

تحلیل جایگاه موزه فرش ایران از منظر عاملیت اجتماعی - فرهنگی

سیده زهرا اجاق^۱

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 می‌سازد. 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 کرده و با روش مشاهده مشارکتی پیشنهادی ماک و همکارانش نشان می‌دهد که موزه فرش از عاملیت، اجتماعی و فرهنگی مشخصی برخوردار نیست.

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

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 این‌که امروزه چنین رویکردی به چالش کشیده شده، لازم است به این موضوع پرداخت 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. فرش بافی 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 فرش بافی برای انجام فریضه نماز نشان‌دهنده تاثیرپذیری فرشباخان از فرهنگ اسلامی است که در عین حال، ذهنیت و سلیقه انسان ایرانی از اهمیت ویژگی‌های مکانی برای نیایش را آشکار می‌سازد.

طبق پژوهش‌های صورت گرفته 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) قابل دسته‌بندی است (ضمیمه و افشار مهاجر، ۱۳۹۸: ۲۵). در فرایند توسعه روستاها و شهرها، افزایش نیاز و تقاضا موجب گسترش کارگاه‌های فرش بافی شد. در عین حال، فرشباخان 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 به عنوان 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 هستند. در عین حال، پیشرفت علم در حوزه فرش نیز نمود

تحلیل جایگاه موزه فرش ایران از منظر عاملیت اجتماعی - فرهنگی ۹

داشته است. دانش علمی و فناورانه 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 ه.ش رخ داد - و تاسیس کارگاه‌ها و کارخانه‌ها نمونه‌هایی از دانش علمی نهفته در پس فرش هستند.

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 نه چندان قدیم ایرانی خانه فضایی سر به سر پوشیده از فرش تلقی می‌شود. فرش پوشی خانه علاوه بر زیبایی و حسن سلیقه 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 فناورانه دانست. این مرور کلی اهمیت توجه به فرش از ابعاد مختلف را نشان می‌دهد.

ایده مسلط درباره فرش، آن را میراث هنری - صنعتی ماندگار تلقی می‌کند. به همین دلیل بازنمایی‌های مختلفی که در سطح فرهنگ و رسانه از فرش صورت می‌گیرد این منظر را تقویت می‌کند. موزه‌ی 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 آن‌که امروزه انتظار دیگری از موزه‌ها وجود دارد. حرکت جوامع به سمت جوامع دانش‌محور و اهمیت کاهش فاصله عموم از اجزاء مختلف فرهنگ با جلب مشارکت عموم بر ساختار و کارکرد موزه‌ها اثر گذاشته است. از این‌رو، 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 سوال 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 هستند که اغلب در کنار هم استفاده می‌شوند (جدول شماره ۱). کاربرد فناوری در فرش‌بافی کاملاً محرز است. تقریباً در تمام «حلقه‌های زنجیره تامین از جمله ریسندگی، چله‌کشی، رنگرزی، طراحی و نقاشی، پرداخت،

تبلیغات، بازاریابی، فروش و صادرات با حساسیت‌های متفاوتی از فناوری استفاده می‌شود» (مرداسی، ۱۳۹۱: ۹). بعلاوه می‌توان به طراحی، تصویرگری، رنگرزی، ریسندگی، مرصع کاری، ابزارسازی، رفوگری، شویندگی اشاره کرد. پی بردن به انواع علوم در فرش نیازمند نگاه دقیقتری است. فیزیک، هندسه، شیمی، گیاه شناسی، مردم‌شناسی و روان شناسی برخی از علوم 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 که 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 بر می‌گیرد (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
تغییر پذیری	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	پیش بینی پذیری	ساده سازی 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 روبرو بوده‌اند؛

تحلیل جایگاه موزه فرش ایران از منظر عاملیت اجتماعی - فرهنگی ۱۱

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 گفتگو هستند. «موزه‌ها با توجه به ارزش‌های احترام و تنوع فرهنگی، انسجام اجتماعی را تقویت می‌کنند، خلاقیت را پرورش می‌دهند و ناقل حافظه جمعی هستند. علاوه بر این، نقش آنها در ارتقای گردشگری یک محرک کلیدی برای توسعه 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 هستند. روتا (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 کسب شده مربوط است؛

۳) جزء عملی به 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 روتا (همان: ۴) «امروزه با وجود گسترش علم و فناوری در سراسر جوامع، بر جنبه انسانی فرهنگ بیش از جنبه علمی - فناورانه آن توجه و تاکید می‌شود. ... موزه‌ها، پیوند دهنده و رابط حوزه علم و حوزه عمومی هستند و ناگزیرند تا نقش و جایگاه خود را در این فضا مشخص کنند.»

یونسکو در سال ۲۰۲۰ تخمین زد که تعداد ۹۵ هزار موزه در سراسر جهان وجود دارد و این رقم، افزایش ۶۵ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۲ نشان می‌دهد (UNESCO, ۲۰۲۰: ۵). براساس این آمار می‌توان گفت که در «میان جنبش شکل‌گیری موزه‌ها» (اجاق، ۱۳۹۸: ۴) قرار داریم. «فوران ناگهانی این قبیل مراکز نشان‌دهنده شکل‌گیری جنبشی جهانی در این باره است. اما این مراکز چه خدماتی برای جامعه ارائه می‌دهند؟» (همان). در قرن ۲۱ موزه‌ها نقش محوری در کاهش شکاف دانشی و افزایش سرمایه فرهنگی دارند. «موزه‌ها به دنبال راه‌های خلاقانه برای انتقال هنر و دانش تخصصی خود به همه 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 تجربه فرهنگی به موزه می‌روند. اما بسیاری از افراد هم به موزه می‌روند تا چیز جدیدی بیاموزند و سرمایه فرهنگی خود را ارتقا دهند. موزه‌ها برای ایفای کارکرد هایشان باید بتوانند مخاطب جذب کنند و موضوع نمایش خود (در اینجا فرش) را به روش‌های نوآورانه‌ای به مخاطبان و بازدیدکنندگان 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 به عنوان حوزه عمومی ایفای نقش می‌کنند. موزه‌ها در شکل‌گیری هویت مدنی نقش دارند. در جامعه معاصر مدرن، موزه‌ها فضایی برای گردهم آمدن، گفتگو و تبادل اندیشه هستند. نحوه بازنمایی موضوع در موزه می‌تواند ظرفیت بحث و گفتگوی انتقادی را فراهم سازد.

در مجموع می‌توان گفت که روند تحولات موزه‌ای، تمایل به فرا رفتن از دیدگاه‌های سنتی و تشویق مخاطبان به مشارکت اجتماعی بیشتر است. در این راستا، موزه‌ها می‌توانند علاوه بر تاکید 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، ۱۴۰۰:۱۲).

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؛ ب) فرایند؛ ج) زمینه یا شرایط^۳. یعنی «باسوادان علمی ایده‌آل نه تنها باید فهمی داشته باشند در این‌باره که علم چه چیزی را می‌داند و چگونه کار می‌کند بلکه مهم‌تر از همه این است که باید

^۱ Product

^۲ Process

^۳ Context

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 مدرن تلقی می‌شود که همه جوامع در شکل‌گیری آن نقش مهمی داشته‌اند، پس گسترش سواد علمی واجد اهمیت است. دوم) عملی: علم، شیوه‌های کشاورزی، صنعت، حمل و نقل، 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 گفتگوی 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 چالش برانگیز درباره فرش وجهه سیاسی و اقتصادی آن را برای عموم آشکار می‌سازد و علاوه بر افزایش سواد علمی مردم موجب شکل‌گیری بحث و گفتگوی انتقادی می‌شود که در ذات خود موجب کمک به فهم بهتر و درک مشکل توسط افکار عمومی می‌شود. 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 به نوبه 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 توسط فراهم ساختن زمینه گفتگو بین متخصصان آن حوزه و مردم فراهم می‌شود. این مشارکت هم می‌تواند به صورت گفتگو 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 سوالاتی که ممکن است به پاسخ بهتری منجر شوند، توجه کنند. و هم می‌تواند به صورت 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 نه تنها دانش دارند بلکه دانشی درباره نحوه دانستن خویش هم دارند.

^۱ Lay knowledge and epistemology

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 غنا بخشی به محتوای نمایشی موزه می‌شود. شکل‌گیری چنین فضایی در موزه‌ها دستیابی به درک متقابل را تسهیل می‌کنند. براساس 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، سوالاتی است که طرفین طی گفتگو از یکدیگر می‌پرسند. مثلاً گفتگو درباره ضرورت و طرح سوالات 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 سوال را به متخصص سپرد. زیرا در این صورت، متخصص در فرایند مشارکتی به سوال خودش پاسخ می‌دهد و تنها بین او و مردم تعامل صورت می‌گیرد؛ اما وقتی مردم، خودشان سوالاتی را طرح کنند و متخصص مجبور باشد که پاسخ سوالات آنها را بدهد، رویکردهای جدید نسبت به فناوری و علم پدیدار می‌شوند. ... این بدین معناست که مردم نه تنها باید آگاه شوند بلکه باید توانمند 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 توسط دانشمندان طراحی شده و اعضای عموم عمدتاً داده‌ها را فراهم می‌آورند.

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

(۳) پروژه‌های هم‌آفرینی^۳، که توسط دانشمندان و اعضای عموم طراحی شده و با همکاری دست‌کم شماری از مشارکت‌کنندگان عمومی بصورت فعالانه، در اغلب مراحل یا همه مراحل علمی پروژه انجام می‌شوند.

^۱ Contributory

^۲ Collaborative

^۳ Co-Created

موزه‌ها می‌توانند از انواع مدل‌های مشارکتی برای ارتقاء کارکرد اجتماعی - فرهنگی خود استفاده کنند و به مکانی برای حضور همگانی و تولید گفت‌وگو 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، مشاهده دقیق پدیده نامیده می‌شود. در این پژوهش قصد داریم نوع فعالیت موزه فرش جمهوری اسلامی ایران و نحوه تعامل آن با مخاطبان را مطالعه کنیم و به سه پرسش زیر پاسخ دهیم:

براساس رفتار موزه داران 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 مشاهده مشارکتی در موزه فرش مشاهده می‌شود؟

«مشاهده مشارکتی یک روش کیفی است که ریشه در سنت قوم‌نگاری دارد ... محقق در این روش سعی می‌کند فعالیت‌های روزمره افراد را با مشاهده صرف یا مشاهده 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 مشاهده 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 به صورت تصادفی در موزه حضور یافته و با تمرکز بر سوالات تحقیق و ویژگی‌های ذکر شده توسط ماک و همکاران، اطلاعات ثبت شدند.

یافته‌ها: جدایی موضوع از بافتار در موزه فرش ایران

مشاهده ظواهر بازدیدکنندگان نشان می‌دهد که همه 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 به صورت جدا از دیگران یا در گروه‌هایی با رهبری موزه‌داری که در حال توضیح است، از موزه بازدید می‌کنند.

عده بسیار کمی روی سکوه‌های محوطه خارج نمایشگاهی با هم گفتگو می‌کنند و حیاط تقریباً خالی است.

محتوای ارائه شده توسط موزه‌داران مبتنی بر دو جنبه تاریخی و هنری ارائه می‌شود که به ندرت و اغلب در پاسخ به مخاطبان به برخی جنبه‌های اجتماعی فرش نیز اشاره می‌شود. طی این رابطه، موزه دار در حال انتقال دانش و بازدیدکننده در حال دریافت اطلاعات است و در مواقعی، مخاطبان کنجکاو یا افرادی که به سادگی وارد گفتگو می‌شوند، از او سوال می‌پرسند. موارد بسیار کمی وجود دارد که بازدیدکننده توضیح موزه‌دار را تکمیل کند 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. مدت زمان توقف در ابتدای بازدید بیش از پایان آن است و به‌طور متوسط ۷ دقیقه است. هیجان زدگی یا اشتیاق مشاهده نمی‌شود ولی لبخند که می‌تواند نشانه لذت بردن باشد و گاهی ابراز تعجب ناشی از توضیحات موزه‌دار قابل تشخیص است. طی مشاهده من، افراد شاخص مشاهده نشدند.

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

براساس رفتار موزه‌داران و بازدیدکنندگان موزه می‌توان گفت که موزه فرش ایران اساساً فضای گفتگو و بلاغت نیست. نمایشگاه‌ها بر انتقال نسبتاً ساده و تا حدودی سرگرم کننده چند اثر یا مفهوم تمرکز کرده‌اند. ارتباط آثار و نمایشگاه‌ها با زندگی روزمره، کنشگری فعالانه مخاطب، ایجاد فضای انتقادی و بازنمایی علم/فناوری/فرهنگ به عنوان فرایندی اجتماعی در طراحی نمایشگاه‌ها محلی از اعراب ندارند. به عبارت بهتر در پاسخ به چیستی ماهیت روش‌های ارتباطی مورد استفاده در موزه فرش برای ارتباط با مردم باید گفت که موزه فرش جمهوری اسلامی ایران یک «ابزار انتقالی» برای برخی داده‌های منتخب است. معمولاً در گالری‌ها چند مفهوم ابتدایی در انتظار کشف شدن توسط افرادی هستند که کنجکاو کودک 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

تحلیل جایگاه موزه فرش ایران از منظر عاملیت اجتماعی - فرهنگی ۱۷

کند. چنین بازنمایی از فرش، آن را از بافتاری که در آن توسعه یافته، جدا می کند. این بازنمایی تهی از استدلال است. به عبارت دیگر دلیلی برای پیدایش و طرح این مفاهیم و فرایند خلق و تایید نهایی آنها به مخاطب ارائه نمی دهد. نمایش‌های فرش در موزه فرش، بی توجه به روابط با جهان و زندگی معاصر صورت گرفته است. در بهترین حالت، این موزه سطح دانش مخاطب را افزایش می دهد ولی به دلیل عدم استفاده از آیتم‌های به روز مانند نمایش‌های دیجیتالی یا حضور فرشباخان، 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:

براساس یافته‌ها و مشاهده نحوه فعالیت موزه فرش ایران و شیوه بازنمایی فرش‌ها حاکی از بی‌توجهی به عاملیت مدنی موزه هاست. حال آن‌که موزه‌ها در نقاط مختلف دنیا برای نزدیکتر شدن هرچه بیشتر علم - فرهنگ و جامعه تلاش می کنند.

پیدایش مسائل و مشکلات عمومی در حوزه های 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 زنجیره های تامین 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 جنبه های علمی، فلسفی، تاریخی، اخلاقی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی آن توجه شود. (ب) نحوه ارتباط فرش با حوزه های علم، صنعت، تاریخ، سیاست و فرهنگ را برجسته سازند. (پ) به جای داده محوری (ارائه خام فرش) به فرایند تولید آن توجه شود. (ت) تجربه گفتگو به جای ارتباط یک طرفه 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 توسعه یافته 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. به‌طوریکه در سال ۱۳۵۸ ترسل (Tressel, ۱۹۸۰:۲۵۸) می‌گوید « اکثر موزه‌ها تشخیص می‌دهند که مخاطبان آن‌ها بسیار گزینش‌گر هستند - بخش خاصی از مردم کنجکاو و با انگیزه. بسیاری از موزه‌ها برنامه‌هایی را برای دسترسی به جامعه آغاز کرده‌اند تا بتوانند با تعداد بیشتری از مردم که چنین کنجکاو شددیدی ندارند، ارتباط برقرار کنند». به نظر می‌رسد که موزه فرش ایران نیز با فرا رفتن 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 برون رفت 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)، تاملی 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 ۷، شماره ۳۵: ۳۵-۷۹.

کمندلو، حسین (۱۳۹۳)، تاریخ فرش بافی در گستره جغرافیای تاریخی شهرهای خراسان در سده های اولیه اسلامی، خراسان بزرگ. سال ۵. شماره ۱۵. صص: ۱۰۱-۱۱۶.

ضمیری، چکامه و افشار مهاجر، کامران (۱۳۹۸)، بررسی تاریخی تقابل سنت و مدرنیته در طرح و رنگ فرش دستباف شهری ایران، نشریه علمی - پژوهشی مطالعات هنر اسلامی، سال ۱۵، شماره ۳۳، صص: ۲۴-۴۳.

آمی احمدی، مهدیه و محمودی کهنه رود پشت، آزاده (۱۳۹۶)، کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در عمران، معماری و شهرسازی، صص: ۱-۱۱.

مرداسی، فیصل (۱۳۹۱)، چالش فن آوری در فرش دستباف، گلجام، بهار، شماره ۲۱، صص: ۹-۱۶.

وکیل، حمید (۱۳۹۸)، مدل مشارکتی ارزیابی اثرهای توسعه به کمک ICT، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور.

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.; Rovida, 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.

United 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.