

## مطالعه‌ای بر وضعیت موزهی فرش ایران از نقطه نظر نمایش آثار\*

(صفحه ۱۸۴-۱۷۳)

شهرزاد میرآشه<sup>۱</sup>، زهرا احمدی<sup>۲</sup>

۱- دانش آموخته کارشناسی ارشد فرش دانشگاه هنر

۲- استادیار دانشکده هنرهای کاربردی - دانشگاه هنر (نویسنده مسئول)

### چکیده

موزه یکی از نخستین ابزارهایی است که انسان برای ثبت تغییرات فرهنگی ابداع کرد. موزه‌ها همچون شناسنامه نشانگر هویت ملی و تاریخی انسان‌هاست. موزه ملی فرش به لحاظ موضوعی هویت تاریخی و هنری دارد. این موزه، به عنوان یکی از غنی‌ترین موزه‌های تخصصی در سال ۱۳۵۶ برای بازدید گشایش یافت. هدف کلی از پژوهش پیش رو بررسی عملکرد موزه در جذب مخاطب می‌باشد. در جستجوی اسنادی و مطالعات کتابخانه‌ای مشخص شد که مطالعاتی در زمینه آسیب‌شناسی وضعیت نمایش آثار در موزه تخصصی فرش صورت نگرفته و در برخی از مصاحبه‌های چاپ شده در مجلات تخصصی به برخی از نقاط ضعف موزه به طور سطحی اشاره شده است. در تحقیق حاضر ضمن تبیین تعریف موزه، اهداف موزه و استانداردهای موزه آرایی؛ موزه فرش به لحاظ پدیده نمایش آثار از منظر بصری به شیوهی مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی بررسی شد. با توجه به محدودیت منابع مکتوب، این بررسی با ارائه ۲۰۰ عکس، تکمیل ۲۴۰ پرسشنامه بین بازدیدکنندگان، مصاحبه با بازدیدکنندگان و پرسنل موزه و مشاهده صورت گرفت. نتایج نشان داد: موزه فرش در ابتدای شکل‌گیری و در آن مقطع زمانی جایگاه خوبی داشته ولی در حال حاضر با توجه به هدف، تاریخچه و فرایند شکل‌گیری موزه از ابتدا و پیشرفت تکنولوژی، از استانداردهای موزه‌داری فاصله گرفته و به لحاظ سطح کیفی افت کرده است و در نهایت چیزی را عرضه می‌دارد که پاسخگوی نیازهای جامعه نیست. علوم و تکنولوژی روز موزه‌داری و روش‌های مدرن در نمایش آثار استفاده نمی‌شود.

واژگان کلیدی: موزه آرایی، موزه ملی فرش، نمایش آثار، بازدیدکننده موزه.

1- Email: shahrzad.mir75@gmail.com

2- Email: ahmadi@art.ac.ir



# Assessment the visitors attitudes towards the artifact exhibition in the Carpet Museum of Iran \*

Shahrzad Mirashe<sup>1</sup>

Zahra Ahmadi<sup>2</sup>

1. M.A. in Carpet, University of Art, Tehran, Iran

2. Assistant Professor, Faculty of Applied Arts, University of Art, Tehran, Iran (Corresponding Author)

## Abstract

The purpose of modern museums is to collect, preserve, interpret, and display objects of artistic, cultural, or scientific significance for the education of the public. The Carpet Museum of Iran as an art museum located in Tehran and founded in 1976, exhibits a variety of Persian carpets from all over Iran, dating from the 16th century to the present. Despite the significant role of the national art museums in popularizing the knowledge of arts among the society, there were not conducted adequate studies on assessment the public attitudes toward the quality offered by the museums in terms of the artifact exhibition. To begin to address this gap, we studied the performance of the Carpet Museum of Iran in attracting the audience. The research was conducted by presenting 200 photographs of different types and formats of artistic exhibitions through the 240 questionnaires which were distributed among the visitors of Carpet Museum in Tehran. In addition, semi-structured interviews were conducted with the visitors and museum staff. The results suggest that the Carpet Museum had provided the positive services at the beginning years of its establishment, but the ignorance to the advancement of technology in museum standards decreased extremely its application in meeting the visitor demands. Recently, the level of visitor management has almost dropped, and its services and facilities does not meet the expectations of Iranian society.

**Keywords:** Museum decoration, Carpet Museum of Iran, artifact exhibition, visitors, technology.



---

1. Email: shahrzad.mir75@gmail.com  
2. Email: ahmadi@art.ac.ir

## مقدمه

مجموعه‌سازی برای انسان امری فطری محسوب می‌شود، به طوری که پس از شکل یافتن جوامع متمدن، گردآوری مجموعه‌های مختلف توسط انسان برای بیان شیوه‌های اعتقادی و آیینی در طول تاریخ به شکل یک عادت در آمده و سبب ایجاد انواع موزه‌ها با اهداف مختلف شده است. طی دو دهه‌ی اخیر پیشرفت عظیمی در توسعه موزه‌های سراسر جهان روی داده است. مهم‌ترین دلیل آن بروز تغییرات ارتباطات بین مردم است. از آنجایی که فرش جزء زیباترین و متنوع‌ترین بافته‌ها محسوب می‌گردد. در اکثر کشورهای دنیا موزه‌هایی تخصصی تحت عنوان موزه فرش وجود دارد. حال که ایران مهد هنر فرش محسوب می‌شود، برخورداری از یک موزه تخصصی فرش در سطح کیفی بالا امری ضروری و طبیعی به نظر می‌رسد. موزه فرش در سال ۱۳۴۰ ه.ش به صورت ناتمام ساخته شد و در اوایل سال ۱۳۵۵ ه.ش کار همراه با تغییرات کلی آغاز شد. هم‌زمان با احداث ساختمان موزه و پیشرفت کار ساختمانی، گروهی برای جمع‌آوری نمونه‌های تاریخی فرش ایران در ایران و سایر نقاط جهان فعالیت خود را آغاز کردند به گونه‌ای که تعدادی از نفیس‌ترین نمونه‌ها جمع‌آوری و به موزه انتقال یافتند. همچنین تعدادی فرش توسط دفتر مخصوص از اشخاص متفرقه خریداری شد. بدین ترتیب نمایشگاه موزه فرش ایران درست یک سال قبل از انقلاب یعنی ۲۲ بهمن ۱۳۵۶ برای بازدید عموم گشایش یافت. طراح معمار این بنا آقای عبدالعزیز فرمانفرمایان می‌باشد. این موزه یکی از غنی‌ترین موزه‌های تخصصی فرش به لحاظ قالی‌های متنوع و یکی از زیباترین موزه‌ها به لحاظ معماری ساختمان محسوب می‌گردد.

قالی‌های به نمایش گذاشته در این موزه، متعلق به قرن ۹ هجری قمری تا دوره معاصر است و از منابع غنی تحقیقاتی به شمار می‌آید. قدیمی‌ترین قالی موجود در موزه، بافت اوایل قرن ۱۰ هجری و متعلق به دوره صفویه است. این موزه در ابتدای تأسیس کار خود را با ۲۷۵ تخته فرش و گلیم نفیس و ارزشمند آغاز کرد. بخش عمده این فرش‌ها از طریق خرید بازارهای داخلی و بین‌المللی تأمین شده‌اند. همچنین کاخ

موزه‌ها در تأمین منابع این موزه سهیم بوده‌اند. بعد از انقلاب نیز قالی‌های نفیس و موزه‌ای موجود در کاخ سعدآباد و دیگر سازمان‌های دولتی این مجموعه را غنی ساختند. موزه‌ها در جهت ارائه و عرضه آثار به‌طور گسترده‌ای از پیشرفت‌های فنی دنیای جدید بهره گرفته‌اند. موزه‌ها قادرند اشیاء را بدون واسطه به نمایش بگذارند. از این رو یک نمایشگاه در موزه باید این حس منحصر به فرد حضور بی‌واسطگی را برجسته سازد؛ مهم‌ترین بخش موزه، سالن نمایش آثار آن است و از مهم‌ترین مسائل در سالن اصلی خوانایی مسیر بازدید است به طوری که اقشار مختلف اعم از بازدیدکنندگان ایرانی و غیر ایرانی بتوانند به درستی مسیر حرکت خود را تشخیص دهند. نوع اشیاء و شیوه‌هایی که برای ارائه بهتر بصری آن‌ها به کار می‌رود نیز از عوامل پایه مؤثر بر طراحی فضای نمایشگاه به‌شمار می‌رود و هر موزه نیازمند روش خاص خود است. لذا به دلیل اهمیت بسیار زیاد نحوه نمایش آثار، نقاط قوت و ضعف چگونگی نمایش آثار در موزه فرش مورد پژوهش و مطالعه قرار گرفت.

## روش تحقیق

پژوهش حاضر به روش تحلیلی-توصیفی انجام گرفت. پس از جمع‌آوری اطلاعات اولیه از مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای، با توجه به محدودیت منابع مکتوب، این بررسی با تهیه ۲۰۰ عکس از چیدمان آثار و نحوه نمایش، نورپردازی، برجسب‌های اطلاعاتی و تکمیل ۲۴۰ پرسشنامه بین بازدیدکنندگان، مصاحبه با بازدیدکنندگان و پرسنل موزه و مشاهده صورت گرفت. سوالات و نکات کلیدی مورد توجه، نحوه نمایش آثار و انتقال اطلاعات توسط کارشناسان موزه به بازدیدکنندگان بود (میراشه، ۱۳۹۶).

## فضای کلی موزه

در تصویر شماره ۱ نمای بیرونی موزه فرش نشان داده شده است. ساختمان موزه با معماری بسیار شکیل و چشمگیر، در ضلع شمال غربی پارک لاله بنا شده که نمای بیرونی آن شبیه دار قالی و سیاه چادرهای عشایر است و از هنر معماری امروز

ایران و معماری سنتی الهام گرفته است. ساختمان موزه با مساحت ۳۴۰۰ متر مربع در فضایی به وسعت ۱۲۰۰۰ مترمربع مستقر و به عبارتی در حدود ۱/۴ مساحت کل آن را اشغال کرده است (حیدری شکیب و میرکمالی، ۱۳۹۳: ۶۳).



تصویر ۱- نمای بیرونی ساختمان موزه فرش (نگارندگان، ۱۳۹۶)

موزه فرش دارای بخش‌های متعددی است: سالن نمایش آثار، کتابخانه، بخش موزه‌داری، بخش مرمت، سالن آمفی تئاتر، اتاق کنترل سیستم حفاظتی، مخزن آثار، بخش اداری، بخش آموزش، بخش خدمات، چای‌خانه و محل فروش نشریات. سالن نمایش آثار این موزه، شامل دو تالار دائم و موقت جهت نمایش انواع مختلف قالی و گلیم می‌باشد. نمایشگاه دائم در طبقه همکف قرار دارد و مساحت آن حدود ۱۵۰۰ متر مربع است. در ابتدای نمایشگاه، نقشه‌ای از ایران که بر روی آن مراکز بافت قالی مشخص شده، وجود دارد. در ابتدای موزه یک دستگاه قالی‌بافی از نوع عمودی قرار دارد و همچنین یک دستگاه دیگر که فرش نیمه بافته بر روی آن قرار گرفته است. در فضای نمایشگاه موزه از کف پوش موکت استفاده شده که خود دارای معایب و محاسن متعددی است. از جمله محاسن آن می‌توان به کاهش سرو صدا، کاهش انعکاس نور از سطح زمین و کف سالن، جذب رطوبت اضافی فضای نمایشگاه اشاره نمود. در عین حال موکت، محلی برای تجمع گرد و خاک موجود و همچنین محلی مناسب برای رشد و تکثیر حشرات و عوامل بیولوژیکی مخرب است. در سالن نمایشگاه از سقف کاذب استفاده شده که از جنس فلز و به شکل مربع‌های پر و خالی است. این مربع‌ها که با اختلاف سطح در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند علاوه بر اینکه به زیبایی سالن می‌افزایند، پوشش مناسبی برای تأسیسات داخل نمایشگاه می‌باشد. در این سالن قریب به ۱۳۵ تخته فرش نفیس که همگی از شاهکارهای قالی‌بافی در ایران هستند، به نمایش گذاشته شده است.

قریب به اتفاق این فرش‌ها از مراکز اصلی و مهم قالی‌بافی ایران، کاشان، کرمان، اصفهان، تبریز، خراسان و ... گردآوری شده‌اند. علاوه بر سالن نمایش آثار، از فضای تالار ورودی موزه به شکلی سنتی دارای سقف بلند و حوضی در وسط، دارای چند سکو برای نمایش هفت تخته قالی به ابعاد ۲۰ الی ۲۴ متر مربع استفاده شده است. لازم به ذکر است که این موزه برای نمایش آثار با ابعاد کوچک طراحی شده‌اند. پانل‌ها برای نمایش فرش‌های سایز کوچک می‌باشد و فقط قسمت اول موزه "حوض‌خانه" امکان نمایش قالی‌های به ابعاد بزرگ را داراست. بنابراین جهت نمایش قالی‌های بزرگ پارچه به گونه‌ای که کم‌ترین آسیب به آن‌ها برسد لازم است پانل‌های مناسبی طراحی شود.

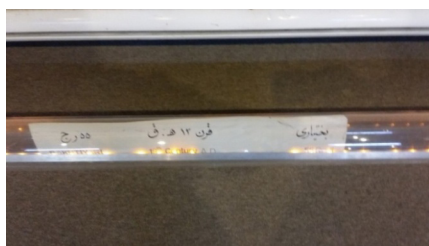
#### ارائه اطلاعات به مخاطبین و بازدیدکنندگان از موزه

«برخی معتقدند که فن بیان و ارائه خوب در موزه تنها نوشتن و نصب برچسب‌های خوب در زیر آثار است. در حالی که فن بیان در موزه بسیار فراتر از این است. فن بیان، بیان و توضیح هر موزه یعنی آنچه که به بیننده کمک می‌کند تا معنی اشیا و تاریخ آن‌ها را درک کند» (مزدا، ۱۳۸۵: ۲۲). از این رو در طراحی فضای اطلاعاتی، اطلاعات زمینه‌ای مخاطبین را باید در نظر گرفت که مایل به یاد گرفتن چه مسائل جدیدی هستند؟ بازدیدکنندگان در پایان بازدید چه چیزهایی را از موزه به خاطر خواهند سپرد؟ در حقیقت دو مسأله‌ی مهم کارایی و اثر بخشی باید بسیار مورد توجه قرار گیرد. اثر بخشی یک فرآیند از میزان محقق شدن هدف انجام فرآیند محاسبه می‌شود در صورتی که در کارایی، تعداد فرآیند انجام شده ملاک عمل است.

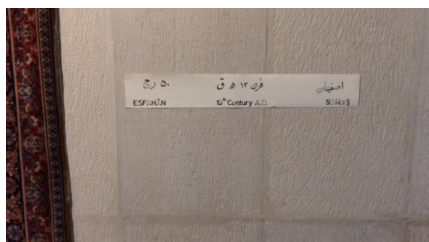
«مطالعات نشان می‌دهد که مدت زمانی که یک بازدید کننده‌ی عادی در مقابل اشیا صرف می‌کند بسیار کوتاه است و میانگین آن از یک یا دو دقیقه تجاوز نمی‌کند» (دایفوکو، ۱۳۶۳: ۷). آنچه که از فن آوری نیز مهم‌تر است، باید اشیا به صورت معمولی و نه تخصصی معرفی شوند. این شیوه‌ای است که سبب می‌شود بازدید کننده مدت زیادی در آن‌جا بماند. یکی از شیوه‌های ارائه اطلاعات، زیرنویس‌ها هستند که

چگونگی ارائه‌ی آن خیلی مهم است. توضیح فرش به نمایش در آمده، باید حاوی اطلاعات کلی و کافی مربوط به فرش در اندازه مناسب با خط خوانا نوشته شده و در یک ارتفاع مناسب کنار قالی نصب گردد.

در موزه فرش ۳ نوع زیر نویس مشاهده می‌شود: ۱- در زیر هر تخته قالی، اطلاعات مربوط به آن که شامل محل بافت، تاریخ بافت، نام طرح، رجشمار و ابعاد فرش به صورت دو زبانه داخل لوله‌هایی از جنس پلکسی قرار گرفته‌اند. فاصله‌ی این زیرنویس‌ها از سطح زمین به اندازه‌ای است که بازدید کننده در هر سنی بتواند به راحتی آن را بخواند، از طرفی فاصله آن‌ها تا پانل مانعی بین بازدید کننده و فرش است ۲- برای بازدید کننده عادی اگر بخواهد کنجکاویش بیشتری به خرج دهد به زیر نویس نوع دوم مراجعه می‌کند که بر روی برگه A4 مشخصات شهر بافت، نام هنرمند، طرح، جنس، گره، رجشمار، قدمت و ابعاد ذکر شده است. ۳- اطلاعاتی از ویژگی‌های بافت مناطق مهم قالیبافی (اصفهان، کاشان، آذربایجان، بختیاری، قشقایی و ...) بر روی تابلوهای سیار پایه‌دار با سطح شیب‌دار ارائه شده است. در زیر نویس نوع اول که بوسیله لامپ‌های LED خوانده می‌شود، این لامپ‌ها به صورت یک در میان خاموش و روشن می‌باشند (تصویر ۲). گاهی زیرنویس به شیوه خوشنویسی بر روی کاغذ گلاسه در داخل لوله قرار داده شده است (تصویر ۳). همچنین زیرنویس خوشنویسی شده بدون قاب بر روی دیوار نصب شده است (تصویر ۴).



تصویر ۳- نمایش زیر نویس نوع اول در داخل لوله (نگارندگان: ۱۳۹۶)



تصویر ۴- نمایش زیر نویس نوع اول بر روی دیوار (نگارندگان: ۱۳۹۶)

در زیر نویس نوع دوم، نوشته‌ها با ابعاد تابلو در مقایسه با ابعاد و فاصله‌ی قالی‌ها از تناسب لازم برخوردار نمی‌باشند. علاوه بر این زیرنویس‌ها به شیوه‌ی نامطلوب بصری بر روی پانل و شیشه‌ی ویتترین نصب شده‌اند. گاهی زیرنویس‌ها در یک ارتفاع مناسب در کنار قالی نصب نشده‌اند و دسترسی به توضیحات ارائه شده امکان پذیر نیست. در تصویر شماره ۵ انواع زیر نویس‌ها که در موزه‌ی فرش برای معرفی قالی‌ها استفاده شده، نشان داده شده است.

یکی از روش‌های روایت که بسیار پر طرفدار نیز هستند، استفاده از تصویر در نمایشگاه است. تصاویر شامل نقشه، گرافیک و طراحی، عکس، خطاطی، آثار طراحی و... می‌باشد. علاوه بر این تصاویر باید زیرنویس داشته باشد. در تصویر زیر تابلوهایی با تصاویر رنگی مربوط به نخ‌ریسی، رنگ‌ریزی و... بدون شرح بر روی دیوار نمایشگاه نصب شده‌اند (تصویر شماره ۶).

یکی دیگر از شیوه‌های نحوه‌ی ارائه اطلاعات، حضور راهنما می‌باشد. بسیاری از راهنماها بدون اینکه از فرش‌های پیش روی خود اطلاعات چندانی داشته یا قادر به توضیح دادن باشند، بازدیدکنندگان را از سوئی به سوی دیگر می‌برند. راهنمای موزه از نظر رفتاری در برابر بازدید کننده باید انعطاف بیشتری به خرج دهد و در هر شرایطی باید با توجه به ابتکارات شخصی خود، اطلاعات مناسبی در حد حوصله بازدید کننده ارائه نماید.



تصویر ۲ (الف، ب)- زیر نویس نوع اول، نمایش لامپ‌های LED (نگارندگان: ۱۳۹۶)

در این زمینه می‌تواند اطلاعات متنوعی را در اختیار بازدید کنندگان علاقمند قرار دهد. در تکمیل مطالب فوق در بخش خدمات موزه‌های، دسته‌بندی کردن مخاطبان (عام، متخصص، توریست) و ارائه دفترچه راهنما و اطلاعات برای متخصصان و افراد معمولی حائز اهمیت است.

کارکرد دیگری که از موزه باید به دقت مورد توجه قرار گیرد، پیوند میان موزه‌ها و آموزش است. یکی از مؤثرترین وسایل جذب بازدید کننده، گسترش خدمات آموزشی است. موزه‌ها در بسیاری از کشورها رابطه تنگاتنگی با مدارس ایجاد کرده‌اند. موزه فرش از تمام امکانات بالقوه‌ای که در فعالیتهای آموزشی دارد، بهره‌برداری نمی‌کند. از طرفی کارکنان موزه دست کم گاهی احساس می‌کنند تلاش‌های آموزشی آنان از جانب مخاطب به درستی درک نمی‌شود.

#### طراحی موزه، نحوه چیدمان و نمایش آثار

نوع احساس افراد نسبت به هر مکانی، اساساً به چگونگی تقسیم‌بندی فضا، رنگ شدن آن، نورپردازی، ورودی و خروجی آن بستگی دارد. «فعالیت چشم به دیدن و مشاهده کردن تقسیم می‌شود، دیدن پیش از همه، ایمنی فیزیکی ما را تأمین می‌کند. اما مشاهده پس از دیدن انجام می‌شود که به لذت بردن از تصاویری که با دیدن ثبت می‌شوند منتهی خواهد شد. تصویر ثابت در بخش منطقه دایره‌ای که قطر آن مشابه با فاصله چشم از شیء است، نمایش داده می‌شود حس تعادل یا سکون، زیر بنای حس زیبایی است. زمانی که ما اشیای هماهنگ، متقارن و نسبت‌ها را حس می‌کنیم یا با اجزایی که در تعادل هستند مواجه می‌شویم. چشم با ردیابی تصویر، اثرات خود را دریافت می‌کند. لازم به ذکر است که چشم نسبت به اشتباهات بینایی حساس است. چشم اندازه عرض را بیشتر از عمق یا ارتفاع تخمین می‌زند و ارتفاع همیشه بزرگتر به نظر می‌آید و همین‌طور حاشیه‌های عمودی تأثیر آویزان شدن از بالا و حاشیه‌های افقی تأثیرات خمیده شدن در وسط را دارند» (نویفرت، ۱۳۸۴: ۳۱).

همان‌طور که اشاره شد موزه فرش برای نمایش آثار کوچک پارچه طراحی شده است. از این رو بزرگترین قالی موزه مساحتی



تصویر ۵- نمایش انواع زیرنویس‌های استفاده شده برای فرش‌های نمایش داده شده (نگارندگان: ۱۳۹۶)



تصویر ۶- تابلوهای عکس در موزه فرش (نگارندگان: ۱۳۹۶)

مجله قالی شماره ۱۷ به نام سرگشاده‌ای از جامعه بین‌المللی کار که در کشور آلمان مستقر است اشاره دارد که در واقع نقدی بر فعالیت موزه فرش است. نویسنده معتقد است دیدار از موزه در سال ۱۹۹۳ مایوس کننده و در سال ۱۹۹۸ غیر قابل تحمل بود. اطلاعات ارائه شده در مورد فرش‌ها به اندازه‌ای مختصر و ناقص بود که هیچ توصیفی در مورد یک دوره مشخص فرش‌بافی نمی‌داد. آنچه ما را بیش از هر چیز متعجب کرد، نمایش یک نمونه بازبافی از فرش‌های جهان فرش را کاملاً متحول کرده است. این کپی تهیه شده از فرش پازیریک چنان بد تقلید شده که باید بازدیدکنندگان متخصص را بلافاصله از آن دور کرد. فرش‌هایی که قبل از انقلاب خریداری شده بودند، همچنان مهم‌ترین قطعات نمایشگاه هستند، اما بازدید کننده این موضوع را نمی‌فهمد که چرا با این که در کنار هر فرش اطلاعات مختصری راجع به آن وجود دارد، هیچ اشاره‌ای به تاریخچه و ارتباط فرهنگی مربوط به فرش‌ها نشده است. فرش ایران به فرهنگ عشایر وابسته است. توضیح

حدود ۱۴۰ متر متعلق به تهران، قابل نمایش نیست. قسمت حوض خانه امکان نمایش ۷ قالی ۲۰ الی ۲۴ متری را دارد. این قالی‌ها بر روی دیوار در هر ۴ طرف آویزان شده‌اند. قراردادن میز و شلوغی فضای حوض خانه به لحاظ بصری بر میدان دید بازدید کننده تأثیرات منفی می‌گذارد. (تصویر شماره ۷).

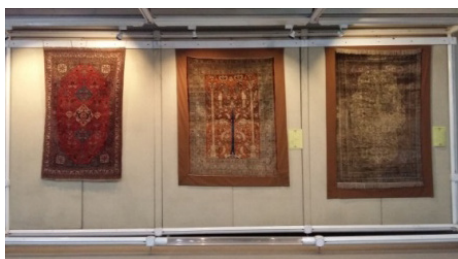


تصویر ۷- (الف، ب) نمایش فرش‌های حوض خانه (نگارندگان: ۱۳۹۶)

برای بیشتر بازدید کنندگان موزه در واقع غرفه‌های موجود در آن است. «غرفه یا نمایشگاه‌های موزه‌ای اولین ارتباط بازدید کننده با مجموعه‌ها و اطلاعات موجود در آن‌ها را ممکن می‌سازند. بیشتر موزه‌ها به لزوم ارائه‌ی نمایشگاه‌های جذاب و زیبا واقفند. نمایشگاه را می‌توان یکی از مشکل‌ترین و در عین حال هیجان انگیزترین مراحل کار در موزه نامید؛ به طوری که تأثیرگذار، پویا، دارای قابلیت اطلاع رسانی، ترغیب کننده باشد. طرح نمایشگاه، سبک، موضوع، روش‌های برخورد، طرح فیزیکی آن حائز اهمیت است. طرح کلی نمایشگاه مربوط به نگهداری و ایمنی، از نحوه ارائه توضیحات و نوع آموزش مورد نظر تأثیر می‌پذیرد. در اولین مراحل باید نیازهای مربوط به امور نگهداری نمایش، محیط، ایمنی و بیمه اشیاء تأمین شوند و اقدامات لازم برای حفظ ایمنی آن‌ها را به عمل آورد. از این رو یکی از نکات مهم در برنامه‌ریزی نمایشگاه تأمین حداکثر امکان دسترسی فیزیکی، حسی، فکری در نمایشگاه، راحتی بازدید کنندگان در همه سنین و با هر توانایی است» (قیطاسی، ۱۳۷۹: ۶۰).

به منظور حرکت در فضای سالن‌ها، طراح بایستی ساده‌ترین راه گردش در فضای موزه را بدون سردرگم بودن بازدید کننده ایجاد کند. مسیر حرکت بازدید کننده در سالن‌های نمایش آثار به گونه‌ای است که بازدید کننده با میل و آرامش در آن مسیر

حرکت می‌کند. هر چند رنگ‌ها، نور موجود و جنس کف پوش در این امر دخالت دارند. در تصویر ۸ اشکال در بازدید فرش‌ها به دلیل نحوه نمایش نشان داده شده است.



تصویر ۸- نمایش قرارگیری فرش‌ها بر پانل (نگارندگان: ۱۳۹۶)

### شرایط محیطی موزه و نورپردازی

نورپردازی در موزه، مقوله‌ای است که نقش مهمی هم در حفظ آثار و هم در نمایش آثار ایفا می‌کند. پیچیده‌ترین مبحث معماری داخلی موزه، مسئله‌ی کنترل نور آن است. مواد آلی (ابریشم، پشم، پنبه) نسبت به نور تأثیر پذیرند. در این میان نباید اثر فرسایش نور را بر روی فرش‌ها از نظر دور داشت. «طبق مطالعات انجام شده پرتوهای ماوراء بنفش هم که دارای طول موج کوتاه و انرژی زیاد است باعث فرسودگی مواد آلی می‌گردند. فاکتورهای فرسودگی به وسیله پرتو نور عبارتند: حساسیت مواد در مقابل نور، شدت پرتوهای ساطع شده، بی‌حفاظ بودن مستمر اشیاء، فعالیت شیمیایی ناشی از وجود طیف‌های رنگ‌های موجود در پرتوها» (نعیمیان، ۱۳۷۶: ۳۶) «هنگامی که یک شیء به نمایش گذاشته می‌شود درصد میزان آسیب دیدگی نور بر روی آن حتمی است. باید بین احتیاج به نمایش اثر و زیان نور بر روی آن هماهنگی به وجود آید. انتخاب نوع لامپ و شیوه نصب لامپ‌ها باید مبتنی بر مطالعه اثرات فیزیکی و شیمیایی در ارتباط با حساسیت آثار باشد. با این حال بایست از نوعی منبع نوری در فضای داخل موزه بهره جست که کمترین مقدار اشعه مذکور را دارا باشد. یکی از لامپ‌های مناسب جهت استفاده در فضای داخلی موزه لامپ رشته‌ای فلورسنت فیلیپس ۳۷ است که میزان نور ماورا بنفش آن قابل چشم پوشی است» (همان: ۳۹). «از طرف دیگر باید به روشنایی لازم جهت دید کافی بازدید کننده هم توجه داشت. نورافکن‌های دیواری و نورهای متمرکز

بر روی ریل، مناسب برای نمایشگاه‌ها، موزه‌ها و گالری‌ها می‌باشند. زوایای پراکندگی نورهای متمرکز ۱۰ درجه، متمرکز ۳۰ درجه رگه‌های روشن و ۹۰ درجه نور پراکنده می‌باشد. زاویه مخروط نور می‌تواند با عبور نور از میان عدسی‌ها تغییر نماید. طیف نور هم می‌تواند با استفاده از فیلترهای IR و UV تغییر نماید (نویفرت، ۱۳۸۴ : ۱۵۱).

شیوه معماری ساختمان موزه فرش به گونه‌ای است که حداقل نور به داخل نمایشگاه تابیده می‌شود. به جز قسمت حوض‌خانه در سایر قسمت‌ها نور خورشید نفوذ نمی‌کند. در این قسمت نور از سقف کاذبی که از جنس پلاستیک مخصوص است عبور می‌کند و از شدت تابش نور خورشید می‌کاهد. از این رو برای روشن کردن فضای نمایشگاه از لامپ‌های پشت جیوه‌ای، لامپ‌های فیلیپس بر روی ریل‌های مخصوص که قابل حرکت و جابجایی هستند و زاویه تابش آن‌ها متغیر است، استفاده می‌شود.

طبق مصاحبه با بهزاد برق دهنده (لیدر توریست، تحصیلات مهندسی مگاترونیک) در ارتباط با نورپردازی موزه فرش اذعان داشتند: سلامت فرش در برابر نور در موزه فرش نادیده گرفته شده است. به دلیل صرفه جویی، به کارگیری لامپ‌های LED اثرات زیان‌باری بر فرش‌ها خواهد گذاشت. نورپردازی در موزه نیاز به کارشناس و متخصص دارد. لامپ کم مصرف به صورت نیمه هادی عمل می‌کند. طیف نوری لامپ‌های نیمه هادی با نور فلورسنت فرق می‌کند. عنصر اصلی موجود در این لامپ‌ها جیوه است. لامپ‌های کم‌مصرفی که استاندارد هستند، حدود دو و نیم میلی‌لیتر جیوه در درون خود دارند و چنانچه به صورت استاندارد ساخته نشوند همین مقدار جیوه در محیط منتشر می‌شود. تحقیقات نشان داده که لامپ‌های کم مصرف دارای اشعه‌ی فرابنفش و مادون قرمز هستند که به مرور زمان باعث از بین رفتن رنگ انواع منسوجات و خیلی از لوازم اطراف ما می‌گردد. پس استفاده از اینگونه لامپ‌ها در موزه فرش، کاری کاملاً اشتباه است چرا که هم باعث از بین رفتن رنگ فرش در قسمت‌هایی که در مسیر تابش بیشتر هستند می‌شود و هم بر روی کارمندان اثرات مخرب دارند. به اعتقاد کارشناسان، نور این لامپ‌ها می‌تواند عوارض خطرناکی داشته باشد و سلامتی افراد را به خطر بیندازد و علاوه بر

عوارض جسمی، ناراحتی‌های روحی و روانی مانند خستگی زودرس، افسردگی، ضعف و بی‌حالی، از دست دادن تمرکز، کاهش بازده کاری و افزایش تنش‌های روحی را سبب شود. بر همین اساس پروتکل‌های جهانی تأکید دارند که از لامپ‌های کم مصرف در موزه‌ها نباید استفاده کرد.



تصویر ۹- نورپردازی موزه (نگارندگان: ۱۳۹۶)

### نظر سنجی بازدیدکنندگان موزه فرش

نظرسنجی از بازدیدکنندگان موزه شامل مخاطبین عام، متخصص و توریست بین ۲۴۰ نفر از بازدیدکنندگان از طریق پرسشنامه انجام شد. نتایج پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفتند که از پاسخ‌های دریافت شده نتایج ذیل حاصل گردید. از ۲۴۰ نفری که پرسشنامه‌ها را تکمیل کردند، مجموع ۱۴۹ نفر به آسیب‌های موزه که مورد توجه بازدیدکنندگان و مخاطبین قرار داشته اشاره نموده و آن‌ها را مورد نقد قرار دادند. نتایج حاصله در جدول شماره ۱ دسته بندی گردید که به شرح ذیل است: و مجموع ۴۳ نفر از مخاطبین موزه (افرادی که پرسشنامه‌ها را تکمیل کردند) به شرایط نامناسب موزه اشاره داشتند که عبارتند از: غبار آلود بودن فرش‌ها، نظافت نامناسب موزه، گرمای بیش از حد محیط و عدم کنترل دما، تهویه نامناسب و بوی نامطبوع، نور کم برای دیدن، لامپ‌های سوخته، نور پردازی نامناسب جهت عکاسی، کف پوش نامناسب، عدم حفاظ و در دسترس بودن فرش‌ها، لمس کردن سطح فرش‌ها توسط بازدیدکنندگان، حفاظت و نگهداری نامناسب، عدم سیستم خنک کننده آب.

و تعداد ۲۷ نفر از مخاطبین (افرادی که پرسشنامه‌ها را تکمیل کردند)، انتقاداتی در ارتباط با نمایش و چیدمان آثار و شرایط فیزیکی موزه در دفتر نظرسنجی موزه ثبت نمودند که موارد مطرح شده به شرح زیر می‌باشد: حوضچه‌های ورودی موزه



در خیابان فاطمی تبدیل به سطل زباله شدند، عدم دسته بندی مناسب فرش‌ها، سطح چروک و چین و یا کیس خورده فرش‌ها، نمایان نبودن فرش‌ها از قسمت پشت، روش نامناسب

نمایش فیزیکی فرش‌ها، آویزان بودن فرش‌ها به مدت طولانی، عدم وجود بوفه و تریا، عدم رونق نمازخانه، عدم وجود فضای مناسب و دلنشین.

جدول شماره ۱- آمار استخراج شده از نظر سنجی بازدیدکنندگان موزه فرش ایران (نگارندگان: ۱۳۹۶)

موضوع	تعداد منتقدین از شرایط هر آسیب مورد بررسی	مجموع منتقدین ارزیابی کننده هر آسیب	مشاء بروز آسیب‌ها	
			موزه آرای	آموزش موزه
موزه آرای	۱۳	۳۹	موزه داری	پرسنل موزه
	۱۵		راهنما	
	۶		نگهبانان	
	۵		بلیط فروش	
آموزش موزه	۱	۴۳	کف پوش	شرایط محیطی موزه
	۷		حفاظت و نگهداری	
	۸		تجهیزات نورپردازی	
	۸		دما و تهویه	
	۱۹		گردوغبار، آلودگی	
موزه آرای	۱۰	۲۸	چیدمان	موزه آرای
	۶		معرفی آثار، زیر نویس	
	۸		بنای موزه	
	۴		فضای اجرایی	
آموزش موزه	۱	۴۰	سایت	آموزش موزه
	۴		دفترچه راهنما	
	۳		مجازی	
	۳۴		اطلاعات موزه	

تعداد ۳۹ نفر از مخاطبین (افرادی که پرسشنامه‌ها را تکمیل کردند) در ارتباط با آموزش موزه در دفتر نظرسنجی موزه نقطه نظراتشان را ثبت نمودند که موارد مطرح شده به شرح ذیل می‌باشد: عدم دسترسی به تمام فرش‌ها و کامل نبودن مجموعه‌ها (برای اغلب مراکز بافت فرش از جمله شاهسون، گنبد کاوس، گرگان، ممسنی، آباء، همدان و ... فرش موجود نیست)، تنوع کم فرش‌ها، اطلاعات ناقص (یافته، تاریخچه‌ی فرش، پیشینه قالی‌بافی، نگاره‌های فرش و نحوه‌ی اهدا کردن)، عدم وجود امکانات نمایشی مخصوصاً برای نمایش مراحل بافت فرش با جزئیات، عدم استفاده از تکنولوژی‌های الکترونیکی، عدم طراحی سایت و ارائه اطلاعات جامع و به روز به مخاطبین، عدم تبلیغات صحیح در موزه و شناساندن توانایی‌های بالقوه و بالفعل موزه به جامعه (بروشور، کاتالوگ، دفترچه راهنما، سی

دی آموزشی)، عدم توسعه موجودی موزه از فرش‌های نفیس و نمایش فرش‌های جدید، عدم دسترسی به مجموعه‌های داخل موزه از طریق موزه مجازی برای دانشجویان و محققین. تعداد ۳۹ نفر از مخاطبین (افرادی که پرسشنامه‌ها را تکمیل کردند) انتقاداتی در ارتباط با پرسنل موزه ثبت نمودند: عدم اطلاع رسانی به هنگام فروش بلیط به جهت تعمیرات موزه و بسته بودن طبقه اصلی موزه، نبود نیروی انسانی آموزش دیده و کارآموده که قادر به ایجاد رابطه انسانی با بازدیدکنندگان باشد، فقدان راهنمای موزه (حقیقی و مجازی)، رفتار ناشایست پرسنل و نگهبانان و بی‌تجربگی پرسنل اعم از عدم آموزش کارمندان. لازم به ذکر است که در تاریخ بازدید موزه به دلیل تعویض موکت طبقه اول به مدت ۳ ماه نیمه تعطیل بوده و تنها



بخشی از قالی‌ها در طبقه دوم قابل نمایش بود. علاوه بر اینکه اطلاع‌رسانی مناسب قبل از بازدید صورت نگرفته بود (بهار ۹۵). بازدیدکنندگان از اینکه بلیط تمام بها پرداخت نموده و خدمات مناسب و کامل دریافت نمی‌کردند، رضایت چندانی نداشتند. به نقل از آقای برق‌دهنده (لیدر توریست ژاپن): توریست‌های ژاپنی به دلیل تعمیرات موزه، امکان بازدید از طبقه اصلی را به دست نیاوردند، و فقط امکان بازدید از طبقه اول برایشان حاصل گردید، به همین دلیل از اینکه بلیط را کامل پرداختند، احساس نارضایتی می‌کردند. شایان توجه است که چنین بازدیدکنندگانی که فرصت برگشت مجدد جهت بازدید از موزه برایشان محقق نمی‌شود، می‌تواند بازخورد منفی در ذهنشان نسبت به مسائل فرهنگی و تاریخی کشورمان ایجاد کند و شاید به جهت عدم رضایت، منجر به کاهش بازدیدکنندگان خارجی و ضد تبلیغات شود.

#### بحث

چنانچه بدانیم موزه‌ها چه فرآیندی پشت سر گذاشته‌اند، شاید بتوان وضعیت متصور برای آن در آینده را بهتر تعریف نمود. در حال حاضر، تعاریف موزه رو به دگرگونی و تحول است. در دنیای امروزی موزه‌ها با نگاه جدیدی شکل گرفته‌اند. نمایش تاریخ تحول علوم و فنون، نمایش صنایع و آموزش نیز به اهداف موزه اضافه شده‌اند. علاوه بر این، پس از حل شدن مباحث علمی و نیازهای روانی، انسان‌ها به فرهنگ نیاز یافتند. چنانچه در دوران مدرن، تخصص‌ها از یکدیگر تفکیک شده و ارزش‌ها را به نمایش گذاشته‌اند. پس لازم است به نیازهای بازدیدکننده موزه در عصر حاضر توجه جدی شود.

پس از تأسیس موزه همان‌طور که گفته شد، پیروزی انقلاب اسلامی و به دنبال آن جنگ تحمیلی، به دلیل مشکلات متعدد آن‌گونه که باید طی سال‌های اخیر دانش موزه‌داری به شکل نوین رشد نکرده است. در موزه‌ی فرش ایران برخلاف برخی از موزه‌ها که ظرف و مظلوف با یکدیگر هماهنگ می‌شوند، ظرف برای مظلوف تهیه شده است. بی‌تردید معماری موزه فرش می‌تواند بیانگر آثار و محتوای درون آن باشد. اما در بررسی‌های صورت گرفته با توجه به نقش مخاطبین، موزه نتوانسته در

طرح محتوایی تبادل اطلاعات مناسبی برای مخاطب به همراه داشته و ارتباط منطقی و سازنده با او ایجاد کند. از آنجایی که تعریف موزه یک امر نسبی است، در ارزیابی موزه‌ها از لحاظ موضوعی، در یک موزه فرش که بعد مردم‌شناسی آن غالب است با یک موزه فرش که بعد باستان‌شناسی، فنی و تکنیکی آن قوی است تفاوت‌هایی وجود دارد. ارائه تعریف دقیق و شناخت موضوع باعث شکل‌دهی به ساختار موضوعی موزه، مبنای برنامه‌ریزی محتوایی و راهبردهای طراحی موزه می‌شود. موزه علاوه بر آنکه سخت‌افزار است به بحث‌های نرم افزاری (طرح محتوایی) می‌پردازد: موضوع شکل‌گیری موزه کدام فرش‌ها هستند؟ بازدید از موزه چگونه باید باشد؟ چه اطلاعاتی را می‌بایست به مخاطب انتقال دهد؟

مطالعات حاصل از موزه‌شناسی منجر به طراحی دقیق و علمی موزه می‌شود. در واقع در این مرحله نقش اساسی متخصصین موزه، فرش، معماری، گرافیک و مرمت در راستای اهداف رویکرد موزه آشکار می‌شود. در بررسی اهداف موزه تخصصی فرش، نتیجه شد که توضیح و اطلاعات آرایه شده برای بازدیدکننده کافی نیست. سؤالی که برای بازدیدکننده پس از بازدید حدود ۲۰۰ تخته فرش مطرح می‌شود این است که چه دانش و اطلاعاتی بدست آمد؟ نوع و مکانیزم گره زدن در فرش یکی از ارکان اصلی فرش محسوب می‌شود که اصلاً در موزه به آن توجه نشده است. در فرش‌های نمایشی امکان بازدید از قسمت پشت فرش‌ها میسر نیست. تنها اطلاعات ارائه شده مربوط به تاریخ، ابعاد فرش، رجشمار، طرح، نقش و منطقه بافت آن می‌باشد. در بخش معرفی تاریخ و پیشینه‌ی فرش نیز عملکرد موزه ضعیف است. موزه فرش صرفاً یک گالری از نمایش فرش‌های نفیس است. متأسفانه معرفی طرح، بافت، رنگ در موزه صورت نگرفته است. در ارتباط با ویژگی‌های مناطق بافت بر حسب اهمیتی که برای مخاطب دارد، اطلاعات مختلف به مخاطب داده می‌شود اما مخاطبی که به طرح و رنگ اهمیت بیشتری می‌دهد، اطلاعاتی در این زمینه کسب نمی‌کند. برقراری ارتباط موضوعی در چیدمان اشیای موزه حائز اهمیت است. وجوه مختلف مشترک بر چیدمان آن‌ها اثر می‌گذارد. از طرفی موضوع پیوستگی و انسجام بحث مهمی

است. بحث سخت افزاری و نرم افزاری و کار تیمی، برنامه ریزی موزه بایستی با یک پیوستگی صورت بگیرد که در موزه فرش این انسجام کم رنگ دیده شده است. از این رو برای توسعه باید دست به اقدامات عملی تر و ملموس تر زد، آنچه که در توسعه موزه داری اهمیت می یابد لزوم اجرای استانداردها توسط متخصصین و کارشناسان (نورپردازی، طراحی موزه، معماری داخلی و...) می باشد. باید به جذابیت موزه به طور جدی اندیشید، نه اینکه تعداد فرش بیشتری جمع آوری شود. تأثیری که ۱۰ فرش خوب با حفظ استانداردهای نمایشی می تواند نشان دهد ۱۰۰ فرش با چیدمان ضعیف نشان نمی دهد. در پایان خاطر نشان سازیم که در تمامی موزه ها وجه بصری موضوع در الویت قرار دارند. لذا گروه های کاری نسبت به تغییرات، باید در جهت مثبت انعطاف نشان دهند. اگر هر کس در گروه کاری، تلاش کند تا با آگاهی از نگرش به هدف مشترک دست یابد، می توان موزه فرش را به موزه ای به یاد ماندنی تبدیل کرد. آنچه که نتایج نظر سنجی نشان می دهد، تعداد بیشتر بازدیدکنندگان به شرایط محیطی و منابع آموزشی نقد داشته اند. یعنی بازدیدکننده انتظار دارد در موزه مورد بازدید، به صورت بصری و شنیداری (نحوه نمایش) اطلاعات مورد نظر خود را با آموزشی که توسط راهنمایان موزه و یا منابع مکتوب یا مدیا حاصل می نماید، آنچه را که جستجو می کرده دریابد. و به طور کلی باید گفت انگیزه اصلی که منجر به انجام تحقیق حاضر شد، مطالعه مصاحبه آقای صالح حاج آقای امیری در مجله طره تحت عنوان "کسی دلش به حال موزه ایران نمی سوزد" بود. سعی شد وضعیت واقعی موزه به رشته تحریر درآید تا دست اندرکاران و مسئولین جهت بهبود وضعیت موزه اقدام مناسبی بنمایند.

### نتیجه گیری

۱- موزه فرش علی رغم معماری برجسته و مکان یابی مناسب، فرصت مکاشفه به مخاطبین نمی دهد و به عنوان یک رسانه نیازها و انتظارات مخاطبین را تأمین نمی کند.

۲- هسته های بسیار خوبی در موزه فرش وجود دارند ولی به لحاظ دیدگاه موزه داری، تأثیر مؤثر نداشته اند. همین امر سبب

شده ارزش فرهنگی موزه فراموش شود. ۳- از آن جایی که فرش های دستباف، لحظات منجمد شده تاریخ هستند، موزه دار باید با چیدمان مناسب، این فرش ها را به سخن آورد. یعنی به صرف قرار دادن تعدادی فرش در یک فضای معماری، نه تنها موزه ای از اشیا ایجاد نشده بلکه معماری و تزئینات آن مکان از نقطه نظر بصری نیز خدشه دار شده است.

۴- موزه فرش به جای آن که حس خوبی به مخاطب بدهد، فهم آثار را برای مخاطب مشکل می کند. تلاش کارکنان برای بیان توضیحات به شیوه ای معمول موجب سلب جذابیت موزه شده است. اغلب کارشناسان سعی می کنند دانش خود را با جملات ابهام برانگیز بدون تأمل و به سرعت در اختیار مخاطب قرار دهند.

۵- تعریف یک قالی موزه ای، صرفاً دستبافته ی شهری با رجشمار بالا نیست. متأسفانه یکی از مشکلات و نا آگاهی ها در اداره ی میراث فرهنگی نادیده گرفتن آثار ابتدایی و شگرف در میان اقوام عشایر و روستاییان می باشد که اغلب بین تجار و کارشناسان بازار و مجموعه داران به ارزش بالایی مبادله می شود اما در موزه جایگاهی ندارند.

۶- موزه فرش جای خود را در دل و ذهن مردم باز نکرده و فضای بی تحرک، منجمد و منزوی را برای مخاطبین تداعی کرده است. ظواهر نشان می دهد که هنوز در کشور ما، موزه ها به نیازهای واقعی مردم پاسخ مثبت نداده و مردم را به سوی خود نکشاند است. موزه فرش از این قاعده مستثنی نیست. این موزه تنها گالری از فرش های نفیس تاریخی است و در بخش های دیگر از جمله معرفی طرح، بافت، رنگ، آموزش و فضاهای نمایش ضعیف عمل کرده است. به عبارت دیگر موزه فرش در سطح یک موزه کلاسیک افت کرده است و با زمان حرکت نکرده و در بعد زمانی محبوس مانده است.

## منابع

- ۱- استادگر اول. (۱۳۷۶). نور در موزه. ترجمه و تلخیص سید محسن نعیمیان. فصلنامه موزه‌ها، شماره هفدهم، ص ۳۶
- ۲- پدram، بهنام. (۱۳۷۷). موزه در موزه. فصلنامه موزه‌ها، شماره هجدهم و نوزدهم، ص ۲۰، ۲۱
- ۳- حیدری شکیب، رضا و میرکمالی، الهام. (۱۳۹۳). مبانی شناخت هنری و فن موزه و موزه‌داری، چاپ اول. تهران: انتشارات سیطرون
- ۴- دایفوکو، ه. (۱۳۶۳). موزه و بازدید کننده. ترجمه ناصر نقیلی. اداره کل موزه‌ها، گروه پژوهش و برنامه‌ریزی
- ۵- راحت ورنو سفادرانی، زهرا. (۱۳۷۹). نگاهی به موزه فرش ایران. ماهنامه تخصصی کتاب ماه، شماره ۲۳ و ۲۴، ص ۹۴
- ۶- زاهدی، محمد، حاجی‌ها، بهاره و خیام‌باشی، مریم. (۱۳۸۸). موزه، موزه‌داری، موزه‌ها، چاپ دوم. تهران: نشر چهار باغ
- ۷- سماوات، یاسر. (۱۳۹۲). مصاحبه صالح حاج آقا میری، کسی دلش به حال موزه ایران نمی‌سوزد. دو ماهنامه طره، شماره ۴، ص ۴۹، ۴۸
- ۸- طالبیان، نیما، آتشی، مهدی و نبی‌زاده، سیما. (۱۳۸۸). موزه، بررسی ارتباط عملکردهای موزه و آثار درون موزه، مجموعه کتب عملکردهای معماری، کتاب ششم، چاپ اول. تهران: انتشارات حرفه هنرمند
- ۹- طیب‌جم، منیر. (۱۳۷۶). نقش آموزشی موزه‌ها. فصلنامه موزه‌ها، شماره هفدهم، ص ۳۳
- ۱۰- فرانس. (۱۳۷۹). جایگاه موزه در فرهنگ توریسم. ترجمه رضا مصطفی‌زادگان. فصلنامه موزه‌ها، شماره پیاپی ۲۳ و ۲۴، دوره جدید شماره دوم و سوم، ص ۵۸
- ۱۱- قیطاسی، اکرم. (۱۳۷۹). چگونگی برنامه‌ریزی برای ساخت یک غرفه یا نمایشگاه موزه‌ای. فصلنامه موزه‌ها. شماره پیاپی ۲۵، دوره جدید شماره چهارم، ص ۶۰
- ۱۲- کلمنس و اشپیکرمن. (۱۹۹۹). و نامه سرگشاده جامعه بین‌المللی کار، ۱۳۷۸. ماهنامه قالی ایران، شماره ۱۷، ص ۲۱
- ۱۳- مزدا، خشایار. (۱۳۸۵). فن بیان در موزه. فصلنامه موزه‌ها، شماره پیاپی ۴۴، ص ۲۲
- ۱۴- مصطفی‌زادگان، رضا. (۱۳۸۵). موزه و نمایشگاه. فصلنامه موزه‌ها، شماره ۴۳، ص ۵۰
- ۱۵- میراشه، شهرزاد (۱۳۹۶)، آسیب‌شناسی شیوه‌های نمایش و معرفی آثار در موزه فرش با تأکید بر آموزش محور بودن، زهرا احمدی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر
- ۱۶- نفیسی، نوشین دخت. (۱۳۸۰). موزه‌داری، چاپ اول. تهران: انتشارات سمت
- ۱۷- نویفرت، ارنست. (۱۹۰۰). اطلاعات معماری *Neufert 2006*، ویرایش چهارم، چاپ اول. ترجمه کورش محمودی، ۱۳۸۴. تهران: انتشارات آینده‌سازان