

بررسی تأثیرپذیری مخاطبان از
عناصر یادمانی موزه جنگ برمینای
مؤلفه‌های مبتنی برنمایشناسی (نمونه
موردی: مخاطبان موزه ملی انقلاب
اسلامی و دفاع مقدس) ۱۳۹-۱۲۱/
متین رستمی



شعار "جنا لنبقی" در موزه ملی
انقلاب اسلامی و دفاع مقدس،
مأخذ: نگارنده



بررسی تأثیرپذیری مخاطبان از عناصر یادمانی موزه جنگ بر مبنای مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی (نمونه موردی: مخاطبان موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس)*

متین رستمی**

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۹/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۲

صفحه ۱۲۱ تا ۱۳۹

نوع مقاله: پژوهشی

چکیده

نمایش فرهنگ‌ها و رخداد‌های گوناگون، مستلزم فراهم نمودن شرایط مکانی و زمانی مختلف است. جنگ، از آنجایی که به عنوان یکی از مهم‌ترین روی داد‌های جوامع بشری، آدمیان را در سراسر دنیا تحت تأثیر خود قرار داده است، نیازمند به‌خاطر آوردن و بازنمایی جنبه‌های مختلف آن برای مردم بوده تا ضمن بیان چهره‌ی وحشتناک جنگ، برای تمامی نسل‌های مختلف جامعه، عبرت آموز باشد. موزه یکی از فضاهای عمومی و در دسترس افراد جامعه بوده و با بهره‌گیری از عناصر یادمانی، به صورت برنامه‌ریزی شده، قادر است تاجنبه‌های مختلف جنگ را به نمایش درآورد. نمادها و نشانه‌ها به عنوان الگوها و طرح‌واره‌های نام‌آشنا در میان افراد مختلف جامعه، می‌توانند مقدمات این شرایط را به نحو احسن فراهم نمایند. هدف از انجام این پژوهش، بررسی تأثیرپذیری و تجربه مخاطبان از عناصر یادمانی موزه جنگ بر اساس مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی عناصر یادمانی است. به همین دلیل سوالات پژوهش بدین شرح می‌باشند: ۱- مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی عناصر یادمانی موزه‌های جنگ که برای مخاطبان قابلیت ادراک و تأثیرپذیری دارند، کدام‌اند؟ ۲- مؤلفه‌های شاخص و منتخب نمادشناسی عناصر یادمانی موزه‌های جنگ از منظر مخاطبان چیستند؟ روش تحقیق، کیفی بوده و ترکیبی از دو رویکرد «مبتنی بر پرسشنامه و از نوع تحلیل محتوا» و «همچنین مبتنی بر «تحقیق کتابخانه‌ای و از نوع مرور سیستماتیک» بوده روش جمع‌آوری نمونه‌ها مبتنی بر «روش نمونه‌گیری غیراحتمالی و در دسترس و اتفاقی» و شیوه تجزیه و تحلیل توصیفی می‌باشد. نتایج نشان داده است که ضمن بررسی نظرات مخاطبان در خصوص عناصر یادمانی موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس از طریق پرسشنامه، تنها چند مؤلفه مبتنی بر نمادشناسی عناصر یادمانی - نظیر زمینه، همذات‌پنداری و همچنین لزوم بازسازی گذشته و نقش نمادین عناصر یادمانی در تجلی کالبدی مفاهیم - از نظر مخاطبان، برجسته‌تر به نظر رسیده و می‌توان استدلال نمود که در نظر گرفتن مؤلفه‌های منتخب نمادشناسی عناصر یادمانی از آنجایی که از نظر مخاطبان برجسته‌تر به نظر رسیده‌اند، قادر هستند نقش بسزایی را در تأثیرپذیری آنان ایفا نمایند.

واژگان کلیدی

نمادشناسی، عناصر یادمانی، جنگ، موزه، مخاطب

*مقاله حاضر برگرفته از طرح پژوهشی با عنوان «نمادشناسی عناصر یادمانی جنگ به منظور بهره‌گیری در موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس» به راهنمایی دکتر آریو ناصریان و نظارت دکتر امیر محمدخانی در بنیاد حفظ آثار و نشر ارزش‌های دفاع مقدس است.

** کارشناسی ارشد مهندسی معماری اسلامی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه سوره، تهران، ایران

Email: matin.rostami1995@gmail.com

مقدمه

در جهان پر رمز و رازی که انسان‌ها در آن زندگی می‌کنند، همواره از گذشته تا به امروز و در طی شکل‌گیری و تحول تمدن‌های مختلف و گوناگون، معانی مستخرج از نمادها و نشانه‌ها به عنوان یکی از مهمترین ابزارها، بیشترین نقش را در فهم، ادراک و یادگیری مفاهیم گوناگون برای بشریت داشته‌اند. متأسفانه در دنیای امروز، همانند قرون و سالیان گذشته، جنگ و تجاوز به حریم سایر کشورها و تمدن‌ها، در اندیشه و تصمیم‌گیری حاکمان خودکامه ریشه دوانده است. بنابراین، آگاه‌سازی فرهنگی انسان‌ها نسبت به چهره کریه و وحشتناک جنگ، امری واجب و ضروری به نظر می‌رسد. نمادها و نشانه‌ها در ادراک مفاهیم فرهنگی تأثیرگذار بوده و قادر هستند در آگاهی بخشیدن انسان‌ها و مخاطبان نسبت به چهره ترسناک جنگ نقش بسزایی را ایفا نماید. موزه‌ها به عنوان یکی از مهم‌ترین فضاهای فرهنگی و عمومی و در دسترس برای انسان، جایگاه بسیار مهمی را در تبادل فرهنگ و هنر میان جوامع و افراد مختلف ایفا نموده و قادر هستند به عنوان یک رسانه پیام خود را مخابره کنند. هنگامی که صحبت از رسانه می‌شود، ارتباط میان فرستنده و گیرنده‌ی پیام شکل می‌گیرد. در اینجا، موزه و مخاطب آن، در نقش گیرنده و فرستنده ظاهر می‌شوند. بنابراین در نظر گرفتن نگاه و فهم مخاطب عناصر یادمانی موزه به اندازه مفاهیم و عناصر یادمانی به کار رفته و ارائه شده در آن اهمیت داشته و در واقع این دو در شکل‌گیری چنین فضاهایی مکمل یکدیگر هستند. عناصر یادمانی، به عنوان مهمترین تجلی کالبدی در انتقال مفاهیم مرتبط با موضوع جنگ، قادر هستند نقش برجسته‌ای ایفا نمایند و با تلفیق و ترکیب نمادها و نشانه‌های نام‌آشنا، در منتقل ساختن هرچه بهتر این مفاهیم کمک شایان توجهی داشته‌باشند. این پژوهش در پی اثبات این است که اگرچه مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی عناصر یادمانی، به‌خودی‌خود، اهمیت منحصر به فرد خود را دارا می‌باشند، اما توجه بیشتر نسبت به مؤلفه‌های منتخب و برجسته نمادشناسی از نظر مخاطبان می‌تواند در ایجاد و شکل‌گیری موفق عناصر یادمانی مرتبط با حوزه جنگ نقش بیشتری را برای تأثیرپذیری مخاطبان داشته‌باشند.

به همین دلیل، هدف از انجام این پژوهش، بررسی تأثیرپذیری و تجربه مخاطبان از عناصر یادمانی موزه جنگ بر اساس مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی می‌باشد.

در همین راستا، سوالات پژوهش بدین شرح می‌باشند:
۱- مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی عناصر یادمانی موزه‌های جنگ که برای مخاطبان قابلیت ادراک و تأثیرپذیری دارند، کدام‌اند؟
۲- مؤلفه‌های شاخص و منتخب نمادشناسی عناصر یادمانی موزه‌های جنگ از منظر مخاطبان چیستند؟
به همین دلیل، ضرورت و اهمیت این پژوهش از آنجایی نشأت می‌گیرد که شناسایی مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی

عناصر یادمانی موزه‌های جنگ که برای مخاطبان قابلیت ادراک و تأثیرپذیری دارند و همچنین گلچین مؤلفه‌های منتخب و برجسته از جانب مخاطبان، می‌توانند زمینه‌ی خلق عناصر یادمانی جدید متناسب با ادراک مخاطبان را برای طراحان فراهم نمایند.

روش تحقیق

روش حاکم بر فضای تحقیق، کیفی بوده و ترکیبی از دو "رویکرد مبتنی بر پرسشنامه و از نوع تحلیل محتوا" و همچنین مبتنی بر "تحقیق کتابخانه‌ای و از نوع مرور سیستماتیک" بوده تا علاوه بر بررسی و شناسایی مختصر مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی عناصر یادمانی جنگ در در گام اول پژوهش، منجر به ارزیابی تأثیرپذیری آن‌ها بر مخاطب از طریق پرسشنامه‌های باز و بسته، در بخش دوم گردد. از آنجایی که قرار است نگرش و تأثیرپذیری مخاطبان موزه جنگ را نسبت به عناصر یادمانی مورد سنجش قرار دهد، به همین دلیل، شیوه جمع‌آوری نمونه‌ها در این تحقیق، مبتنی بر روش نمونه‌گیری «غیراحتمالی و در دسترس و اتفاقی است تا از این طریق ضمن ارزیابی نظرات مخاطبان نسبت به عناصر یادمانی موزه، میزان تأثیرپذیری آنان را نسبت به عناصر یادمانی بررسی نمود.

در همین راستا، این پژوهش، از دو منظر مخاطبان موزه را مورد ارزیابی قرار داد: ۱- ارزیابی نظرات مخاطبان، پس از بازدید آنان از بخش‌های مختلف موزه در قالب پرسشنامه. ۲- ارزیابی مخاطبان به واسطه‌ی مشاهده‌ی رفتارهای آنان از طریق پرسش از راهنمایان موزه در قالب پرسشنامه. پرسشنامه‌ها، تلفیقی از پرسشنامه‌های باز و بسته می‌باشند.

مفاهیم مورد ارزیابی، مؤلفه‌های تأثیرگذار و تأثیرپذیر از نمادشناسی عناصر یادمانی جنگ هستند که در مبانی نظری بیان گردیده و بر ادراک مخاطب تأثیر گذاشته‌اند.

به همین دلیل، در این پژوهش دو مدل پرسشنامه تنظیم گردیده‌است. یک پرسشنامه برای مخاطبان که به بیان نقطه نظرات خود بپردازند و پرسشنامه دیگر برای راهنمایان موزه که شاهد رفتار و واکنش مخاطبان نسبت به بازدید از بخش‌های مختلف موزه هستند. مفاهیم مورد ارزیابی، مؤلفه‌های تأثیرگذار و تأثیرپذیر از نمادشناسی عناصر یادمانی جنگ هستند که در مبانی نظری بیان گردیده و بر ادراک مخاطب تأثیر گذاشته‌اند.

به منظور بهره‌گیری از نظرات مخاطبان، از ۱۹۰ نفر از بازدیدکنندگان ایرانی موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس که بلافاصله پس از بازدید از تالارهای هفتگانه موزه خارج شده‌اند، از طریق پرسشنامه، سنجش به عمل آمد. لازم به ذکر است به این نکته اشاره شود که روش جمع‌آوری نمونه‌ها در این تحقیق، مبتنی بر روش نمونه‌گیری غیراحتمالی و در دسترس و اتفاقی بوده و همچنین

۲- درخصوص مؤلفه "خاطره‌انگیزی و نقش بازسازی گذشته در تداعی آن"، سایتو^۲ در مقاله خود (از خاطره-جمعی تا بزرگداشت^۳، ۲۰۱۰، انتشارات راتلج) به این نکته تاکید می‌نماید که برای داشتن «خاطره» از یک رویداد، انسان‌ها باید خودشان آن را تجربه کنند، به همین منظور، به بیان اهمیت برگزاری و شکل‌گیری بزرگداشت‌های یادمانی در میان تمامی افراد پرداخته تا بدین طریق، همانند موتور محرک، خاطرات دست چندی، به خاطرات و روایات تخیلی اول شخص دوم و در بهترین حالت، اول شخص تبدیل گردند.

۳- درخصوص مؤلفه "خاطره‌انگیزی و نقش بازسازی گذشته در تداعی آن"، دیمکوچ^۴ در مقاله خود (یادبود به عنوان نماد یادآوری و خاطرات^۵، ۲۰۱۶، مجله معماری و طراحی اروپای جنوب شرقی)، به بررسی نظریه "یادآوری" می‌پردازد و معتقد است که می‌بایست رابطه‌ای مناسب میان حافظه فردی و جمعی افراد در نظر گرفته شود.

۴- درخصوص "نقش طراحی موزه و در نظر گرفتن مخاطب آن"، وینتر^۶ در مقاله خود (موزه‌ها و بازنمایی جنگ^۷، ۲۰۱۲، موزه و جامعه، شماره ۳) بیان می‌کند که وظیفه موزه‌های جنگ آن است که بازدیدکنندگان را برای پاسخ به این سوال متقاعد کنند که چگونه می‌توان صورت واقعی جنگ را نشان داد؟ در حالی که پاسخ کافی برای این سوالات وجود ندارد، متخصصان در طراحی موزه باید سعی کنند در هر صورت با فروتنی زیادی به آن پاسخ دهند.

۵- درخصوص مؤلفه "زمینه"، مشین و ابوسنونگا^۸، در کتاب خودشان (زبان آثار یادبود جنگ^۹، ۲۰۱۳، انتشارات بلومزبری آکادمیک)، در یک تجزیه و تحلیل سیستماتیک ضمن بررسی منابع نشانه‌شناختی مورد استفاده طراحان بناهای یادبود جنگ جهانی اول بریتانیا به این نتیجه رسیده است که مطالعات نشانه‌شناسی آثار تاریخی از یک سو بر عوامل خارج از "متن" مانند عوامل اجتماعی و سیاسی زمینه‌ساز که منجر به تصمیم‌گیری در طراحی می‌شوند، تأثیر دارد و همچنین از سوی دیگر، عوامل درون متنی ارتباط بصری مانند زبان را به عنوان یک سیستم یا کد توصیف می‌کنند. همچنین در این کتاب به بررسی منشا و تداعی، به عنوان دو خاستگاه اصلی نشانه‌شناسی در ادراک آثار یادمانی اشاره کرده و معتقد است منشا و ریشه فرهنگی یک جامعه، از بدو تولد تا هنگام مرگ، به طرق گوناگون و در طول زمان، در تک‌تک افراد یک جامعه متجلی شده و به صورت تداعی، در فکر و یاد آنان باقی مانده و در قالب نشانه‌ها و نمادهای فرهنگی بر انسان ظاهر می‌گردند. (نمودار ۱)

۶- درخصوص مؤلفه "کنش متقابل" ستوده و کمالی در کتاب خود (جامعه‌شناسی: با تاکید بر دیدگاه‌های کارکردگرایی، تضاد و کنش متقابل اجتماعی، ۱۳۸۴،

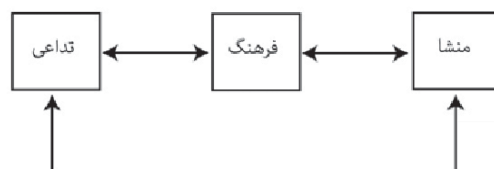
تعداد ۱۹۰ نفر، حاصل فرآیند جمع‌آوری پرسشنامه از بازدیدکنندگان در بازه زمانی یک هفته در تمامی ساعت-های فعالیت موزه می‌باشد. دلیل انتخاب این بازه زمانی، متغیر بودن میزان بازدیدکنندگان در تمامی روزهای هفته است. از این میان، ۲۸ پرسشنامه به دلیل نقص در پاسخ و همچنین به دلیل دارا بودن جواب‌های نامربوط نسبت به سوال، حذف گردیده و ۱۶۲ پرسشنامه ملاک عمل قرار گرفته است. از میان ۱۶۲ نفر، بر مبنای جنسیت، ۸۵ نفر آقا، ۷۷ نفر خانم، بر مبنای بازه سنی، ۵۷ نفر ۲۰ الی ۳۰ ساله، ۵۵ نفر ۳۰ الی ۴۵ ساله و ۵۰ نفر ۴۵ سال به بالا را شامل شدند. به منظور ارزیابی عملکردی مخاطبان به هنگام بازدید از بخش‌های مختلف موزه، از ۱۸ نفر از راهنمایان باتجربه موزه که سابقه‌ی بسیار زیادی را در تعامل با مخاطبان داشته و به صورت مداوم رفتار بازدیدکنندگان را رصد کرده‌اند، مورد بررسی قرار گرفت. پس از ارائه‌ی پرسشنامه‌ها و تکمیل آنان توسط مخاطبان و راهنمایان موزه، نتایج آماری به همراه تحلیل اولیه آنان در جداول زیر به دست آمده و مؤلفه‌های منتخب، بر مبنای بیشترین فراوانی استخراج شده، انتخاب گردیدند. لازم است این نکته نیز اشاره گردد که مخاطبان در بیان بخش‌ها و عناصر موزه در سوالات مختلف، محدودیتی در انتخاب تعداد نداشته‌اند. به عنوان مثال یک مخاطب ممکن است یک اثر را نام ببرد و نفری دیگر ۳ الی ۴ اثر را بیان نماید به همین دلیل، آمار و ارقام ارائه شده، بر مبنای تعداد فراوانی ذکر شده در پرسشنامه‌ها می‌باشند. چه آن‌هایی که یک اثر را بیان نموده‌اند، چه آن‌هایی که تعداد بیشتری را ذکر کرده‌اند، در هر سوال، به صورت جداگانه تجمیع شده و درصد فراوانی به صورتی نسبی محاسبه گردیده است.

شیوه تجزیه و تحلیل، توصیفی بوده تا از این طریق بتوان داده‌های آماری مستخرج از پرسشنامه‌ها را مورد بررسی و تحلیل قرار داد.

پیشینه تحقیق

باتوجه به اینکه در این پژوهش مؤلفه‌های متعددی بیان گردیده است، به همین دلیل این مؤلفه‌ها به صورت جداگانه، در سایر پژوهش‌ها مورد بررسی قرار گرفتند:

۱- درخصوص مؤلفه "زمان"، اوسپنسکیج^۱ در مقاله خود (نشانه‌شناسی و فرهنگ: درک زمان به عنوان یک مساله نشانه‌شناختی^۲، ۲۰۱۷، مطالعات سیستم‌های نشانه، شماره ۴۵) بیان می‌کند که زمان، در فرهنگ‌های مختلف، ممکن است به روش‌های مختلفی ادراک شود و به همین دلیل، در این پژوهش، از رویکردهای مختلف در ادراک زمان، نظیر رویکرد تاریخی و کیهان‌شناختی بهره گرفته می‌شود. این پژوهش به بررسی تفاوت‌ها و شباهت‌های ماهوی میان فضا و زمان در مواجهه با ادراک سوژه‌های انسانی نیز می‌پردازد.



شکل گیری معنا

نمودار ۱. جایگاه فرهنگ در خاستگاه معنایی نشانه‌ها، مأخذ: نگارنده

انسان و مخاطب، امکان ساماندهی معانی ادراک شده را داده و به همین دلیل، باعث می‌شود از اغتشاش و آشفتگی جلوگیری شود. دلیل دوم آن است که انسان را قادر ساخته تا محیط پیرامون خود را بهتر درک کند تا از این طریق، نسبت به اعضای محیط پیرامونی خود هوشیاری بهتری داشته باشد. علت سوم این است که باعث افزایش توانایی اندیشیدن در انسان‌ها می‌شوند. دلیل چهارم آن است که انسان‌ها را قادر می‌سازند توانایی حل مسائل و مشکلات را در خود بهبود ببخشند. دلیل دیگر آن است که انسان‌ها به کمک نمادها، نسبت به پدیده‌ها فراتر از ظرف زمان و مکان و تشخیص خودشان رفتار می‌کنند و دلیل دیگر آن است که نمادها باعث می‌شوند انسان نسبت به مفاهیم متافیزیک، خیال‌پردازی کند و دلیل آخر آن است که نمادها باعث می‌شوند انسان‌ها صرفاً در محیط پیرامون خود، منفعل نباشند و متکی بر اعمال خود باشند. (ریترز، ۱۳۸۴: ۲۸۵) به همین دلایل، نمادشناسی می‌تواند در تأثیرپذیری مخاطبان از عناصر یادمانی، نقش بسزایی داشته باشند.

اگرچه تمامی مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی عناصر یادمانی، به صورت پراکنده، توسط محققان و صاحب‌نظران مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند اما به منظور بررسی تأثیرپذیری مخاطبان از عناصر یادمانی، لازم است تا این مؤلفه‌ها، بر اساس ادراک و نگاه مخاطب دسته‌بندی شوند. به همین دلیل، مؤلفه‌ها به دو دسته تقسیم می‌گردند: دسته اول بر مبنای خاستگاه‌های معنایی و همچنین نمود درون فردی و برون فردی است که مبتنی بر خصوصیات مبنایی و درونی انسان بوده که از تک افراد شروع شده و در میان سایر افراد تکثیر می‌شوند. مؤلفه‌هایی نظیر زمینه، زمان، همذات‌پنداری و خاطره‌انگیزی و همچنین کنش متقابل نمادین در این دسته قرار دارند. دسته دوم بر مبنای نمود کالبدی و فضایی بوده که مبتنی بر شرایط محیط پیرامونی انسان است. مؤلفه‌هایی نظیر بازسازی گذشته و نقش نمادینی که عناصر یادمانی و موزه‌ها دارند، از جمله مؤلفه‌های موجود در این دسته‌بندی قرار دارند. (نمودار ۲)

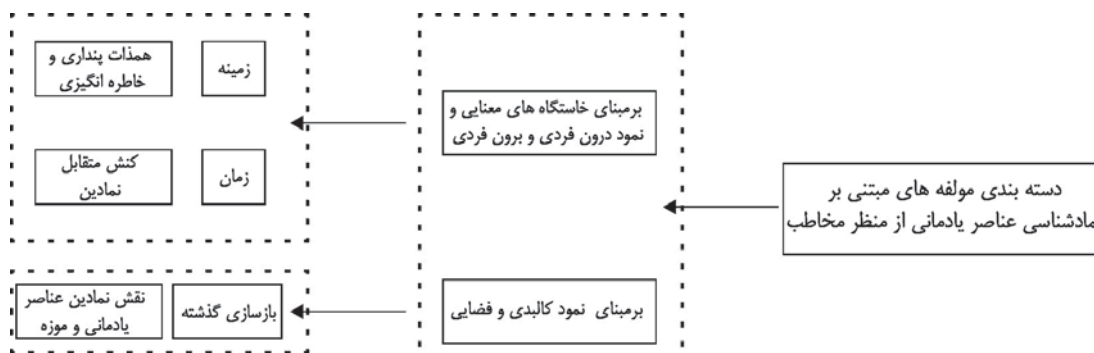
انتشارات ندای آریانا، چاپ دوم) معتقد هستند که این مؤلفه، نظریه‌ای است که بر اهمیت ارتباطات نمادین، یعنی انواع اداها، اطوارها، ژست‌ها، نمادها و مهم‌تر از همه زبان تأکید می‌کند. این ارتباطات نمادین در واقع، در رشد فرد و جامعه نقش کلیدی دارند.

۷- ویکتوریا دی الکساندر^{۱۱} در کتاب خود (جامعه‌شناسی هنر: کاوش در فرم‌های زیبا و محبوب^{۱۲}، ۲۰۲۰، انتشارات ویلی - بلکول، ویرایش دوم)، نقش «زمینه» را در قالب الماس فرهنگی، به عنوان یک سیستم اجتماعی مطرح کرده و معتقد است به عنوان عاملی توزیع‌کننده و پیوند دهنده، محصولات هنری، خالقان هنر، مصرف‌کنندگان هنر و جامعه را به هم پیوند می‌دهد.

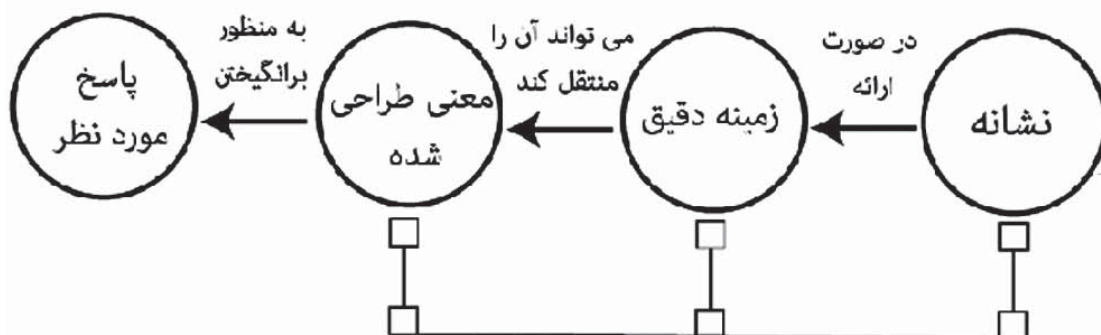
تمامی پژوهش‌های فوق، مؤلفه‌های مدنظر را به صورت جداگانه مورد بررسی قرار داده‌اند اما شناسایی مؤلفه‌های منتخب و همچنین تأثیرپذیری آن‌ها از جانب مخاطب، به صورت اختصاصی مورد ارزیابی قرار نگرفته است. پژوهش حاضر، بنا دارد این وجه از تحلیل را ارائه نماید.

مبنای نظری

قبل از هرچیز، ابتدا می‌بایست دلایل اهمیت نمادشناسی را برای مخاطبان عناصر یادمانی موزه تبیین نمود. نمادها به چند دلیل نقش موثر و تعیین‌کننده‌ای دارند: اول آنکه به واسطه دسته‌بندی مفاهیم موجود در پدیده‌های دنیا، به



نمودار ۲. دسته بندی مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی عناصر یادمانی از منظر مخاطب، مأخذ: نگارنده



نشانه پردازی

نمودار ۳. نقش زمینه در مدل نظریه نشانه‌شناسی، مأخذ: (Riera, 2021)

زمینه خارج از نشانه باقی مانده و در عین حال محدودیت‌ها و ویژگی‌های نشانه را از طریق روابط نشانه‌شناختی مشخص می‌کند. (Sebeok, 1991:29 As cited in Maran, 2014)

به همین دلیل، زمینه را می‌توان به سه دسته تقسیم نمود:

- ۱- زمینه فیزیکی: ویژگی‌های کالبدی و قابل تجسم که قادر است در نحوه عملکرد یک رخداد نقش موثری داشته باشد. به عنوان مثال، رفاقت میان دو دوست در بحبوحه جنگ ایران و عراق در یک سنگر دلایل و زمینه فیزیکی بسیار متفاوتی از رفاقت دو دوست دیگر در یک رستوران دارد.
- ۲- زمینه تاریخی: حال و هوای یک دوره مشخص تاریخی را بیان کرده که شامل تمامی عوامل دخیل در آن دوره تاریخی نظیر شرایط اقتصادی، هنجارهای اجتماعی روز، روی‌دا‌دهای مهم، پیشرفت‌های تکنولوژیکی و غیره است. به عنوان مثال شرایط مردم خوزستان در ابتدای جنگ هشت ساله ایران با عراق زمینه تاریخی بسیار متفاوتی در مقایسه با شرایط آنان پس از آزادسازی خرمشهر در سال ۶۱ و همچنین حال و هوای آنان در سال‌های پس از جنگ و دوره صلح و سازندگی دارد.
- ۳- زمینه تداعی‌گر: زمینه‌ای است که انسان به هنگام مواجهه با یک پدیده، رخداد یا موضوع مرتبط، قادر است آن را در ذهن خود متبادر سازد. به عنوان مثال هنگامی که یک شخص در حال مشاهده‌ی یک عنصر یادمانی در خصوص یک اتفاق است، ناگهان آن اتفاق را که احیاناً خود نیز تجربه کرده‌است، به یاد آورده و در ذهن مرور می‌کند.

مؤلفه زمان

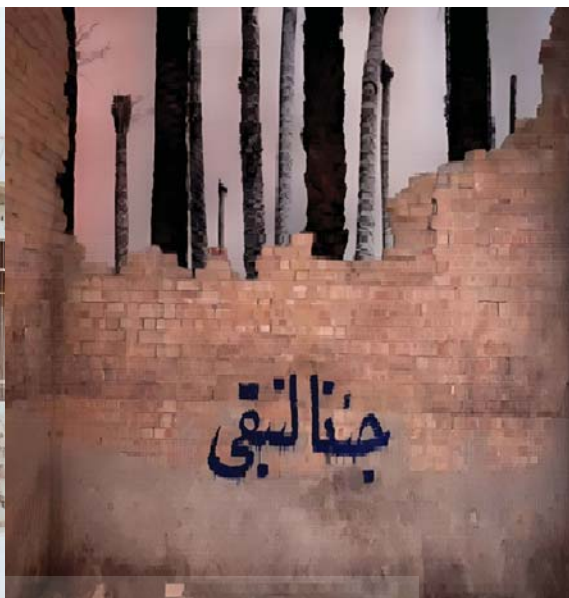
فهم و درک دقیق نشانه‌ها، لزوماً در زمان‌های مختلف، یکسان نیست. این امکان وجود دارد که در یک دوره، متناسب با شرایط و خصوصیات مختلف یک جامعه و یک

مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی عناصر یادمانی - بر مبنای خاستگاه‌های معنایی و نمود درون فردی و برون فردی مؤلفه زمینه

همانند نمودار ۳. در مدل نظریه نشانه‌شناسی، زمینه، به طور غیرمستقیم، نشانه و معنا را به یکدیگر پیوند می‌دهد. مثال زمینه در حوزه معماری، پنجره بوده که نقش واسطه - گرایانه میان فضای داخل ساختمان با فضای بیرونی ایفا می‌نماید.

در نمودار ۳، «مدل نشانه‌شناسی پیشنهاد می‌کند که وقتی یک نشانه با زمینه اجتماعی و فرهنگی دقیق ارائه شود، می‌تواند معنای مورد نظر فرستنده را به طور مؤثرتری منتقل کند و در نتیجه احتمال واکنش مناسب را از طرف گیرنده افزایش می‌دهد.» (José J. Riera) به عنوان مثال، آزادسازی خرمشهر در سال ۶۱ هجری شمسی به عنوان یک اتفاق خاطره‌انگیز، از نگاه مردم ایران در اقصی نقاط کشور متفاوت است. طبیعتاً خاطره‌ی این اتفاق برای یک شهروند پایتخت‌نشین تهرانی که کیلومترها با مناطق جنگی فاصله دارد با خاطره‌ی یک شهروند خوزستانی که به واسطه‌ی جنگ آواره گردیده، تمایزاتی دارد. به همین دلیل، در نظر گرفتن زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی مناسب در بازسازی بهتر و موثرتر در یاد و خاطره حماسه آزادسازی خرمشهر نقش بسیار موثری را قادر است ایفا نماید.

همان‌طور که در مدل نظریه نشانه‌شناسی مشاهده می‌شود، زمینه در مفاهیم و معنای نشانه دخالت مستقیم نکرده و بر بهتر شدن روند انتقال معنا کمک می‌کند. «زمینه به عنوان ساختاری که متن یا نشانه را در بر می‌گیرد، هم‌زمان بر جنبه‌های صوری نشانه و معانی احتمالی که یک موضوع ممکن است به نشانه نسبت دهد تأثیر می‌گذارد.



تصویر ۱- سمت راست- شعار "جنا لنقی" در موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، مأخذ: نگارنده و
تصویر ۲- سمت چپ- در شهر خرمشهر و در ایام جنگ، مأخذ: mctf.ir

لنقی - آمده‌ایم که بمانیم - در ابتدای سقوط خرمشهر، بیان -
گر یک مفهوم مشخص برای ایرانیان و عراقی‌ها بود، اما پس
از آزادی خرمشهر و پایان جنگ، تبدیل به مفهوم دیگری شد.
(تصاویر ۱ و ۲)

مؤلفه‌ی زمان، نقش تأثیرگذاری در نمادشناسی مخاطب
دارد. به کمک زمان، می‌توان ارتباطات معنایی در نمادها
و نشانه‌ها را پیدا کرد. چراکه معنا به رویدادها نسبت داده
می‌شود و به این ترتیب، متنی ساخته می‌شود که مخاطب
اجتماعی آن را می‌خواند. (Uspenskij, 2017) به عنوان
مثال، به هنگام گذر از یکی از کوچه پس کوچه‌های محله
بازار تهران، مخاطب با مشاهدی تزئینات گل میخی دوره
فتحعلیشاه قاجار در جداره‌های پیاده‌راه، به این ارزیابی
می‌رسد که پیاده‌روی امروزی، در دوره قاجاری فضای
داخلی یک منزل بوده‌است. به بیان دیگر، تزئینات به جای -
مانده، نشانه‌ای بوده‌است که با بررسی خصوصیات
معنایی قرارگرفته در آن، به روی‌داد - که همان بازمانده
دوره قاجار است - نسبت داده شده و متنی شکل گرفته که
مخاطب براساس آن، قادر است عملکرد کاربری این گذر را
در زمان گذشته و حال ادراک نماید. (تصویر ۲)

مؤلفه همذات‌پنداری و خاطره‌انگیزی

نمادها در ابتدا، جنبه و کارکرد ارتباطی خود را به افراد
جامعه، به صورت جداگانه و انفرادی نشان می‌دهند. لحظه -
ای که میان دو نفر پیام قابل توجهی رد و بدل می‌شود،
آن‌ها را به کنش متقابل و می‌دارد. این پیام می‌تواند به
صورت خاطره‌ای مشترک و در قالب نماد، در انسان تداعی
کند. این تبادل اطلاعات، حداقل از دو نفر شروع شده و تا

فرد، نسبت به یک متن و یا یک مفهوم، ادراک شود و در
یک دوره زمانی دیگر، در همان جامعه و حتی در همان فرد
بینشی کاملاً متفاوت داشته باشد چراکه زمان، خاصیتی
دینامیک و پویا دارد. به عنوان مثال نگاهی که مردم ایران
نسبت به مساله جنگ در ابتدای جنگ ۸ ساله با عراق دارند،
متفاوت با سال ۶۱ و آزادسازی خرمشهر است. همچنین
نگاه آنان در سال‌های منتهی به جنگ و سال‌های متمادی
پس از جنگ، متفاوت و متمایز است و این میزان از تغییرات،
بسته به تغییر و تحولات درونی و بیرونی انسان‌ها در
طول زمان - نظیر شرایط اقتصادی، هنجارهای اجتماعی
روز، روی داده‌های مهم، پیشرفت‌های تکنولوژیکی و غیره
- دارد.

به همین دلیل، نشانه‌ها و نمادها در میحث زمان به دودسته
تقسیم می‌شوند:

۱- نشانه‌هایی که با گذر زمان، مفاهیم آنان تغییری نمی -
کند. مفاهیمی مانند گذشت، برابری و... مفاهیمی هستند
که برای انسان تغییرناپذیرند و می‌توان گفت یکی از دلایل
ماندگاری آن، برآمده از فطرت انسانی می‌باشند. البته
لزومی ندارد ماندگاری این نشانه‌ها صرفاً به دلیل فطرت
انسانی باشد. به عنوان مثال، تابلوهای راهنمایی و رانندگی،
نشانه‌ها و نمادهایی هستند که تا سالیان سال برای انسان
تغییرناپذیرند.

۲- نشانه‌هایی هستند که با گذر زمان دستخوش تغییر می -
شوند. خواه این تغییر به قدری بنیادین است که مفهوم آن
را به کلی عوض می‌کند و خواه مفاهیمی جدید در کنار
مفاهیم قدیمی و فعلی نشانه‌ها قرار می‌گیرند و مفاهیم
نوینی را ایجاد می‌کنند. به عنوان مثال، جمله و شعار جئنا

گیرد و پدیده مورد نظر، از طریق نمادها و نشانه‌های آشنا ارتباط ایجاد شود که این ارتباط در روانشناسی محیطی در قالب حس مکان بیان شده‌است. به عنوان مثال، مشاهده‌ی نخل‌های سوخته و سربریده در حافظه‌ی تاریخی یک شهروند ایرانی، تداعی‌کننده‌ی تجاوز و حمله دشمن است که منجر به ایجاد حس همدلی و همذات‌پنداری با هموطنان خوزستانی می‌شود.

از جمله تأثیرات نماد در همذات‌پنداری جامعه، ایجاد قابلیت تعمیم‌پذیری در آن است. زمانی که یک پدیده به کمک نماد منجر به همذات‌پنداری در جامعه می‌شود، آن پدیده دیگر متعلق به یک جریان یا شخص خاص جامعه خود نیست بلکه متعلق به تمامی افراد آن جامعه است.

در واقع، در اینجا "قیاس" اتفاق می‌افتد. عاملی که با ایجاد همذات‌پنداری، منجر به تعمیم‌یافتگی و وحدت و یگانگی بین افراد می‌شود. قیاس بین گذشته و حال، قیاس بین افراد، قیاس بین رویدادها و به صورت کلی، قیاس بین خود و دیگری شکل خواهد گرفت. این قیاس، ماهیتا نمادین است. اما این قیاس چگونه قادر است در ذهن انسان شکل گیرد؟ در واقع قیاس، مرحله‌ی پیشین شکل‌گیری همذات‌پنداری مخاطب با مفهوم مورد مشاهده‌ی خود - یعنی نشانه - است. انسان به هنگام مشاهده‌ی نشانه‌ها و نمادها به - منظور ادراک هرچه بهتر معانی و مفاهیم موجود در آنها، به دنبال یافتن اشتراکات میان خود و پدیده مورد ادراک که همان دیگری است، خواهد گشت. این جستجو، در قالب تقابل‌هایی دوتایی شکل می‌گیرد. (چندلر، ۱۳۹۴) این فرآیند حاوی مجموعه‌ای از تقابل‌ها بوده و "این تقابل‌ها نه به تنهایی بلکه در ارتباط با دیگر تقابل‌ها نیز قدرت و اهمیت بیانی می‌یابند." (همان، ۱۵۸) و اصطلاحاً میان ما و آنها بررسی‌هایی در ذهن انسان شکل خواهد گرفت. ماحصل وجود اشتراک میان این تقابل‌ها، شکل‌گیری مفهوم همذات‌پنداری در ذهن مخاطب است. تصور کنید تابوت یک قهرمان جنگی - که پرچم یک کشور بر روی آن پوشیده شده‌است - در میان مردم تشییع می‌شود. در اینجا پرچم به خودی خود یک نماد است. نماد یک ملت. قرارگیری این نماد ملی بر روی تابوت نیز نمادین است. به صورتی نمادین، آن قهرمان را به یک ملت تعمیم می‌دهد. در اینجا یک فرد به جمع تبدیل شده و متقابلاً، همه‌ی افرادی که آن تابوت را می‌گیرند، حول محور تابوت به یک "من" واحد تبدیل می‌گردند. (تصویر ۴)

مؤلفه کنش متقابل نمادین

"کنش متقابل نمادین نظریه‌ای است که بر اهمیت ارتباطات نمادین، یعنی انواع آداها، اطوارها، ژست‌ها، نمادها و مهم‌تر از همه زبان تأکید می‌کند. این ارتباطات نمادین در واقع، در رشد فرد و جامعه نقش کلیدی دارند." (ستوده و کمالی، ۱۳۸۴: ۵۹) از ابتدای بحث نیز می‌توان حدس زد که در این



تصویر ۳- تزئینات به جای مانده از یک خانه دوره قاجار، در دیوار یکی از گذرهای محله بازار تهران، مأخذ: نگارنده

بی نهایت ادامه پیدا خواهد کرد و در نهایت خاطره جمعی نیز در یک جامعه، نهادینه شده و منجر به ایجاد همذات‌پنداری در میان افراد می‌شود. به همین دلیل، خاطره نقش بسزایی در ایجاد مشارکت، وحدت و همذات‌پنداری در میان مردم دارد. "خاطراتی که همچون میراثی معنوی به زندگی معنا می‌دهند و از همین رو به یاد آوردن تبدیل به وظیفه‌ای اخلاقی می‌شود. اما بخشی از خاطرات فصل مشترک میان گروهی بزرگ از یک جامعه‌اند. حافظه‌ای جمعی که در گروهی اجتماعی شکل گرفته و فصل اشتراکی میان افرادی ناشناس که معمولاً تنها نقطه مشترک میانشان علاقه به یک موضوع واحد بوده‌است." (حسینی و همکاران، ۱۱۵، ۱۳۸۸)

به منظور شکل‌گیری همذات‌پنداری، می‌بایست میان خاطره و حافظه‌ی شکل گرفته در ذهن - که لزوماً می‌تواند تجربه‌ی فردی شخص ادراک کننده نیز نباشد و حاصل حافظه‌ی جمعی که از یک فرد به فرد دیگر منتقل می‌شود، شکل



تصویر ۴- تشییع پیکر شهید، مأخذ: tasnimnews.com

نظریه، نماد نقش اساسی و بارزی دارد. «عملاً همه کنش‌های متقابل میان افراد انسانی متضمن تبادل نمادهاست. هنگامی که انسان در کنش متقابل با دیگران قرار می‌گیرد، دائماً در جست‌وجوی «سرنخ‌هایی» هست تا بداند چه نوع رفتاری در آن زمینه مناسب است و چگونه آنچه را که منظور دیگران است تعبیر کند.» (انواری، ۱۳۹۰: ۱۵۷)

کنش متقابل نمادین، در بهبود بخشیدن روابط بین فردی نیز کاربردهای بسیاری دارد: «با استفاده از کنش متقابل نمادین می‌توان نمادهای معنادار مشترک با دیگران را یاد گرفت و از این طریق، می‌توان از خود، خودی «وانمودی» به دیگری ارائه داد.» (همان) به همین دلیل، حوزه شمول این ارتباط، بسیار فراگیر است. «همه نظام‌های اجتماعی کلان وابسته به الگوهای کنش متقابل اجتماعی هستند که ما به طور روزمره با آنها سروکار داریم.» (کیدنز، ۱۳۸۶: ۱۱۸) به عنوان مثال، یک شخص مسلمان ایرانی، به هنگام عبور از خیابان و با شنیدن صدای اذان از گلدسته مسجد، متوجه زمان انجام دادن نماز شده و وارد مسجد می‌شود. در اینجا، صدای اذان از مسجد، برای یک مسلمان یک نماد معنادار بوده و وارد شدن او به مسجد و شرکت در نماز، وانمود او به این نماد است.

مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی عناصر یادمانی - بر مبنای نمود کالبدی و فضایی مؤلفه بازسازی گذشته: ایجاد خاطره جمعی از طریق خاطره‌سازی

هنگامی که درباره خاطره جمعی صحبت می‌شود، این طور ادراک می‌شود که فرآیند یادآوری آن، صرفاً مربوط به افرادی است که آن را تجربه کرده‌اند. اما کسانی که در آن خاطره حضور نداشته‌اند (به خصوص نسل‌های بعد از آن خاطره) چگونه می‌توانند در این فرآیند سهیم باشند؟ این امکان وجود دارد که یک خاطره نقل قول شده یا اصطلاحاً «دست دومی» در یک فرد به یک خاطره ناب و دست اول منتهی شود؟

«برای داشتن «خاطره» از یک رویداد، انسان‌ها باید خودشان آن را تجربه کنند. آن‌ها با فراگیری یک رویداد به شکل دست دوم اطلاعات کسب می‌کنند، اما خاطره کسب نمی‌کنند. با این حال، وقتی جامعه‌شناسان از «خاطره جمعی» صحبت می‌کنند، معمولاً کسانی را نیز به عنوان عامل خاطره در نظر می‌گیرند که تجربه‌ای از یک رویداد گذشته ندارند.» (Saito, 2010: ۶۲۹) به همین دلیل، بازسازی گذشته برای این قشر از افراد جامعه، لازم و ضروری به نظر رسیده تا بدین وسیله، دانش صرفاً تاریخی شکل گرفته در ذهن، به خاطره نیز تبدیل گردد. «خاطره جمعی زمانی پدیدار می‌شود که کسانی که تجربه دست اولی از یک رویداد ندارند، با کسانی هم‌ذات‌پنداری می‌کنند که تجربه کرده‌اند. ایجاد این جهت‌گیری پرتأثیر و اول شخص به یک رویداد

گذشته در مرکز یادبود خواهد شد. به بیان ساده، آیینی است که «دانش تاریخی» را به «خاطره جمعی» متشکل از طرح‌واره‌ها و اشیاء یادگاری تبدیل می‌کند که در واقع معنای گذشته بیان می‌شود.» (Ibid) در واقع، شخص از دیدگاه اول شخص دوم به ماجرا می‌نگرد. اول شخص دوم کسی است که در واقع اصلی وجود نداشته و آن را تجربه نکرده‌است، اما با قرارگیری در یک رخداد شبیه‌سازی شده با آن واقعه - در قالب بازسازی گذشته، مراسم‌های یاد بود و غیره - آن رخداد را شخصا تجربه می‌کند. اگرچه که دیدگاه تخیلی اول شخص دوم همچنان تفاوت‌هایی را با دیدگاه اول شخص دارد، اما نتیجه‌ای که در انتهای این فرآیند حاصل می‌شود ایجاد یک خاطره جمعی مشترک در آن لحظه است که نسل‌های مختلف و یا حاضرین و غایبین آن رویداد در یک فضای تعاملی، هم‌ذات‌پنداری می‌کنند.

نقش نمادین عناصر یادمانی موزه در خاطرات یک جامعه

موزه‌ها در طول تاریخ و هم‌زمان با تحولات مختلف سیاسی و اجتماعی، در شکل‌گیری گفتمان‌های اجتماعی نقش تأثیرگذاری داشته‌اند. چراکه موزه‌ها در قالب خاطره، هویت و شیوه‌های جمعی و فردی، نقش بسته و به عنوان مکان‌های عمومی و فرهنگی، ابتدا به معابد و بعدها به انجمن‌هایی برای ملتها تبدیل شدند و به همین دلیل می‌توان موزه‌ها و به طور کلی تخیل موزه‌سازی را مفهوم عمیق سیاسی دانست. (Anderson, 1991) موزه از جمله فضاهایی است که می‌توان در آن به صورت آگاهانه و براساس سناریویی مشخص و به یاری هردو خاستگاه معنایی و فرهنگی نشانه‌ها و نمادها، یعنی منشا و تداعی، روایت‌هایی را با موضوعات مختلف، در یک مجموعه فرهنگی بیان نمود و ریشه‌ها و منشاها را در قالب مفاهیم هویت محور، و همچنین تداعی را به صورت خاطرات جمعی مورد ارزیابی قرار داد و با همین اقدام، هم‌ذات‌پنداری را در جامعه نهادینه نمود.

عناصر یادمانی به دلیل اهمیت و جایگاه بسیار والایی که در شکل‌گیری هویت اجتماعی دارند، قادر هستند در کالبد نمادها و نشانه‌های فرهنگی و اجتماعی ایفای نقش نمایند. چراکه یادمان «در بستر پیچیده و درهم‌تافته زیستگاه‌های انسانی، با کالبد پر ادعا، غالباً عمودی و جهش‌یابنده خود نقاط رجعت مادی قدرتمندی می‌آفریند؛ که نمادی از نقاط رجعت و تأکید معنوی یک قوم به شمار می‌روند - نقاطی که به مثابه جذبگاه افکار و نیز فعالیت‌های روزمره و مناسبتی مردم عمل می‌کنند و عاملی هویت‌بخش به شمار می‌روند.» (پریزاده استیاری، ۱۳۹۳: ۷) همچنین به دلیل آن - که عناصر یادمانی خصوصاً در حوزه جنگ «هم بخشی از تاریخ یک ملت را یادآوری می‌کند و هم محل تعامل نسل قدیم و جدید می‌شود. آنها را به هم پیوند داده و موجب انسجام اجتماعی می‌گردند، (مهربانی گلزار و

وسيله، تأثیرپذیری مخاطبان را براساس مؤلفه‌های منتج از نمادشناسی عناصریادمانی جنگ در فضای موزه را مورد ارزیابی قرار دهد. (جدول ۱ و ۲)

مفاهیم مورد ارزیابی - تنظیم پرسشنامه

برمبنای روش پژوهش و مؤلفه‌های مستخرج از مبانی، دو سری پرسشنامه، به صورت باز و بسته، تنظیم گردیده است.

یافته‌های تحقیق: بررسی آماری پرسشنامه‌ها به همراه تحلیل اولیه

پس از ارائه پرسشنامه‌ها و تکمیل آنان توسط مخاطبان و راهنمایان موزه، نتایج آماری به همراه تحلیل اولیه آنان در جداول زیر به دست آمد، لازم است این نکته نیز اشاره گردد که مخاطبان در بیان بخش‌ها و عناصر موزه در سوالات مختلف، محدودیتی در انتخاب تعداد نداشته‌اند. به عنوان مثال یک مخاطب ممکن است یک اثر را نام ببرد و نفری دیگر ۳ الی ۴ اثر را بیان نماید به همین دلیل، آمار و ارقام ارائه شده، برمبنای تعداد فراوانی ذکر شده در پرسشنامه - ها می‌باشد. چه آن‌هایی که یک اثر را بیان نموده‌اند، چه آن‌هایی که تعداد بیشتری را ذکر کرده‌اند، در هر سوال، به صورت جداگانه تجمیع شده و درصد فراوانی به صورتی نسبی محاسبه گردیده است. (جدول ۴)

پرسشنامه مشاهده مخاطبان

تحلیل و بررسی پاسخ سوالات مرتبط با مشاهده‌ی بازدیدکنندگان، به واسطه‌ی ۱۸ نفر از راهنمایانی که در موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، به صورت مرتب با مخاطبان و بازدیدکنندگان در تماس هستند و دائما آنان را مورد مشاهده قرار می‌دهند، صورت گرفت.

خمسه‌عشری، ۱۳۹۵، ۶۹) به عنوان انتقال دهنده‌ی پیام، قادر هستند مفاهیم نمادین را به مخاطبان منتقل کنند. به همین دلیل، انتقال انسان از گذشته به حال و آینده، عملاً در چهارچوب مفاهیم نمادین و در کالبد عناصر یادمانی می‌تواند صورت گیرد.

مطالعات و بررسی‌ها - ارزیابی مخاطبان در قالب نمونه

موردی

در این بخش، اقدام به ارزیابی نظرات مخاطبان پرداخته خواهد شد.

معرفی و ارزیابی نمونه موردی

موزه‌ی ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس که در شهر تهران واقع شده است را می‌توان به عنوان مهم‌ترین موزه‌ی کشور ایران در حوزه‌ی روایت از دفاع و جنگ قلمداد نمود که پس از دوران دفاع مقدس - در یک دهه‌ی اخیر - بنا گردیده است. (تصویر ۵)

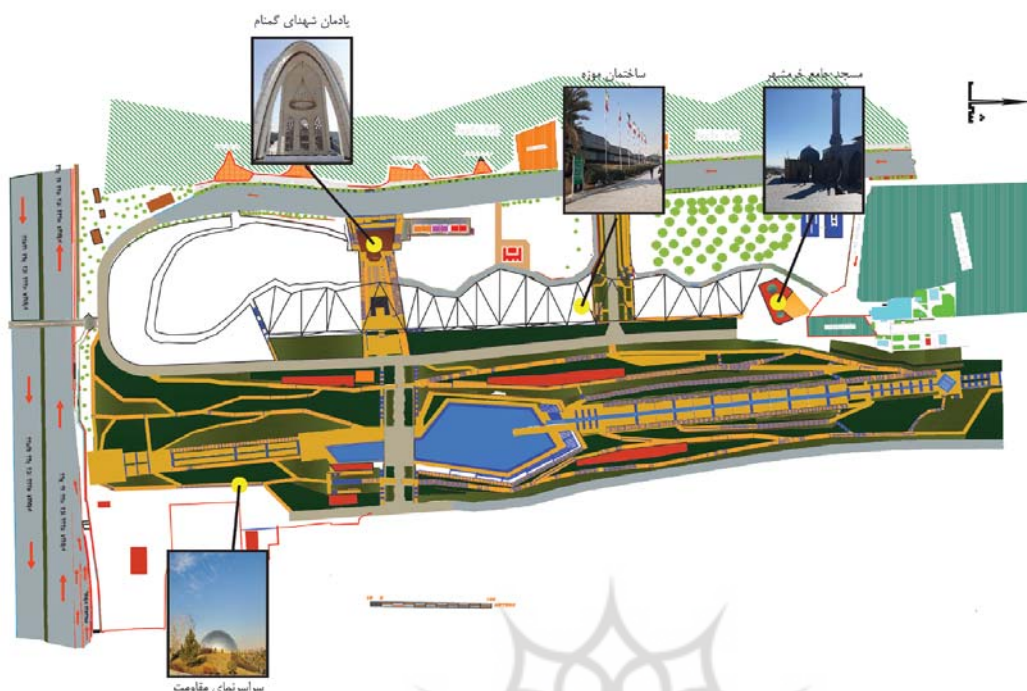
"این موزه با زیربنای ۲۰۵ هزار متر مربع یکی از بزرگترین باغ موزه‌های کشور است و شامل بخش‌های مختلفی مانند تالارهای هفت گانه، سراسر نما، مسجد، باغ راه، دریاچه مصنوعی، آب‌نمایش، سالن‌های آمفی تئاتر، امکانات تفریحی و ... می‌باشد. این مجموعه با استفاده از تکنولوژی‌های روز دنیا علاوه بر نمایش حماسه ملت ایران در دوران انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، توانسته است به فراخور تقویم، هر ساله نمایشگاه‌های موقت، مراسم‌ها و برنامه‌های مختلفی را برگزار نماید." (iranrhdn.ir) (تصاویر ۶ و ۷)

به همین دلیل، این پژوهش به بررسی نقطه نظرات مخاطبان و بازدیدکنندگان تالارهای هفتگانه پرداخته است تا بدین -

مکان های شاخص در کنار موزه	تالارهای هفتگانه موزه			
	تالار سوم: تالار دفاع	تالار دوم: تالار هیبت و حقانیت	تالار اول: تالار آستانه	
	تالار هفتم: تالار سرانجام	تالار ششم: تالار پیروزی	تالار پنجم: تالار شهادت	تالار چهارم: تالار آراشی و مقابله

تصویر ۵. معرفی و بررسی موقعیت مجموعه موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، مأخذ: نگارنده

بررسی تأثیرپذیری مخاطبان از عناصر یادمانی موزه جنگ بر مبنای مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی (نمونه موردی: مخاطبان موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس) ۱۳۹-۱۳۱/ متین رستمی



تصویر ۶. معرفی عناصر یادمانی در سایت پلان موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، مأخذ: نگارنده

جدول ۱. مؤلفه‌های منتج از تأثیر نمادشناسی عناصر یادمانی جنگ بر ادراک مخاطب، مأخذ: نگارنده

مؤلفه‌های منتج از تأثیر نمادشناسی عناصر یادمانی بر ادراک مخاطب	سطوح و ابعاد ادراک
زمینه	بر مبنای خاستگاه‌ها و ریشه‌های معنایی
زمان	
تداعی خاطرات	
کنش متقابل نمادین	نمود عملی در فرد و میان افراد
همذات پنداری	
خاطره جمعی	
بازسازی گذشته-ادراک فرم	تجلی کالبدی، فضایی و میان رشته ای
نقش موزه و عناصر یادمانی (برانگیختن حس و افزایش دانش و آگاهی)	

در اولین پرسش این مجموعه سوال، با هدف شناسایی بخش‌هایی از موزه که مخاطبان بیشترین مکث و توقف در آن‌ها را دارند، موارد زیر بیشترین فراوانی را در پرسشنامه‌ها از آن خود کردند:

۱- بخش محله خرمشهر در ۶۱ درصد از پرسشنامه‌ها.
 ۲- بخش میدان مین مجازی، در ۵۰ درصد از پرسشنامه‌ها
 ۳- بخش اتاق بمباران در ۴۴ درصد از پرسشنامه‌ها.
 این امر، نشان‌دهنده‌ی آن است که صحنه‌های درگیری



جدول ۲. سوالات مخاطبان، مرتبط با مؤلفه‌های پژوهش، مأخذ: نگارنده

پرسش‌های باز	پرسش‌های بسته	پرسش‌های پژوهش	مؤلفه‌های منتج از تأثیر نمادشناسی عناصر یادمانی بر ادراک مخاطب پرسشنامه بازدیدکننده
۱- شخصی را از میان بستگان درجه یک خود در دوره دفاع مقدس از دست داده‌اید؟ آبله، خیر [بستگان درجه یک: پدر، مادر، خواهر، برادر، همسر و فرزندان]			زمینه و زمان
۲- ذهنیت شما در مورد دفاع مقدس، پس از بازدید از بخش‌های موزه دفاع مقدس تا چه میزان با ذهنیت شما قبل از بازدید تطابق دارد؟ [زیاد، متوسط، کم]			
۳- کدام بخش از موزه توانسته است حس همدلی با ارزش‌های دفاع مقدس را نسبت به سایر بخش‌ها در شما بیشتر تقویت کند؟			همذات‌پنداری
۴- کدام بخش از موزه دفاع مقدس، بیشتر برای شما جالب بوده و شما پس از بازدید آن را به خاطر خواهید آورد؟			کنش متقابل و خاطره انگیزی - سوال محوری پرسشنامه در ارزیابی مفهوم یادمان -
۵- بخش‌های موزه توانسته است گذشته را به درستی بازسازی کند؟ [بله، خیر]			تداعی خاطرات، بازسازی گذشته
۶- کدام بخش از موزه شما را به یاد گذشته می‌اندازد؟			
۷- بخش‌های موزه تا چه اندازه توانسته است آگاهی و دانسته‌های شما را در مورد دفاع مقدس ارتقا بدهد؟ [زیاد، متوسط، کم]			نقش و تأثیر فضای موزه (افزایش دانش و آگاهی)

نمایانه ارتباط بهتری برقرار می‌کنند و ۱۱ درصد باقی مانده، این ارتباط را منوط به شرایط خاص و مشخصی دانسته و هیچ‌کدام از آنان، به مفاهیم انتزاعی اشاره‌ای نکرده‌اند.

در سوال چهارم و نهم این پرسشنامه، ۳۳ درصد از مخاطبان با مفاهیم ملی، ۲۸ درصد با مفاهیم قومی و همچنین ۲۸ درصد همه موارد و ۱۱ درصد با مفاهیم دینی ارتباط بهتری برقرار کردند.

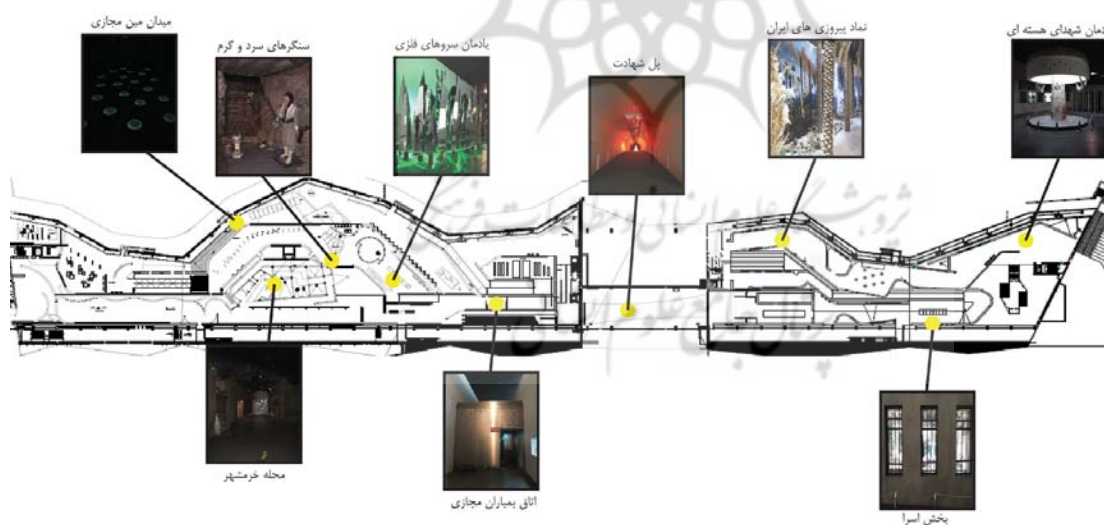
جنگ، مورد توجه بیشتر مخاطبان در این بخش بوده است. در دومین سوال که میزان کنش متقابل میان افراد را مورد ارزیابی قرار می‌دهد، بمباران مجازی با ۳۹ درصد و پس از آن با فاصله‌ی بسیار اندک، سنگرهای سرد و گرم و میدان مین مجازی همزمان با ۳۳ درصد، در رتبه‌ی بعدی قرار گرفته‌اند.

در سومین سوال این پرسشنامه، ۸۹ درصد از راهنمایان معتقدند که مخاطبان با عناصر یادمانی واقع -

بررسی تأثیرپذیری مخاطبان از عناصر یادمانی موزه جنگ بر مبنای مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی (نمونه موردی: مخاطبان موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس) / ۱۳۹-۱۳۸
متین رستمی

جدول ۳. سوالات مشاهده مخاطبان، مأخذ: نگارنده

مؤلفه‌های منتج از تأثیر نمادشناسی عناصر یادمانی بر ادراک مخاطب- پرسشنامه مشاهده بازدیدکننده	پرسش‌های پژوهش	پرسش‌های بسته	پرسش‌های باز
کنش متقابل نمادین و برانگیختن حس	۱- در چه بخش‌هایی از موزه، مخاطبان مدت زمان بیشتری را مکث و تأمل می‌کنند؟ نام ببرید.	۲- در چه بخش‌هایی از موزه، مخاطبان اقدام به واکنش اولیه در ظاهر خود - همانند تعجب، تغییرظاهری صورت، سوال پرسیدن و... - می‌کنند؟ نام ببرید	
	۳- مخاطبان با کدام نوع از عناصر یادمانی موزه، ارتباط بهتری برقرار می‌کنند؟ [واقع‌نما یا انتزاعی]		
زمینه- همذات‌پنداری	۴- مخاطبان با کدام موضوع و مفهوم از عناصر یادمانی ارتباط بهتری برقرار می‌کنند؟ [دینی، قومی، ملی]		



تصویر ۷. معرفی عناصر یادمانی در سایت داخلی ساختمان موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، مأخذ: نگارنده

بررسی تفصیلی مستخرج از پرسشنامه‌ها پرسشنامه مخاطبان

تأثیرگذار بر نمادشناسی عناصر یادمانی، نقش بسزایی را در ادراک مخاطبان ایفا می‌نماید. به همین دلیل، تأثیرگذاری مستقیم مؤلفه فوق نیز مورد ارزیابی قرار گرفت. به همین منظور، پاسخ مخاطبانی که بستگان درجه یک خود را از دست داده‌اند، به عنوان کسانی که یک زمینه تاریخی و

در یک جمع‌بندی کلی، ضمن ارزیابی پاسخ مخاطبان در سوالات اول و دوم می‌توان این‌گونه استنباط نمود که «مؤلفه‌ی زمینه» به صورت کلی، به عنوان یکی از مؤلفه‌های



جدول ۴. بررسی آماری پرسشنامه مخاطبان به همراه تحلیل اولیه، مأخذ: نگارنده

شماره پرسش	مؤلفه‌های پژوهش	گزینه‌های منتخب	فراوانی نسبی	درصد فراوانی نسبی	تحلیل اولیه
۱		بله	۴۳	۲۶.۵	آمار قابل توجه در دارا بودن بستگان درجه یک شهید، نشان‌دهنده نقش بسیار مهم "مؤلفه زمینه" در بازدید از عناصر به شمار می‌آید.
		خیر	۱۱۹	۷۳.۵	
۲	زمینه و زمان	زیاد	۹۲	۵۶.۸	چنین آماری، بیان‌گر درصد بالای ذهنیت آماده و از پیش تعیین شده‌ی آنان در مواجهه‌ی با عناصر یادمانی موزه است.
		متوسط	۵۶	۳۴.۵	
		کم	۱۴	۸.۷	
۳	همذات-پنداری	محلّه خرمشهر	۴۲	۲۲.۹	انتخاب چنین بخش‌هایی از جانب بازدیدکنندگان، بیان‌گر آن است که مخاطب موزه‌ی جنگ، با بخش‌های مرتبط با جبهه جنگ و اتفاقات ناگوار آن، همذات‌پنداری بیشتری می‌کند.
		اتاق بمباران مجازی	۴۲	۲۲.۹	
		سنگرهای سرد و گرم	۲۷	۱۴.۷	
		میدان مین مجازی	۲۰	۱۰.۹	
		پل شهادت	۹	۵	
		سایر موارد (به صورت تجمعی)	۴۳	۲۳.۶	
		جمع کل تمامی موارد فوق	۱۸۳	۱۰۰	
۴	کنش متقابل و خاطره‌انگیزی - سوال محوری پرسشنامه در ارزیابی مفهوم یادمان-	سنگرهای سرد و گرم	۳۸	۲۰.۳	چنین نتایجی مبین آن است که در شکل‌گیری عناصر یادمانی در ذهن بازدیدکننده نیز با بخش-های مرتبط با جبهه جنگ و اتفاقات ناگوار آن توجه بیشتری دارد.
		اتاق بمباران مجازی	۳۸	۲۰.۳	
		محلّه خرمشهر	۳۰	۱۶	
		میدان مین مجازی	۲۷	۱۴.۶	
		پل شهادت	۱۳	۶.۹	
		سایر موارد (به صورت تجمعی)	۴۱	۲۱.۹	
		جمع کل تمامی موارد فوق	۱۸۷	۱۰۰	

بررسی تأثیرپذیری مخاطبان از عناصر یادمانی موزه جنگ بر مبنای مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی (نمونه موردی: مخاطبان موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس) ۱۳۹۱-۱۳۹۰
متین رستمی

ادامه جدول ۴.

۵		بله	۱۵۱	۹۳،۲	چنین نتیجه‌ای نشان‌دهنده‌ی نقش مهم و قابل توجه موزه در شکل‌گیری فضاهای گذشته است.
		خیر	۱۱	۶،۸	
۶	تداعی خاطرات، بازسازی گذشته	محله خرمشهر	۴۲	۲۵،۸۱	انتخاب چنین بخش‌هایی از جانب بازدیدکنندگان، بیان‌گر آن است که مخاطب موزه‌ی جنگ، نسبت به بخش‌های مرتبط با جبهه جنگ و اتفاقات ناگوار آن، تداعی خاطره می‌کند. آمار بدون پاسخ قابل توجه است. - این پرسش مختص تمامی سنین است، چه آنانی که در آن دوران بوده و دست اول دیده‌اند، چه آنانی که در آن دوران نبوده‌اند و به صورت دست دوم دیده و شنیده‌اند.
		بمباران مجازی	۲۹	۱۴،۹۷	
		سنگرهای سرد و گرم	۱۵	۹،۵۱	
		میدان مین مجازی	۶	۴،۱۲	
		بدون پاسخ	۳۰	۱۸،۵۸	
		سایر موارد (به صورت تجمعی)	۴۴	۲۷،۰۱	
		جمع کل تمامی موارد فوق	۱۶۶	۱۰۰	
۷	نقش و تأثیر فضای موزه	زیاد	۸۸	۵۴،۳	نتایج به دست آمده، نشان‌دهنده‌ی تأثیرگذاری بسیار بالای فضای موزه بر مخاطبان است.
		متوسط	۶۶	۴۰،۷	
		کم	۸	۵	

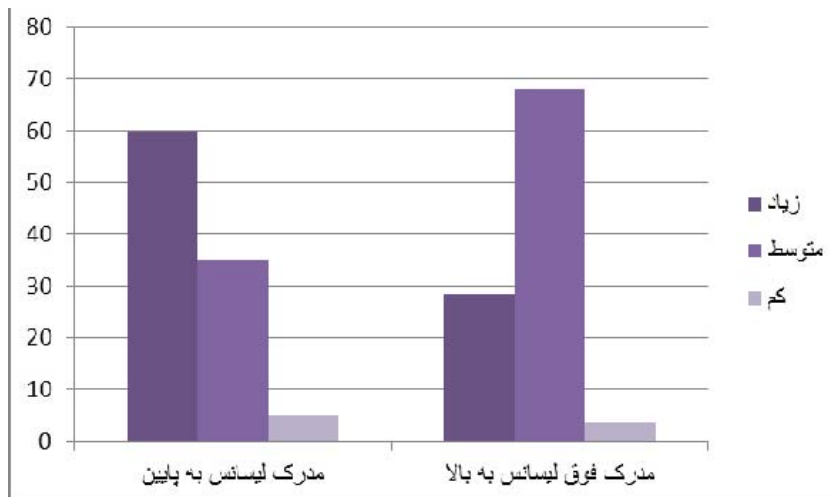
گرفت که به همین منظور، براساس میزان تحصیلات، به دو دسته‌ی «لیسانس به پایین» و همچنین «فوق لیسانس به بالا» تقسیم شدند. پاسخ این دودسته از مخاطبان در مقایسه با یکدیگر، در تمامی سوالات به جز سوال هفتم، نزدیک بهم بوده و اختلاف چندان زیادی مشاهده نشد اما در سوال هفتم که نقش موزه را در ارتقای میزان دانسته‌ها و آگاهی مخاطبان مورد ارزیابی قرار می‌دهد، ۶۸ درصد از مخاطبان با تحصیلات فوق لیسانس به بالا، آن را متوسط ارزیابی کردند و تنها ۲۸ درصد به گزینه‌ی زیاد رای دادند. این درحالیست که ۶۰ درصد از مخاطبان فوق لیسانس به پایین به گزینه زیاد و ۳۵ درصد به متوسط رای دادند. پس می‌توان این‌گونه ارزیابی نمود که «زمینه‌ی تحصیلی» بر مؤلفه‌ی نقش موزه در آگاهی و دانسته‌های مخاطبان تأثیرگذاری مستقیم داشته‌است و در سایر موارد، نظرات این دو دسته از افراد با زمینه تحصیلی متفاوت به یکدیگر بسیار نزدیک‌تر بوده‌است. (نمودار ۴)

در ادامه، به منظور بررسی بیشتر درخصوص نقش و اثرگذاری مستقیم مؤلفه‌های «زمینه» و «زمان» عناصری که بیشترین تعداد آرا را از میان تمام مخاطبان در سوالات سوم، چهارم و ششم به دست آورده‌اند، بر مبنای بازه سنی

تداعی‌کننده و از پیش تعیین شده را در خود دارا می‌باشند، مهم قلمداد شده و به شرح زیر مورد ارزیابی قرار گرفت:

در سوال دوم که مرتبط با مؤلفه‌ی همذات‌پنداری است، ۳۴ درصد آنان به محله خرمشهر، ۲۹،۵ درصد به سنگرهای سرد و گرم و ۱۵،۹ درصد به بمباران مجازی رای دادند که این آمار در مقایسه‌ی با آمار تمامی مخاطبان، اختلاف معناداری وجود داشته و بیان‌گر آن است که این دسته از مخاطبان، با عنصری احساس همذات‌پنداری بیشتر کرده‌اند که جبهه‌های جنگ را به تصویر می‌کشند و همین مساله، بیان‌گر تأثیرگذاری مستقیم جنبه «تداعی»‌کننده‌ی «مؤلفه زمینه» بر «مؤلفه همذات‌پنداری» است. اما در بررسی سوال چهارم و ششم که به ترتیب سوال مرتبط با شناسایی عناصر یادمانی جالب توجه و سوال شناسایی عناصر خاطره‌انگیز می‌باشند، ضمن مقایسه‌ی پاسخ‌های این دسته از مخاطبان با پاسخ‌های تمامی مخاطبان، اختلاف چندان زیادی دیده نشده و همین امر نشان‌دهنده‌ی آن است که «مؤلفه زمینه» بر مؤلفه‌ی «خاطره‌انگیزی» و «شناسایی عناصر جالب توجه و به یادماندن» تأثیر مستقیمی نداشته‌است.

در ارزیابی پاسخ‌های تمامی مخاطبان درخصوص این مؤلفه، زمینه‌ی تحصیلی آنان نیز مورد ارزیابی قرار

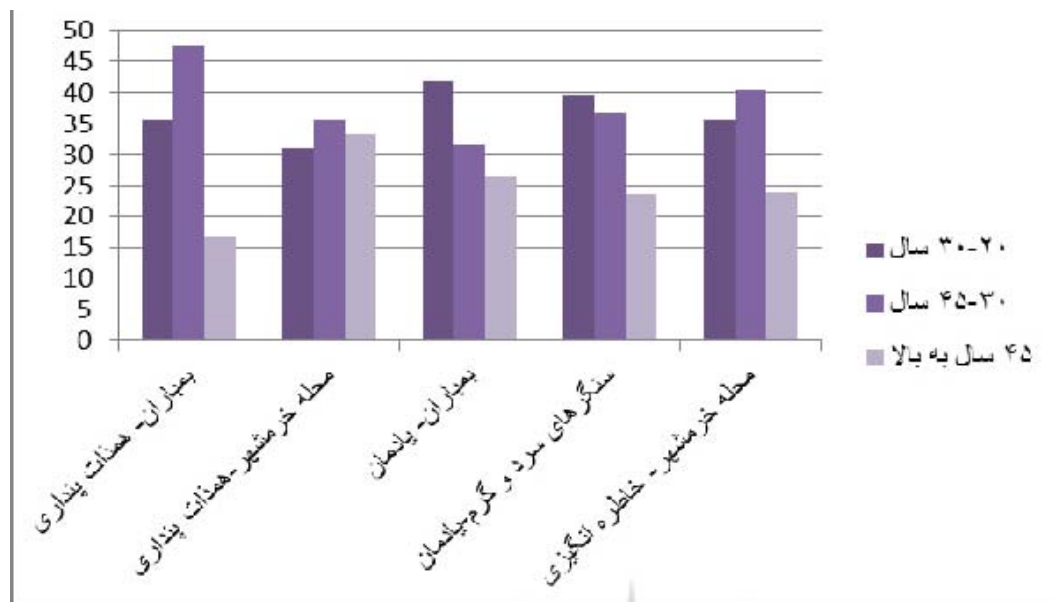


نمودار ۴- سنجش میزان ارتقای دانسته‌ها و آگاهی مخاطبان بر مبنای زمینه تحصیلی، مأخذ: نگارنده

بمباران مجازی، بروز اتفاقاتی همانند لرزش در کف و بدنه به هنگام بمباران، همزمان با شنیدن صدای آژیر خطر، تأثیر بیشتری را بر مخاطب می‌گذارد و یا هنگام حضور در سنگرهای سرد و گرم، احساس سرما و گرمای موجود در فضا، به ارتباط هرچه بهتر مخاطب با فضای موجود کمک شایانی خواهد کرد و یا در بخش محله خرمشهر، به دلیل قرارگیری او در جو و اتمسفر بازسازی شدهی خرمشهر به هنگام حملهی دشمن، مخاطب ارتباط بهتری را با آن بخش برقرار می‌کند. اما وجه اشتراک معنایی و محتوایی عناصر یادمانی منتخب مخاطب در موزه دفاع مقدس، غالباً جنبه‌ی ترسناک و تاریک جنگ است. به عنوان مثال، بمباران مجازی، میدان مین مجازی و محله‌ی بمباران شدهی خرمشهر، به دلیل القای مفاهیم تاریک و ترسناکی که در خود دارند، باعث اثرگذاری بیشتر بر مخاطب شده‌اند. پس به همین دلیل، می‌توان این‌گونه استنباط نمود که مخاطبان موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس و به طور کلی مخاطبانی که از موزه‌هایی با موضوع جنگ بازدید می‌کنند، توجه بیشتری به بخش‌ها و عناصر یادمانی در حول محور این مفاهیم و موضوعات از جنگ دارند. همچنین، یکی دیگر از دلایل انتخاب عناصر منتخب موزه با چنین خصوصیت‌هایی از سوی مخاطبان، غیرمنتظره بودن آنان است. به بیان دیگر، مخاطب با عناصری احساس همذات‌پنداری بیشتر می‌کند و یا عناصری را بیشتر از سایرین، یادمانی و جالب توجه و خاطره‌انگیز می‌داند که به صورت غیرمترقبه با آنان روبه‌رو شده‌باشد. به عنوان مثال، لرزش اتاق بمباران مجازی، نور و صدای انفجار میدان مین مجازی و یا قرارگیری در محله تخریب شده خرمشهر و قرارگیری در حس و حال سرد و گرم سنگرها، از جمله

نیز ارزیابی شدند. عناصر منتخب مربوط به سوال همذات‌پنداری (بمباران مجازی و محله خرمشهر)، در بازه‌ی سنی مخاطبین ۳۰ الی ۴۵ سال بیشترین رای را کسب نمودند. عناصر منتخب مربوط به سوال یادمان (بمباران مجازی و سنگرهای سرد و گرم)، در بازه‌ی سنی مخاطبین ۲۰ الی ۳۰ سال بیشترین رای را دریافت نمودند و همچنین عنصر منتخب مربوط به سوال خاطره‌انگیزی (محله خرمشهر)، در بازه‌ی سنی ۳۰ الی ۴۵ سال بیشترین رای را اخذ نمود که این امر نشان‌دهنده‌ی آن است که عناصر یاد شده از منظر مخاطبانی که در دوره دفاع مقدس در سنین کودکی و خردسالی بوده‌اند، حس همذات‌پنداری و خاطره‌انگیزی بیشتری را نسبت به سایرین القا کرده‌اند. همچنین مخاطبان جوان و نسل‌های پس از دوره دفاع مقدس، بیشترین رای -دهندگان به «عناصر یادمانی و جالب توجه» منتخب بودند که این موضوع، نشان‌دهنده‌ی نقش و تأثیر بسیار زیاد موزه بر مخاطبانی است که زمینه‌ی تداعی کمتری نسبت به دوره دفاع مقدس دارند و خاطراتی نسبت به این دوره نداشته‌اند و اگر خاطره‌ای نیز داشته‌اند، عمدتاً خاطرات دست دوم بوده‌است. (نمودار ۵)

در ارزیابی پاسخ مخاطبان به سوالات مرتبط با مؤلفه‌های همذات‌پنداری، یادمان و خاطره‌انگیزی که به ترتیب در سوالات سوم، چهارم و ششم مطرح گردیده‌اند، شاید بتوان گفت دلیل رای بالای مخاطبان به عناصری همچون محله خرمشهر، بمباران مجازی، سنگرهای سرد و گرم و میدان مین مجازی آن است که مخاطبان موزه، نه تنها به عناصر یادمانی واقع‌نمایانه و قابل فهم گرایش دارند، بلکه به عناصری توجه بیشتری دارد که حواس مختلف آنان را بیشتر به خود درگیر می‌کند. به عنوان مثال، در بخش



نمودار ۵. دسته‌بندی عناصر منتخب مخاطبان بر مبنای زمینه سنی، مأخذ: نگارنده



نمودار ۶. ارزیابی و مقایسه پاسخ مخاطبان در سوالات مرتبط با مؤلفه‌های همذات پنداری، یادمان و خاطره -
انگیزی نسبت به یکدیگر، مأخذ: نگارنده

در ادامه، در سوال چهارم که سوال محوری پرسشنامه بوده و به بیان دیگر، پاسخ و انتخاب مخاطبین به این سوال به منزله‌ی انتخاب عناصر یادمانی مدنظر آنان است، میزان شباهت پاسخ‌های آنان در این سوال در مقایسه با سوالات سوم و ششم مورد مقایسه قرار گرفت که در این ارزیابی، ۳۰ درصد از پاسخ‌های سوال همذات پنداری با پاسخ سوال یادمان مشابه بودند. همچنین، ۲۰ درصد از پاسخ‌های مربوط به سوال خاطره انگیزی شباهت مستقیم به سوال

موارد غیر مترقبه و غیر منتظره در عناصر یاد شده است. این غیر مترقبه بودن، به معنای کم رنگ بودن مؤلفه‌ی "زمینه‌ی" از پیش تعیین شده نیست، بلکه "زمینه‌ی" نه تنها همچنان نقش مکمل خود را ایفا می‌نماید، بلکه از میان زمینه‌های سه گانه، - که در میانی نظری نیز بدان اشاره شد - زمینه‌ی "فیزیکی" نسبت به زمینه‌های "تاریخی" و "تداعی گر"، نقش برجسته‌تری را در القای مفهوم غیر منتظره بودن، در ذهن مخاطب شکل می‌دهد.



می‌تواند نقش بسزایی بر مخاطبان خود، فارغ از دیدگاه‌ها و تفکرات مختلف آن‌ها داشته‌باشد.

پرسشنامه مشاهده مخاطبان

در یک تحلیل و ارزیابی کلی و مقایسه‌ی نتایج این پرسشنامه با پرسشنامه بازدیدکنندگان، می‌توان این‌گونه استنباط نمود که بخش‌های منتخب مخاطبان در سوالات مرتبط با مفاهیم همذات‌پنداری، یادمانی و خاطره‌انگیز، همان بخش‌هایی است که راهنمایان موزه در پاسخ به سوالات مرتبط با مکث و توقف و کنش متقابل اشاره نموده‌اند که این مساله، به معنای آن است که ادراک درونی انسان‌ها در مواجهه‌ی با عناصر موزه، دقیقا همان مواردی است که به صورت آشکار و بیرونی، با دیگر افراد تعامل می‌کنند و این رفتار و اعمال به واسطه‌ی مشاهده‌ی شخص ناظر نیز قابل فهم و درک است. درصد بسیار بالایی مفاهیم واقع‌نمایانه، گواه آن است که اکثریت بازدیدکنندگان، با مفاهیم واقع‌نمایانه ارتباط بهتری برقرار می‌کنند و همچنین، اکثرا با مفاهیم ملی‌گرایانه تعامل مناسب‌تری دارند.

یادمان داشته و ۷ درصد از پاسخ‌های سوالات همذات‌پنداری و خاطره‌انگیزی مشابه بوده و همچنین ۱۰ درصد از پاسخ‌ها، به هر سه سوال شباهت داشته‌اند و در انتها، ۳۷ درصد از پاسخ‌ها هیچ شباهتی نسبت به یکدیگر نداشته‌اند. در یک ارزیابی کلی می‌توان این‌گونه بیان نمود که مؤلفه‌ی همذات‌پنداری، تأثیرگذاری بیشتری را در انتخاب عناصر یادمانی منتخب مخاطبان در مقایسه با سایر مؤلفه‌های دیگر دارد که این مساله بیان‌گر آن است که مخاطب توجه بسیار زیادی به مفاهیم درونی خود- که ورای ملیت، دین و ... است- دارد و همچنین مخاطبان مفاهیمی را در ذهن به عنوان یادمان حفظ می‌کنند که بتوانند خود را به جای آن موضوع و اتفاق قرار داده‌باشند. (نمودار ۶)

در تحلیل سوالات پنجم و هفتم، می‌توان به این نتیجه رسید که موزه می‌تواند گذشته را به درستی بازسازی کند و دانش و آگاهی مخاطبان را افزایش دهد. گذشته و دانشی که از سمت منابع رسمی حاکمیت بر مردم عرضه شده- است و مخاطبان آن را پذیرفته‌اند و بدون شک، موزه به عنوان بهترین فضا و مکان برای طراحی عناصر یادمانی،

نتیجه

باتوجه به مبانی نظری پژوهش و همچنین در راستای هدف پژوهش، در گام اول با بررسی مطالعات «کتابخانه‌ای و اسنادی مبتنی بر رویکرد سیستماتیک» در روش تحقیق کیفی، مؤلفه‌های مبتنی بر نمادشناسی عناصر یادمانی موزه‌های جنگ که برای مخاطبان قابلیت ادراک و تأثیرپذیری دارند، بر دو مبنای «خاستگاه‌های معنایی و نمود درون فردی و برون فردی» و «نمود کالبدی و فضایی» بر شمرده شدند که شامل زمینه، زمان، همذات‌پنداری، خاطره‌انگیزی، کنش متقابل، بازسازی گذشته و همچنین نقش نمادین عناصر یادمانی می‌باشند. در گام دوم، بر اساس «رویکرد مبتنی بر پرسشنامه و از نوع تحلیل محتوا» به منظور شناسایی مؤلفه‌های برجسته و منتخب نمادشناسی عناصر یادمانی موزه‌های جنگ از منظر مخاطبان و همچنین میزان تأثیرپذیری در آنان، نظرات بازدیدکنندگان و راهنمایان موزه به واسطه‌ی پرسشنامه‌های باز و بسته مورد بررسی قرار گرفته و با استفاده از روش «نمونه‌گیری غیراحتمالی و در دسترس و اتفاقی» استخراج گردیده و نتایج زیر به دست آمده است: ضمن بررسی مؤلفه «زمینه» نتایج حاصل از ارزیابی کسانی که اقوام درجه یک خود را از دست داده بودند و همچنین دسته‌بندی مخاطبان از نظر زمینه تحصیلی، موبداین نکته می‌باشد که یکی از مؤلفه‌های برجسته از نظر مخاطبان مؤلفه «زمینه» است. همان‌طور که در مبانی نظری نیز عنوان گردید، زمینه به سه دسته‌ی «فیزیکی»، «تاریخی» و «کالبدی» تقسیم می‌شود، نکته حائز اهمیت در این مؤلفه آن است که در صورت کم‌رنگ شدن یکی از این سه دسته از نظر مخاطب، دسته دیگری از آن، از جانب مخاطب برجسته‌تر می‌گردد. به عنوان مثال، دلیل انتخاب بخش‌هایی همچون بمباران مجازی، میدان مین مجازی، سنگ‌های سرد و گرم و همچنین محله خر مشهر از جانب مخاطبان، خصوصیت غیر مترقبه بودن آن از جانب مخاطبان است. خصوصیتی که اگرچه نقش «تاریخی» و «تداعی‌کننده» زمینه را کم‌رنگ می‌کند اما جنبه تأثیر «فیزیکی» زمینه را برجسته‌تر می‌سازد. در بررسی نتایج حاصل از مؤلفه زمان از نظر مخاطبان، اگرچه تطبیق ذهنیت آنان قبل و بعد از بازدید از موزه

نشان دهنده کم اثر بودن این مؤلفه بر مخاطب است، اما با بررسی و دسته بندی مخاطبان به سه بازه سنی مختلف، می توان به این نتیجه گیری رسید که مخاطبانی که دوره کودکی خود را در جنگ سپری کرده اند، تأثیر پذیری بیشتری نسبت به سایر مخاطبان در مفاهیم همذات پنداری و خاطره انگیزی عناصر یادمانی داشته اند که همین موضوع موید مهم بودن نقش «زمینه تاریخی» و «تداعی کننده» است. در ادامه با مقایسه و بررسی سوالات مرتبط با همذات پنداری و خاطره انگیزی با سوال محوری پرسشنامه مخاطبان که بیان گر انتخاب آنان به عنوان عنصر یادمانی موزه - سوال چهارم - است، شباهت بیشتر پاسخ های سوال مرتبط با همذات پنداری نسبت به سوال خاطره انگیزی، موید آن است که یادمانی بودن یک اثر بیشتر از هر چیزی به دلیل همذات پنداری مخاطب نسبت به آن اثر است تا خاطره انگیز بودن آن. به بیان دیگر، مخاطب حتی اگر خاطره ای مرتبط با به موضوع اثر ارائه شده نداشته باشد، در صورت همذات پنداری با آن اثر، آن را در ذهن خود، یادمانی قلمداد کرده که همین مطلب در راستای مبانی نظری ذکر شده در مبانی نظری، موید آن است که اگرچه خاطرات در ایجاد همذات پنداری تأثیرگذار است، اما این اثرگذاری در شکل گیری یک اثر یادمانی در ذهن مخاطب در مراتب پایین تری نسبت به مفهوم همذات پنداری قرار دارد. درصد بالای مخاطبان نسبت به نقش موزه در بازسازی گذشته و افزایش دانش و آگاهی آنان، نشان دهنده تأثیر بسیار زیاد موزه در شکل گیری ذهنیت مخاطبان است. با مقایسه ی میان «پرسشنامه مخاطبان» و «پرسشنامه مشاهده مخاطبان» و شباهت میان عناصر انتخاب شده از نظر آنان در سوالات مرتبط با مؤلفه های همذات پنداری، یادمانی و خاطره انگیز در مقایسه با سوال مرتبط با مؤلفه کنش متقابل، به این نتیجه می توان رسید که شکل گیری کنش متقابل و برانگیختن حس میان افراد، در گروهی شکل گیری همذات پنداری و تداعی خاطره در تک تک تمامی مخاطبان است. توجه به عناصر واقع نمایانه با موضوعات ملی و قومی و دینی، از جمله نکاتی است که مخاطب بدان توجه دارد. به همین دلیل، مؤلفه های برجسته و منتخب نمادشناسی عناصر یادمانی موزه های جنگ از منظر مخاطبان شامل زمینه، همذات پنداری، لزوم بازسازی گذشته و نقش نمادین عناصر یادمانی در تجلی کالبدی مفاهیم، می باشند. به همین دلیل، از این پژوهش می توان نتیجه گرفت که «از میان بخش های گوناگون عناصر مختلف در مطالعه موردی، تنها چند مؤلفه مبتنی بر نماد شناسی عناصر یادمانی - نظیر زمینه، همذات پنداری و همچنین لزوم بازسازی گذشته و نقش نمادین عناصر یادمانی در تجلی کالبدی مفاهیم، از نظر مخاطبان، برجسته تر به نظر می رسند.»

منابع و مأخذ

- انواری، محمدرضا (۱۳۹۰). نقد و بررسی نظریه کنش متقابل نمادین، معرفت، شماره ۸ (پیاپی ۱۶۷): صفحه ۱۵۳-۱۷۱.
- پریزاده استیاری، سمیرا (۱۳۹۳). معماری به سبک یادمانی و خواستگاه فرهنگی آن، کنگره بین المللی پایداری در معماری و شهرسازی - شهر مصدر
- چندلر، دانیل (۱۳۹۴). مبانی نشانه شناسی. ترجمه مهدی پارسا. تهران: سوره مهر.
- حسینی، سیدباقر، ابی زاده، الناز و باقری، وحیده، ۱۳۸۸، معماری و سینما عناصر مکمل و هویت بخش فضا و مکان. معماری و شهرسازی آرمان شهر، دوره دوم، شماره سوم: صفحه ۱۱۳-۱۲۰.
- ریتزر، جورج (۱۳۸۴). نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر، ترجمه ثلاثی، محسن، تهران: انتشارات علمی ستوده، هدایت الله و کمالی، ایرج (۱۳۸۴). جامعه شناسی: با تاکید بر دیدگاه های کارکردگرایی، تضاد و کنش متقابل اجتماعی، تهران: انتشارات ندای آریانا.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶). جامعه شناسی، ترجمه صبوری، منوچهر، تهران: نشر نی.
- مهربانی گلزار، محمدرضا و خمسه عشری، علی اکبر (۱۳۹۵). منظر یادمانی جنگ: از واقع نمایی تا استعاره. منظر، دوره هشتم، شماره سی و چهارم، صفحه ۶۸-۸۱.

- Anderson, B. (1991). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. New York: Verso.
- D. Alexander, Victoria. (2020). *Sociology of the Arts: Exploring Fine and Popular Forms*, Malden, MA : Wiley-Blackwell
- Dimković, D. M. (2016). Memorial Architecture as the Symbol of Remembrance and Memories, *South East European Journal of Architecture and Design*, pp. 1–6.
- Machin, D., & Abousnnouga, G. (2013). Bibliography. In *The Language of War Monuments*, pp. 223–232. London: Bloomsbury Academic.
- Maran, Timo. (2014). Place and sign. Locality as a foundational concept for ecosemiotics. In: Siewers, Alfred K. (ed.), *Re-Imagining Nature: Environmental Humanities and Ecosemiotics*. Lewisburg: Bucknell University Press, 79-89
- Saito, Hiro. (2010). From Collective Memory to Commemoration. In *Handbook of Cultural Sociology* (pp.629-638). London: Routledge.
- Sebeok, Thomas A. (1991). «Communication,» *A Sign Is Just a Sign* Bloomington: Indiana University Press, 29-30.
- Uspenskij, Boris (2017). Semiotics and culture: The perception of time as a semiotic problem, *Sign Systems Studies* 45(3/4).
- Winter, J. (2012). *Museums and the Representation of War*. *Museum and Society*, 10, pp. 150-163.
- Riera, José J. *Semiotic Theory*, pressbook, Retrieved from <https://opentext.wsu.edu/theoreticalmodelsforteachingandresearch/chapter/semiotic-theory/> (accessed January 10, 2022)
- <https://iranrhdm.ir/دربارمما/> (accessed November 1, 2022)
- 2: تصویر Retrieved from [https://www.mcth.ir/نمایشگاههای-مجازی/Albu-](https://www.mcth.ir/نمایشگاههای-مجازی/AlbumID/1833-67)
mID/1833-67 (accessed November 1, 2022)
- 4: تصویر Retrieved from [https://www.tasnimnews.com/fa/media/1398/10/15/2175199/](https://www.tasnimnews.com/fa/media/1398/10/15/2175199/2#photo=3)
2#photo=3 (accessed November 1, 2022)

Examining the Influence Taken by the Audiences from the Memorial Elements of the War Museum Based on the Symbology Components (Case Study: the Audience of the National Museum of the Islamic Revolution and Holy Defense)*

Matin Rostami, MA in Islamic Architecture Engineering, Faculty of Architecture and Urban Planning, Soore University, Tehran, Iran.

Received: 2022/12/21 Accepted: 2023/03/13



Showing and presenting various cultures and events require providing different spatial and temporal conditions. War, as one of the most important events of human societies, affects different strata of people all over the world, it is necessary to remember and to represent its various aspects for people in order to express the face of the horror of war that should be a lesson for all generations of society. The museum is one of the public spaces accessible to the people of the society, and by using memorial elements, it displays different aspects of the war in a scenario-oriented and planned manner. Symbols and signs, as well-known patterns and schemata among different people of the society, can provide the prerequisites for these spatial and temporal conditions in an efficient way. The **purpose** of this research is to investigate the impressionability and experience of the audience from the memorial elements of the war museum based on the components based on the symbology of the memorial elements. For this reason, the research **questions** are as follows: 1- What are the symbology-based components of the memorial elements of war museums that can be understood and influenced by the audience? 2- What are the key and selected components of the symbology of war museum commemorative elements from the audience's point of view? The dominant approach in the research environment is qualitative and based on interviews and content analysis, as well as library research and systematic review, in addition to examining and briefly identifying components based on war memorial elements in the first step. The research will lead to the evaluation of their impact on the audience through a questionnaire in the second part. The method of collecting samples in this research is based on non-probability and available random sampling method; in order to evaluate the opinions of the audience regarding the memorial elements of the museum, as well as to evaluate their impressionability towards the memorial elements. In order to take advantage of the opinions of the audience, 190 Iranian visitors of the National Museum of the Islamic Revolution and Sacred Defense, who left the seven halls of the museum immediately

*This paper is extracted from the research design titled «Symbology of Monumental Elements of War for Utilization at the National Museum of the Islamic Revolution and Holy Defense» under supervision of Dr. Ario Naserian and advisory of Dr. Amir Mohammad Khani at the Foundation for the Preservation and Publication of Sacred Defense Works and Values.

Abstract 20/256

Autumn 2024 - NO71



Negareh

after visiting, were assessed through a questionnaire. The method of collecting samples in this research is based on non-probability and random sampling method and also the number of 190 people is the result of the process of collecting questionnaires from visitors in the period of one week in all the working hours of the museum. The reason for choosing this time period is the variable number of visitors on all days of the week. Out of these, 28 questionnaires were removed due to defects in the answers and also due to having irrelevant answers to the question, and 162 questionnaires were used as criteria for action. Among 162 people, based on gender, 85 people were men, 77 people were women, based on age range, 57 people were between 20 to 30 years old, 55 people were between 30 to 45 years old, and 50 people were 45 years old and above. In order to evaluate the performance of the audience when visiting different parts of the museum, 18 experienced guides of the museum, who have a lot of experience in interacting with the audience, have continuously monitored the behavior of the visitors. After presenting the questionnaires and having them completed by the audience and museum guides, the statistical results along with their preliminary analysis were obtained in the tables and the selected components were selected based on the highest frequency extracted. The **method** of analysis is descriptive, so that the statistical data extracted from the questionnaires can be examined and analyzed. The necessity and importance of this research originate from the fact that the identification of components based on the symbology of the memorial elements of war museums, which are perceptible and impressive to the audience, as well as the anthology of selected and outstanding components from the audience, can be the context that would provide new memorial elements for designers.

The **results** have shown that while examining the audience's views regarding the memorial elements of the National Museum of the Islamic Revolution and Holy Defense through a questionnaire, only a few components based on the symbolism of the memorial elements - such as context, identification, as well as the need to reconstruct the past and the symbolic role of the memorial elements in physical manifestation concepts - from the point of view of the audience seemed more prominent, and it can be argued that considering the selected components of the symbology of memory elements, since they seem more prominent from the point of view of the audience, they play a significant role in their impressionability.

Keywords: Symbolism, Memorial Elements, War, Museum, Audience

References: Anderson, B. (1991). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. New York: Verso.

Anvari, Mohammadreza. (2011). review of the theory of symbolic interaction, *Marafet*, number 8 (167 series): page 153-171.

Chandler, Daniel.(2015). *Semiotics: The Basics*. Translated by Mehdi Parsa. Tehran: Soore Mehr.

D. Alexander, Victoria. (2020). *Sociology of the Arts: Exploring Fine and Popular Forms*, Malden, MA : Wiley-Blackwell

Dimković, D. M. (2016). Memorial Architecture as the Symbol of Remembrance and Memories, *South East European Journal of Architecture and Design*, pp. 1–6.

Giddens, Anthony. (2007). *Sociology*, translated by Sabouri, Manouchehr, Tehran: Ney Publishing.

Hosseini, Seyyed Baqer, Abizadeh, Elnaz and Bagheri, Vahidah. (2009). architecture and cinema complementary elements and identity of space and place. *Arman Shahr architecture and urban planning*, second volume, third issue: page 113-120.



Negareh

- Machin, D., & Abousnnouga, G. (2013). Bibliography. In *The Language of War Monuments*, pp. 223–232. London: Bloomsbury Academic.
- Maran, Timo. (2014). Place and sign. Locality as a foundational concept for ecosemiotics. In: Siewers, Alfred K. (ed.), *Re-Imagining Nature: Environmental Humanities and Ecosemiotics*. Lewisburg: Bucknell University Press, 79-89
- Mehrabani Golzar, Mohammad Reza and Khamse Ashari, Ali Akbar. (2016). War memorial landscape: from realism to metaphor. *Manzar*, 8th volume, 34th issue, page 68-81.
- Parizadeh Estiar, Samira. (2014). Memorial style architecture and its cultural meeting point, *International Congress of Sustainability in Architecture and Urban Development - Masdar city*
- Ritzer, George. (2005). *Sociological Theory in the Contemporary Era*, translated by Salasi, Mohsen, Tehran: Scientific Publications
- Saito, Hiro. (2010). From Collective Memory to Commemoration. In *Handbook of Cultural Sociology* (pp.629-638). London: Routledge.
- Sebeok, Thomas A. (1991) «Communication,» *A Sign Is Just a Sign* Bloomington: Indiana University Press, 29-30.
- Sotoudeh, Hedayatullah and Kamali, Iraj. (2005). *Sociology: with an emphasis on the views of functionalism, conflict and social interaction*, Tehran: Nedaye Ariana Publications.
- Uspenskij, Boris. (2017). Semiotics and culture: The perception of time as a semiotic problem, *Sign Systems Studies* 45(3/4).
- Winter, J. (2021). Museums and the Representation of War. *museum and society*, 10, pp.150-163.
- Riera, José J. *Semiotic Theory*, pressbook, Retrieved from <https://opentext.wsu.edu/theoreticalmodelsforteachingandresearch/chapter/semiotic-theory/> (accessed January 10, 2022)
- <https://iranrhdm.ir/درباره-ما/> (accessed November 1, 2022)
- Picture 2: Retrieved from <https://www.mc.th.ir/آلبوم-نمایشگاه-های-مجازی/AlbumID/1833-67> (accessed November 1, 2022)
- Picture 4: Retrieved from <https://www.tasnimnews.com/fa/media/1398/10/15/2175199/2#photo=3> (accessed November 1, 2022)