

هویت فرهنگی ایرانی؛ به روایت موزه مردم‌شناسی

مینو سلیمی^۱

چکیده

فرهنگ ایرانی، فرهنگی مانا و پایدار است و از عوامل اصلی این ماندگاری، سه ویژگی انعطاف‌پذیری، تعامل فرهنگی و درنهایت هویت فرهنگی است که به‌رغم تنوع و تکثر موجود در جامعه امروزی به انسجام ملی ایرانیان کمک کرده است. موزه، آینه‌ای از خودآگاهی یک جامعه و پویایی فرهنگ آن در گذر زمان و عبور از رخداد‌های تاریخ است. خصلت آیینگی موزه، با بازتاب فرهنگ و تمدن یک سرزمین در طی زمان همراه است. از این‌رو، برجسته‌ترین موزه‌های جهان را می‌توان در سرزمین‌هایی یافت که به علم شناخت فرهنگ و خودآگاهی برآمده از آن بهایی فراوان داده و جایگاه موزه را در آموزش و افزایش خودآگاهی انسان‌ها درباره تاریخ، تمدن، فرهنگ، هویت و سرزمین خود بسیار مهم می‌دانند. موزه‌های مردم‌شناسی در ایران، مکان‌هایی معنادار برای آرایه و نمایش هویت فرهنگی ایران هستند که به‌صورتی نمادین عمل می‌کنند. مقاله حاضر با اتخاذ روش تاریخ شفاهی و مصاحبه‌های عمیق و تحیل مضمون یافته‌ها تلاش دارد به فهمی از نقش موزه‌های مردم‌شناسی در شکل‌دهی به هویت فرهنگی ایران دست یابد. یافته‌های به‌دست آمده در قالب چندین مفهوم عمده مانند (موزه مردم‌شناسی؛ فضایی برای یادآوری فرهنگ ایرانی، موزه مردم‌شناسی؛ تنوع، اصالت و ماندگاری ویژگی‌های فرهنگی ایرانی، موزه مردم‌شناسی؛ موزه فرهنگ ایرانی، موزه زندگی ایرانی، موزه مردم‌شناسی؛ نهادی تاریخی - فرهنگی، موزه مردم‌شناسی؛ جریان زندگی، آرایش بافت‌محور، موزه مردم‌شناسی؛ خاطره جمعی ایرانیان، موزه مردم‌شناسی؛ مرکزی برای پژوهش مردم‌شناختی از ایران و موزه مردم‌شناسی؛ تعالی فرهنگی جامعه ایرانی) و یک مضمون اصلی (موزه مردم‌شناسی؛ فضایی برای هویت‌بخشی و شکل‌گیری هویت فرهنگی ایران) آرایه شده‌اند.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۲۵

۱. استادیار گروه مردم‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. Salimi.minoo@ut.ac.ir

۱۴۴

این مفاهیم نشان می‌دهند که موزه مردم‌شناسی نقشی انکارناپذیر در نمایش هویت فرهنگی جامعه ایرانی دارد و سبب تولید و بازنمایی هویت ملی، افزایش آگاهی تاریخی، تشدید حس تعلق خاطر قومی و ملی در میان ایرانیان می‌شود.

واژه‌های کلیدی: آگاهی تاریخی، فرهنگ ایرانی، فراموشی، موزه مردم‌شناسی، هویت فرهنگی.

مقدمه

موزه، واقعیتی چندمنظوره در جهان ما است؛ به این معنا که شامل فعالیت‌های پیچیده و چندجنبه‌ای می‌شود که مهم‌ترین محورهای آن گردآوری، نمایش، حراست، حفاظت، مرمت، آموزش، پژوهش و معرفی است.

موزه در تلاش برای ایجاد نوعی ارتباط بین بشر امروز و دیروز و خلق نوعی رابطه متقابل بین احساس، اندیشه و خرد و خیال انسانی است که بیننده در محیط و فضای موزه با آثار و نموده‌های آن مواجه می‌شود (صادقپور و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۹). توانایی موزه در بازنمایی ابعاد گوناگون موضوعی که به نمایش می‌گذارد، موجب ایجاد فهم و درک گسترده‌تری از موضوع برای مخاطب می‌شود. توجه به ابعاد مختلف ارتباطی از قبیل دیدن و شنیدن، در قالب استفاده از اشیاء، صحنه‌ها، صدا، تصویر و گفتگو از امکانات مختلفی هستند که در انتقال این فهم مؤثر هستند (چقلوند و کوشکی، ۱۳۹۴: ۷۳).

موزه مردم‌شناسی در خدمت جامعه و توسعه آن است، درهای آن به روی همگان باز است و شواهد ملموس و غیرملموس انسان و محیط زندگی او را گردآوری و نگهداری می‌کند، و آن‌ها را به نمایش می‌گذارد. اهداف و عملکرد فرهنگی یک موزه مردم‌شناسی از یک‌سو نشان دادن اهمیت و ارزش و قابل احترام بودن میراث ملی و هویتی جوامع مختلف مانند جامعه ایرانی و از سوی دیگر نمایش وابستگی، مشترکات و توجه به مرکز مشترک تمدن‌ها علی‌رغم اختلاف تبارها و ملیت‌ها است. موزه مردم‌شناسی، آینه‌ای از خودآگاهی جامعه ایرانی و پویایی فرهنگ آن در گذر زمان و عبور از رخدادهای تاریخ است. از یک‌سو، این خصلت، با بازتاب فرهنگ و تمدن یک سرزمین در طی زمان همراه بوده و از سوی دیگر، دانشی که موزه را به‌مثابه محصولی از علم در برابر بینندگان قرار می‌دهد، به روشنی

حاصل کمال یافتن و پختگی علم است. از این رو، برجسته‌ترین موزه‌های جهان را می‌توان در سرزمین‌هایی یافت که به علم شناخت فرهنگ و خودآگاهی برآمده از آن بهایی فراوان داده و جایگاه موزه را در آموزش و خودآگاهانه کردن انسان‌ها درباره تاریخ، تمدن، فرهنگ، هویت و سرزمین خود بسیار مهم می‌دانند (میرشکرایی، ۱۳۹۰: ۱۳).

در این مقاله به روایتی که موزه مردم‌شناسی از هویت فرهنگی ایرانیان دارد، پرداخته می‌شود. موزه‌های مردم‌شناسی بیش از هر نوع دیگر از موزه‌ها، با موضوع اصلی خود که طبقه‌بندی عناصر فرهنگ است، ارتباط تنگاتنگ دارند و در واقع مرکز پژوهش مردم‌شناختی به‌شمار می‌آیند. پژوهش‌هایی که به فرهنگ مادی، ساختار اجتماعی، باورها و سنت‌ها، سیروسلوک و اخلاق اقوام مختلف و همچنین مطالعه هنرهای جوامعی که فرهنگ‌شان در حال تغییر است، می‌پردازند. از این رو، این پژوهش به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤالات است که آیا موزه مردم‌شناسی راهی برای نجات سنن و صورت‌های گذشته فرهنگ ایرانی از فراموشی است؟ آیا موزه مردم‌شناسی می‌تواند به‌عنوان یک عنصر هویت‌بخش در جامعه ایرانی نقشی فعال داشته باشد؟

پیشینه مطالعاتی و ملاحظات نظری

در حالی که فعالیت اصلی موزه همچنان بر گردآوری، حفظ، تفسیر و نمایش اشیای ارزشمند مردم‌شناسی متمرکز است، رویکرد تأثیرات اجتماعی موزه بر زندگی روزمره و شکل‌دهی به آگاهی‌های اجتماعی و فرهنگی هر روز پر رنگ‌تر می‌شود (هرل، ۲۰۲۳: ۷). با رشد مطالعات انسان‌شناسی موزه‌ها، موزه مردم‌شناسی به‌عنوان شیئی هویت‌بخش در نظر گرفته شد که باید مورد تحلیل مداوم قرار بگیرد. این نگرش باعث شد که موزه مردم‌شناسی بازتابی از عناصر هویتی جامعه قلمداد شود (هرل، ۲۰۲۳: ۴). تعداد زیادی از انسان‌شناسان و اندیشمندان اجتماعی را می‌توان نام برد که درباره رابطه موزه مردم‌شناسی و هویت به پژوهش پرداخته و نقش آن را در پژوهش‌های خود برجسته کرده‌اند. تعدادی از مردم‌شناسان ایرانی نیز که مورد مصاحبه در این پژوهش قرار گرفته‌اند خود به‌عنوان بنیان موزه مردم‌شناسی در ایران نگاهی هویت‌بخش برای موزه مردم‌شناسی قایل بوده‌اند. در این بین آثار آیون کارپ و استیون لوین^۲ (۱۹۹۱)،

1. Anita Herle

2. Ivan karp & Steven Lavine

هوپر گرین هیل^۱ (۱۹۹۴)، پیر بوردیو^۲ (۱۹۹۷)، ریانون مَسْن^۳ (۲۰۰۵)، میشل هنینگ^۴ (۲۰۰۶)، مارتین هولبراد^۵ (۲۰۱۱)، شارون مک دونالد^۶ (۲۰۱۱)، جان فاک و لین دیرکینگ^۷ (۲۰۱۲)، کایلی میسج^۸ (۲۰۱۳)، جنیفر شَنون^۹ (۲۰۱۴) لورا پیرز و آیسون براون^{۱۰} (۲۰۱۶) و آیتا هرل (۲۰۱۶-۲۰۲۳) بیش از دیگران مورد استناد قرار گرفته است. در ایران نیز کسانی مانند؛ محمدعلی فروغی، غلامرضا رشید یاسمی، ویلیام هاز آلمانی، مسعود کیهان، قاسم غنی، عیسی بهنام، یحیی ذکاء، دکتر شفق، نصرالله فلسفی، محمود خلیقی، علی هانی بال و کوهی کرمانی (۱۳۳۸-۱۳۳۵) و اکنون سید محمد بهشتی، محمدمیرشکرایبی، بهروز عمرانی، سید احمد محیط طباطبایی، جبرئیل نوکنده، مسعود نصرتی، بهروز وجدانی، بهروز اشتزی، علی اکبر حمیدی، عبدالله سالاری، باجلان فرخی، محمود طالقانی، علیرضا حسن‌زاده، حسین‌بر و همکاران، چقلوند و کوشکی و مینو سلیمی (۱۴۰۰-۱۳۹۴) با تأکید بر نقشی که موزه مردم‌شناسی در شکل‌دهی هویت جامعه ایرانی و تقویت حس ملی دارد بر لزوم شکل‌گیری موزه مردم‌شناسی مادر تأکید دارند.

در نگاه به تمامی این نقطه‌نظرات، از لحاظ مفهومی می‌توان نقاط مشترکی را برجسته ساخت که سبب روشنی بخشی در جمع‌آوری و تحلیل یافته‌های این پژوهش می‌باشد. موزه مردم‌شناسی ابزاری برای انتقال پیام و القاء معانی خاص و هویت‌بخش در جامعه ایران قلمداد می‌شود.

هویت فرهنگی ایرانی

هویت، مکانیزمی است که بیشتر به صورت شکلی از آگاهی متبلور می‌شود و در جامعه، نوعی انسجام و همبستگی ایجاد می‌کند؛ مکانیزمی که شامل ارزش‌ها، طرز تلقی‌ها و

1. Eilean Hooper- Greenhill
2. Pierre Bourdieu
3. Rhianon Mason
4. Michelle Henning
5. Martin Hollbraad

6. Sharon Macdonald
7. John Howard Falk & Lynn Diane Dierking
8. Kylie Massage
9. Jennifer A. Shannon
10. Laura Peers & Alison K. Brown

چگونگی شناخت فرد از جهان است (نظری، ۱۳۸۶: ۱۲۳). هویت دربردارنده و معرف کیستی هر فرد در بستر زمانی- مکانی، یعنی تاریخ، فرهنگ و جامعه است که جایگاه تاریخی، فرهنگی و اجتماعی اعضای جامعه را تعیین می‌نماید و فرد از طریق فرایند هویت‌یابی به یک تاریخ، فرهنگ و اجتماع خاص تعلق پیدا می‌کند (نجاتی، ۱۳۸۲: ۱۵۴). هویت ملی مشترک مبتنی بر معانی فرهنگی است که هر فرد در جامعه از طریق آن، خود را در روایت ملی بزرگ‌تری ادغام می‌نماید (وودن^۱، ۲۰۰۴: ۴۴). براساس این رویکرد فرهنگی، هویت ملی ما ایرانیان چشم‌اندازها و موقعیت‌هایی را فراهم می‌آورد که ایرانیان از طریق آن سخن می‌گویند و جامعه و زندگی روزمره را براساس زبان، نشانه‌ها، تصورات، نمادها و نظام‌های مدلولی آن سامان می‌بخشند (نظری، ۱۳۸۲: ۱۳۵). پیوند میان هویت و فرهنگ چنان عمیق است که اغلب هویت را پدیده‌ای فرهنگی می‌دانند و برای فرهنگ، شأن مستقلی در هویت قایل می‌شوند. با این رویکرد، اشتراکات فرهنگی، عناصر و اجزای مشترک بین جوامع هستند و هویت فرهنگی نیز بخشی از ویژگی‌های جامعه است که آن را از سایر جوامع متمایز می‌سازد (آشنا و روحانی، ۱۳۸۹: ۱۶۱).

در دیدگاه انسان‌شناسان هویت فرهنگی از مؤلفه‌هایی چون ملت، قلمرو جغرافیای سیاسی، زبان و دین تشکیل شده است (روح‌الامینی، ۱۳۷۹: ۱۱۰). هویت فرهنگی یک ملت حاصل خودآگاهی درخصوص انباشتی تاریخی از تجربه‌های فرهنگی آن ملت است که در طول زمان شکل گرفته است. طبعاً این مبنا در مورد کشوری چون ایران از اهمیت زیادی برخوردار است چرا که پیشینه تاریخی- تمدنی آن به هزاران سال می‌رسد که مجموعه‌ای بی‌نظیر از انباشت‌های گوناگون تجربی را در خود اندوخته است (آشنا و روحانی، ۱۳۸۹: ۱۶۲). موزه مردم‌شناسی مکانی است که هویت فرهنگی ایران را به نمایش می‌گذارد و سبب شکل‌گیری خودآگاهی مردم ایران به حافظه تاریخی و فرهنگی خود می‌شود.

موزه مردم‌شناسی ایران، نمایشی از اسطوره‌ها، آیین‌ها و آداب و رسوم، نمادها و زیست اجتماعی و فرهنگی ایرانیان است. از این‌رو، موزه مردم‌شناسی می‌تواند هویت ایرانی را درحالی که به نمایش می‌گذارد، بازتولید کند. هویت فرهنگی ایران متنوع است.

عملکرد موزه مردم‌شناسی در ایران بیش از هر نکته دیگر بازتاب آرمان‌ها و اندیشه‌های ایرانی، محیط فرهنگی و اجتماعی، کارها و خلاقیت‌های پایان‌ناپذیر او در گذشته و حال است.

1. Chirs Weedo

موزه مردم‌شناسی هویت مردم ایران را به «زبان خاصی» بیان می‌کند. وسیله بیان او «زبان اشیاء واقعی» و نمایش آثار ملموس و ناملموس است. از همین‌رو، دارای قدرت نفوذ گسترده می‌باشد.

بحث اساسی این اندیشمندان حول گفتگویی می‌چرخد که موزه مردم‌شناسی آن را شکل می‌دهد. گفتگویی با خصلت معنوی نیرومند که مردم با پا گذاشتن به میدان در حالی خوانشی از گذشته خود دارند که معطوف به آینده است. به این ترتیب ایرانیان به کمک موزه مردم‌شناسی خود را بیشتر خواهند شناخت.

موزه‌هایی که در آن امکان به نمایش درآمدن و به نمایش درآوردن دیگری و خود وجود دارد. به این ترتیب موزه امکانی برای دیدن و درک دیگری از نقطه‌نظر موزه پدید می‌آورد (چقلوند و کوشکی، ۱۳۹۴: ۷۴).

از نظر هوپرگیریل هیل، موزه به‌عنوان منبعی برای شناخت اقوام و فرهنگ‌هایی که کمتر با آنها آشنایی داریم به کار گرفته شود. موزه به‌عنوان عنصری دارای توانایی ایجاد آگاهی و تجربه گسترده از فرهنگ گروه‌های قومی در نظر گرفته می‌شود. این می‌تواند برای خانواده و فرزندانشان و نشان دادن میراث به آنها ارزشمند باشد (هوپرگیریل هیل، ۱۹۹۴: ۴).

موزه مردم‌شناختی حامل با ارزش‌ترین خاطرات جمعی می‌باشد که شهروندان یک جامعه در ذهن خود درباره فرهنگ خود دارند. وجود این خصوصیات خاص برای موزه‌های مردم‌شناختی حتی با گذشت سال‌ها هنوز هم در ذهن همه جای دارد و چنانچه طراحی موزه مردم‌شناسی در چنین محدوده‌ای انجام گیرد مطمئناً به دلیل زنده کردن خاطرات در ذهن مردم موفقیت بیشتری خواهد داشت (مک دونالد (۲۰۱۱)؛ فاک و دیرکینگ (۲۰۱۲)؛ می‌سج (۲۰۱۳)).

علاوه بر نقش دیرینه موزه‌ها در آموزش عمومی، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان اجتماعی به‌طور فزاینده‌ای انتظار دارند که موزه‌ها به‌عنوان عاملی هویت‌بخش عمل کنند و افراد را به شهروندانی پاسخگو تبدیل کنند. موزه‌ها در شکل‌دهی و تغییر نگرش به هویت فرهنگی مردم یک جامعه نقشی تأثیرگذار دارند (هرل، ۲۰۲۳: ۹).

مردم با ذهن‌های خالی به موزه نمی‌آیند. آنها با مجموعه‌ای از تجربیات، تصورات و دانستی‌ها به موزه پای گذاشته و درواقع این نهاد و عناصر درون آن را به‌مثابه بخشی از جهان ادارکی خویش فهم و تفسیر می‌نمایند (حسین‌بر و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۰۷).

از آنجا که عوامل متعددی بر هویت‌بخشی موزه تأثیرگذار است، طراحی موزه، نحوه چیدمان، شکل جمع‌آوری آثار و دسته‌بندی و آرایه آن متأثر از ادارات معنایی و تفاسیری است که مبتنی بر پیشینه‌های هویتی است. توجه به این امر به نقش مؤثر موزه‌های مردم‌شناسی در مناسبات و ارتباطات اجتماعی افراد و شخصیت آنان اشاره می‌کند. نقش مؤثر موزه مردم‌شناسی در ساخت و جهت‌دهی به سیاست‌های هویت براساس اندیشه اندیشمندان و بنیان‌گذاران موزه مردم‌شناسی در ایران این مهم را که وجود موزه مردم‌شناسی مادر در کشور لازم و بایسته است، مطرح می‌سازد.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر با توجه به ماهیت و اهداف خود در بین رویکردهای روش‌شناختی موجود از نوعی روش‌شناسی کیفی تحت عنوان تاریخ‌شفاهی و تکنیک‌هایی همچون مشاهده، گفتگو و مصاحبه‌های عمیق استفاده کرده است. این پژوهش با روش تحلیل مضمون به شناخت رابطه موزه مردم‌شناسی و مسئله هویت فرهنگی پرداخته است.

تاریخ شفاهی سندی از جنس صوت و تصویر است که یک منبع دست اول تاریخی به دست می‌آید (نیک‌رهی و اسماعیلی، ۱۴۰۱: ۹۲). جمع‌آوری و نگهداری اطلاعات دست اول و آرایه آنها به محققان، مهم‌ترین وظیفه تاریخ شفاهی است (سامر و کوینلن، ۱۳۹۲: ۱۷). تاریخ شفاهی با ذهن و حافظه، رویدادها و وقایع را بازبازی می‌کند؛ بنابراین، موضوع آن به لحاظ زمانی تا جایی ارجاع می‌یابد که برای ذهن تاریک نیست؛ اما در همین دامنه زمانی، موضوع‌ها ممکن است نامحدود باشند (کازمی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲). تاریخ شفاهی روایت‌ها و مشاهده‌هایی را شامل می‌شود که در مکان‌های زیست و جدال راوی قرار دارند. انباشت خاطره‌ها در ذهن‌ها بدون در نظر گرفتن مکان آنها ممکن نیست (نورایی، ۱۳۸۷: ۴۹). در واقع تاریخ شفاهی تکنیکی است که با هدف پاسخ‌گویی به سؤالات مشخص، به مصاحبه با افراد شاهد و مطلع می‌پردازد (حسن‌آبادی، ۱۳۸۵: ۲۱-۲۳).

داده‌های این پژوهش از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته با ۱۲ نفر از کسانی که در ایجاد و بنای موزه مردم‌شناسی نقش داشته‌اند و اکنون دیدگاه‌ها و اندیشه‌های آنان در این مورد که بیش از هر چیز به مقوله هویت‌بخشی موزه مردم‌شناسی در ایجاد این موزه‌ها توجه کرده‌اند، به دست آمده است. مصاحبه‌ها با سؤالات کلی شروع و با

سؤالات کاوش گرایانه ادامه یافت. داده‌ها در دو ماه جمع‌آوری، ثبت و کدگذاری و در قالب مضامین اصلی و فرعی طبقه‌بندی شدند. از آنجا که بعد از این مصاحبه‌ها مفاهیم جدید در مصاحبه‌های بعدی تکرار نشد، این پژوهش بر اساس همان مصاحبه‌ها با ۱۲ نفر به اشباع دست پیدا کرد.

روش تحلیل داده‌ها در این پژوهش روش تحلیل مضمون براون و کلارک (۲۰۰۶) است. در این روش همه مصاحبه‌ها به صورت خط به خط تحلیل شد. براون و کلارک فرایند تحلیل داده‌ها را دارای سه مرحله‌ی توصیف متن، تشریح و تفسیر متن و ادغام و یکپارچه کردن دوباره متن می‌دانند. بنابراین، تحلیل اطلاعات این پژوهش طی سه مرحله: (۱) کدگذاری باز (شناسایی مباحث، ویژگی‌ها و زمینه‌ها) (۲) کدهای محوری (دسته‌بندی مضامین) (۳) کدهای انتخابی یا مضامین فراگیر انجام گرفت. در این روش، براساس یک رویه مشخص و در سه سطح مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی موجود در متن)، مضامین سازمان دهنده (مضامین بدست آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین فراگیر (مضامین عالی در برگیرنده اصول حاکم بر متن به عنوان یک کل) را نظام‌مند می‌کند و نقش‌هایی از کل مضامین با توجه به رابطه اعم و اخص با یکدیگر در آن شبکه جای‌گذاری شدند (کمالی، ۲۰۱۸: ۴۴). برای ارزیابی کیفیت و اعتبار یافته‌های تحلیل مضمون از دریافت بازخورد از مصاحبه‌شوندگان استفاده شد که بعضی از مصاحبه‌ها مورد بازنگری قرار گرفتند.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه شونده‌گان

ردیف	نام	شغل	سابقه فعالیت	سن
۱	علی اکبر حمیدی	مردم‌شناس	پژوهشگر سابق پژوهشکده مردم‌شناسی که در شکل‌گیری موزه مردم‌شناسی در ایران نقش داشته‌اند.	۷۸
۲	بهروز اشتری	مردم‌شناس	پژوهشگر سابق پژوهشکده مردم‌شناسی که در شکل‌گیری موزه مردم‌شناسی در ایران نقش داشته‌اند.	۸۲

۳	بهروز عمرانی	باستان شناس	رئیس سابق پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری	۶۲
۴	سید احمد محیط طباطبایی	مورخ	مشاور رئیس سابق پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری و رئیس ایکوم.	۶۵
۵	سید محمد بهشتی	مدیر فرهنگی، رئیس پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری	رئیس سابق پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری و مدیر در بخش‌های مختلف کشور	۷۳
۶	عبدالله سالاری	مردم‌شناس	پژوهشگر سابق پژوهشکده مردم‌شناسی که در شکل‌گیری موزه مردم‌شناسی در ایران نقش داشته‌اند.	۸۷
۷	محمد میرشکرایی	مردم‌شناس	رئیس سابق پژوهشکده مردم‌شناسی که در شکل‌گیری موزه مردم‌شناسی در ایران نقش داشته‌اند.	۸۲
۸	جبرئیل نوکنده	باستان شناس	رئیس موزه ملی ایران	۵۲
۹	علیرضا حسن‌زاده	مردم‌شناس	رئیس پژوهشکده مردم‌شناسی	۵۳
۱۰	بهروز وجدانی	مردم‌شناس	هیئت علمی سابق پژوهشکده مردم‌شناسی	۷۲
۱۱	محمد حسین باجلان فرخی	مردم‌شناس	پژوهشگر سابق پژوهشکده مردم‌شناسی که در شکل‌گیری موزه مردم‌شناسی در ایران نقش داشته‌اند.	۸۶
۱۲	محمدحسن طالبیان	معمار	معاون وزیر میراث فرهنگی	۶۲

یافته‌های پژوهش

داده‌های به‌دست آمده از مصاحبه‌ها با روش تحلیل مضمون، تجزیه و تحلیل شد و با هدف

تبيين رابطه بين هويت فرهنگي و موزه مردم‌شناسي، مضامين اصلي شناسايي شدند. در مجموع بر مبنای تحليل مضموني داده‌ها، ۲۸ مفهوم پايه‌ای شناسايي شد که اساساً مدل پژوهش را تشكيل می‌دهند. اين مفاهيم در هشت دسته شامل: موزه مردم‌شناسي؛ فضايي برای يادآوری فرهنگ ایرانی، موزه مردم‌شناسي؛ تنوع، اصالت و ماندگاري ويژگي‌های فرهنگ ایرانی، موزه مردم‌شناسي؛ موزه فرهنگ ایرانی، موزه زندگي ایرانی، موزه مردم‌شناسي؛ نهادی تاريخی، فرهنگي، موزه مردم‌شناسي؛ جريان زندگي، نمايش بافت‌محور، موزه مردم‌شناسي؛ خاطره جمعی ایرانیان، موزه مردم‌شناسي؛ مرکزی برای پژوهش مردم‌شناختی از ايران و موزه مردم‌شناسي؛ تعالی فرهنگي جامعه ایرانی به‌عنوان مفاهيم سازمان دهنده موضوع پژوهش تقسيم‌بندی شدند. یافته‌های اين پژوهش نشان می‌دهد که موزه مردم‌شناسي فضايي برای هويت‌بخشي و شکل‌گيري هويت فرهنگي ایرانی برای مخاطبان خود ايجاد می‌کند. مفاهيم شکل گرفته از اين رابطه در هشت مفهوم و یک مفهوم اصلي (موزه مردم‌شناسي؛ ايجاد هويت فرهنگي ایرانی) نمايان شده‌اند. در بخش یافته‌ها به هر کدام از اين مفاهيم و مصاحبه‌های متناظر با آن پرداخته می‌شود. در جدول شماره ۲ یافته‌های به دست آمده که در دو مفهوم و یک مضمون فراگیر آمده‌اند ارايه شده‌اند.

جدول ۲. مفاهيم پايه‌ای، مضامين سازمان دهنده و مضمون فراگیر پژوهش

مضمون فراگیر	مضامين سازمان دهنده	مفاهيم پايه‌ای
	موزه مردم‌شناسي؛ فضايي برای يادآوری فرهنگ ایرانی	ياد آوردن و فراموش نکردن هويت فرهنگي، حرکت از ناخودآگاهی به سمت خودآگاهی فرهنگي، ايجاد سطح تماس با مظاهر فرهنگي (آيين‌ها، رسوم، قصه‌ها، افسانه‌ها و هنرها).
	موزه مردم‌شناسي؛ تنوع، اصالت و ماندگاري ويژگي‌های فرهنگي ایرانی	افزايش كيفيت فرهنگي جامعه، معرف و نماد جنبه‌های گوناگون زندگي اجتماعي بشر طی قرنهای متمادي، ابزاري آموزشی جهت درک ذهنيت ماديت‌یافته و غيرملموس انسان.

	موزه مردم‌شناسی؛ موزه فرهنگ ایرانی، موزه زندگی ایرانی	شناسایی و حفظ هویت فرهنگی، محل زندگی، آشنایی با شیوه‌های زندگی، حفظ انسجام فرهنگی، بیانگر نظام اجتماعی و هویت سرزمین.
موزه مردم‌شناسی؛ فضایی برای هویت‌بخشی و شکل‌گیری هویت فرهنگی ایرانی	موزه مردم‌شناسی؛ نهادی تاریخی، فرهنگی	حفظ میراث فرهنگی ملموس و ناملموس، نهادی تاریخی، مروج ناب‌ترین پدیده‌های فرهنگی، حافظ یادگاران نسل‌های گذشته.
	موزه مردم‌شناسی؛ جریان زندگی، نمایش بافت‌محور	آینه‌ای از تجربه زنده تنوع فرهنگی و وحدت ملی، تداوم گفتمان مردم‌محور، تداوم فرهنگ یعنی تداوم میراث زنده.
	موزه مردم‌شناسی؛ خاطره جمعی ایرانیان	صلح و دوستی خاطره‌جمعی هویت فرهنگی ما.
	مرکزی برای پژوهش مردم‌شناختی از ایران	ایجاد انگیزه پژوهش در مورد هویت فرهنگی، جلب توجه و ایجاد انگیزه تحقیق در مسائل مختلف علمی، فرهنگی و هنری.
	موزه مردم‌شناسی؛ تعالی فرهنگی جامعه ایرانی	ایجاد و تقویت تفاهم میان اقوام و ملت‌ها، جلوگیری از انهدام فرهنگ بومی و فراموشی آنان، بازتاب ثروت‌های فرهنگی جامعه، فرهنگ‌سازی در حوزه‌هایی مختلف، واداشتن مردم به مشارکت در اجتماع، ارتقا و بهبود میزان دانش محصلان، دانشجویان، پژوهشگران، سالمندان و گروه‌ها.

معرفی موزه مردم‌شناسی در ایران

در بند هفت اولین اساسنامه فرهنگستان اول در سال ۱۳۱۴ فکر ایجاد تشکیلاتی به‌عنوان مرکز مردم‌شناسی وجود داشت که به‌دنبال آن در سال ۱۳۱۵ تشکیلاتی به‌عنوان

مردم‌شناسی ایجاد شد. در حقیقت و به این ترتیب بنیاد موزه گذاشته شد و ساختمانی در خیابان بوعلی امروزی (ارامنه قدیم) از سال ۱۳۱۶ به آن اختصاص یافت و آنجا موزه تشکیل شد و شروع به کار کرد: «نخستین موزه‌ای که در ایران به وجود آمد، در یکی از اتاق‌های بزرگ وزارت معارف در قسمت شمال بنای دارالفنون به نام موزه ملی یا موزه معارف، در عصر قاجار و در سال ۱۲۹۵ از سوی مرتضی قلی‌خان هدایت ایجاد می‌شود. این موزه، ۱۲۰۰ قلم اشیاء عتیقه‌ای را دربرمی‌گرفت که فراهم آمده و شامل اشیاء سفالی، شیشه‌ای، مفرغی، سلاح‌های قدیمی، مهر، منسوجات، مرقعات، کتاب و غیره بود. در سال ۱۳۰۴ با تغییر نظام حکومتی از قاجار به پهلوی، این اشیاء به تالار کاخ آئینه در عمارت مسعودیه انتقال یافت. نخستین تلاش برای ایجاد موزه مردم‌شناسی به دهه دوم سده چهارده خورشیدی باز می‌گردد. در سال ۱۳۱۴ در کاخ ابیض قسمت خاصی به موزه مردم‌شناسی اختصاص داده شد و در سال ۱۳۱۵ یا ۱۳۱۶ در همین مکان تمام آثار خاصی که بعد مردم‌شناسی داشت گردآوری شد و موزه مردم‌شناسی در کاخ گلستان آغاز به کار کرد. در سال ۱۳۴۷ این موزه به مکان جدیدی در جنوب شرقی کاخ گلستان منتقل می‌شود که دارای دو طبقه بود و طبقه همکف آن نیز دارای تالارهای متعدد و ۴۷ غرفه، کارگاه خیاطی، مجسمه‌سازی، عکاسی و کتابخوانی بود» (حمیدی، ۱۳۹۹).

اواخر سال‌های دهه پنجاه، بنای برگزاری نمایشگاه‌ها و موزه‌های مردم‌شناسی گذاشته شد که اشیاء مردم‌شناسی به این منظور جمع‌آوری شد. در مناطق مختلف ایران پژوهش‌هایی انجام می‌گرفت که همراه با این پژوهش‌ها جمع‌آوری آثار مردم‌شناختی برای موزه مردم‌شناسی در دستور کار قرار گرفت و چون این جمع‌آوری همراه با پژوهش انجام می‌شد، عنوان موزه مردم‌شناسی کاخ سعدآباد و به شکل دقیق‌تر «موزه پژوهشی مردم‌شناختی سعدآباد» به آن داده شد. به کارشناسان مردم‌شناسی که در مناطق مختلف مشغول پژوهش بودند، ماموریت داده شد که در حین پژوهش اشیاء را جمع‌آوری کنند. تهیه این اشیاء در مرحله اول باعث به وجود آمدن نمایشگاه‌های روستایی و منطقه‌ای شد. این نمایشگاه‌ها در مراکز استان‌ها، مثلاً فارس، خراسان، سیستان و بلوچستان و جاهای مختلف تشکیل می‌شد و بعد نمایشگاه‌هایی در روستاهای نمونه هم برگزار گردید که در نهایت همین نمایشگاه‌ها که بر اساس اشیاء مردم‌شناختی تشکیل شده بود پایه

موزه مردم‌شناسی در کاخ سعدآباد شد. اشیایی که در نمایشگاه‌های منطقه‌ای مختلف به نمایش در می‌آمد، به تهران منتقل شدند و بعد از انقلاب در یکی از کاخ‌ها یعنی کاخ‌موزه سعدآباد جا گرفتند. بعد از تغییر و تحولاتی که میراث فرهنگی با آن روبه‌رو بود، پایه موزه مردم‌شناسی گذاشته شد و بعد موزه پژوهشی مردم‌شناختی که غرفه‌های متنوعی از زندگی و فرهنگ مردم ایران را به نمایش می‌گذاشت، تشکیل شد. تمام این اشیاء براساس تحقیقات پژوهشگران مردم‌شناسی دارای شناسنامه پژوهشی شدند و درباره آنها معرفی صورت گرفت و در غرفه‌های متعدد، آثار جمع‌آوری شده براساس تحقیقات مردم‌شناختی قرارداد شد. این موزه دارای غرفه‌های متعدد بود. پایه و اساس این غرفه‌ها براساس مطالعه و پژوهشی بود که در جهت شناخت عمیق زندگی مردم و هویت آنان انجام شده بود (مصاحبه با اشتری، ۱۳۹۹). غرفه‌های موزه مردم‌شناختی که نمایشی از هویت مردم بودند؛ عبارت بودند از: غرفه اسناد و قباله‌ها، غرفه معیشت که شامل کشاورزی، دامداری و صید و شکار بود، غرفه هنرهای بومی و صنایع‌دستی، غرفه نان‌پزی، غرفه پوشاک و غرفه ابزارآلات مختلف موسیقی. البته چون این موزه یک موزه پژوهشی بود انبار علمی و بایگانی و آرشیو اسناد و پژوهش‌ها، کتابخانه و کارگاه پیکره‌سازی داشت که این‌ها بخش‌های جنبی موزه بودند. این موزه مدتی تعطیل شد که بعد از بازگشایی به صورت کامل تغییر شکل داد. در این زمان نمایشگاه‌های متعدد و منظمی در نقاط مختلف کشور با موضوع مردم‌شناسی برگزار می‌شد و تا پیش از انقلاب تعداد آن به حدود ۷۰ نمایشگاه می‌رسید. توجه و تأکید بر مسئله هویت‌بخشی موزه مردم‌شناسی، بعدها بنیان و شالوده‌ای شد برای موزه‌های مردم‌شناسی که در شهرستان‌ها تأسیس شد. برخی از این نمایشگاه‌ها به موزه تبدیل شد^۱ (مصاحبه با سالاری، ۱۳۹۹).

۱. موزه مردم‌شناسی ماسوله در مدخل شهر ماسوله، خانه صولت مربوط به دوران قاجاریه در ابرکوه، موزه عقیق‌آباد شیراز، موزه تاریخ فرهنگ و هنر زرتشتیان در شیراز، اولین موزه مردم‌شناسی زرتشتیان جهان در کرمان، موزه قاجار در تبریز در خانه امیر نظام گروسی، موزه مردم‌شناسی در اردبیل در حمام آق‌اقتی، موزه آذربایجان در تبریز و در کنار مسجد کبود، موزه خانه مشروطه اصفهان، در خانه نوراله نجفی، موزه مشروطه در تبریز، موزه باغ ارم شیراز، موزه عصر آهن در تبریز و در کنار مسجد کبود، موزه باغ فین کاشان در باغ فین، موزه آستان قدس رضوی در مسجد گوهرشاد، موزه ملک در تهران و در محوطه باغ ملی، موزه استاد بهتویی در تبریز، موزه سنجش تبریز، موزه پارینه سنگی زاگرس در خانه بیگلربیگی در کرمانشاه، موزه کندلوس در مرزن‌آباد مازندران، موزه رامسر، موزه رختشوی خانه زنجان، موزه مردم‌شناسی حمام گله‌داری در هرمزگان، موزه مردم‌شناسی خلیج فارس در بندرعباس، موزه گنجینه رشت، موزه ظهیرالاسلام اردبیل، موزه مردم‌شناسی بیرجند، موزه عمارت عاصف در سنندج، موزه

۱. ابعاد موزه مردم‌شناسی در تناظر با هویت فرهنگی ایرانی از دیدگاه صاحب‌نظران

۱-۱. موزه مردم‌شناسی؛ فضایی برای یادآوری فرهنگ ایرانی

موزه مردم‌شناسی، فضایی برای یادآوری فرهنگ ایرانی است. موزه مردم‌شناسی عرصه‌ای است که قرار است چیزهایی را که فراموش کرده‌ایم، به یاد ما بیاورد، یا به عبارت دیگر وظیفه موزه کمک به حرکت از ناخودآگاهی به سمت خودآگاهی است، حرکتی که بدون دانش فرهنگی ممکن نخواهد شد. کار موزه مردم‌شناسی به یادآوردن و فراموش نکردن است. فرهنگ، از طریق ایجاد سطح تماس با مظاهر فرهنگی انتقال پیدا می‌کند؛ از جمله این مظاهر، آیین‌ها، رسوم، قصه‌ها، افسانه‌ها و هنرها و غیره است. باتوجه به وضعیت نسیان‌زده این مظاهر، ما شاهد این مسئله هستیم که در دوره معاصر بخش قابل‌ملاحظه‌ای از سطح تماس در حال از بین رفتن است. نقش موزه مردم‌شناسی این است که می‌تواند آن‌ها را دوباره احیاء کند (بهشتی، ۱۳۹۹).

۱-۲. موزه مردم‌شناسی؛ تنوع، اصالت و ماندگاری ویژگی‌های فرهنگی ایرانی

موزه مردم‌شناسی مادر در ایران می‌تواند صحنه بیان و نمایش تمام تنوع فرهنگی سرزمین ما و هویت ما باشد. موزه‌های مردم‌شناسی بهترین وسیله برای حفظ تنوع، اصالت و ماندگاری عناصر و ویژگی‌های فرهنگی هویتی جامعه هستند. ما در ایران امروزه بیشتر از ۵۰۰ موزه داریم. موزه مردم‌شناسی به‌عنوان یک موزه زنده، در افزایش کیفیت فرهنگی جامعه نقشی حیاتی دارد. از موضوعات مهمی که می‌تواند در موزه مردم‌شناسی در ایران به نمایش درآید می‌توان به ایجاد غرفه‌های مربوط به آداب و رسوم، شیوه معیشت و خوراک، مسکن، هنرها، فناوری‌های بومی، پوشاک و دیگر جنبه‌های زندگی ایرانی

مردم‌شناسی بروجین، موزه مردم‌شناسی زابل، موزه مردم‌شناسی حمام آفتاب در نهاوند، موزه قلعه والی در ایلام، موزه مردم‌شناسی لرستان در خرم‌آباد، موزه مردم‌شناسی چوار در ایلام، موزه مردم‌شناسی جلالی در اصفهان، موزه مردم‌شناسی تفت، موزه مردم‌شناسی سبزوار، موزه مردم‌شناسی کلات نادری، موزه آثار خطی در کرج، موزه مردم‌شناسی بروجرد، موزه مردم‌شناسی اشتهرینان بروجرد در خانه فرهنگ روستایی و نمایشگاه مردم‌شناسی نمادهای مذهبی و اسطوره و آیین در شبستان غربی مسجد شاه پیشین بروجرد، موزه روستایی گیلان، موزه روستایی تجربه در خرم‌آباد.

اشاره کرد که با توجه به پراکندگی و تنوع گسترده فرهنگی در کشورمان این موزه‌ها می‌توانند بیشتر و گسترده‌تر باشند. موزه مردم‌شناسی می‌تواند معرف و نماد جنبه‌های گوناگون زندگی اجتماعی ایرانیان طی قرن‌های متمادی باشد. موزه مردم‌شناسی در ایران فرصتی را برای بروز لذت ناشی از زیبایی، شادی و شغف‌ذهنی و فضایی را برای پرورش تصورات دست‌نیافتنی و گریز از روزمرگی و سرگرمی ذهنی جهت درک ذهنیت مادیت یافته و غیرملموس ایرانیان فراهم می‌کنند و جایگاه ویژه‌ای در میان ابزارها و روش‌های آموزشی جهت تقویت بنیان‌های هویت ایرانی (ملی و قومی) دارند. این موزه‌ها با شکل بیان خود، در واقع تنوع، اصالت و ماندگاری عناصر و ویژگی‌های فرهنگی هویتی جامعه ایرانی را به نمایش می‌گذارند (عمرانی، ۱۳۹۹).

کشور ما ایران دارای تنوع گسترده‌ای از فرهنگ‌های مختلف است، تنوعی از اقوام با ویژگی‌های مختص به خود از نظر زبان، پوشش، ویژگی‌های انسان‌شناسانه فیزیکی و سبک‌های متنوع زندگی روزانه از قبیل تنوع غذایی، معماری، شیوه معیشت، مراسم گوناگون از بدو تولد تا مرگ، و همه این تنوع عظیم فرهنگی، نیاز جدی به این دارد که در جایی ارائه شود. آن‌هم در زمانه‌ای که هجوم رسانه باعث شده است بسیاری از مردم البته در اثر عدم آموزش به سرعت از سبک زندگی چند هزارساله آبا و اجدادی خود فاصله بگیرند و به آن شکلی درآیند که رسانه به‌عنوان ارزش آن را مطرح می‌کند. متأسفانه ما به‌طرز اندوه‌باری در حال یک‌دست و یکرنگ شدن هستیم و بخش زیادی از دارایی‌های فرهنگی ما در خطر است. ما به شیوه‌ای اضطراری به یک موزه مردم‌شناسی کارآمد نیاز داریم تا ضمن آرشیو کردن باقی مانده‌های موجود از دارایی‌های فرهنگی مان، با معرفی درست و آموزش صحیح به مردم بیاموزیم که باید در خصوص دارایی‌های فرهنگی‌شان حساس باشند و آن را حفظ کنند. موزه‌های مردم‌شناسی در ایران می‌توانند به ایرانیان یادآور شوند که هر کدام از ایرانیان باید بتوانند در حد امکان به حفظ میراث مادی و معنوی این سرزمین کمک کنند (نوکنده، ۱۳۹۹).

۳-۱. موزه مردم‌شناسی؛ موزه فرهنگ ایرانی، موزه زندگی ایرانی

بخش اعظم موزه‌ها مربوط به فرهنگ، فرهنگ عمومی و عامه مردم است. وقتی که به موضوعات مردم‌شناسی می‌نگریم همه چیز می‌تواند جزء مردم‌شناسی باشد زیرا

مربوط به شناخت مردم است و این شناخت، شناخت گذشته، حال و آینده است. همه آن چیزی که برای یک انسان، هویتی را خلق می‌کند، جزء فرهنگ است. انسان در فرهنگ خودش به دنیا می‌آید، و در فرهنگ خودش نیز از دنیا می‌رود. بنابراین، اهمیت موزه‌های مردم‌شناسی در ایران به‌عنوان مکانی است که فرهنگ ایرانی را حفظ کرده، می‌شناساند و منجر به شناخت می‌شود. این موزه‌ها ما را با مرگ و زندگی ایرانیان پیوند می‌زنند اما بدون شک با توجه به اصل تداوم فرهنگی زندگی را خلق می‌کنند، موزه محل زندگی ایرانیان است که مرگ را برای آنان به زندگی بدل می‌سازد (محیط طباطبایی، ۱۳۹۹). یکی از راه‌هایی که توده مردم می‌توانند با آداب و رسوم و فرهنگ جوامع مختلف آشنا شوند، تأسیس موزه‌ها به‌خصوص موزه‌های مردم‌شناسی است. در حقیقت اقوام ایرانی دارای اشکال گوناگونی از یک فرهنگ واحد هستند و برای این که این انسجام حفظ شود، نیاز به این است که اقوام مختلف در ایران با فرهنگ‌های هم آشنا شوند. یکی از راه‌ها برای این هدف، همین تشکیل موزه‌های مردم‌شناسی است که نمونه‌ها و شیوه‌های مختلف زندگی مردم ایران در نقاط مختلف را به نمایش بگذارد و مردم را با فرهنگ هم آشنا سازد (اشتری، ۱۳۹۹).

موزه مردم‌شناسی موزه زندگی و موزه فرهنگ ایران است. در زمان دایر شدن موزه پژوهشی‌ای سعدآباد، من و مردم‌شناسان دیگر در صدد ایجاد یک موزه ملی مردم‌شناسی بودیم که بتواند تحول و گستردگی فرهنگ را در سرزمین ایران به نمایش بگذارد. موزه مردم‌شناسی بیانگر نظام اجتماعی و هویت سرزمین ما است. بیانگر تمام صورت‌های پیشین و تحول یافته عناصر فرهنگی سرزمین ما است. موزه مردم‌شناسی به ایران هویت می‌دهد. به‌عنوان مثال شما وقتی در یک مکانی در یک مراسم شرکت می‌کنید و وارد جمعی می‌شوید ممکن است که به دل شما ننشیند چون از نظر شما آن جمع هویت ندارد اما ممکن است از نظر فرد دیگری این‌گونه نباشد. موزه مردم‌شناسی موزه‌ای است که به دل عامه مردم ایران می‌نشیند. در موزه مردم‌شناسی توضیح دهنده موزه ما نیستیم، مردم بازدید کننده هستند که با دیدن موزه و اشیاء آن داستان آن را می‌گویند. در واقع بازدید کننده موزه مردم‌شناسی خودش راوی موزه مردم‌شناسی است، چون موزه جزئی از فرهنگ و زندگی اوست (میرشکرایبی، ۱۳۹۹).

۴-۱. موزه مردم‌شناسی؛ نهادی تاریخی، فرهنگی

وجود موزه مردم‌شناسی در ایران به‌عنوان یک نهاد فرهنگی بسیار ضروری است. فرهنگ و سنن جوامع در حال حاضر به‌شدت مورد تهدید جهش و جنبش تمدن صنعتی و صنعتی شدن است. بی‌شک فرهنگ هر جامعه یک مفهوم کلی است و تمامی ارزش‌ها و یافته‌های ملموس و ناملموس یا معنوی مردمان آن جامعه را دربرمی‌گیرد. پس فرهنگ، میراث هر قومی است که از پیشینیان بر گرفته شده و در آن تغییراتی داده شده و یا با خلاقیت و نوآوری به نسل بعد انتقال یافته است. فرهنگ هر جامعه از شرایط مادی و معنوی زندگی اجتماعی آن جامعه نشأت می‌گیرد. نقش حیاتی موزه‌های مردم‌شناسی در جوامع بشری نقشی بدیع، ماندگار و مروج ناب‌ترین پدیده‌های فرهنگی است. موزه‌های مردم‌شناسی در ایران مرکزی برای حفظ یادگاران نسل‌های گذشته و حال جامعه ایرانی و نمایش آداب، رسوم، پوشاک، معیشت و... مردم ایران هستند. موزه‌های مردم‌شناسی نهادی تاریخی فرهنگی هستند که شکل‌دهنده و حافظ هویت فرهنگی جامعه ایرانی هستند. از آنجائی که بخشی از موضوعات مردم‌شناسی و البته میراث ناملموس و دانش سنتی سیال است، شناخت ریشه‌ها و الگوی اولیه و مادر این خلاقیت‌ها و دانش‌های سرزمین ایران برای نسل حاضر و آینده بسیار اهمیت دارد (طالبیان، ۱۳۹۹).

۵-۱. موزه مردم‌شناسی؛ جریان زندگی، نمایش بافت‌محور

در کشورهایی چون ایران که تنوع فرهنگی و همبستگی ملی بسیار کهنی دارند، موزه به‌مثابه آیین‌های از تجربه زنده تنوع فرهنگی و وحدت ملی اهمیتی بسیار خواهد داشت. با نگاهی به کشورهای مختلف در جهان مشاهده می‌کنیم که در کشورهای توسعه‌یافته چون ژاپن، کره جنوبی، آلمان، چین، آمریکا، فرانسه و غیره موزه مردم‌شناسی مادر وجود دارد. به‌واقع وجود موزه مردم‌شناسی در یک کشور نشان‌دهنده اهمیت فرهنگ، خودآگاهی فرهنگی درباره تنوع فرهنگی و همبستگی ملی است. به‌واقع یکی از نشانه‌های اهمیت توسعه فرهنگی و توجه به هویت و به‌ویژه هویت ملی به‌مثابه یک امر فرهنگی و روایی وجود موزه‌های مردم‌شناسی مادر در یک کشور است. البته نگاه ما در ایران با نگاه کشورهای دیگر تفاوت دارد. در کشورهایی که مردم‌شناسی به معنای مطالعه جامعه

دور است، موزه مردم‌شناسی نگاهی اگزوتیک و شگفتی‌ساز به بازنمایی فرهنگ دارد، در این کشورها مثلاً آلمان، موزه مردم‌شناسی تنوع فرهنگی را در جوامع غیر اروپایی نشان می‌دهد. اما در ایران ما که مردم‌شناسی از دوره ابوریحان تا حال بیشتر بر پایه الگوی مردم‌شناسی بومی^۱ یعنی شناخت جامعه نزدیک بوده، موزه مردم‌شناسی معنای متفاوتی دارد. در ایران ما از موزه مردم‌شناسی به دنبال نشان دادن تنوع فرهنگی در نزد اقوام ایرانی (اقوام زبانی گیلک، ترک، کرد، مازنی، عرب، ترکمن، لر، بختیاری و غیره و اقوام دینی (ادیان) شیعه، سنی، مسیحی، زرتشتی، یهودی و صابئین) و سبک‌های زندگی (شهری، روستایی و عشایری) هستیم. بازنمایی در اینجا با توجه به تأثیر سرعت نوگرایی در ایران درصدد نمایش دادن صورتهای محوشده اشکال سنتی زندگی، گردآوری و نشان دادن اشیای مربوط به فرهنگ سنتی در ایران است. بعضی از مکان‌ها بعد نمادین و کلیدی در بازنمایی نمادین هویت ملی و محلی ایرانیان دارد، مثلاً موزه ملی یا موزه کاخ گلستان یا مقبره فردوسی، خیام یا حافظ همانند یک آیینۀ تمام‌قد هویت ایرانی را با همه قدمت و تنوع‌اش در ایران متجلی می‌سازد. در اینجا باید از سیاست‌گذاری فضا و تعریف فرهنگی و نمادین فضا و جایگاه آن در تعریف هویت و ایجاد همگرایی و کاهش واگرایی سخن گفت. به‌واقع از دوره مشروطه به بعد در بعد نام‌گذاری فضای عمومی و ساخت المان‌ها و نمادهای میدانی و عمومی، به مردم توجه شد، و تصور می‌کنم تأسیس موزه مردم‌شناسی می‌تواند نشان دهنده تداوم این توجه و گفتمان مردم‌محور باشد، منظور من البته موزه مردم‌شناسی مادر و منطقه‌ای است و نه موزه‌های فعلی که دارای مشکلات زیادی هستند. در ایران، موزه مردم‌شناسی مادر باید حتماً از یک سو تداوم فرهنگ یعنی میراث زنده^۲ را نشان دهد و از سوی دیگر تنوع فرهنگی اقوام ایرانی را نشان دهد. اهمیت موزه مردم‌شناسی این است که در آن ریشه‌های واحد فرهنگی و تاریخی مورد توجه قرار می‌گیرد (حسن‌زاده، ۱۳۹۹).

۱-۶. موزه مردم‌شناسی؛ خاطره جمعی ایرانیان

موزه مردم‌شناسی محلی برای نمایش خاطره‌های جمعی ایرانیان است. خاطره‌های

1. Anthropology at Home

2. living Heritage

جمعی ما متأسفانه در حال از بین رفتن است. این خاطره‌ها مثل شب یلدا در موزه مردم‌شناسی به زیبایی قابل نمایش است. شب یلدا اینجا و آنجا با هم تفاوت‌هایی دارد اما یک چیز مشترک در آن دیده می‌شود و آن آرامش، صلح، دوستی و محبت است، جدال روشنایی و تاریکی است که در کل جهان بوده و هست و ادامه دارد. فرهنگ ایرانی در چنین موزه‌ای همه را دچار شگفتی و حیرت خواهد کرد و نشان خواهد داد صلح و دوستی و روشنی خاطره جمعی ما ایرانیان است که هویت ما را شکل داده است (نصرتی، ۱۳۹۹).

۷-۱. موزه مردم‌شناسی؛ مرکزی برای پژوهش مردم‌شناختی از ایران

موزه مردم‌شناسی، در گام اول نمادی از علم مردم‌شناسی است و به شرطی موزه مردم‌شناسی، موزه‌ای علمی و تخصصی خواهد بود که از تجربیات مردم‌شناسان و نهادهای مردم‌شناسی کشور بهره‌مند شود. در زمینه ایجاد موزه‌های مردم‌شناسی در ایران، نخست باید از آنچه انتظارات ما را در زمینه تاسیس موزه مردم‌شناسی دربردارد، آگاه شویم. از سوی دیگر بعد پژوهشی موزه‌های مذکور با توجه به تجربیات جهانی آن باید مورد توجه باشد. با توجه به تجربه جهانی موزه و به‌خصوص پیشینه شکل‌گیری و تأسیس موزه مردم‌شناسی در ایران، شکل‌گیری و بازتعریف محتوای موزه مردم‌شناسی در ایران باید به مراکز چون پژوهشکده مردم‌شناسی سپرده شود و این مرکز در تعریف و طبقه‌بندی و گفتمان‌ها موزه مردم‌شناسی به سازمان‌ها و بخش‌های مسئول کمک کند (باجلان فرخی، ۱۳۹۹).

۸-۱. موزه مردم‌شناسی؛ تعالی فرهنگی جامعه ایرانی

موزه مردم‌شناسی باعث تعالی فرهنگی جامعه ایرانی می‌شود. موزه مردم‌شناسی باعث ایجاد و تقویت تفاهم میان اقوام ایرانی می‌شود. در نتیجه در شناخت و نمایش سهم اقوام ایرانی در فرهنگ و تمدن جهانی می‌تواند نقشی بی‌بدیل بازی کند و در نتیجه باعث ارتقا و بهبود میزان دانش محصلان، دانشجویان، پژوهشگران، سالمندان و گروه‌ها، جلب توجه و ایجاد انگیزه تحقیق در مسائل مختلف علمی، فرهنگی و هنری و کمک به انجام پژوهش‌ها و جلوگیری از انهدام فرهنگ بومی و فراموشی آنان شود (وجدانی، ۱۳۹۹).

موزه‌های مردم‌شناسی بازتاب ثروت‌های فرهنگی جامعه ایرانی هستند و نباید آن‌ها را نهادهایی ساکن، جدا و منفک از بطن اجتماع تصویر و تصور کرد. موزه‌های مردم‌شناسی به‌عنوان یکی از نهادهای فرهنگی جامعه، باید نقش کارآمد و فعال خود را در حوزه‌های

مختلف معرفی، آموزش و مشارکت اجتماعی به‌خوبی ایفا نمایند. موزه‌ها مکانی برای رشد فرهنگی جامعه ایرانی، فرهنگ‌سازی در حوزه‌هایی مختلف، هویت‌بخشی آموزش مردم و در نهایت واداشتن مردم به مشارکت در اجتماع باشند (نوکنده، ۱۳۹۹).

نتیجه‌گیری

هویت ایرانی، مقوله‌ای درزمینه جغرافیای سیاسی ایران و در پیوند با چگونگی پیدایش و پایایی ایران است. شخصیت و هویت ایرانی، زاینده‌گونه ویژه‌ای از تبادل اندیشه‌ها، سلیقه‌ها، باورها و رویکردهای اجتماعی مردمان ایران است که از فضای انسانی اجتماعی ویژه آن سرچشمه گرفته و بر همان فضا سایه افکنده و ضامن یکپارچگی آن است که شناسنامه یا هویت ایران شناخته می‌شود. موزه مردم‌شناسی با تکیه بر ویژگی‌های فرهنگ ایرانی، هویت ایرانی را در قالب آثار و مواد فرهنگی بازتولید می‌کند. هویت ایرانی موزه مردم‌شناسی ویژه خود را شکل می‌دهد و موزه مردم‌شناسی نیز براساس ویژگی‌های فرهنگی- اجتماعی جامعه ایرانی بزرگ را در مقیاسی کوچک به نمایش می‌گذارد. یافته‌های این پژوهش نظریه‌های کارپ و لوین (۱۹۹۱)، گرین‌هیل (۱۹۹۴)، بوردیو (۱۹۹۷)، سن (۲۰۰۵)، هنینگ (۲۰۰۶)، هولبراد (۲۰۱۱)، مک‌دونالد (۲۰۱۱)، فاک و دیرکینگ (۲۰۱۲)، می‌سج (۲۰۱۳)، جنیفر شنون (۲۰۱۴) لورا پیترز و آلیسون براون (۲۰۱۶) و آیتنا هرل (۲۰۲۳-۲۰۱۶) را تأیید کرده و نشان می‌دهد که موزه مردم‌شناسی توانایی شکل دادن هویت فرهنگی به افراد جامعه را دارد. موزه مردم‌شناسی در ایران می‌تواند از طریق نمایش آثار ملموس و نمایش آیینی آثار ناملموس سبب تقویت هویت ایرانی شود. براساس چارچوب مفهومی این پژوهش و در تأیید نظریه‌های اندیشمندان و پایه‌گذاران موزه مردم‌شناسی یافته‌ها نشان می‌دهد که موزه مردم‌شناسی در ایران فضایی برای شکل‌گیری هویت ایرانی است. هویت فرهنگی ایرانی بستری را برای شکل‌گیری و تقویت هویت اجتماعی در اختیار جامعه ایرانی قرار می‌دهد. مخاطبان موزه مردم‌شناسی از موقعیت خود فاصله گرفته و به‌واسطه موزه به هویت تاریخی خود بازمی‌گردند، هویتی که تکیه بر هویت فرهنگی متنوع در جامعه ایرانی دارد.

در این پژوهش با توجه به مضامین به‌دست آمده می‌توان گفت که مقوله موزه

مردم‌شناسی؛ فضایی برای هویت‌بخشی و شکل‌گیری هویت فرهنگی ایرانی مفهومی است که می‌تواند سایر مقوله‌ها را پوشش دهد و مورد تحلیل قرار گیرد.

موزه مردم‌شناسی در جهان امروزی عاملی برای تقویت حس اعتماد و امید به فرهنگ بومی خود است. مقوله‌ای که جهان امروز هر روز تجربه تهی شدن از آن را به شکل‌های مختلف تجربه می‌کند. موزه مردم‌شناسی بیش از هر چیز هدف خود را بر بازنمایی هویت ملی و فرهنگی قرار داده است. موزه مردم‌شناسی در ایران می‌تواند هویت تاریخی و ملی ایران را به هویت فرهنگی ایرانیان پیوند دهد. هویت تاریخی شکوه‌مندی که تکیه بر آن آینده‌ای پر رونق را پایه‌گذاری خواهد کرد.

بر اساس نظریات اندیشمندان ایرانی این حوزه در بازه زمانی (۱۴۰۰-۱۳۳۵)، میان موزه و هویت فرهنگی ایرانیان پیوند مستقیم وجود دارد. موزه مردم‌شناسی فضایی برای یادآوری خاطرات جمعی قومی و ملی مردم ایران را فراهم کرده و به واسطه افسانه‌های قومی، نمایش‌های آیینی و اسطوره‌ای و بازنمایی هویت فردی و جمعی در قالب آثار موزه مانند (پوشاک، معیشت، هنر، آداب‌ورسوم و ...) بستری را در راستای بازتولید هویت ایرانی فراهم می‌کند. هویت فرهنگی ایرانی، از خلال آثار ملموس و ناملموس و نمایش آنان در موزه مردم‌شناسی ساخته می‌شود. رابطه ساخته شده میان افراد و آثار موزه تقویت‌نمایی از همزیستی مسالمت‌آمیز هویت‌های فرهنگی مختلف در ایران را نشان می‌دهد. یونسکو معتقد است که بالاترین سواد، سواد فرهنگی است و این سواد، سوادی است که عمدتاً از شناخت موزه‌ها ایجاد می‌شود. یونسکو تنها راه ماندگاری فرهنگ‌ها را تقویت هویت فرهنگی می‌داند. اگر به ارزش‌ها و جلوه‌های فرهنگی یک جامعه بها داده نشود و فرهنگ با توجه به همه ابعادش، شناخته و شناسانده نشود، به مرور از بین می‌رود و یک جایگزین به جایش می‌نشیند که این جایگزین برای آن منطقه یک چیز بی‌هویت است و کم‌کم جامعه از ارزش‌های خود و هویت خود تهی می‌شود. آن چیزی که جای فرهنگ بومی حاکم می‌شود، با بوم بیگانه است و به مرور نتیجه‌اش بی‌هویتی است که تمام جامعه را فرامی‌گیرد و دیگر انسان برایش مهم نیست که چه می‌خورد، چه می‌پوشد و نسبت به آنها علاقه‌ای نشان نمی‌دهد. از آنجاکه موزه مردم‌شناسی در ایران، بیش از هر مفهوم دیگری در ایجاد هویت فرهنگی ایرانی و تقویت بنیان‌های مطلوب

آن مقوله‌ای پویا و تأثیرگذار است، می‌تواند در جامعه ایرانی، معنایی از اعتماد به هویت ملی و قومی، یک‌دلی و یگانگی را خلق و به مخاطب خود انتقال دهد، از این‌رو از نظر بنیان‌گذارانش، بنیان‌گذاری موزه مردم‌شناسی مادر در ایران امری بایسته و ضروری است که دولت باید به آن بهای لازم را بدهد.

منابع

- آشنا، حسام‌الدین، و روحانی، محمدرضا (۱۳۸۹). هویت فرهنگی ایرانیان از رویکردهای نظری تا مؤلفه‌های بنیادی. *تحقیقات فرهنگی ایران*، ۱۲، ۱۸۴-۱۵۷.
- چقلوند، محمد، و کوشکی، رضا (۱۳۹۴). موزه‌ها و هویت‌ها، تحلیلی مردم‌شناختی از بازدید موزه. *مجله انسان‌شناسی*، سال سیزدهم، ۲۳، ۹۲-۷۲.
- حسن‌آبادی، ابوالفضل (۱۳۸۵). *تاریخ شفاهی در ایران*. انتشارات سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی، مشهد.
- حسین‌بر، محمدعثمان، کوچکزایی، طیبه، و رستاخیز، بهروز (۱۳۹۷). موزه‌ها و پرسمان هویت: بازدید از موزه مردم‌شناسی زابل و موزه منطقه‌ای جنوب شرق ایران در زاهدان. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۴(۵۳)، ۳۰۵-۳۲۱.
- روح الامینی، محمود (۱۳۷۹). *زمینه فرهنگ‌شناسی*. تهران: عطار.
- سامر، باربارا دلیوو، و کوینلن، مری کی (۱۳۹۲). *راهنمای تاریخ شفاهی*. تهران: انتشارات سازمان اسناد و کتابخانه مرکزی جمهوری اسلامی ایران.
- سلیمی، مینو، و پهلوان شریف، مریم (۱۳۹۹). موزه مردم‌شناسی؛ مجموعه گفت و گوها و هم‌اندیشی‌ها، گزارش طرح پژوهشی، چاپ نشده، تهران: آرشیو پژوهش‌کده مردم‌شناسی وزارت میراث فرهنگی (تمامی مصاحبه‌ها از این گزارش هست).
- صادق‌پور فیروزآباد، ابوالفضل، میرعزیزی، سیدمحمود، و خلیل‌زاده‌مقدم، مریم (۱۳۹۳). *مطالعات موزه*. تهران: نشر سمیرا.
- صالحی، پیمان (۱۴۰۲). تحلیل محتوای کیفی مصاحبه‌های تاریخ شفاهی: ابزارها و روش‌ها. *پژوهش‌های تاریخ شفاهی*، ۲(۲)، ۵۷-۴۶.
- کاظمی، محسن، نورایی، مرتضی، و شعبانی صمغ‌آبادی، رضا (۱۴۰۰). تحلیل و تبیین دامنه و

رویکردهای مختلف در تاریخ شفاهی. پژوهش‌های تاریخی، ۱۳(۳)، ۱۲۰-۱۰۱.
 میرشکرایی، محمد (۱۳۹۰). مردم‌شناسی و موزه‌ها: مجموعه‌ی دوازده مقاله. تهران: علم.
 نجاتی، سید محمود (۱۳۸۲). واکاوی هویت تاریخی؛ تاریخ‌انگاری و جامعه‌شناسی تاریخی ایران
 ملاحظات نظری و روش‌شناختی. مطالعات ملی، ۴(۱)، ۱۵۳-۱۹۰.
 نظری، علی اشرف (۱۳۸۶). هویت ملی و وحدت‌یابی جمعی (تاملی بر ابعاد فردی و جمعی
 هویت). نامه تاریخ پژوهان، ۱۲، ۱۵۰-۱۲۲.
 نورایی، مرتضی (۱۳۸۷). راهنمای نگارش تاریخ. مشهد: جهاد دانشگاهی.
 نیک‌رهی، مجتبی، و اسماعیلی، عبدالله (۱۴۰۱). تاریخ شفاهی؛ از ضرورت تا محدودیت.
 پژوهش‌های تاریخ شفاهی، ۱(۲)، ۱۰۰-۹۲.

Falk John Howard. Dierking Lynn Diane (2013). *Museum Experience Revisited*. Walnut Creek, Calif.: Left Coast Press.

Alpers, Svetlana (1991). *The museum as a way of seeing, in Exhibiting cultures: The poetics and politics of museum display*, Ivan Karp and Steven D Lavine (eds), 25-32, Washington D.C.: Smithsonian Institution Press.

Bourdieu, Pierre, Darbel, Alain, Schnapper (1997). *The Love of Art, European Art Museums and Their Public*, translated by Caroline Beattie and Nick Merriman, Polity Press: Cambridge.

Henning, Michelle (2006). *Museums, Media and Cultural Theory, Issues in Cultural and Media Studies*, Maidenhead: Open University Press.

Herle, Anita. (2023). Anthropology museums and museum anthropology. *In The Open Encyclopedia of Anthropology*, edited by Felix Stein. Facsimile of the first edition in The Cambridge Encyclopedia of Anthropology. Online: <http://doi.org/10.29164/16museums>.

Hooper-Geernhill Eilean (1994). *Museums and their Visitors*, London: Routledge.

Kamali, Y (2018). Methodology of content analysis and its application in public policy. *Public policy*, 4(2). 189-208.

Karp, Ivan (1991). *culture and representation. In Exhibiting Cultures: The Poetics and*

Politics of Museum Display, Karp, Ivan, Lavine Stiven D (eds.), Washington, DC: Smithsonian Institution Press.

Macdonald, Sharon (2011). *Collecting Practice*, in *A Companion to Museum Studies*, Macdonald, Sharon (ed), 17- 33. Oxford: WileyBlackwell.

- Mason, Rhiannon (2005). Museums, Galleries and Heritage Sites of Meaning Making and Communication. In *Heritage, Museums and Galleries*, Gerard, Corsane (ed.), 200-215. London and NewYork. Routledge.

Message, k (2013). *Museums and social Activism: Engaged Protest*. NewYork: Routledge.

Peers, L. & A.K. Brown (eds) (2016). *Visiting with the ancestors: Blackfoot shirts in museum spaces*. Athabaska: University Press.

Shannon, J. (2014). *Our lives: collaboration, native voice, and the making of the National Museum of the American Indian*. Santa Fe, N.M.: SAR Press.

Weedon, chris (2004). *Identity and Culture (narrative of difference and be longing)*, University Press.

