

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# راهنمای نویسندگان نوشتارهای علمی در فصلنامه علمی - پژوهشی انجمن علمی فرش ایران

■ نوشتارها و مقاله‌ها باید در ۴ نسخه تایپ شده با نرم‌افزار Word 2003 در قطع A4 به همراه CD متن و CD تصاویر با فرمت Tif و نام‌های به عنوان سردبیر مجله گلجام (بازبریک) به صندوق پستی مجله: تهران، صندوق پستی ۱۳۱۴۵-۱۳۶۱، فصلنامه گلجام، انجمن علمی فرش ایران و یا نشانی: تهران، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به پل کریمخان، خیابان شهید کلانتری، پلاک ۶۴ ساختمان شرکت سهامی فرش ایران، طبقه هفتم، انجمن علمی فرش ایران ارسال شود.

■ مشخصات نویسنده یا نویسندگان مقاله، به شرح زیر قبل از چکیده نوشته شود.

نام و نام خانوادگی - میزان تحصیلات - رشته تحصیلی - رتبه علمی - آدرس و تلفن - داورنگار یا پست الکترونیک (ابتدا نویسنده مسئول یا عهده‌دار نوشته شود)

■ ترتیب اجزاء فهرست منابع به شرح زیر است:

کتاب: نام خانوادگی، نام نویسنده (سال انتشار)، عنوان کتاب. نام مترجم یا مصحح. ناشر. محل انتشار.

مقاله: نام خانوادگی، نام نویسنده (سال انتشار)، عنوان کامل مقاله. نام مترجم، نام مجله، دوره، شماره.

■ ارجاعات به منابع در متن نوشتار شامل نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار و شماره صفحه در انتهای نقل مطلب در پرانتز بیاید.

■ صحت نوشتارهای علمی با نویسنده یا نویسندگان است.

■ استفاده از مطالب مجله انجمن علمی فرش تنها با ذکر مأخذ، مجاز است.

■ نشانی پست الکترونیکی:

E-mail: goljaam@icsa.ir

هیأت تحریریه فصلنامه

■ در این مجله، نتیجه پژوهش‌ها و تجربه‌های علمی در زمینه فرش و زیراندازها و توسعه دانش در این زمینه به ویژه در یکی از موضوعات: طرح و نقش، رنگ‌بندی، رنگ‌رزی، بافت، مرمت، مواد اولیه، اقتصاد و بازرگانی، مدیریت، تاریخ و فرهنگ، جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی فرش منتشر می‌گردد.

■ نوشتارهای پژوهشی، تحلیلی، نقد کتاب‌های علمی-هنری و گزارش‌های علمی و هنری در زمینه فرش و زیراندازها نیز پس از داوری و تصویب در هیأت تحریریه قابل انتشار است.

■ مقاله‌ها باید دارای بخش‌های: چکیده فارسی، واژه‌های کلیدی، مقدمه، متن مقاله، نتیجه، پی‌نوشت‌ها و فهرست منابع و چکیده انگلیسی باشد.

■ نوشته‌های ارسالی نباید قبلاً در هیچ مجله‌ای به چاپ رسیده باشد. همچنین مقاله‌های ارسالی به این فصلنامه نباید همزمان به مجله دیگری ارائه شده باشد.

■ نوشتارهای ارسالی ترجیحاً به زبان فارسی باشد. ضمناً در صورتی که به زبان دیگری نیز ارسال شود پس از ترجمه و تصویب هیأت تحریریه به چاپ می‌رسد.

■ پی‌نوشت‌های مقاله (معادل‌های واژه‌ها - اصطلاح‌ها - توضیح‌ها) در متن به ترتیب شماره‌گذاری شده و در پایان مقاله، پیش از فهرست منابع تحت عنوان پی‌نوشت‌ها ارائه شوند.

■ اندازه نوشتارها باید بین حداقل ۵ و حداکثر ۱۵ صفحه مجله (با احتساب تمام بخش‌های مقاله) باشد.

■ تصاویر ارسالی باید به طریق رنگی و یا سیاه سفید و در ابعاد ۹ در ۱۴ سانتی‌متر باشد.

■ شماره عکس‌ها، طرح‌ها، جداول و نمودارها به ترتیبی که در متن مقاله به آن اشاره شده در پشت مدارک با مداد نوشته شود. جهت عکس‌ها و طرح‌ها با فلش در پشت عکس مشخص شود.

گلجام

فصلنامه علمی پژوهشی انجمن علمی فرش ایران شماره ۱۱ پاییز ۱۳۸۷

۲

گلجام

اینجانب: شغل:

نشانی پستی:

کد پستی:

تلفن:

مایل به اشتراک یک دوره یک ساله (۴ شماره) از شماره ..... تا ..... هستم.

هزینه اشتراک یک‌ساله: ۸۰۰۰ تومان

لطفاً فرم اشتراک تکمیل شده را به همراه اصل فیش بانکی شماره حساب جاری ۶۶۶۴/۶ بانک ملت شعبه چهارراه جمالزاده (کد ۶۷۳۵۵) در وجه انجمن علمی فرش ایران واریز و به نشانی: تهران، خیابان سپهبد قرنی، نرسیده به پل کریمخان زند، خیابان شهید کلانتری، پلاک ۶۴، ساختمان شرکت سهامی فرش ایران، طبقه هفتم یا تهران، صندوق پستی ۱۳۱۴۵-۱۳۶۱ ارسال نمایید.

تلفن: ۸۸۹۲۹۳۵۷ - ۸۸۹۲۹۳۵۸

# گلجام

## فصلنامه علمی پژوهشی انجمن علمی فرش ایران



صاحب امتیاز: انجمن علمی فرش ایران  
سردبیر: دکتر حبیب‌الله آیت‌اللهی  
مدیرمسئول: دکتر محمدتقی آشوری

هیئت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا)

دکتر محمدتقی آشوری

دکتر حبیب‌الله آیت‌اللهی

استاد رضا الله‌داد

دکتر سیدجلال‌الدین بصام

دکتر سیروس پرهام

دکتر امیرحسین چیت‌سازیان

دکتر حسن خاتمی

دکتر کیخسرو سحبه

استاد محمدرضا عابد

دکتر مهرانگیز مظاهری‌تهرانی

دکتر مجید منتظر

عضو هیئت علمی دانشگاه هنر

عضو هیئت علمی دانشگاه شاهد، دانشگاه تربیت مدرس

مدرس دانشگاه و کارشناس فرش

عضو هیئت علمی مؤسسه آموزش عالی جهاد کشاورزی

محقق فرش و صاحب تألیفات

عضو هیئت علمی دانشکده معماری و هنر دانشگاه کاشان

عضو هیئت علمی دانشکده معماری و هنر دانشگاه کاشان

محقق و عضو هیئت مدیره اتحادیه صادرکنندگان فرش

مدرس دانشگاه و کارشناس ارشد مرکز ملی فرش ایران

عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا

عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی امیرکبیر

عضو هیئت علمی دانشکده معماری و هنر دانشگاه کاشان

مدیر داخلی: عباس اکبری

ویراستار فارسی و انگلیسی: ابوالفضل توکلی شاندیز

فصلنامه گلجام دارای درجه علمی - پژوهشی بر اساس مجوز شماره ۱۳۵۸/۱۰/۲۹۹۱/۳ مورخ ۸۳/۱۲/۱۷ از کمیسیون محترم بررسی نشریات علمی کشور - وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری است.

با حمایت:

۲۰۰۰ تومان

کانون  
همهانگی  
فناوری فرش  
ایران

دانشگاه هنر  
اصفهان

بنگاه پیشینج

دانشگاه کاشان  
مرکز پژوهش فرش

وزارت پارکافی  
شرکت سهامی فرش ایران  
۱۳۱۴

وزارت پارکافی  
مرکز فرش ایران

داوران مقالات این شماره به ترتیب حروف الفبا عبارتند از: محمدتقی آشوری، سید جلال‌الدین بصام، حسن جبلی، محسن حسن‌زاده، امیرحسین چیت‌سازیان، نازیلا دریایی، تورج ژوله، سید عبدالجابر قدرتیان، محسن محسنی، مهرانگیز مظاهری، کریم میرزایی، فیروز نجار، روشنگ نقیب‌حضرتی.

## فهرست مطالب

چگونه بازارهای از دست‌رفته را بازیابیم؟ سردبیر	۵
الگوهای هندسی در فرش صفوی مریم کامیار، دکتر حبیب‌الله آیت‌اللهی، دکتر محمود طاووسی	۱۱
بررسی تطبیقی نقوش دستبافته‌های ایل شاهسون و قفقاز فتنه محمودی، دکتر مهناز شایسته‌فر	۲۵
بررسی نظام تولید و توزیع فرش دستباف به منظور ارائه راهکار مناسب با تکیه بر تبدیل نظام فشاری (Push) به نظام کششی (Pull) نعمت‌الله آسایش، دکتر مرتضی فرجی	۴۱
ارزیابی شیوه‌های طبقه‌بندی طرح و نقش فرش ایران بیژن اربابی	۵۷
بررسی بن‌مایه‌های انتزاعی در قالی هریس حسن عزیزی، مهناز نوائی	۷۵
هور شریعتمدار، هویتی پنهان در عرصه فرش دستباف دکتر امیرحسین چیت‌سازیان، امینه نظری اصطهباناتی	۹۵
تعیین مزیت نسبی و شناسایی بازارهای هدف فرش دستباف ایران حمیده خاکسار آستانه، محمد مظفری، ناصر شاهنوشی	۱۱۳

به نام آنکه «این رشته را سربر تافته»

## چگونه بازارهای از دست رفته را بازیابیم؟



فصلنامه  
علمی پژوهشی  
انجمن علمی  
فرش ایران  
شماره ۱۱  
پاییز ۱۳۸۷



این عنوان، پرسشی است که ذهن همه‌ی تولیدکنندگان، فروشندگان و بازرگانان فرش‌های دستباف را به خود مشغول داشته است. برای من که از بیرون از پیشه‌ی فرش بافان و فرش فروشان و بازرگانان فرش، برین صنعت می‌نگرم، پرسشی دیگر نیز مطرح است که شاید پاسخ آن پاسخ نخستین هم باشد: آیا حقیقتاً بازارهای ما از دست رفته‌اند یا ما آنها را از دست داده‌ایم؟

اگر به کاربرد فرش بنگریم، و ویژگی‌های بازارهای مان را یک بررسی علمی کنیم، به‌خوبی درخواهیم یافت که عامل اصلی این «از دست رفتن!» تولیدکنندگان هستند و نه بازار! بازار را، حقیقی یا حقوقی، چه کسانی به‌وجود می‌آورند؟ تولیدکنندگان، فروشندگان و خریداران؛ و این خریداران هستند که اگر نخرند، فروشی هم نخواهد بود و بنابراین، تولید هم متوقف شده و سرمایه راکد می‌ماند و ارزش اقتصادی خود را هم از دست می‌دهد. در اُفت و خیز بازار و تغییرات شاخص‌های زندگی و تورم مالی در اقتصاد بومی و جهانی، ممکن است تولیدکننده و یا فروشنده، به امید فروش بهتر و سودی بیشتر، فرش را انبار کند؛ ولیکن،

خریدار فرش را برای انبار کردن نمی‌خرد، او به فرش به مثابه‌ی چیزی یا انگیزه‌ی که محیط زیست او را زیباتر کرده زندگیش را رونق و صفایی دیگر می‌دهد، و به‌طور کلی، برای استفاده‌ی روزانه‌اش آن را می‌خرد. او فرش‌ی را می‌خرد که با محیط زندگیش، با فضاهایی که در اختیار دارد، و با سلیقه‌ی او و احساس زیبایی‌شناسانه‌اش هماهنگ و درخور باشد. و مشکل تولیدکنندگان ما ازین جا می‌آغازد.

در هر کجای جهان، مهندس معمار فضای زیست را، چه فردی و چه اجتماعی، چه بیرونی و چه درونی، در ارتباط با نیازهای مادی و معنوی مردم آن سامان طراحی کرده و می‌سازد، و این مسئله است که در اصطلاح فرنگی «نورم» (norme) یا معیار گفته می‌شود. معیار ساختمانی برای مردمی که در سوئد یا در نروژ زندگی می‌کنند با معیار ساختمانی برای مردم فرانسه و اسپانیا متفاوت است. نیز، معیار ساختمانی برای ساکنان شبه قاره‌ی هندوستان و مردم اروپای مرکزی متفاوت است. قد متوسط مردم استرالیا ۱۶۰ صدم متر، برای سوئدی‌ها و شمال آمریکایی‌ها ۱۸۰ صدم و برای فرانسویان، ۱۷۵ صدم متر است. طول قد متوسط مردم یک کشور یا یک شهر، معیار طول و عرض اتاق‌ها، تالارها و ارتفاع سقف‌های آنان است و وظیفه‌ی فرش، به مثابه‌ی کفپوش، پوشاندن کف اتاق‌ها و تالارها در ارتباط با معیارهای زیبایی‌شناسانه‌ی این مردمی است که در آن فضاها زندگی می‌کنند.

تولیدکنندگان خاوری و یا باختری، برای تولیدهای صادراتی خود، به نیازهای ملت‌های مختلف می‌اندیشند و هر چیزی را به هرکجا صادر نمی‌کنند. تجربه‌ی کوچک من را به این امر واقف کرد: به هنگام ادامه‌ی تحصیل در فرانسه، یک دست استکان «پیرکس» ساخت فرانسه را با خود برده بودم و به دلیل بی‌احتیاطی، یکی دوتای آنها شکسته بود و «دست» من ناقص شده بود. با زحمت زیاد و سرزدن به فروشندگان متعدد، بالاخره نشانی و شماره‌ی تلفن کارخانه‌ی سازنده را یافتم و با آنها ارتباط

بر قرار کردم. آنها از من یک نمونه از محصول را خواستند و چون من  
برایشان بردم گفتند «ما اینها را برای ایران، عراق و افغانستان می‌سازیم و  
شما نمی‌توانید در بازارهای فرانسه نمونه‌ی آنها را بیابید و آنگاه «دست  
ناقص شده‌ی» من را گرفتند و یک دست کامل، ولی با تناسبات و طرحی  
متفاوت به من دادند.

اینچنین است که یک تولیدکننده بازارهای خود را حفظ خواهد  
کرد. زیرا تولیدی را که با فرهنگ مصرفی هندوستان ساخته است برای  
مردم اروپا صادر نخواهد کرد و پس باید که سرمایه‌گذار و تولیدکننده  
اندیشه کند که برای کدام محیط، کدام مردم، با چه سنت‌ها و فرهنگی،  
فرش تولید می‌کند. اوست که باید از سویی، جامعه‌شناسی ملت‌های  
مختلف، شیوه‌ی زندگانی آنان، متوسط درآمد و متوسط پس‌اندازشان،  
توانایی خریدشان و عنایت آنان به استفاده از فرش در زندگی روزانه‌شان  
را بررسی کند؛ و از سوی دیگر، توجه داشته باشد که چه گونه طرح و  
نقشی را به طراح یا نقاش سفارش دهد که با فرهنگ خریدارن آن مرز  
و بوم در تضاد نباشد، و حتی نیز، در ارتباط باشد. بنابراین، فرشی که  
برای فروش به آفریقا صادر می‌شود، با توجه به تنوع فرهنگی و مذهبی  
آفریقاییان، با فرشی که به اروپا صادر می‌شود، باید متفاوت باشد. نیز  
برای فروش داخلی هم این بررسی‌ها باید انجام گیرد و معیارهای رایج  
بازار نیز دگرگون شود. با معماری نوین ایران، که نقشه‌ها و طرح‌ها  
تقلیدهایی از معماری باختر زمین است، و معماری سنتی که نسبت‌هایی  
متفاوت و تقریباً تثبیت شده دارند باید به گونه‌های متفاوت تولید و حتی  
طرح و نقشی دیگر اندیشید. هم اکنون تولیدکنندگان و بازارهای ما جز  
فرش‌های «ذرع»، «ذرع و نیم»، «دو ذرع» و غیره، نسبت‌های دیگری  
نمی‌شناسند و این اندازه‌ها می‌توانند با معماری سنتی ما همخوانی داشته  
باشند ولی نه با معماری نوین و نه با معماری‌های کشورهای مختلف.  
مسلم است که این گونه مطالعات و بررسی‌های جامعه‌شناسانه و



زیبایی‌شناسانه‌ی ملت‌های مختلف و مردمان مصرف‌کننده‌ی فرش، به سادگی و با بهایی اندک و مجانی انجام نمی‌پذیرد ولی سرمایه‌گذاری نخستین درین امر سبب می‌شود که سودمندی و ارزش افزوده‌ی پشین فرش بیشتر و بیشتر شود. و دیگر شاهد این نباشیم که فرش‌های ما در انبارها راکد بمانند و یا با شرمندگی به وطن خود باز گردند، و یا برای اینکه در توان خرید مردم باشند، کیفیت‌های فنی و زیبایی‌شناسانه‌ی خود را از دست بدهند و به جای فراییدن بر قله‌ی افتخار هنر ایرانی، پیوسته و پیوسته «فروود» و تنزل ارزش‌ها را شاهد باشند. در سرمقاله‌ی شماره‌ی پیش از این «فروود» و برخی دلایل آن سخن گفته شد و اینک یکی از راه‌های پیش‌گیری ازین فروود و بازیابی بازارهای از دست داده شده (و نه از دست رفته) ارائه می‌شود. به امید تلاشی بهتر برای هنری والاتر و ایرانی سرافرازتر، آمین.

حبیب‌الله آیت‌اللهی





## برای آگاهی هنرمندان طرح و نقش فرش ایرانی

## مراکز توزیع فصلنامه گلجام

### به نام آفریننده کیهان و جهانیان

کوتاه سخنی با آفرینندگان طرح‌ها و نقش‌های نوین و دگردیس‌کنندگان زیبایی‌شناسی فرش ایران همه باور داریم که هنر فرش، در نوآوری و آفرینش طرح، نقش و رنگ‌آمیزی آن است، به گونه‌ای که زیبا باشد و «لذت دیدار» به بیننده ارمغان بخشد. سال‌های سال است که در نقش‌های فرش ایرانی، دگرگونگی و تحولی ایجاد نشده است [استثنا برای یک دو استاد بزرگوار و فرهیخته که به این اصل پای‌بند هستند] و اگر احیانا استادانی به این کار مبادرت کرده‌اند، از بیم دوستان و همکاران «سنت‌کار» آشکار نکرده‌اند؛ برای مثال، یکی از استادان فرش مشهد که به احتمال زیاد هم اکنون به «لقاءالله» پیوسته است، بیش از یک صد طرح تازه از «گلجام» طراحی کرده است ولیکن در هیچ کدام از فرش‌های او دیده نمی‌شود.

هیأت تحریریه مجله «گلجام» بر این اندیشه است که هنرمندان طراح فرش، به‌ویژه جوانان راه، به جامعه هنرشناس ایرانی معرفی کند و بشناساند. بنابراین، از هنرمندان طراح فرش که مایل‌اند زندگی‌نامه و نمونه‌های کارهای آنان منتشر و شناسانده شود، یک نسخه از زندگی‌نامه خود، شامل مشخصات شخصی و تصویری از نمونه‌های کارهای خود را (همراه با CD) و با پست پیشتاز یا سفارشی به دفتر مجله ارسال فرمایند و اطمینان کامل داشته باشند که همه حقوق قانونی آنها برای ایشان محفوظ خواهد بود.

- ۱- گروه‌های فرش و صنایع دستی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی (دولتی و آزاد).
- ۲- ادارات فرش سازمان‌های بازرگانی استان‌ها و مناطق کشور.
- ۳- شعبات شرکت سهامی فرش ایران در سراسر کشور.
- ۴- ادارات میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کشور و موزه فرش.



