشتر این هنر ـ صنعت در بازارهای جهانی از روشها و شیوه‌های جدید استفاده شود. رشتهٔ دانشـگاهی فرش این قابلیت را دارد و می‌تواند قشر تحصیل‌کرده‌ای را با توانایی اجرای طرح‌هایی مطابق سـلیقهٔ رایج و موردپسـند جامعه و همگام با دنیای روز تربیت کند؛ بنابراین، مطالعه بر روی این رشـته و شناسـایی آن به قشر سـنتی بازار فرش دست‌باف ضـروری می‌نماید. با تحقیقی که به شـیوهٔ توصیفی ـ تحلیلـی و با روش ترکیبی، کتابخانـه‌ای و میدانی صورت گرفته، این نتیجه به دسـت آمده است که با شرایط اقتصادی فعلی و سـرفصل دروس این رشته با گرایـش طراحی، دانش- آموختـگان درزمینه‌های مختلـف طراحـی و رنگ‌آمیزی انـواع نقوش قالی، به‌صورت علمی و بـا تکنولوژی جدید، مهارت لازم اعم از طراحی، رنگ‌آمیزی با رایانه، شـناخت نقوش، شـناخت بازارها و... می‌توانند یک طراح، تولیدکننده، مشـاور در کلیهٔ زمینه‌های صادراتی و... باشند. نتیجهٔ نهایی آن اسـت که رکود فعلی بازار فرش دست‌باف، نیازمنـد فکر جدید و جوان اسـت. طرح و رنگ‌های گذشته، دیگر جواب‌گوی بازار آشفتهٔ امروزی نیست و دانـش‌آموختگان این رشـته مهـارت لازم را برای همفکری بـا تولیدکنندگان باتجربه دارا می‌باشـند تا سبب بازدهی اقتصادی این محصول در ایران شوند[1].

واژه‌های کلیدی: رشتهٔ کارشناسی فرش، توانمندی دانش‌آموختگان، طراحی، نوآوری، بازار فرش دست‌باف.

*. این مقاله مسـتخرج از پایان‌نامهٔ کارشناسـی ارشد سرکار خانم فاطمه رحیم‌پناه است که مورد تأیید مرکز ملی فرش ایران واقع شده است.

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

مقدمه

فـــرش دســـت‌باف ایرانی در تمـــام دوره‌های حیات خود مهم‌تریـــن کالای مبادلاتی و تجاری در داخل و خارج از کشـــور بوده است و اگر به تاریخ تجاری آن و همچنین اطلاعات و آمـــار موجود صادرات فرش دســـت‌باف نگاهی بیندازیـــم، در دوره‌های مختلف همیشه با مشکلاتی روبه‌رو بوده است. برخی از سال‌ها با افزایش صـــادرات و برخی ســـال‌ها با رکودی که تحت تأثیر عوامل مختلف بوده، مواجه می‌شده است؛ «به‌نحوی‌که در دهۀ پنجاه شمســـی، نمودار صادراتی با تغییرات چشم‌گیری روبه‌رو بوده و بیشترین حجم صادرات در سال ۱۳۵۹ به میزان ٦٦درصد بوده است» (پروان، ۱۳۸۹،۱٦۳). همچنین «ســـهم فرش در سال ۱۳۷۳ از صـــادرات، ٤٤درصد و در ســـال ۱۳۸۰ به ۱۳/۰۹ کاهش یافته است» (چیت‌سازیان، ۱۳۸۹، ٥٤).

در شـــرایط فعلی که اقتصاد ایـــران با تحریم‌های بین‌المللـــی روبه‌روســـت و ازطـــرف دیگـــر رقبای تولیدکننده، فرش‌هایی بـــا قیمت‌های پایین‌تر را وارد بازار جهانـــی می‌کنند و طبق نظرســـنجی‌های مرکز تحقیقات فرش دست‌باف، مردم اکثر کشورهای جهان فرش ایرانی را می‌پسندند، اما قیمت بالای آن مانع از خرید آن‌ها می‌شـــود و همچنین درزمینۀ طرح و نقش سال‌هاست که نوآوری صورت نگرفته است و بازار این محصول دچار رکود شده، وضعیت این هنر ـ صنعت نیازمند تغییر اســـت. تولیدکننـــدگان و تجار باید این مسئله را بپذیرند که شیوه‌های قدیمی تجارت و تولید در جوامـــع امروزی، جواب‌گوی بـــازار این محصول نیست. از جمله راهکارهایی که شاید بتواند به ارتقای این هنر ـ صنعت تا حدودی کمک کند، توجه به قشر جوان و دانش‌آموختۀ رشـــتۀ کارشناسی فرش است. یکی از اهداف تأســـیس این رشته، تربیت کارشناسان و مشـــاوران ماهر بوده است که بتوانند در کارگاه‌های تولیدی در کنار تجربۀ تولیدکنندگان، درصد زیادی از ضعف‌های تجاری این هنر ـ صنعت را کاهش دهند.

در این زمینـــه، پژوهش‌های زیادی صـــورت گرفته، از جمله مقاله‌هایی بـــا عنوان‌های *تأثیر دانش مهارت دانش‌آموختگان شـــاخۀ کاردانش رشتۀ صنعت فرش دســـت‌باف بر وضعیت اشتغال آن‌ها* (کریمی ماچیانی و ســـلطانیان، ۱۳۸٦)[۲]، *آثار آموزش‌های شاخۀ کار و دانش بر کارایی فنی صنعت فرش دست‌باف* (بریم‌نژاد و شم‌آبادی، ۱۳۸٤)[۳]، *نقش طرح‌های جدید در توسعه و گسترش فرش دست‌باف* (ایمانی، ۱۳۸۹)[٤]، ابداع و *نوآوری در طرح و نقشـــۀ فرش دست‌باف* (نیکویی، ۱۳۸٦)[٥]، *شناسایی مهم‌ترین نیازهای عامل تولید هنر ـ صنعت فرش دست‌باف برای بالا بردن کمیت و کیفیت تولید* (کریمی ماچیانی و سلطانیان، ۱۳۸٦)[٦].

ازایـــن‌رو هـــدف ایـــن پژوهـــش، معرفی‌کردن توانایی‌های دانش‌آموختگان این هنر ـ صنعت به جامعۀ بازار فرش دســـت‌باف و همچنین بیـــان راهکارهایی نوین در جهت بهبـــود بازدهی اقتصادی این محصول اســـت. در همین راستا، تحقیق حاضر در پی پاسخ به دو پرسش اساسی است:

۱. آیا دانش‌آموختگان کارشناســـی فرش با توجه به آموزش‌هایی که در دانشـــگاه به آن‌ها داده می‌شود، توانایی ایجاد تغییر و تحول ســـاختاری در این هنر ـ صنعت را دارند؟

۲. دانش‌آموختـــگان کارشناســـی فـــرش چگونه می‌توانند به بازدهی اقتصـــادی این محصول در بازار حرفه‌ای آن کمک کنند؟

برای پاســـخ به ســـؤالات فوق، ابتدا به بررســـی مفاهیمی چون نگاهی گذرا بـــه تاریخ تجارت فرش دســـت‌باف، معرفی رشـــتۀ کارشناســـی فرش، دلایل تضعیف این هنـــر ـ صنعت، اهمیت نوآوری در طرح و نقش، بـــازار داخلی و خارجی فرش دســـت‌باف، بررســـی توانایی‌های دانش‌آموختگان از طریق بررسی ســـرفصل دروس این رشـــته و چگونگی به‌کارگیری

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۲۷
بهار و تابستان ۱۳۹٤

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

مهارت‌هـــای آن‌ها در هرکدام از تعاریفی که اشـــاره شد، و در پی آن، به تحلیل تحقیقات میدانی که شامل مصاحبه به‌صورت باز و بسته است، پرداخته می‌شود و درنهایت، نتیجه‌گیری‌هـــا از طریق تحلیل داده‌های آماری با نرم‌افزار spss و تصاویر بیان می‌گردد.

در ایـــن پژوهـــش، به‌دلیـــل تمرکـــز و پرهیز از پراکندگی مطالب و به‌دلیل آنکه بازار فرش دست‌باف شهر تهران نمونه‌های بی نظیری از دنیای بزرگ هنر ـ صنعت فرش دست‌باف را در خود جای داده است و در دانشگاه هنر این شـــهر نیز رشتهٔ کارشناسی فرش تدریس می‌شـــود و همچنین به‌دلیـــل اهمیت طرح و رنگ در تجارت این محصول، فقط به بررسی گرایش طراحی از رشـــتهٔ کارشناســـی فرش پرداخته خواهد شـــد. بر همین اســـاس، اطلاعات از منابع کتابخانه‌ای و نمونه‌های واقعی و مصاحبه به شـــیوهٔ باز و بســـته از تولیدکنندگان فرش دســـت‌باف و دانش‌آموختگان کارشناســـی فرش به‌صورت پرســـش‌نامه و همچنین تحلیل داده‌های آماری با نرم‌افزار spss۱۶ جمع‌آوری شده است.

نگاهی گذرا به تجارت فرش

فرش دســـت‌باف ایرانی همیشـــه یکی از نمودهای اساســـی فرهنگی ایران بوده که کم‌کم جایگاه خود را در داخل و خارج از کشـــور پیدا کرده اســـت. خرید و فـــروش این محصـــول از دوران صفویـــه به رونق و شـــکوه خود رســـید؛ به همین دلیل، همیشه تاریخ تجارت فـــرش را از دوران صفویـــه به‌صورت کلی مورد بررســـی قرار می‌دهند. جهانگـــردان زیادی از جمله دلاواله ایتالیایی، شاردن فرانسوی، کروسینسکی لهستانی، تاورنیه فرانسوی، هرکدام به‌نوعی به صنعت فرش ایرانی اشاراتی داشـــته‌اند. یکی از پژوهشگران بـــر این اعتقاد اســـت که تمدن صفوی، شـــاید برای نخســـتین‌بار در تاریخ، قالی‌بافی را از ایل‌ها و طایفه‌های متحرک و کوچنده و روستاها به شهرهای بزرگ آورد. کارگاه‌های بافندگی بزرگ و متمرکز در شهرها به وجـــود آمدند و به‌همراه آن، دگرگونی‌های کمی و کیفی در هنر و صنعت قالی‌بافی، که متناسب با نیازها و خواست‌های اشرافیت شهری بود، ایجاد شد. طرح و نقشه نیز نخستین‌بار با دست هنرمندان و نقاشان و مینیاتوریست‌های زبردست شهری، با الهام از نقوش ســـایر هنرها رواج یافت. در آن دوره، به‌تدریج نظام اقتصـــادی بر صنعـــت قالی‌بافی کارگاه‌های شـــهری مسلط گردید. تک‌بافی خانگی و مستقل و خودبسندهٔ عشـــایری روستایی، جای خود را به گروه‌های بزرگ کارگران بافنـــده داد که در خدمت کارفرمایانی بودند که نقاشـــان و طراحان ماهر و رنگرزان و پشم‌ریسان کارآزمـــوده را نیز اســـتخدام و زیر فرمان داشـــتند. تقســـیم کار، هنر ـ صنعت فرش را از صورت سنتی خود خارج کرد. تقســـیم کار بر محور تولید متمرکز کارخانه‌ای قرار داشت و تابع دستمزد و قانون عرضه و تقاضا بود. بر همین اساس، کارگاه‌های سلطنتی نیز به وجود آمدند که به ســـفارش شـــاهان، شاهزادگان، درباریان و ســـایر سران و ثروتمندان و همچنین برای اماکن متبرکه، فرش‌های نفیســـی بافته می‌شد. شاهان صفوی بـــه قالی‌بافی اهمیت زیـــادی می‌دادند؛ برای نمونه، شاه‌اســـماعیل تبریز را مرکز هنری و فرهنگی ایران قرار داده و چند کارگاه قالی‌بافی را در آن شـــهر برپا ســـاخته بود، یا حتی شاه‌تهماســـب خود به‌دلیل علاقه‌ای که به فرش داشـــت، چند طـــرح فرش نیز خود کشـــیده بود و گفته می‌شـــود طرح و نقش قالی در آن دوران، بـــه اوج زیبایی خود رســـیده بود. «در ســـال ۱۰۰۶ق، شـــاه‌عباس اصفهان را پایتخت خود تعیین کرد و این شـــهر مهد هنرهای ایرانی، از جمله قالی‌بافـــی شـــد؛ به‌طوری‌که اکثـــر فرش‌هایی که در موزه‌های برجســـتهٔ دنیا نگهداری می‌شوند، مربوط به این دوره هستند» (حشمتی رضوی،۱۳۸۹، ۱۸۳). اما

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

همزمان با رکود تولید ابریشم در ایران، جنگ داخلی در آمریکا شروع شد و صادرات پنبهٔ آن به بازار اروپا کاهش یافت و موجبات رونق پنبه‌کاری در ایران را فراهم آورد و کم‌کم راه ارتباط ایران را با بازار بین‌المللی باز کرد. موفقیت در صادرات پنبه باعث رونق تولید و صادرات فرش دست‌باف به کشورهای اروپایی شد. ارزانی نیروی انسانیِ تولید فرش، یکی از مهم‌ترین مزیت‌های فرش دست‌باف در دورهٔ قاجار بود. تنوع طرح و نقش فرش دست‌باف ایران نیز در موفقیت ایران در بازار بین‌المللی فرش بسیار بااهمیت بود. رقبای ایران برای تسخیر بازارِ این محصول، از طرح و نقش فرش دست‌باف ایران تقلید می‌کردند. در کنار زیبایی طرح و نقش فرش ایران، دوام فرش‌های مناطق مختلف نیز شهرت بسزایی داشت. درمجموع، در دورهٔ قاجار هنر ـ صنعت فرش شرایط مطلوبی داشته است. تقاضای روزافزون برای فرش ایران در اروپا و آمریکا و نیاز اقتصاد ایران به تولید کالاهای صادراتی پرارزش، موجب شد تولید و صادرات در ایران گسترش یابد. شرکت‌های خارجی علاوه بر سرمایه‌گذاری برای تولید، مدیریت تولید را نیز در کنترل خود درآوردند. می‌توان گفت که دورهٔ قاجار دورهٔ معرفی فرش ایران به جهانیان و رونق تجارت بین‌المللی آن بود؛ به‌طوری‌که در اوایل دورهٔ قاجار سهم فرش از صادرات به آمریکا، ۷/۱۵درصد و در اواخر دورهٔ قاجار سهم فرش از صادرات، ٤١/٦٨درصد بوده است. همین بازار خوب کم‌کم برای فرش دست‌باف ایران مشکلاتی به وجود آورد؛ از جمله در دورهٔ پهلوی بخشی از فرش‌های فارس به مصر صادر می‌شد و کم‌کم مصر به یکی از تولیدکنندگان فرش دست‌باف بدل شد. در این دوره، ترکیه تعرفهٔ واردات فرش ایران را بیش از اندازه بالا برد و ایران هم تلاش کرد تا فرش‌هایی را که با رنگ‌های جوهری بافته شده بود، به مصر وارد کند. با توجه به تقاضای فرش در کشورهای خریدار فرش ایران، بیشترین سود از صادرات فرش نصیب تاجران خارجی می‌شد و تاجران ایرانی به‌دلیل شرایط سخت عبور از مرزهای جغرافیایی، سود قابل توجهی را به خود اختصاص نمی‌دادند (پروان،۱۳۸۹، ۸۵). تقریباً از همین دوران، مشکلات هنر ـ صنعت فرش بروز کرد. «به‌دلیل افزایش صادرات در دورهٔ پهلوی، تولیدکنندگان و بافندگان فرش برای دست‌یافتن به سود بیشتر، به تولید فرش‌های ارزان‌قیمت پرداختند؛ به‌طوری‌که سفیر ایتالیا در سال ۱۳۰۸ش، در گزارشی به وزارت خارجهٔ ایران نوشته است: جنس قالی‌های ایرانی (در بازار ایتالیا) خیلی پست‌تر از قالی‌های قبل از جنگ جهانی است و نسبت به قالی‌های سی سال قبل، اصلاً قابل مقایسه نیست. به‌مناسبت سفارشات زیادی که داده می‌شود و خریداران روزافزون، کارخانجات قالی هم به همین دلیل قالی زیادی بافته تا به قیمت ارزان به فروش برساند و مشتریان آمریکا بیشتر در این باب مؤثر بودند و این موضوع نباید به ضرر قالی‌های خوش‌بافت ایران تمام شود. در واقع می‌توان گفت که آمریکایی‌ها سلیقهٔ خود را در باب طرح و رنگ و بافت به قالی ایران تحمیل کرده‌اند و چون محصولات قالی روزبه‌روز زیاد می‌شود، رنگ‌های طبیعی کفایت نکرده و مجبور می‌شوند رنگ‌های مصنوعی استعمال کنند. گرچه می‌توان در اثر تجربیات و عملیات زیاد، از رنگ‌های مصنوعی نیز الوان ثابتی به دست آورد، ولی باز آن لطافت و خوبی رنگ‌های طبیعی را نمی‌توان به دست آورد» (پروان، ۱۳۸۹، ۱٤۰). بر همین اساس، به‌دلیل آنکه فروش فرش دست‌باف در بازارهای جهانی رونق زیادی گرفته بود، سوءاستفاده‌هایی از سوی برخی از سودجویان صورت گرفت که به‌تدریج پایه‌های اصلی فرش دست‌باف را دچار تزلزل می‌کرد. برای برطرف‌کردن این معضل، در سال ۱۳۰۸ش وزیر

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

فلاحـــت و تجارت و فواید عامـــهٔ وقت، از وضعیت تولید فرش در کشور اظهار نگرانی کرد. «در اثر عدم اطلاع و احاطهٔ بافندگان و تهیه‌کنندگان قالی به نکات و دقایق مهم، از قبیل رنگرزی، نقشـــه و تهیهٔ پشـــم (صـــادرات قالی) مقام خود را از دســـت داده و برای تجدید رونق آن در بازارهای دنیا حتماً باید تعلیمات کافی و بلکه نظارت جدی ازطرف دولت داده شـــده و اعمال گردد. کریم آقا بوذرجمهری، وزیر فلاحت، بـــرای تربیت نیروی انســـانی لازم بـــرای طراحی و رنگ‌آمیزی و رنگرزی قالی پیشنهاد کرد که از مدرسهٔ نقاشـــی وزارت جلیلهٔ معارف اســـتفاده کنند و برای عملی‌شدن این منظور، از هیئت وزرای عظام خواست تا امکان انتقال مدرســـهٔ مزبور را با بودجهٔ پرسنلی و اعتباراتـــی که داد، بـــه وزارت فلاحت فراهم نمایند» (پروان، ۱۳۸۹، ۱٤۱). بعد از این تاریخ، سازمان‌های مختلف در رابطه با این هنر ـ صنعت نیز ایجاد شدند؛ از جملـــه کمیســـیون‌های قالـــی در وزارت تجارت، وزارت داخلـــه و اطاق تجارت در ســـال ۱۳۰۸ش، تأسیس مؤسسهٔ قالی ایران در وزارت اقتصاد در سال ۱۳۰۹ش، تأسیس شرکت سهامی فرش ایران در سال ۱۳۱۰ش. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، بسیاری از آنانی که امنیت ســـرمایهٔ خـــود را در خطر می‌دیدند، فعال شـــدند و درنتیجه بازار ارز دچار نوسان شدید گردید. در این میان، فرش دســـت‌باف وضع خاصی یافت؛ زیرا قیمـــت آن در بازارهای غربی، هر روز به رقم فزاینده‌ای نزدیک می‌شـــد، تا آنکه بعد از چندی ســـطح قیمت فرش‌های صادراتی به حدی رسید که رابطهٔ مبادلهٔ ریال به دلار به نرخ رسمی را کنار بگذارد و سیاســـتی جدید انتخاب کند. در اینجا بود که پیمان ارزی به وجود آمد. کم‌کـــم تعاونی‌های زیادی برای حمایت از این محصول ایجاد شـــد. در سال ۱۳٦٤، جهاد سازندگی روســـتاها به وزارت جهاد سازندگی تبدیل شـــد و فعالیـــت درزمینهٔ فرش‌بافـــی، یکی از اولویت‌های مهم آن گردید. در ســـال ۱۳۷۹، وزارت جهاد سازندگی و کشـــاورزی ادغام شدند که در آن، واحدهایی از جمله «ادارهٔ کل فرش و صنایع دســـتی روستایی» و «مرکز تحقیقات فرش» تشکیل شدند. در سال ۱۳٦٦، «اتحادیهٔ مرکزی فرش‌دست‌باف روستایی ایران» ودرســـال ۱۳۷۷ فعالیت‌های فرش‌بافی در دو وزارت جهاد ســـازندگی و تعاون آغاز شـــد، و تولید فرش در ســـازمان‌هایی از جمله آستان قدس رضوی، کمیتهٔ امداد امام خمینی و سازمان بهزیستی در جهت حمایـــت هنـــر ـ صنعت فرش و هم اشـــتغال‌زایی و اشاعهٔ این هنر ـ صنعت انجام گرفت. در سال ۱۳۷۹، دومین مســـابقهٔ طراحی نقشهٔ فرش در جهت سنجش اســـتعدادهای نو و تشـــویق طراحان بـــرای ابداع و نوآوری برگزار شد. ایجاد سازمان‌های موازی درزمینهٔ فرش و تعـــدد مراکز تصمیم‌گیری که همگی وظایف واحـــدی را دنبال می‌کنند، از جمله وزارت بازرگانی، شرکت سهامی فرش، مرکز توســـعهٔ صادرات ایران، مؤسســـهٔ مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، سازمان نمایشگاه‌های بین‌المللی، کمیسیون نرخ‌گذاری و میز فرش، وزارت جهاد کشـــاورزی، شرکت‌های تعاونی قالی‌بافی، ادارهٔ کل فرش و صنایع روســـتایی و مرکز تحقیقات فرش، وزارت تعاون، سازمان صنایع دستی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان‌های وابسته به آن، مثل میراث فرهنگی و موزهٔ فرش، وزارت علوم و تأسیس رشتهٔ کارشناسی فرش در کشور، اتحادیه‌های صنف تولیدکنندگان و فروشندگان، کمیتهٔ امداد، آستان قدس رضوی و... همگی به‌نحوی دست‌اندرکار امور فرش شدند (حشمتی رضوی،۱۳۸۹،۹۸).

ضرورت ایجاد رشتهٔ دانشگاهی فرش از دیدگاه آقای عابد (رئیس شرکت سهامی فرش ایران)

آقای محمدرضا عابد از ســـال ۱۳٦۲ تا ۱۳۷۷ حدود پانزده ســـال مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیرهٔ شرکت

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

سهامی فرش ایران بود و یکی از متولیان اصلی ایجاد این رشتهٔ دانشگاهی است. ایشان طی مصاحبه‌ای که در سال ۱۳۷۷ داشته‌اند، ضرورت ایجاد این رشته را این‌گونه عنوان کرده‌اند: «فکر تشکیل رشتهٔ فرش به نیازهای سازمان درزمینهٔ کارشناس و نیروی متخصص برمی‌گردد. ما مدت‌ها با سازمان امور اداری و استخدامی بحث و جلساتی داشتیم مبنی بر اینکه چگونه بتوانیم نیرو جذب کنیم. یکی از راه‌های پیشنهادی سازمان این بود که تعدادی از دیپلمه‌های علاقمند را از طریق آزمون انتخاب کرده و با همکاری یکی از مراکز آموزشی، تحت آموزش قرار دهیم و سپس استخدام کنیم. بر این اساس، برای اولین‌بار در سال ۱۳۶۹ش دورهٔ کاردانی فرش را برگزار کردیم و دانش‌آموختگان آن جذب شرکت سهامی فرش ایران شدند؛ ضمن اینکه تعدادی از این‌ها کارمند قبلی سازمان بودند و ارتقا پیدا کردند. با توجه به این تجربه و نیز مطالعاتی که روی کشورهای دیگر، از جمله چین داشتیم که این رشته را به‌صورت دانشگاهی دارد و ضرورت اینکه مدیریت فرش از حالت تجربی بیرون بیاید و کارشناسانی تحویل جامعه شوند که در همهٔ زمینه‌های فرش، چه مواد اولیه، چه طرح و رنگ و چه اقتصادش اطلاعات جامع و کاملی داشته باشند و نیز برای رفع مشکلاتی که درزمینهٔ تولید در فرش داشتیم، در یکی از جلساتی که در کاشان در حاشیهٔ برپایی یک موزهٔ فرش با دکتر حبیبی، معاون اول رئیس‌جمهوری برپا بود، دکتر شامخی، رئیس وقت دانشگاه کاشان، با توجه به سابقهٔ فرش در کاشان پیشنهاد این رشته را دادند و من نیز اعلام آمادگی نمودم. به غیر از نیازهای شرکت که یکی از چندمین اهداف بود، یکی از اهداف تأسیس، کمبود مدیریت برای فرش ایران بود؛ به دلیل نبود تجربهٔ علمی در این زمینه، اکثراً فعالیت‌ها به‌صورت تجربی بوده است مثلاً عمواوغلی را داشتیم که رفت، دیگر چه کسی جایگزین او شد؟ تجارب کاری متخصصین داشت از بین می‌رفت؛ یا مثلاً چه کسی کار دبیر صنایع کاشان را ادامه می‌داد؟ در واقع بخش خصوصی ما به تجارت فرش و سودهای آنی گرایش پیدا کرده بود و ما تعدد صادرکننده داشتیم تا تولیدکننده. این‌ها عواملی بود که ایجاد این رشته را ضروری می‌نمود و باید نیروهایی تربیت می‌شدند که با توجه به تجربهٔ علمی خود در دانشگاه، تولید فرش را مدیریت کرده و سروسامان دهند» (چیت‌سازیان، ۱۳۸۲، ۲۲۰ـ۲۲۱).

ضرورت ایجاد رشتهٔ کارشناسی فرش از دیدگاه وزارت علوم و تحقیقات

طبق آخرین اصلاحیهٔ وزارت علوم در جلسهٔ مورخهٔ ۷بهمن۱۳۸۵، ضرورت ایجاد رشتهٔ کارشناسی فرش این‌گونه تعریف شده است: با توجه به اهداف عالیهٔ آموزش و نظر به جایگاه فرش در جامعه، جهت حفظ، اشاعه و صیانت از این رشتهٔ هنری، ضروری می‌نماید که در همین راستا موارد زیر مورد توجه واقع شود: ۱. حفظ و تقویت فرهنگ بومی و ملی با توجه به اصالت‌های نقش و رنگ و بافت فرش در هر منطقه؛ ۲. بالابردن کیفیت تولید و بافت؛ ۳. احیا و ترویج هنر فرش‌بافی به منظور اشاعهٔ فرهنگ و هنر اصیل ایران اسلامی در متن مردم؛ ٤. آموزش علوم نظری و عملی، به‌منظور تربیت نیروی متخصص؛ ٥. ایجاد زمینه‌های مطالعاتی و تحقیقاتی و دستیابی به استانداردهای مطلوب؛ ٦. ایجاد زمینهٔ اشتغال و توجه به نقش آن در اقتصاد جامعه.

به همین منظور، دانش‌آموختگان این رشته با کسب مهارت‌ها و دانش نظری و تقویت توان علمی خود در شناخت رشتهٔ فرش خواهند توانست: ۱. درزمینه‌های مختلف تخصصی فرش، از جمله تولید و بافت، طراحی، رنگرزی، مرمت و جنبه‌های دیگر اشتغال داشته باشند؛ ۲. در برنامه‌ریزی‌های هنری، اقتصادی

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۲۷
بهار و تابستان ۱۳۹٤

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

و اجتماعی مرتبط با فرش یا سازمان‌های مربوطه همکاری نمایند؛ ۳. در سازمان‌های دولتی و خصوصی مرتبط با فرش، به‌عنوان مشاور و کارشناس همکاری نمایند. به همین منظور، رشتهٔ کارشناسی فرش با سه گرایش، مورد تصویب قرار گرفت: ۱. طراحی فرش؛ ۲. بافت و مرمت فرش؛ ۳. رنگرزی (سرفصل دروس رشتهٔ کارشناسی فرش، ۱۳۹۲).

معرفی رشتهٔ کارشناسی فرش با گرایش طراحی

همان‌طور که در بالا به آن اشاره شد، در دورهٔ پهلوی و دورهٔ بعد از آن برای برطرف‌کردن ضعف‌هایی که در هنر ـ صنعت فرش‌دست‌باف ایجاد شده بود، مدرسه و سازمان‌هایی حمایتی تأسیس شدند تا به بهبود وضعیت این محصول، هم در نوع تولید و هم فروش داخلی و از همه مهم‌تر صادرات کمک کنند. اما با گذشت چند دهه از به‌وجودآمدن این تمهیدات، همچنان هنر ـ صنعت فرش با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو بوده است. در همین راستا، به‌منظور علمی‌نمودن تجارب و آگاهی موجود درزمینهٔ فرش، مشخصات کلی و برنامهٔ دروس دورهٔ کارشناسی فرش در اسفند ۱۳۷٤ به تصویب شورای عالی برنامه‌ریزی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری اطلاعات رسید و دانشگاه کاشان برای نخستین‌بار در مهر ۱۳۷۵ اقدام به دایرنمودن آن نمود. مرحوم درودچی از پایه‌گذاران کارشناسی فرش، پژوهش و مطالعات دانشگاهی و علمی درزمینهٔ هنرهای سنتی و صنایع دستی در ایران بود. درحقیقت، رشتهٔ فرش برای برطرف‌کردن نیازهای مدیریتی و فنی شرکت سهامی فرش ایران تدوین شد و بعد با اهداف دیگر به کار خود ادامه داد تا به امروز که هفده سال از تأسیس آن می‌گذرد. اما آخرین اصلاحیه‌ای که وزارت علوم در تاریخ ۷بهمن ۱۳۸۵ برای سرفصل دروس این رشته تعریف کرده است، به این شرح است: دورهٔ کارشناسی فرش از دوره‌های آموزش عالی است که هدف از برگزاری آن تربیت نیروی متخصص آشنا به مبانی نظری و عملی فرش است. علاوه بر دروس عمومی و پایهٔ هنر، دروس نظری و عملی در مباحث مختلف فرش، از جمله تاریخ فرش، شناخت طرح و نقش، ارزیابی و ارزشیابی، اقتصاد، مدیریت تولید، پژوهش و موزه‌داری فرش و دروس عملی و کارگاهی، نظیر طراحی، بافت، مرمت، رنگرزی، نگارگری، طراحی و بافت گلیم و همچنین کارورزی و پروژهٔ نهایی، مورد توجه قرار گرفته است.

انتظار می‌رود دانش‌آموختگان این رشته، در پایان دوره بتوانند ۱. درزمینه‌های مختلف، از جمله تولید و بافت، طراحی، رنگرزی، مرمت و جنبه‌های دیگر، اشتغال داشته باشند؛ ۲. در برنامه‌ریزی‌های هنری، اقتصادی و اجتماعی مرتبط با فرش یا سازمان‌های مربوطه همکاری کنند؛ ۳. در سازمان‌های دولتی و خصوصی مرتبط، به‌عنوان مشاور و کارشناس، همکاری نمایند. اما برنامهٔ درسی این رشته به این شرح است: واحدهای عمومی گذرانده‌شده ۱۲ واحد، دروس پایهٔ مشترک ۲٦ واحد، دروس اصلی مشترک ٦۰ واحد، دروس تخصصی با توجه به گرایش ۲۵ واحد؛

دروس پایه، شامل آشنایی با هنرهای سنتی ایران، آشنایی با بافته‌های سنتی ایران، هندسهٔ نقوش در هنرهای سنتی ایران، آشنایی با هنر در تاریخ (۱)، آشنایی با هنر در تاریخ (۲)، هنر و تمدن اسلامی (۱)، هنر و تمدن اسلامی (۲)، مبانی هنرهای تجسمی (۱)، مبانی هنرهای تجسمی (۲)، طراحی پایه، عکاسی (۱)، آشنایی با کامپیوتر؛

دروس اصلی مشترک، شامل سیر تحول نقش در هنر ایران، طراحی سنتی (۱)، طراحی سنتی (۲)، طراحی فرش (۱)، شناخت طرح و نقش فرش ایران (۱)، شناخت طرح و نقش ایران (۲)، شناخت طرح و

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

نقش گلیم، طراحی گلیم، بافت گلیم، بافت فرش (۱)، بافت فرش (۲)، شیمی کاربردی فرش، علوم الیاف، رنگرزی شیمیایی (۱)، رنگرزی سنتی (۱)، حفاظت و مرمت فرش (۱)، حفاظت و مرمت فرش (۲)، رنگ و نقطهٔ نقشهٔ فرش (۱)، تاریخ فرش ایران، تاریخ فرش جهان، پژوهش در فرش، موزه‌داری فرش، کنترل کیفیت در فرش، مدیریت تولید فرش، اقتصاد فرش، شناخت بازارهای جهانی فرش، ارزیابی و ارزشیابی فرش.

اما گرایش موردبررسی در این پژوهش، طراحی است. در اینجا فقط به نام‌بردن دروس تخصصی گرایش طراحی فرش می‌پردازیم. دروس تخصصی برای گرایش طراحی: طراحی فرش (۲)، طراحی فرش (۳)، طراحی فرش (٤)، نگارگری (۱)، نگارگری (۲)، رنگ و نقطهٔ نقشهٔ فرش (۲)، مبانی رنگ در فرش ایران، زبان تخصصی، کارآموزی، پروژهٔ نهایی (سرفصل دروس رشتهٔ کارشناسی فرش، ۱۳۹۲).

دلایل تضعیف روزافزون هنر ـ صنعت فرش

برطبق تحقیقات و پژوهش‌هایی که درزمینهٔ مشکلات هنر ـ صنعت فرش دست‌باف ایران صورت گرفته است، محققان مشکلات پیش روی این هنر ـ صنعت را در بخش اجرایی، از ایجاد طرح تا بافت و فروش، به چند مورد تقسیم کرده‌اند. به‌کارنبردن راه‌های اصولی و استاندارد در مراحل مختلفی که یک فرش بافته و به فروش می‌رسد، مانند نبود نوآوری در طرح و رنگ، نداشتن بازاریابی و تبلیغات مناسب، استفاده از مواد و مصالح نامرغوب را از ارکان اصلی ضعف این هنر ـ صنعت معرفی کرده‌اند. طی مصاحبه‌هایی که به‌صورت باز با تولیدکنندگان فرش دست‌باف در راستای این پژوهش صورت گرفته است، عواملی چون شرایط اقتصادی کشور در حال حاضر را موجب آن می‌دانند که خطر نکرده و از طرح‌های نو و جدید استفاده نکنند. ترجیح می‌دهند همان طرح‌هایی که فروش خود را دارند، کار کنند و از طرح‌های قدیمی استفاده کنند که به‌اصطلاح کپی‌برداری است. این ضعف‌ها همیشه در همهٔ دوره‌ها احساس شده است؛ به‌طوری‌که در *تاریخ تجارت فرش* اشاره شد که برای برطرف‌کردن این ضعف‌ها سازمان‌های متفاوتی ایجاد شدند که ایجاد این سازمان‌ها نه‌تنها وضعیت فرش دست‌باف را بهتر نکرد، بلکه به گفتهٔ تولیدکنندگان فرش در بازار فرش تهران، ایجاد این سازمان‌ها باعث شد تا افرادی که صلاحیت ندارند و از این هنر ـ صنعت هیچ نمی‌دانند؛ در واقع نبود افراد غیرمتخصص که متولی این سازمان‌ها شده‌اند، خود ضرری بزرگ بر هنر ـ صنعت فرش دست‌باف زده است. درحقیقت، یکی از دلایل تأسیس رشتهٔ فرش در دانشگاه‌های مختلف ایران این مسئله بود: تربیت نیروی متخصص برای سازمان‌ها و کارگاه‌های تولیدی و... به این امید که قشری تربیت شوند تا هنر ـ صنعت فرش دست‌باف را از مسیر انحرافی خود خارج کرده و دوباره به جایگاه مطلوب و شایستهٔ آن برسانند (نیشابوری، ۱۳۹۲).

اما فرهنگ بازار فرش دست‌باف، طبق مصاحبه‌هایی که به‌صورت باز با دانش‌آموختگان صورت گرفته است، به دانش‌آموختگانِ این رشته آزادی عمل زیادی نمی‌دهند و ازطرفی، اگر دانش‌آموختگان بخواهند مستقل به تولید فرش بپردازند، نیاز به سرمایه‌گذاری دارد که از عهدهٔ این قشر خارج است. درصورتی‌که اگر تولیدکنندگان فرش دست‌باف به دانش‌آموختگان این رشته اعتماد کنند و فرصت کار را به آن‌ها بدهند، علم و تجربه می‌تواند در کنار هم باعث تحول در این هنر ـ صنعت شود؛ البته این کار، سخت خواهد بود، به‌دلیل آنکه فرهنگ بازار سالیان درازی به این شیوه بوده است. اما دانش‌آموختگان فرش با گرایش طراحی می‌توانند در عرصهٔ مهم طرح و رنگ به تولیدکنندگان

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۲۷
بهار و تابستان ۱۳۹٤

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

برای پیشرفت اهداف اقتصادی یاری رسانند (ابوذری، ۱۳۹۲). سالیان متمادی است که فرش دست‌باف با همان رنگ و نقش در بازارهای داخلی و خارجی عرضه می‌شود. وقت آن شده تا فرش‌هایی با همان اصالت ایرانی، اما کمی متفاوت‌تر و متناسب با سلیقهٔ نسل امروز طراحی شوند که به طور قطع قشر جوان تحصیل‌کرده سلیقه‌های دنیای مدرن را آن‌طورکه از سرفصل دروس این رشته استنباط می شود، بهتر می‌تواند برآورده کند؛ چراکه در دانشگاه، بیشتر روی طراحی به شیوه‌های نو و جدید تکیه می‌شود.

اهمیت نوآوری در طرح و رنگ فرش دست‌باف

تغییر و توسعه در جوامع کنونی موجب تغییر دیدگاه زیبایی‌شناسی انسان امروز شده است. این مسئله باعث شده طرح‌های جدید، جایگزین سنت و هنرهای سنتی شوند. مسئلهٔ دیگر جهانی‌شدن است. این تحولات باعث لزوم تغییراتی در تولید فرش‌دست‌باف، به‌خصوص درزمینهٔ طرح و رنگ شده است. جهانی‌شدن موجب شده تا سلیقه‌های انسان‌ها در سطح جهانی مورد بحث قرار گیرد. اینجاست که نوآوری در طرح و رنگ‌ها الزامی به نظر می‌رسد؛ باید تأکید بیشتری بر انجام آن صورت بگیرد تا بتوان پاسخ‌گوی نیازهای گروه هدف بود. «منظور از نوآوری و ابداع در طرح و رنگ فرش‌ها آن است که طرح و نقش‌مایه و تناسبی تهیه شود که نمونهٔ مشابهی قبل از آن وجود نداشته باشد. لازم به تأکید است که نوآوری قابل ذکر و مؤثر آن است که در قلمرو طرح و نقش فرش ایران، مسیری تازه ایجاد کند و بااینکه ریشه در طرح و رنگ فرش ایران دارد، جایگاهی مشخص به خود اختصاص دهد و شاخه‌هایی بر دامن این قلمرو بگستراند؛ به‌نحوی‌که خود زمینهٔ بازنگری و الهام طرح‌های دیگر شود» (نیکویی، ۱۳۸٦، ٤٤٥). «سنت به‌معنای راه و روش است و در جامعه همان مجموعه معتقدات و باورها و روش‌ها و انگیزش‌هایی است که اگر در افراد یک گروه یا قوم یا ملت نباشد، آن گروه و ملت از مداومت‌بخشیدن به شیوهٔ خاص خود سر باز می‌زند و تداوم یکتایی خویش را از دست می‌دهد و دچار تشتت می‌گردد. فرش، خود بخشی از سنت جامعهٔ ما می‌باشد. سنت فرش مجموعهٔ خلقیات و اعتقادات و روش‌ها و بینش‌های گروهی از افراد جامعهٔ ما، یعنی دست‌اندرکاران این اثر هنری و صنعتی، به‌ویژه طراحان و بافندگان است که طی صدها سال تداوم بر این دست‌باف، درحقیقت حک شده و ثابت و پایدار گردیده است. سنت هرگونه ره‌آورد و دستاورد تاریخی و کهن است که به‌مرور توسط نسل‌های متعدد دست به دست و سینه به سینه تابع باور و اندیشه و نیاز، ایجاد و به‌مرور تکمیل شده و همواره با وضعیت‌های مختلف و نیازهای مادی و معنوی انسان سازگار شده است؛ پس سنت را باید به طور خلاصه، فعالیت‌ها یا موضوعات ایجادشده و به محک تجربه درآمده دانست که در کوران تجربه، مسیر تکامل را پیموده است» (اسپنانی و احمدی، ۱۳۸٦، ٥٤٠). «فرش همانند دیگر کالاهای جامعه نمی‌تواند مستقل از بازار، رقابت، تبلیغات تجاری و مدهای مصنوعی ایجاد شده و به‌سرعت تغییریابنده باشد؛ بنابراین، نوآوری در طرح‌ها ضروری می‌نماید؛ چراکه فرار از سنت در جامعه‌های امروز و جهانی‌شدن از سوی دیگر، موجب تمایل افراد به فرار از جوامع سنتی و ازبین‌رفتن بسیاری از صنایع دستی، از جمله فرش شده است؛ بنابراین، در مقابل تغییرات فرهنگی صورت‌گرفته، باید این مسئله را جدی گرفت و تدبیری تازه اندیشید» (پورمند و همکاران، ۱۳۸۹، ۱۳). امروزه بحث بر سر سنت‌گرایی و طرح‌های مدرن و جدید بسیار است. گروهی تأکید صرف بر سنت‌گرایی در طرح فرش‌ها می‌کنند و معتقدند اگر پا را فراتر از نقوش سنتی بگذاریم، به خطا رفته و

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

صدمـــات جبران‌ناپذیری به فرش وارد خواهد شـــد. گروهـــی دیگر بـــه طرفداری از طرح‌هـــای جدید و نوآوری‌های بکـــر می‌پردازند. دکتر آیت‌اللهی در این زمینه می‌نویسد: «سنت و هنر، هر دو، امر اجتماعی و فرهنگی هســـتند که یکی ثابت و تغییر و تحول‌ناپذیر است و دیگری خلاف، همیشه در حال تغییر، تحول و ایجاد آثاری متنوع می‌باشد و اگر هنر نیز بدون تغییر و تحول باقی بماند، در دام تقلید و تکرار فرومی‌رود و دیگـــر آن را نمی‌توان هنر نامیـــد. آیا اگر دگرگون شـــوند، فرش دیگر فرش نیســـت و فرش ایران مال ایران نیست؟ آیا اگر اندازه‌ها، چه در تناسبات فرش‌ها و چه در نســـبت‌های آذینه‌ها و آرایه‌های آن‌ها تغییر کنند، فاجعـــه‌ای به وجود می‌آید؟ اگر آری، پس چرا در گذشـــته این‌چنین نشده و آن‌همه تنوع و خلاقیت در آن‌ها پدید آمده است» (آیت‌اللهی، ۱۳۸۵، ٦ـ۸).

بازار داخلی و خارجی فرش دست‌باف[۷]

از گذشته‌های دور فرش دســـت‌باف کالایی تجاری و ارزآور برای کشـــور محســـوب می‌شده است؛ پس فرای جنبه‌های هنری آن بایـــد به چگونگی تجارت در داخل و خارج از کشور نیز توجه کرد. درحقیقت، باید طوری فرش‌ها طراحی شوند که هم جنبهٔ هنری و اصالـــت فرهنگ ایرانی را دارا باشـــند و هم بتوانند مشـــتری جلب کنند. آنچه در بازار فرش دســـت‌باف حرف اول را می‌زند، رنگ است. درحقیقت، خریدار در نگاه اول شـــیفتهٔ رنگ می‌شـــود و بعـــد از آن به مؤلفه‌های دیگر، از جمله نقش و قیمت توجه می‌کند (جناتی کاشانی، ۱۳۹۲). با توجه به آمارهایی که مرکز تحقیقـــات فرش ایران از کشـــورهای هدف خریدار فرش ایرانی گرفته است، می‌توان تا حدودی از سلیقهٔ خریداران فرش دســـت‌باف ایرانی در سایر کشورها مطلع شـــد. همچنین با ارتبـــاط برقرارکردن از طریق دنیای مجازی می‌توان به مدهای روز کشورهای هدف پی برد و برای آن برنامه‌ریزی کرد؛ به همان شکل که طراحان لباس همیشه یک سال جلوتر طرح‌های خود را رونمایـــی می‌کنند تا برای مد ســـال آینده در بازار مورد اســـتفاده قرار گیرد. درحقیقت، برای آنکه ما نیز در فرش دست‌باف بتوانیم همگام با دنیا حرکت کنیم، باید با دنیای مجازی خود را همگام کنیم و ســـعی بر این باشـــد تا خود را در تولیـــد فرش و ابداع طرح و رنگ برای بازارهای جهانی، یک سال جلو بیندازیم.

مســـئله‌ای که امروزه گریبان فرش دســـت‌باف را گرفته، نوع تولید ســـنتی و فکر ســـنتی تولیدکنندگان اســـت. با وجود اینکه نسلی از تولیدکنندگان جوان‌تر وارد عرصهٔ بازار فرش دســـت‌باف شـــده‌اند، به‌دلیل فرهنگ ســـنتی که در بازار جا افتاده است، نتوانستند خـــود را به‌روز کنند (مرتضـــوی، ۱۳۹۲). عدهٔ زیادی از تولیدکننـــدگان در مصاحبه‌ها به این مطلب اشـــاره کرده‌اند که تا فرش ما بافته و وارد بازار شود، آن طرح و رنگ از مد افتاده است. اینجاست که ایجاب می‌کند تا کمی جلوتر از زمان پیش رویم: اول نیاز بازار را برای یک ســـال آینده بسنجیم و بعد طرح و رنگی متناسب تولید کنیم. اکثر تولیدکنندگان فرش دســـت‌باف، بازار اصلی محصول خود را در خارج از کشور جست‌وجو می‌کنند؛ چراکه معتقدند قیمت تمام‌شدهٔ فرش دست‌باف در حدی است که بازار داخلی کشش خرید این تعداد تولیـــد را ندارد؛ لذا ســـعی می‌کنند طرح‌هایی را که متناســـب با فرهنگ ایرانی اســـت، در بازارهای خارجی به فروش برســـانند و اینجاست که با مشکل روبه‌رو می‌شوند. ازطرف دیگر، مسائل روز اقتصادی و تحریم‌هایی که برای کشور در نظر گرفته شده، این هنر ـ صنعت را به نابودی نزدیک کرده اســـت؛ چراکه تولیدکنندگان سرمایهٔ خود را روی بازارهای خارجی متمرکـــز کرده‌اند؛ درحالی‌که در یک ســـال گذشـــته، بازار خارجی با افت روبه‌رو بوده اســـت. درحقیقت، سیاست‌های خارجی کشور بر روی اصلی‌ترین کالای

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۲۷
بهار و تابستان ۱۳۹٤

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

صادراتـــی غیرنفتی تأثیرات جبران‌ناپذیری گذاشـــته است: بســـیاری از تولیدکنندگان از تولید بازمانده‌اند و آن‌هایی که توانســـته‌اند حیـــات خود را حفظ کنند، ترجیـــح می‌دهند خطر نکرده و همـــان طرح‌هایی که چندین سال اســـت فروش خود را دارد، دوباره تولید کنند، یـــا طرح‌های قدیمی را که کمـــی از تولید دور مانده‌اند، به‌روز کرده و به فروش برسانند. البته در این بین، اســـتثناهایی نیز وجود دارد که خیلی قابل لمس نیست. اینجاست که باید به فکر راهی جدید باشند تا بتوانند در این عرصهٔ رقابتیِ تنگ، به حیات خودشان ادامه دهند (نیشابوری، ۱۳۹۲).

این در حالی است که با توجه به مصاحبه‌هایی که به‌صورت بسته از طریق پرسش‌نامه، از تولیدکنندگان بازار فرش دست‌باف شـــهر تهران و دانش‌آموختگان کارشناســـی فرش با گرایش طراحـــی صورت گرفته اســـت و از طریق نرم‌افـــزار spss۱۶ به روش آزمون T دو نمونه وابســـتهٔ داده‌ها آمارگیری شده است و با توجه به جداول رابطه بین بازار و دانشـــگاه، اختلاف معنی‌داری را نشـــان می‌دهد که از عدم ارتباط صحیح و اعتماد بین تولیدکنندگان و دانش‌آموختگان نشـــان دارد که با توجه به بخش توصیف تحلیلی جداول در صورت اعتمادســـازی، قابلیت بهبود را خواهد داشت (جدول شمارهٔ ۱).

جدول شمارهٔ ۱. آمار دو نمونه وابستهٔ دانش‌آموختگان کارشناسی فرش با گرایش طراحی دانشگاه هنر تهران و تولیدکنندگان فرش دست‌باف بازار تهران

نام متغیر	تعداد افراد	میانگین	انحراف معیار	خطای میانگین
گروه دانش‌آموختگان	۱۶	۷۷,۲۵۰۰	۷,۷۹۳۱۶	۱,۹۴۸۲۹
گروه تولیدکنندگان	۱۶	۵۹,۱۸۷۵	۷,۶۲۶۴۳	۱,۹۰۶۶۱

جدول شمارهٔ ۲. آمار همبستگی دو نمونه وابستهٔ دانش‌آموختگان و تولیدکنندگان فرش

دو نمونه وابسته	تعداد افراد	میزان همبستگی	درصد معنی‌داری
دانش‌آموختگان و تولیدکنندگان	۱۶	-.۳۸۹	.۱۳۷

جدول شمارهٔ ۳. آمار آزمون T دو نمونه وابستهٔ دانش‌آموختگان و تولیدکنندگان

	تفاوت‌های وابسته‌ها				میزان T	درجهٔ آزادی	درصد معنی‌داری
	میانگین	انحراف معیار	خطای میانگین	درصد اطمینان ۹۵٪ اختلاف بین وابسته‌های متفاوت			
				پایین‌ترین / بالاترین			
دو نمونه‌های وابسته	۱,۸۰۶۲۵	۱۲,۸۵۰۲۶	۳,۲۱۲۵۶	۱۱,۲۱۵۰۸ / ۲۴,۹۰۹۹۲	۵,۶۲۲	۱۵۸	۰,۰۰

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

همان‌طور که گفته شـد، آمارها حاکی از آن است کـه دانش‌آموختگان کارشناسـی فرش نتوانسـته‌اند ارتباط مناسـبی از لحاظ کاری با تولیدکنندگان فرش دسـت‌باف برقرار کنند. به همین منظور، لازم اسـت که توانمندی‌های دانش‌آموختگان برای تولیدکنندگان معرفی شود تا شاید دانش‌آموختگان این رشته بتوانند وارد بازار حرفه‌ای فرش دسـت‌باف که جایگاه اصلی آن‌هاست، شوند (جدول شمارهٔ ۲).

توانمندی‌های دانش‌آموختگان رشتهٔ کارشناسی فرش

در همهٔ عرصه‌ها همیشـه وقتی به ایده‌ها و تفکرات جوانان بها داده شـده، اتفاقات خوشـایندی رخ داده اسـت. تولیدکننـدگان فـرش دسـت‌باف در بازار فـرش تهـران در مصاحبه‌هایی که صـورت گرفته، به این موضوع اشـاره کرده‌اند کـه درصورتی‌که از دانش‌آموختگان این رشـته حمایت شـود، می‌توانند همکاران خوبی باشند؛ به شرط اینکه دانش‌آموختگان این رشـته نیز خود واقعاً علاقمند به کار باشند. این در حالی اسـت که ما در کشور سالانه فقط در مقطع کارشناسـی با گرایش طراحی در رشتهٔ فرش به طور تقریبی هشـتصد نفر دانش‌آموخته[۸] داریم که هرکدام قابلیت‌های خوبی برای کار درزمینهٔ فرش دست‌باف دارند. ازطرف دیگـر، عدهٔ زیادی از دانش‌آموختگان زنان هسـتند که سلیقه و ذوق زنانه و همچنین علاقهٔ زیـاد زنان به مـد و دکوراسـیون و همچنین ارتباط خوبی که قشـر جوان امروزه با دنیای مجازی برقرار کرده اسـت، در کنـار یادگیری اصـول طراحی در دانشگاه، می‌تواند به طراحی فرش‌هایی مطابق مد روز ایران و جهان کمک کند. این در حالی اسـت که اکثر تولیدکنندگان فرش دسـت‌باف مردان هستند که شم بازاریابی و اقتصادی خوبی دارند و این دو قشـر در کنار هم می‌توانند سبب بهبود وضعیت اقتصادی این هنر ـ صنعت شـوند. در سرفصل دروس دانشگاهی این رشـته، دروس بسـیار خوبی تدوین شده است درصورتی‌که خوب تدریس شـود و شرایط آموزشی مناسب باشد بازدهی لازم را خواهد داشت. درحقیقت دانش‌آموختهٔ فرش برای ورود به بازار حرفه‌ای، کمی اعتمادبه‌نفس و تجربهٔ تولیدکنندگان را نیازمند اسـت تـا بتواند خود را پیدا کرده و به عرصهٔ تولید راه یابد. خلاقیت در رنگ و نقش، آشـنایی با نقوش مختلف فرش‌های مناطق ایران، آشنایی با اصول و مبانی رنگ در فرش، آشنایی اصولی با شیوه‌های طراحی، شناخت بازارهای فرش دست‌باف، اقتصاد فرش و غیره، همه و همه دانش‌آموختگان را از حیث طراحی و نوآوری در طرح، رنگ و همچنین شناسـایی بهتر سلیقه‌های مشـتریان یاری می‌رساند. مسئله‌ای که تولیدکنندگان به آن اشـاره کرده‌اند، این است که امروزه نیاز نیست نقش‌های خیلی پیچیده طراحی شـود؛ امروزه سلیقهٔ مشـتری در درجـهٔ اول بر روی رنـگ تمرکز دارد. درحقیقـت، می‌توان طرح‌های خیلی سـاده یا حتی نقوش هندسی را که از ساده‌ترین نقوش فرش است، با یک ترکیـب رنگی ایده‌آل به‌صورت فرش‌هایی در ابعاد کوچک متناسـب با زندگی امروز شهری در دنیا و همین‌طور در ایران طراحی کرد (جناتی کاشـانی، ۱۳۹۲). آنچه امروزه در بازار فرش دسـت‌باف مورد توجه اسـت، در درجهٔ اول کشـش و تقاضا در بازار اسـت. «یکی از این عوامل که امروزه نقش بسـزایی در ایجاد مصرف و تقاضا بازی می‌کند، عامل سـلیقه و ترجیحات مصرف‌کننده است؛ بنابراین، برای اینکه یک فروشـنده بتواند بیش از رقبا مصرف جدید یک مصرف‌کننـده را تصاحب نماید، الزامـاً باید توانایی معرفی و شناسـاندن کالای خـود را به مصرف‌کننده داشته باشد؛ درحقیقت، باید بتواند محصولی را تولید کند که در میان انبوه طرح‌ها و رنگ‌ها در بازار فرش دسـت‌باف حرف جدیدی برای گفتن داشته باشد که

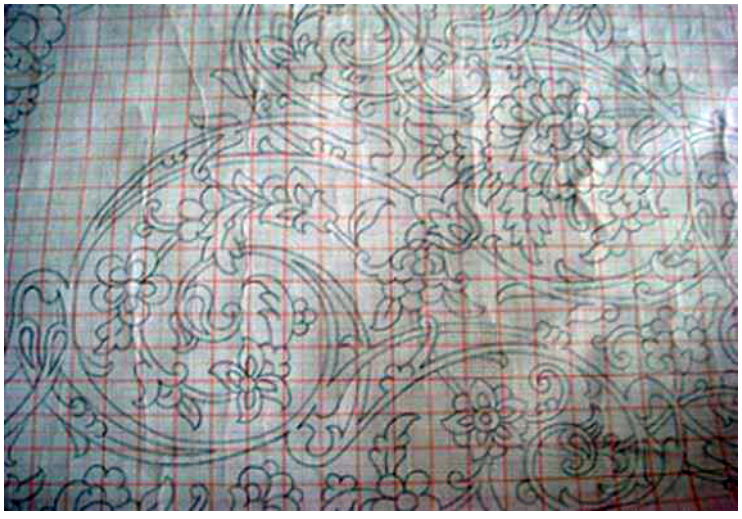
گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۲۷
بهار و تابستان ۱۳۹۴

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

تنوع در طرح و رنگ و... می‌تواند کالایی متمایز را برای خریدار ایجاد کند؛ بنابراین، در بازارهای کنونی، تمایز و تشخیص یک کالا عنصری بسیار مهم در معرفی و شناساندن کالا به مصرف‌کننده است. درحقیقت، آن محصول باید دارای دو ویژگی مهم باشد: ۱. برای مشتری ایجاد ارزش نماید؛ ۲. به‌سادگی قابل تقلید نباشد» (اکبری، ۱۳۸۰، ۷۵). دانش‌آموختگان این رشته به‌خوبی با مبانی رنگ در دورهٔ تحصیل خود و نقوش فرش و همنشینی بجای رنگ‌ها آشنا می‌شوند و به‌طورکلی یکی از دروس تخصصی گرایش طراحی، مبانی رنگ در فرش است و می‌توانند طرح‌هایی را با حفظ اصالت ایرانی و مطابق سلیقهٔ روز طراحی کنند. (تصاویر شمارهٔ ۱ تا ۵).

عدهٔ زیادی از تولیدکنندگان، به‌دلیل آنکه خود نظارت مستقیم بر تولید ندارند و درحقیقت کارگاه تولیدی خود را به دست کارفرمایان می‌گذارند، با قشر تحصیل‌کرده در این رشته آشنایی ندارند و برایشان جالب است که طرح‌های این دانش‌آموختگان را ببینند. این، نشان‌دهندهٔ این مطلب است که فرهنگ تولید فرش در ایران سنتی و تجربی است و نتوانسته با دنیای مدرن ارتباط برقرار کند. این در حالی است که فرش ماشینی بهتر توانسته از ذوق و سلیقهٔ دانش‌آموختگان فرش برای بهبود اهداف اقتصادی خود استفاده کند و همین مطلب سبب شده تا بازار داخلی در دست صنعت فرش ماشینی قرار گیرد و به‌تدریج به هنر ـ صنعت فرش دست‌باف لطمه بزند؛ پس بجاست که تولیدکنندگان فرش دست‌باف نیز کمی از حصار سنتی خود خارج شده و به قشر تحصیل‌کرده اعتماد کنند و در مقابل قشر تحصیل‌کرده نیز کمی انعطاف به خرج داده و صبور باشند تا موفق شوند. در پایان این بخش به طرح‌هایی که کار یکی از دانش‌آموختگان این رشته است، اشاره‌ای شده تا بخشی از توانایی این دانش‌آموختگان برای همگان مشخص گردد.

رح‌هایی که توسط دانش‌آموختهٔ کارشناسی فرش کار شده که توانمندی دانش‌آموختگان را در طراحی و همچنین ترکیب رنگی در این تصاویر می‌توان دید.



تصویر شمارهٔ ۱. طرحی مدادی از گردش‌های اسلیمی و ختایی، کار سرکار خانم نیلوفر عباسی، گرفته‌شده از آرشیو خصوصی ایشان، ۱۳۹۲

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]



تصویر شمارهٔ ۲. طرح سرکار خانم نیلوفر عباسی، گرفته‌شده از آرشیو ایشان در سال ۱۳۹۲



تصویر شمارهٔ ۳. طرح لچک ترنج، گرفته‌شده از آرشیو ایشان در سال ۱۳۹۲



تصویر ۴. طرحی از افشان شاه‌عباسی، گرفته‌شده از آرشیو ایشان در سال ۱۳۹۲



تصویر ۵. بخشی از یک طرح، گرفته‌شده از آرشیو ایشان در سال ۱۳۹۲

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

نتیجه‌گیری

طبق مطالعات صورت‌گرفته، شواهد نشان می‌دهد از زمانی که فرش دست‌باف ایرانی در جهان شناخته شد و صادرات آن به اوج خود رسید، سودجویی‌هایی نیز صورت می‌گرفت؛ به‌طوری‌که برای برطرف‌کردن این سودجویی‌ها دولتمردان در هر دوره‌ای تصمیم به ایجاد سازمان‌هایی برای نظارت بر تجارت این هنر ـ صنعت گرفتند؛ اما متأسفانه به‌دلیل متخصص‌نبودن نیروهای این سازمان‌ها، نه‌تنها باعث بهبودی وضعیت این هنر ـ صنعت نشد، بلکه مسیر را متزلزل‌تر کرد. رشتهٔ دانشگاهی کارشناسی فرش قابلیت این را دارد تا با توجه به سرفصل دروسی که نام برده شد، بتواند نیروهای متخصص را در جهت ارتقای این هنر ـ صنعت تربیت کند. یک دانش‌آموختهٔ رشتهٔ فرش با توجه به دروس تعریف‌شده برای این رشته باید توانسته باشد تا اصول کلی را به‌خوبی آموزش ببیند. او با سعی و پشتکار و شناخت سلیقهٔ بازار، به‌راحتی می‌تواند با کشیدن طرح‌های جدید و به‌روز که رنگ‌هایی مشتری‌پسند داشته باشند، اعتماد تولیدکننده را به خود جلب کند و به طور حتم زمانی که این طرح‌ها بازدهی اقتصادی برای تولیدکننده داشته باشد، او به دانش‌آموختهٔ این رشته برای همکاری‌های بیشتر اعتماد خواهد کرد. اما به نظر می‌رسد با وضعیت اقتصادی امروز اگر تولیدکنندگان بخواهند بازدهی بهتری از لحاظ اقتصادی داشته باشند، بهتر است به نسل جوان تحصیل‌کرده اعتماد کنند؛ چراکه یک دانش‌آموختهٔ کارشناسی فرش با گرایش طراحی آمادگی لازم را پیدا کرده تا با کمی تجربه بتواند باعث بهبود وضعیت فرش دست‌باف شود. بر همین اساس و بر پایهٔ یافته‌های تحقیق که از طریق مصاحبه به شیوهٔ باز با تولیدکنندگان فرش دست‌باف صورت گرفته، رنگ در طراحی فرش از اهمیت زیادی برخوردار است و با توجه به دروس مبانی رنگ در فرش و همچنین کارگاه‌های رنگ و نقطه و طراحی، دانش‌آموختگان ۱. توانایی آن را دارند تا فرش‌هایی را با ترکیب رنگی مطابق سلیقهٔ مشتری و طرح‌های خلوت طراحی کنند؛ ۲. به‌دلیل رکود تجاری هنر ـ صنعت، قابلیت آن را دارند تا طرح‌هایی را ارائه دهند که بعد از تولید، آن‌ها کاملاً متفاوت باشند تا در میان این بازار آشفته، حرفی برای گفتن داشته باشند؛ ۳. می‌توانند با توجه به درس شناخت نقوش فرش دست‌باف، طرح‌های اصیل ایرانی را که مدت‌ها فراموش شده، پیدا کرده و از آن طرح‌ها الهام گرفته و در کنار حفظ اصالت آن طرح، آن را به‌روز کنند، چراکه در بازارهای خارجی، طرح‌های ناب و اصیل فرش بسیار خریدار دارد؛ ٤. در دنیای امروز که رایانه حرف اول را می‌زند و می‌تواند سبب افزایش سرعت در کار شود، دانش‌آموختگان به‌دلیل آشنایی با نرم‌افزارهای رایانه‌ای تخصصی این رشته، توانمندی آن را نیز دارند تا به تولیدکنندگان جهت تسریع کارشان کمک کنند؛ ۵. دانش‌آموختگان، این توانمندی را دارند تا فرش‌هایی را طراحی کنند که بعد از بافت از لحاظ قیمت، مناسب با سطح متوسط جامعه باشد؛ ٦. با توجه به درس شناخت بازارهای جهانی فرش دست‌باف، دانش‌آموختگان این قابلیت را دارند تا فرش‌هایی را طراحی کنند که مطابق فرهنگ و سلیقهٔ بازارهای جهانی فرش دست‌باف باشند. اما با توجه به همهٔ این توانمندی‌ها، اگر توجهی به آمار گرفته‌شده، دانش‌آموختگان و تولیدکنندگان فرش دست‌باف شود، بازار و دانشگاه نتوانسته‌اند ارتباط منطقی برقرار کنند و لذا شناسایی بیشتر این رشته و دانش‌آموختگان آن به تولیدکنندگان فرش دست‌باف ضروری می‌نماید. در پایان باید گفت با توجه به جدول آماری، دو نمونهٔ وابستهٔ دانشگاه و بازار نتوانسته‌اند ارتباط مناسبی باهم داشته باشند. اما اگر به جوانان فرصت داده شود، به طور قطع با توجه به

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

مواردی که در بالا به آن اشاره شد، می‌توانند در کنار تجربهٔ تولیدکنندگان، راهکارهایی را در جهت بهبود وضعیت اقتصادی این هنر ـ صنعت در طرح، رنگ، به‌کارگیری رایانه برای تسریع در طراحی، مشاوره در تولید و بازاریابی (چراکه رمز ماندگاری در بازار فرش دست‌باف نوآوری و شناخت بازارهای هدف جدید با توجه به تحریم‌های پیش روی ایران است) ارائه دهند. بدون شک علم و هنر در کنار تجربهٔ تولیدکنندگان می‌تواند سبب ارتقای کیفی این هنر ـ صنعت شود.

پی‌نوشت‌ها

۱. این مقاله در راستای پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد خانم فاطمه رحیم‌پناه با عنوان *تأثیر آموزش دانشگاهی کارشناسی فرش با گرایش طراحی بر جنبه‌های فرهنگی و اقتصادی بازار فرش دست‌باف شهر تهران* نوشته شده است و به راهنمایی آقای دکتر مهران هوشیار در دانشگاه سوره به انجام رسیده است.

۲. این مقاله در جلد دوم کتاب *مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف* متعلق به انتشارات مرکز ملی فرش ایران چاپ شده است.

۳. این مقاله در جلد دوم کتاب *مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف متعلق* به انتشارات مرکز ملی فرش ایران چاپ شده است.

٤. این مقاله در فصلنامهٔ علمی ـ پژوهشی *گلجام*، شمارهٔ ۱۷، پاییز ۱۳۸۹ به چاپ رسیده است.

۵. این مقاله در جلد دوم کتاب *مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف* متعلق به انتشارات مرکز ملی فرش ایران چاپ شده است.

٦. این مقاله در جلد دوم کتاب *مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف* متعلق به انتشارات مرکز ملی فرش ایران به چاپ رسیده است.

۷. مطالب از این قسمت به بعد، از طریق مصاحبهٔ باز و نمونه‌های عینی در بازار فرش دست‌باف شهر تهران جمع‌آوری شده است.

۸. آمار تقریبی از طریق سایت سازمان سنجش آموزش کشور و دفترچهٔ انتخاب رشتهٔ گروه آموزشی هنر استخراج شده است.

فهرست منابع

- احمدی، پروین و اسپنانی، محمدعلی (۱۳۸٦)، *بررسی تأثیر پایبندی به اصول طراحی سنتی ایرانی بر نوآوری در نقوش قالی معاصر*، مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف، ج۲، نشر مرکز ملی فرش ایران.
- اکبری، نعمت‌الله (۱۳۸۰)، *چگونگی تأثیر هنر و خلاقیت بر ایجاد تقاضا در بازار*، *مجموعه مقالات گردهمایی پژوهشی اقتصاد و توسعهٔ هنر*، مرکز مطالعات و تحقیقات هنری، تهران.
- آیت‌اللهی، حبیب‌الله (۱۳۸۵)، *سنت‌گرایی و سنت‌گریزی در طراحی فرش*، فصلنامهٔ علمی ـ پژوهشی گلجام، پاییز و زمستان. شمارهٔ ٤و۵.
- بریم‌نژاد، ولی و شم‌آبادی، محمدعلی (۱۳۸٤)، *آثار آموزش‌های شاخهٔ کار و دانش بر کارایی فنی صنعت فرش دست‌باف*، م*جموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف*، ج۲، نشر مرکز ملی فرش ایران.
- پروان، رسول (۱۳۸۹)، *تاریخ تجارت فرش ایران (قاجاریه و پهلوی اول)*، پایان‌نامه، استاد راهنما: منصوره اتحادیه، دانشگاه شهید بهشتی، تهران.
- پورمند، حسنعلی و مهدوی‌نژاد، محمدجواد و ایمانی، الهه (۱۳۸۹)، *نقش طرح‌های جدید در توسعه و گسترش فرش دست‌باف*، فصلنامهٔ علمی ـ پژوهشی گلجام، پاییز، شمارهٔ ۱۷.
- چیت‌سازیان، امیرحسین و اسدی، محمدصادق و کارگر، حمید (۱۳۸۲)، *آموزش دانشگاهی فرش دست‌باف (چالش‌ها و چشم‌اندازها)*، *مجموعه مقاله‌ها، سخنرانی‌ها و برنامه‌های همایش سراسری فرش در آموزش عالی مهر۷۹*، انتشارات سخن گستر، مشهد.
- چیت‌سازیان، امیرحسین و چیت‌سازیان، علیرضا (۱۳۸۹)، *طراحی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های آمیختهٔ بازاریابی داخلی فرش دست‌باف*

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۲۷
بهار و تابستان ۱۳۹٤

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]

ایران، فصلنامهٔ علمی ـ پژوهشی گلجام، پاییز، شمارهٔ ۱۷.
- حشمتی رضوی، فضل‌الله (۱۳۸۹)، *تاریخ فرش (سیر تحول و تطور فرش‌بافی ایران)*، انتشارات سمت، تهران.
- کریمی ماچیانی، سلیمان و سلطانیان، ناصر (۱۳۸٦)، *تأثیر دانش مهارت دانش‌آموختگان شاخهٔ کاردانش رشتهٔ صنعت فرش دست‌باف بر وضعیت اشتغال آن‌ها*، مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف، ج۲، نشر مرکز ملی فرش ایران.
- نیکویی، مجید (۱۳۸٦)، *ابداع و نوآوری در طرح و نقشهٔ فرش دست‌باف*، مجموعه مقالات دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف، ج۲، نشر مرکز ملی فرش ایران.
- اطلاعات میدانی دربارهٔ بازار فرش دست‌باف و سلیقه‌های خریداران، از طریق مصاحبه به شیوهٔ باز با آقایان غلامحسین نیشابوری، طراح و تولیدکنندهٔ فرش دست‌باف (۲۵تیر۱۳۹۲، تهران) ایرج مرتضوی، تولیدکنندهٔ فرش دست‌باف (۲٦تیر۱۳۹۲، تهران) و آقای جناتی کاشانی، تولیدکننده (۲٦تیر۱۳۹۲، تهران) به دست آمده است.
- اطلاعات میدانی درمورد دانش‌آموختگان فرش، از طریق مصاحبه به‌صورت باز با هادی ابوذری، دانش‌آموختهٔ کارشناسی فرش با گرایش طراحی از دانشگاه هنر و طراح فرش‌های دست‌باف و ماشینی (۲۲تیر۱۳۹۲، تهران) به دست آمده است.
- سرفصل دروس رشتهٔ کارشناسی فرش، برگرفته از سایت دانشگاه هنر اصفهان، پیاده‌شده در تاریخ ۲۵اردیبهشت۱۳۹۲ به آدرس www.aui.ac.ir

[Downloaded from icsa.ir on 2026-11-28]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1394.11.27.2.8]