



تحلیل جایگاه موزه فرش ایران از منظر عاملیت اجتماعی - فرهنگی

سیده زهرا اجاق^۱

دانشیار گروه ارتباطات علم و فناوری، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و ارتباطات، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

چکیده:

مقاله حاضر به این مسئله می‌پردازد که رویکرد حاکم بر تنظیم فعالیت‌ها در موزه فرش ایران، سنتی است و ذیل رویکردهای انتقالی ارتباطات قرار می‌گیرد. تمرکز بر حفظ میراث پیشینیان و انتقال آن‌ها به نسل جدید موجب انزوای موزه از جامعه و نادیده گرفتن کارکرد اجتماعی آن شده و آن را از نقشی که می‌تواند در شرایط اجتماعی معاصر ایفا کند، منفک ساخته است. این مقاله با تمرکز بر این مفهوم که فرش علاوه بر میراث و هنر، وجهه دانش علمی نیز دارد به نقشی که موزه فرش می‌تواند در اتمسفر فرهنگ علمی کشور داشته باشد، می‌پردازد. از این رو، پس از مروری مختصر بر سابقه فرش در ایران، جایگاه فرش در فرهنگ علمی و فناورانه توضیح داده می‌شود. از نظر مفهومی، مقاله حاضر با ترکیب مفاهیم ارتباطات عمومی علم، مفهوم عاملیت مدنی موزه‌ها را پیشنهاد می‌کند و با روش مشاهده مشارکتی پیشنهادی ماک و همکارانش نشان می‌دهد که موزه فرش عاملیت اجتماعی و فرهنگی مشخصی ندارد.

کلیدواژه‌ها: موزه فرش ایران، ارتباطات عمومی علم و فناوری، فرهنگ علمی و فناورانه، مشاهده مشارکتی

^۱ zahraojagh1979@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله: مروری گذرا بر قدمت فرش در ایران

مسئله‌ای که مقاله حاضر بر آن ناظر است، غلبه رویکرد حفظ و انتقال میراث فرش به نسل‌های مختلف در موزه فرش ایران است. با توجه به این که امروزه چنین رویکردی به چالش کشیده شده، لازم است به این موضوع پرداخته شود که موزه فرش چگونه می‌تواند نقش کارآمدتری در فرهنگ جامعه معاصر ایران ایفا کند. فرش یکی از مهم‌ترین آثار هنرهای صناعی مردم ایران از گذشته دور تا حال حاضر است. فرش‌بافی ارتباط نزدیکی با سبک زندگی ایرانیان دارد. از نظر تاریخی، فرش‌بافی «امری زنانه دانسته شده که در دوره مادرشاهی ریشه دارد و طبق شاهنامه، فرش‌بافی در دوره تهمورث آغاز شده است» (کمندلو، ۱۳۹۳: ۱۰۵). از نظر تاریخی، پازیریک قدیمی‌ترین فرش دستباف ایران تلقی می‌شود و به دلیل شباهت نقش‌های آن با تخت جمشید و قدمت فنون فرش‌بافی در ایران، ایرانی دانسته می‌شود.

با ورود اسلام، سنت فرش‌بافی تغییر چندانی نکرد (همان: ۱۰۶). اما می‌توان گفت هنر فرش‌بافی به شعائر و آیین‌های مذهبی راه یافت. بافت سجاده بر سیاق فرش‌بافی برای انجام فریضه نماز، نشان‌دهنده تأثیرپذیری فرش‌بافان از فرهنگ اسلامی است که در عین حال، ذهنیت و سلیقه انسان ایرانی از اهمیت ویژه‌ای برای نیایش را آشکار می‌سازد.

طبق پژوهش‌های صورت‌گرفته و با توجه به خصوصیات موجود در قالی دستباف مناطق مختلف ایران، می‌توان گفت که قالی دستباف ایران به سه دسته اصلی قالی‌های عشایری (بلوچ، بختیار، افشار و...)، روستایی (همدان، ملایر، اراک، چهارمحال و...) و شهری (کرمان، اصفهان، تبریز و مشهد) تقسیم می‌شود (ضمیری و افشار مهاجر، ۱۳۹۸: ۲۵). در فرایند توسعه روستاها و شهرها، افزایش نیاز و تقاضا موجب گسترش کارگاه‌های فرش‌بافی شد. در عین حال، فرش‌بافان شهری به دلیل احتمال ارتباط بیشتر با هنر و فرهنگ غربی دچار تحول بیشتری شده‌اند؛ یعنی از دوره صفویه که مراودات با کشورهای خارج رواج یافت و از دو دهه آخر حکومت قاجار که شرکت‌های خارجی در عرصه فروش و صادرات فرش وارد شدند (همان: ۲۶)، تغییر در فرایند بافت مواد و نقش‌های فرش رخ داده است.

تاریخ فرش علاوه بر تحولات اجتماعی از تحولات علمی نیز اثر پذیرفته است. فرش به‌عنوان پوششی روی کف اتاق یا روی زمین با توجه به امکانات، فرهنگ و دانش بومی هر منطقه بافته شده است. نقش، رنگ و جنس فرش‌های مختلف نمایشگر دانش بومی و محلی مناطق مختلف است. در عین حال، پیشرفت علم در حوزه فرش

نیز نمود داشته است. دانش علمی و فناوری تولید انواع نخ و رنگ، پیشرفت در ساخت کاغذ در انواع و جنس‌های مختلف مانند کاغذهای شطرنجی، بهداشتی و استاندارد شدن دار قالی - که در سال ۱۳۵۰ هـ ش رخ داد - و تأسیس کارگاه‌ها و کارخانه‌ها نمونه‌هایی از دانش علمی نهفته در پس فرش است.

فرش و خانه الفت دیرینه‌ای با یکدیگر دارند. در معماری سنتی ایران، ابعاد اتاق‌ها را متناسب با ابعاد فرش‌های آن زمان تعیین می‌کردند؛ و برعکس (آمی احمدی و محمودی کهنه رود پشت، ۱: ۱۳۹۶). در فرهنگ نه‌چندان قدیم ایرانی خانه فضایی سربه‌سر پوشیده از فرش تلقی می‌شود. فرش‌پوشی خانه علاوه بر زیبایی و حسن‌سلیقه نشان از اهمیت سلامت روانی و جسمی اهل خانه نیز دارد. پس فرش صرفاً سازه‌ای هنری و فرهنگی نیست بلکه می‌توان آن را سازه‌ای علمی و فناوریانه دانست. این مرور کلی اهمیت توجه به فرش از ابعاد مختلف را نشان می‌دهد.

ایده مسلط درباره فرش، آن را میراث هنری - صنعتی ماندگاری تلقی می‌کند. به همین دلیل بازنمایی‌های مختلفی که در سطح فرهنگ و رسانه از فرش صورت می‌گیرد این منظر را تقویت می‌کنند. موزه فرش یکی از رسانه‌ها و محمل‌های ارتباطی برای بازنمایی این میراث کهن است. مروری بر شیوه ارائه و نمایش فرش در این موزه نمایانگر بازتولید همان ایده مسلط و تقویت کارکرد سنتی موزه‌هاست. در مورد موزه فرش، نمایش زیبایی و جنبه زیباشناسانه فرش اولویت دارد. حال آن که امروزه انتظار دیگری از موزه‌ها وجود دارد. حرکت جوامع به سمت جوامع دانش‌محور و اهمیت کاهش فاصله عموم از اجزاء مختلف فرهنگ و جلب مشارکت عموم، بر ساختار و کارکرد موزه‌ها اثر گذاشته است. از این رو، موزه‌ها نیازمند بازنگری در نقش و کارکرد اجتماعی خود هستند تا بتوانند جهت خود را از رکود و گذشته‌نگری به سوی تحرک و آینده‌نگری تغییر دهند. لذا مقاله پیش رو دو سؤال زیر را مطرح می‌کند:

۱. موزه فرش به جز نمایش جنبه زیباشناسانه و تاریخی فرش، چه ابعاد و

مقولات دیگری را می‌تواند نمایش دهد؟

۲. موزه فرش به جز نمایش دادن، از چه شیوه‌های ارتباطی دیگری می‌تواند

بهره بگیرد؟

فرش در فرهنگ علم و فناوری

علم و فناوری دو مفهوم متفاوت است که اغلب در کنار هم استفاده می‌شود (جدول شماره ۱). کاربرد فناوری در فرش‌بافی کاملاً محرز است. تقریباً در تمام «حلقه‌های زنجیره تأمین، از جمله ریسندگی، چله‌کشی، رنگ‌رزی، طراحی و نقاشی، پرداخت،

تبلیغات، بازاریابی، فروش و صادرات با حساسیت‌های متفاوتی از فناوری استفاده می‌شود» (مرداسی، ۱۳۹۱: ۹). به علاوه می‌توان به طراحی، تصویرگری، رنگرزی، ریسندگی، مرصع‌کاری، ابزارسازی، رفوگری، شویندگی اشاره کرد. پی‌بردن به انواع علوم در فرش نیازمند نگاه دقیق‌تری است. فیزیک، هندسه، شیمی، گیاه‌شناسی، مردم‌شناسی و روان‌شناسی برخی از علومی هستند که در سازه‌ای به نام فرش نقش دارند. اما اهمیت این دو مفهوم تنها به این مربوط نیست که در تولید و عرضه و فروش فرش نقش دارند، بلکه به این دلیل است که بخشی از فرهنگ جامعه ایرانی را بازنمایی می‌کنند. با توجه به تعریف یونسکو در سال ۲۰۰۱، فرهنگ مجموعه‌ای از ویژگی‌های متمایز معنوی، مادی، فکری و عاطفی است که مشخصه یک جامعه یا گروه اجتماعی است. این نه تنها شامل هنر و ادبیات است، بلکه شیوه‌های زندگی، حقوق اساسی انسان، نظام‌های ارزشی، سنت‌ها و باورها را نیز در برمی‌گیرد (UIS, 2010). می‌توان گفت که علم، فرهنگ است. و فرش، بافته سنتی و میراث فرهنگ ایرانی است که علم و فناوری در آن تبلور یافته است. لذا فرش علاوه بر هویت هنری، هویت علمی و فناوری ایران را هم آشکار می‌سازد.

جدول شماره ۱. مقایسه دو مفهوم علم و فناوری

مبنای مقایسه	علم	فناوری
معنی	روش کسب دانش درباره سوژه ای خاص توسط مشاهده و تجربه	کاربرد عملی دانش علمی برای اهداف مختلف
چی هست؟	فرایند کشف دانش جدید	کاربرد قوانین علم برای خلق محصولات جدید
اثر	مفید است	مفید یا مضر است
تغییرپذیری	تغییر و تکمیل می‌شود	مدام تغییر می‌کند
تاکید دارد بر	کشف	نوآوری
سروکار دارد یا	مطالعه ساختار و رفتار جهان طبیعی و فیزیک برای خلق فرضیه‌ها	آوردن فرضیه‌ها به حوزه عمل
کاربرد	پیش‌بینی پذیری	ساده‌سازی کار و برآوردن نیازهای مردم

دانش علمی و فناوری سابقه دیرینه‌ای در تمدن‌های بشری داشته و تمام تمدن‌ها در طول تاریخ دانشی را برای درک و توضیح جهان تولید و انباشته کرده‌اند، فرایندی که اغلب با توسعه فناوری همراه یا تحریک شده است. یکی از بردارهایی که مسیر دانش علمی را تعیین کرده، مسائل و مشکلاتی است که جوامع مختلف با آن روبه‌رو بوده‌اند؛ و به نظر می‌رسد تنها با قدردانی از نقش اساسی علم در فرهنگ است که می‌توانیم راه‌حلهایی برای بسیاری از مشکلاتی که هنوز بشریت را آزار می‌دهند، بیابیم.

موزه‌ها و نقش اجتماعی آن‌ها: عاملیت مدنی موزه‌ها

موزه‌ها در جوامع معاصر نقش مهمی دارند. آن‌ها نه تنها میراث مشترک ما را حفظ می‌کنند، بلکه فضاهایی را فراهم می‌کنند که مروج یادگیری و گفت‌وگو هستند.

«موزه‌ها با توجه به ارزش‌های احترام و تنوع فرهنگی، انسجام اجتماعی را تقویت می‌کنند، خلاقیت را پرورش می‌دهند و ناقل حافظهٔ جمعی هستند. علاوه بر این، نقش آن‌ها در ارتقای گردشگری یک محرک کلیدی برای توسعهٔ اقتصادی پایدار، هم در سطح محلی و هم در سطح ملی است» (UNESCO, ۲۰۲۰: ۴). به عبارت دیگر، موزه‌ها مکان‌های مهمی برای ارتباط و تولید دانش علمی برای عموم و میان مردم است. رووتا (۲۰۱۸: ۳) چهار جزء فرهنگ علم و فناوری را به شرح زیر معرفی می‌کند: «(۱) جزء اطلاع‌رسانی که به درخواست دانش مربوط است و به انتقال دانش به سوی کاربران مربوط است

(۲) جزء انتقادی که به گسترش درک انتقادی از اطلاعات کسب‌شده مربوط است (۳) جزء عملی با افزایش توانایی فرد در کاربرد اطلاعاتی که کسب کرده در موقعیات درست و برای حل مسائل ارتباط دارد

(۴) جزء اخلاقی که به کاربرد درست و اخلاقی مهارت‌های فوق‌الذکر ربط دارد.» طبق نظر رووتا «امروزه با وجود گسترش علم و فناوری در سراسر جوامع، بر جنبهٔ انسانی فرهنگ بیش از جنبهٔ علمی - فناورانه آن توجه و تأکید می‌شود. [...] موزه‌ها، پیونددهنده و رابط حوزهٔ علم و حوزهٔ عمومی هستند و ناگزیرند تا نقش و جایگاه خود را در این فضا مشخص کنند.» (همان: ۴).

یونسکو در سال ۲۰۲۰ تخمین زد که تعداد ۹۵ هزار موزه در سراسر جهان وجود دارد و این رقم، افزایش ۶۵ درصدی‌ای را نسبت به سال ۲۰۱۲ نشان می‌دهد (UNESCO, ۲۰۲۰: ۵). بر اساس این آمار می‌توان گفت که در «میانۀ جنبش شکل‌گیری موزه‌ها» (اجاق، ۱۳۹۸: ۴) قرار داریم. «فوران ناگهانی این قبیل مراکز نشان‌دهندهٔ شکل‌گیری جنبشی جهانی در این باره است. اما این مراکز چه خدماتی برای جامعه ارائه می‌دهند؟» (همان). در قرن ۲۱ موزه‌ها نقش محوری‌ای در کاهش شکاف دانشی و افزایش سرمایهٔ فرهنگی دارند. «موزه‌ها به دنبال راه‌های خلاقانه برای انتقال هنر و دانش تخصصی خود به همهٔ بازدیدکنندگان هستند و به آن‌ها کمک می‌کنند با دریافت اطلاعات جدید و تجربیات زیبایی‌شناختی، تفاسیر ذهنی خود را از اطلاعات ارائه‌شده توسط موزه بسازند» (۲۰۰۹: ۳).

انسان‌ها اغلب با هدف سرگرمی یا گذراندن اوقاتی با خانواده، استراحت و فرار از شلوغی‌های روزمره، و یک تجربهٔ فرهنگی به موزه می‌روند. اما بسیاری از افراد هم به موزه می‌روند تا چیز جدیدی بیاموزند و سرمایهٔ فرهنگی خود را ارتقا دهند. موزه‌ها برای ایفای کارکردهایشان باید بتوانند مخاطب جذب کنند و موضوع نمایش خود (در

اینجا فرش) را به روش‌های نوآورانه‌ای به مخاطبان و بازدیدکنندگان نشان ارائه کنند. دستیابی به روش‌های نوآورانه نیازمند شناخت رویکردهای جدید نسبت به موزه‌ها و فهم و بازنمایی ابعاد مختلف موضوع نمایش در موزه است.

کارکرد دیگری که می‌توان برشمرد این است که امروزه موزه‌ها فضای بلاغی هستند که با ارائه نمایشگاه‌های موزه‌ای به صورت متون انتقادی به‌عنوان حوزه عمومی ایفای نقش می‌کنند. موزه‌ها در شکل‌گیری هویت مدنی نقش دارند. در جامعه معاصر مدرن، موزه‌ها فضایی برای گردهم‌آمدن، گفت‌وگو و تبادل اندیشه هستند. نحوه بازنمایی موضوع در موزه می‌تواند ظرفیت بحث و گفت‌وگوی انتقادی را فراهم سازد.

در مجموع می‌توان گفت که روند تحولات موزه‌ای، تمایل به فرارفتن از دیدگاه‌های سنتی و تشویق مخاطبان به مشارکت اجتماعی بیشتر است. در این راستا، موزه‌ها می‌توانند علاوه بر تأکید بر ابعاد تاریخی و زیباشناسانه، بر دانش علمی مرتبط با موضوع نمایش خود نیز تمرکز کنند و در نمایشگاه‌های موزه‌ای تصویر وسیع‌تری از موضوع ایجاد کنند. لذا افزون بر کارکردهایی که پیش‌تر گفته شد، می‌توان سه کارکرد دیگر هم برای موزه‌ها در نظر گرفت که عبارتند از افزایش سواد، افزایش درک عمومی و افزایش مشارکت عمومی (اجاق، ۱۲: ۱۴۰۰).

منظور از سواد این است که مردم دانش علمی درباره موضوع داشته باشند. موزه‌ها باید موضوع نمایش خود را به صورت علمی به بازدیدکنندگان عرضه کنند و برای این منظور لازم است که دانش علمی مربوط به هر موضوع را به خوبی شناسایی کنند. بروکس می‌گوید که وقتی از سواد علمی صحبت می‌شود، این مفهوم سه عامل را دربرمی‌گیرد: الف) محتوا،^۱ ب) فرایند،^۲ ج) زمینه یا شرایط.^۳ یعنی «باسوادان علمی ایدئال نه تنها باید فهمی داشته باشند در این باره که علم چه چیزی را می‌داند و چگونه کار می‌کند، بلکه مهم‌تر از همه این است که باید بتوانند این درک و فهم را به زندگی روزمره خویش و جهان پیرامون خود پیوند بزنند». جان دورانت با توجه به بعد زمینه‌ای، سواد علمی را از سه نظر مهم می‌داند:

اول) فرهنگی: با توجه به این که علم، دستاورد فرهنگی مدرنی تلقی می‌شود که همه جوامع در شکل‌گیری آن نقش مهمی داشته‌اند، پس گسترش سواد علمی واجد اهمیت است.

^۱ Product

^۲ Process

^۳ Context

دوم) عملی: علم، شیوه‌های کشاورزی، صنعت، حمل‌ونقل، و ارتباطات را تغییر داده پس گسترش سواد علمی موجب افزایش آگاهی و توانایی عموم برای استفاده از این قابلیت‌ها می‌شود.

سوم) سیاسی: بسیاری از موضوعات سیاسی مهم مستلزم و متضمن علم و فناوری هستند. بنابراین سواد علمی، پیش‌نیاز بحث و گفت‌وگوی آگاهانه عمومی است که خودش مقدمه تصمیم‌گیری مردم‌سالارانه محسوب می‌شود (همان: ۸-۲۲).

با توجه به این که فرش، سازه یا محصولی علمی - فناورانه است که سابقه کهنی در ایران دارد، مطالعه و بازنمایی دانش علمی و سنتی مربوط به آن نه تنها جنبه فرهنگی فرش را برجسته‌تر می‌سازد بلکه می‌تواند به تدقیق جایگاه ایران و ایرانیان در توسعه علم و فناوری به‌عنوان دستاورد فرهنگی کمک کند. نمایش‌های موزه‌ای باید طوری ارائه شوند که امکان درک مباحث سیاسی پیرامون موضوع مورد نمایش را برای بازدیدکنندگان فراهم آورند.

از طرف دیگر، طراحی و بازنمایی موضوعات چالش‌برانگیز درباره فرش وجهه سیاسی و اقتصادی آن را برای عموم آشکار می‌سازد و علاوه بر افزایش سواد علمی مردم، موجب شکل‌گیری بحث و گفت‌وگوی انتقادی می‌شود که در ذات خود موجب کمک به فهم بهتر و درک مشکل توسط افکار عمومی است. به بیان بهتر، موزه‌ها از جمله موزه فرش بدین طریق می‌توانند موجب افزایش درک عمومی از موضوع خودشان بشوند. مردم زمانی بهتر یاد می‌گیرند که حقایق و نظریه‌های علمی در زندگی شخصی آن‌ها معنا داشته باشد که به‌نوبه خود، نگرش آن‌ها نسبت به موضوع را هم مثبت می‌کند. درک موضوع یعنی اهمیت آن را فهمیدن و توانایی داشتن برای تحلیل ابعاد مختلف آن.

افزایش مشارکت عمومی در موضوع خاص موزه با فراهم‌ساختن زمینه گفت‌وگو بین متخصصان آن حوزه و مردم فراهم می‌شود. این مشارکت هم می‌تواند به‌صورت گفت‌وگو باشد. یعنی به این شکل که متخصصان برای دریافت نظرات مردم با آن‌ها حرف بزنند، نظرات آن‌ها را بشنوند، به اولویت‌های آن‌ها گوش دهند و به سؤالاتی که ممکن است به پاسخ بهتری منجر شوند، توجه کنند. و هم می‌تواند به‌صورت تعاملی باشد. یعنی به دانش و معرفت غیرمتخصصان^۱ توجه داشته باشد. منظور از غیرمتخصص‌ها، افرادی است که در صحنه عمل بر موضوع متمرکزند و مثلاً در موضوع فرش، بافندگان، ریسندگان، طراحان، رنگ‌رزان و غیره سنتی را دربرمی‌گیرد. این افراد

^۱ Lay knowledge and epistemology

نه تنها دانش دارند بلکه دانشی درباره نحوه دانستن خویش هم دارند. تعامل این افراد با متخصصان و مردم موجب درک بهتر مسائل و دستیابی به راهکارهای بهتر می‌شود. باید توجه داشت که نشان دادن دانش این افراد بخشی از نمایش‌های موزه‌ای است و موجب غنابخشی به محتوای نمایشی موزه می‌شود. شکل‌گیری چنین فضایی در موزه‌ها دستیابی به درک متقابل را تسهیل می‌کنند. بر اساس نظر پروت می‌توان مشارکت عمومی را درک انتقادی عموم از موضوع و جنبه علمی آن دانست. انتظار می‌رود طی مشارکت عمومی نه تنها حوزه متخصص از ارتباط منتفع شوند بلکه حوزه غیرمتخصصان و عموم مردم به‌عنوان بازدیدکنندگان موضوع نیز نفع ببرند. لذا نکته مهم مطرح در خصوص مشارکت عمومی در موزه‌ها، سؤالاتی است که طرفین طی گفت‌وگو از یکدیگر می‌پرسند. مثلاً گفت‌وگو درباره ضرورت و طرح سؤالات عمیق‌تر درباره ارزش‌ها، بینش‌ها، منافع شخصی و گروه‌های ذی‌نفع موجب بهره‌مندی دو طرف و رخداد مشارکت واقعی می‌شود (اجاق، ۱۴۰۰: ۲۷-۲۹).

به بیان بهتر، در رویدادهای مشارکت عمومی «نباید طرح سؤال را به متخصص سپرد. زیرا در این صورت، متخصص در فرایند مشارکتی به سؤال خودش پاسخ می‌دهد و تنها بین او و مردم تعامل صورت می‌گیرد؛ اما وقتی مردم، خودشان سؤالاتی را طرح کنند و متخصص مجبور باشد که پاسخ سؤالات آن‌ها را بدهد، رویکردهای جدید نسبت به فناوری و علم پدیدار می‌شوند. [...] این بدین معناست که مردم نه تنها باید آگاه شوند بلکه باید بتوانند هم بشوند. در این خصوص، مهم‌ترین موضوع جنبه سیاسی موضوع مثل روابط شرکت‌های اقتصادی بزرگ با وزارتخانه‌های گوناگون است که مردم باید از آن‌ها مطلع شوند.» (اجاق، ۱۳۹۸: ۲۵).

مدل‌های مشارکت عمومی در تحقیقات علمی به سه دسته پروژه‌های دستیاری، همکاری و هم‌آفرینی تقسیم می‌شوند (وکیل، ۱۳۹۸):

(۱) پروژه‌های دستیاری^۱ که دانشمندان طراحی کرده‌اند و اعضای عموم عمدتاً داده‌ها را فراهم می‌آورند.

(۲) پروژه‌های همکاری^۲ که دانشمندان طراحی کرده‌اند و اعضای عموم داده‌ها را فراهم می‌آورند، اما می‌توانند برای اصلاح طرح‌های پروژه، تجزیه و تحلیل داده‌ها یا انتشار یافته‌ها کمک کنند.

^۱ Contributory

^۲ Collaborative

۳) پروژه‌های هم‌آفرینی،^۱ که دانشمندان و اعضای عموم طراحی کرده‌اند و با همکاری دست‌کم شماری از مشارکت‌کنندگان عمومی به‌صورت فعالانه، در اغلب مراحل یا همهٔ مراحل علمی پروژه انجام می‌شوند.

موزه‌ها می‌توانند از انواع مدل‌های مشارکتی برای ارتقاء کارکرد اجتماعی - فرهنگی خود استفاده کنند و به مکانی برای حضور همگانی و تولید گفتمان تبدیل شوند. برای این منظور، موزه‌ها باید به فضایی جهت ارتباط دادن متخصصان و عموم تبدیل شوند و درهای خود را به روی همکاری با متخصصان بکشایند.

روش تحقیق: مشاهده مشارکتی

مشاهده نقش مهمی در شکل‌گیری و پیشرفت علم داشته است. اساساً اولین قدم در روش علمی، مشاهدهٔ دقیق پدیده نامیده می‌شود. در این پژوهش قصد دارم نوع فعالیت موزه فرش جمهوری اسلامی ایران و نحوهٔ تعامل آن با مخاطبان را مطالعه کنم و به سه پرسش زیر پاسخ دهم:

بر اساس رفتار موزه‌داران و بازدیدکنندگان موزه، آیا می‌توان بلاغت خاصی را در موزه شناسایی کرد؟

ماهیت روش‌های ارتباطی مورد استفاده موزه فرش برای ارتباط با مردم چیست؟ کدام کارکرد افزایش سواد علمی، درک عمومی از علم و مشاهدهٔ مشارکتی در موزه فرش مشاهده می‌شود؟

«مشاهدهٔ مشارکتی یک روش کیفی است که ریشه در سنت قوم‌نگاری دارد [...] محقق در این روش سعی می‌کند فعالیت‌های روزمرهٔ افراد را با مشاهدهٔ صرف یا مشاهدهٔ مشارکتی مطالعه کند تا به چرایی و چگونگی آن فعالیت‌ها پی ببرد» (کرمانی، ۱۳۹۵: ۵۷).

ماک و همکارانش در سال ۲۰۰۵ (کرمانی، ۱۳۹۵: ۵۸) شش ویژگی را معرفی کرده‌اند که طی مشاهدهٔ مشارکتی باید مشاهده شوند: ظواهر افراد، رفتار شفاهی و تعاملات، رفتار فیزیکی و ژست‌ها، فضای شخصی، ترافیک انسانی، افراد شاخص. مشاهده باید با توجه و ثبت رویدادها و رفتارها و موضوعاتی باشد که در موزه رخ می‌دهند. برای انجام این پژوهش به‌صورت تصادفی در موزه حضور یافته و با تمرکز بر سؤالات تحقیق و ویژگی‌های ذکرشده توسط ماک و همکاران، اطلاعات ثبت شد.

یافته‌ها: جدایی موضوع از بافتار در موزه فرش ایران

مشاهده‌ی ظواهر بازدیدکنندگان نشان می‌دهد که همه‌ی گروه‌های سنی زن و مرد از موزه فرش بازدید می‌کنند اما تعداد بازدیدکنندگان جوان بیش از سایر گروه‌های سنی است. اغلب افراد پس از دریافت بلیت وارد فضای نمایشگاهی شده و به‌صورت جدا از دیگران یا در گروه‌هایی با رهبری موزه‌داری که در حال توضیح است، از موزه بازدید می‌کنند. عده‌ی بسیار کمی روی سکوه‌های محوطه‌ی خارج نمایشگاهی با هم گفت‌وگو می‌کنند و حیاط تقریباً خالی است.

محتوای ارائه‌شده‌ی موزه‌داران مبتنی بر دو جنبه‌ی تاریخی و هنری ارائه می‌شود و به‌ندرت و اغلب در پاسخ به مخاطبان به برخی جنبه‌های اجتماعی فرش نیز اشاره می‌شود. طی این رابطه، موزه‌دار در حال انتقال دانش و بازدیدکننده در حال دریافت اطلاعات است و در مواقعی، مخاطبان کنجکاو یا افرادی که به‌سادگی وارد گفت‌وگو می‌شوند، از او سؤال می‌پرسند. موارد بسیار کمی وجود دارد که بازدیدکننده توضیح موزه‌دار را تکمیل یا نقد کند. به نظر می‌رسد واکنش اصلی مخاطبان، پذیرش توضیحات موزه‌داران است.

از نظر ژست و رفتار فیزیکی، رفتار غالب بازدیدکنندگان، تماشاست؛ پیش‌روی در مسیری که از قبل تعیین شده و ایستادن در برابر فرش‌ها، مدت‌زمان توقف در ابتدای بازدید بیش از پایان آن و به‌طور متوسط هفت دقیقه است. هیجان‌زدگی یا اشتیاق مشاهده نمی‌شود ولی لبخند که می‌تواند نشانه‌ی لذت بردن باشد و گاهی ابراز تعجب ناشی از توضیحات موزه‌دار، قابل‌تشخیص است. طی مشاهده‌ی من، افراد شاخص مشاهده نشدند.

در فضای نمایشگاهی، فرش‌ها در وضعیت‌های مختلف عمودی، افقی یا اریب قرار گرفته‌اند و با برچسب‌های کوچکی معرفی شده‌اند.

بر اساس رفتار موزه‌داران و بازدیدکنندگان موزه، می‌توان گفت که موزه فرش ایران اساساً فضای گفت‌وگو و بلاغت نیست. نمایشگاه‌ها بر انتقال نسبتاً ساده و تا حدودی سرگرم‌کننده‌ی چند اثر یا مفهوم تمرکز کرده‌اند. ارتباط آثار و نمایشگاه‌ها با زندگی روزمره، کنشگری فعالانه‌ی مخاطب، ایجاد فضای انتقادی و بازنمایی علم/ فناوری/ فرهنگ به‌عنوان فرایندی اجتماعی در طراحی نمایشگاه‌ها محلی از اعراب ندارند. به عبارت بهتر در پاسخ به چپستی ماهیت روش‌های ارتباطی مورد استفاده در موزه فرش برای ارتباط با مردم باید گفت که موزه فرش جمهوری اسلامی ایران یک «بازار انتقالی» برای برخی داده‌های منتخب است. معمولاً در گالری‌ها چند مفهوم ابتدایی

در انتظار کشف شدن توسط افرادی هستند که کنجکاوای کودکی و صبر بزرگسالی را با هم داشته باشند. با یک نگاه کلی به نظر می‌رسد که تسلط بر طبیعت، جاذبه زیبایی و عتیفگی مضامین عمده در این نمایش‌های موزه‌ای هستند. کنار هم قرار گرفتن این مفاهیم در عین حال، علم - فرهنگ - فناوری را مجموعه‌ای ثابت از دانش و تجربه معنی می‌کنند که کسی نباید در درستی آن‌ها شک و شبهه‌ای کند. چنین بازنمایی از فرش، آن را از بافتاری که در آن توسعه یافته، جدا می‌کند. این بازنمایی تهی از استدلال است. به عبارت دیگر دلیلی برای پیدایش و طرح این مفاهیم و فرایند خلق و تأیید نهایی آن‌ها به مخاطب ارائه نمی‌دهد. نمایش‌های فرش در موزه فرش، بی‌توجه به روابط با جهان و زندگی معاصر صورت گرفته است. در بهترین حالت، این موزه سطح دانش مخاطب را افزایش می‌دهد ولی به دلیل عدم استفاده از آیتم‌های به‌روز مانند نمایش‌های دیجیتال یا حضور فرش‌بافان، طراحان، رنگرزان و سایر گروه‌های سازنده فرش، و همچنین عدم ارتباط دادن فرش با حوزه‌های دیگری چون معماری و شیمی، و عدم بازنمایی مسائل و مشکلات، قوت‌های و ضعف‌های فعلی این حوزه اساساً ظرفیت ایجاد تغییر در درک عمومی یا ایجاد مشارکت عمومی در موضوع فرش را ندارد.

نتیجه‌گیری:

بر اساس یافته‌ها و مشاهده نحوه فعالیت موزه فرش ایران و شیوه بازنمایی فرش‌ها حاکی از بی‌توجهی به عاملیت مدنی موزه‌هاست. حال آن‌که موزه‌ها در نقاط مختلف دنیا برای نزدیکتر شدن هرچه بیشتر علم - فرهنگ و جامعه تلاش می‌کنند. پیدایش مسائل و مشکلات عمومی در حوزه‌های محیط زیست، انرژی، بهداشت و سلامت، و غیره موجب شده تا توانایی عموم مردم برای فهم و مشارکت معنادار در علم اهمیت بیشتری پیدا کند. موزه فرش با تعریف جایگاه خود در معرفی و حل این مسائل می‌تواند ضمن جذب مخاطب، به جامعه نزدیک شود، و در راستای افزایش سطح سواد و درک عمومی تلاش کند.

با توجه به تاریخ طولانی فرش در ایران و به‌ویژه جایگاه روستاها در تولید و بافت فرش، می‌توان از یک سو، در موزه فرش موضوع توسعه روستاها، توانمندسازی عاملان زنجیره‌های تأمین و ارزش فرش را طرح کرد و از سوی دیگر از قابلیت و ظرفیت فرش‌بافی روستاها برای رونق گردشگری بهره برد. تمرکز بر این دو مقوله، امکان تفکر و طراحی مدل‌های مختلف مشارکت عمومی را فراهم می‌سازد.

به این ترتیب پیشنهاد می‌شود در بازنمایی و نمایش موزه‌ای فرش (الف) به جنبه‌های علمی، فلسفی، تاریخی، اخلاقی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی آن توجه شود. (ب) نحوه ارتباط فرش با حوزه‌های علم، صنعت، تاریخ، سیاست و فرهنگ را برجسته سازند. (پ) به جای داده‌محوری (ارائه خام فرش) به فرایند تولید آن توجه شود. (ت) تجربه گفت‌وگو به جای ارتباط یک‌طرفه در موزه مهیا شود. (ث) در تعامل و جلب مشارکت عمومی، تفکر مبتکرانه جایگزین قطعیت اطلاعات شود.

پژوهش اجاق، احمدی و هدایتی (۱۴۰۱) با تمرکز بر موزه ملی علوم و فناوری ایران نیز به نتایج مشابهی دست یافته و نشان می‌دهد که کارکرد اصلی موزه مذکور نیز تمرکز بر انتقال دانش است. میزان حضور بازدیدکنندگان دغدغه همه موزه‌ها در سراسر دنیاست ولی کشورهای توسعه‌یافته از سال‌ها پیش به این موزه توجه داشته‌اند و توجه موزه‌ها به کارکردهای علمی را به‌عنوان راهکار ارائه کرده‌اند و امروزه از نتایج آن بهره می‌برند. به‌طوری که در سال ۱۳۵۸ ترسل (Tressel, ۱۹۸۰:۲۵۸) می‌گوید «اکثر موزه‌ها تشخیص می‌دهند که مخاطبان آن‌ها بسیار گزینش‌گر هستند - بخش خاصی از مردم کنجکاو و بانگیزه. بسیاری از موزه‌ها برنامه‌هایی را برای دسترسی به جامعه آغاز کرده‌اند تا بتوانند با تعداد بیشتری از مردم که چنین کنجکاوای شدیدی ندارند، ارتباط برقرار کنند». به نظر می‌رسد که موزه فرش ایران نیز با فرارفتن از رویکردهای سنتی هم در نمایش و هم در ارتباط برقرار کردن با مخاطبان، می‌تواند جایگاه خود را به‌عنوان فضایی ارتباطی بین مادیت فرش، حوزه تولیدکننده فرش، حوزه پژوهش و دانش، و حوزه عمومی یا مردم تعریف کند و علاوه بر دسترسی به تعداد بیشتر مخاطبان و امکان شناخت موانع و مشوق‌های حوزه فرش (به‌طور کل) را نیز فراهم سازد و جایی برای هم‌اندیشی و مشورت برای برون‌رفت از مشکلات و استفاده از فرصت‌ها باشد.

منابع:

- اجاق، زهرا؛ احمدی، فاطمه؛ هدایتی، مریم (۱۴۰۱). «تحلیل محتوای کیفی بازنمایی علم در گالری مکانیک موزه ملی علوم و فناوری ایران با رویکرد ماهیت علم». نشریه فناوری آموزش. دوره ۱۶، شماره ۴. ۷۷۹-۷۹۲.
- اجاق، زهرا (۱۴۰۰). تأملی بر ارتباطات علم و تجربه ایران. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- اجاق، زهرا (۱۳۹۸). تبیین نظری مفهوم شهروندی علم. تهران: موزه ملی علوم و فناوری جمهوری اسلامی ایران.
- کرمانی، حسین (۱۳۹۵). «مشاهده مشارکتی در گروه‌های تلگرامی؛ راهنمای عمل و نمونه موردی». مطالعات فرهنگ - ارتباطات. سال هفتم. شماره ۳۵. ۵۳-۷۹.
- کمندلو، حسین (۱۳۹۳). «تاریخ فرش بافی در گستره جغرافیای تاریخی شهرهای خراسان در سده‌های اولیه اسلامی». خراسان بزرگ. سال پنجم. شماره ۱۵. ۱۰۱-۱۱۶.
- ضمیری، چکامه؛ افشار مهاجر، کامران (۱۳۹۸). «بررسی تاریخی تقابل سنت و مدرنیته در طرح و رنگ فرش دستباف شهری ایران». نشریه مطالعات هنر اسلامی. سال ۱۵. شماره ۳۳. ۲۴-۴۳.
- آمی احمدی، مهدیه؛ محمودی کهنه‌رود پشت، آزاده (۱۳۹۶). «کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در عمران، معماری و شهرسازی» ۱-۱۱.
- مرداسی، فیصل (۱۳۹۱). «چالش فناوری در فرش دستباف». گلجام. بهار. شماره ۲۱. ۹-۱۶.
- وکیل، حمید (۱۳۹۸). «مدل مشارکتی ارزیابی اثرهای توسعه به کمک ICT». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام‌نور.
- Bautista, Susana Smith (۲۰۰۹), The Social Function of Museums in the Digital Age, The International Journal of the Arts in Society, ۴ (۲): ۱-۱۶.
- UIS -The Institute for Statistics of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (۲۰۱۰), The ۲۰۰۹ UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS), UNESCO INSTITUTE for STATISTICS.
- Rovetta, A.; Roviada, E. (۲۰۱۸). Scientific knowledge communication in Museums. Springer international publishing. Available: google books.
- Tressel, George w. (۱۹۸۰), The Roles of Museums in Science Education, Science Education, ۶۴(۲):۲۵۷-۲۶۰.
- Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO (۲۰۲۰), Museums around the world in the face of Covid-۱۹, place de Fontenoy, ۷۵۳۰۲ Paris ۰۷ SP, France.