

نهاد موزه، نگاهی دوباره به برآیند کالبد و محتوا^۱

مولود خسروی^۲

مربی دانشکده هنر و معماری، دانشگاه پیام نور، واحد تهران شرق

کلیدواژگان: نهاد موزه، کالبد موزه، محتوای موزه، تنوع کالبدی موزه، معماری موزه، مخاطب موزه.

چکیده

امروزه با پیشرفت علوم انسانی و تکنولوژی بسیاری از تعاریف مرتبط با زندگی انسان‌ها در حال تغییر و تحولات زیربنایی هستند. در این میان، علاوه بر نمایش و گردآوری و نگهداری آثار، دگرگونی توصیف‌ناپذیر در تعاریف جدید و نوع نگاه به موزه در دوره معاصر، گرامی‌داشت مخاطبان و واگذاری کارکردهای مؤثر در امور آموزش، پژوهش و انتشار مطالب، طی سال‌هایی که از ایجاد اولین موزه‌ها تاکنون می‌گذرد، به تأمل بسیار نیاز دارد. از سوی دیگر، با وجود اهمیت جایگاه موزه در حد یک نهاد اجتماعی، در برخی از موزه‌ها تغییر خاصی به چشم نمی‌خورد. در کشور ما نیز برخی موزه‌ها همچنان در رخوت و در برخی موارد تقلیدی از گالری‌های نمایشی غربی، بدون در نظر گرفتن ساختارهای عملکردی و پشتیبانی‌های فنی، هستند و به نظر نمی‌رسد که تعهد قابل ملاحظه‌ای در قبال جامعه و یا حتی مخاطبین خود داشته باشند. این تفاوت فاحش نگارنده را بر آن داشت تا، با نگاهی دوباره، مؤلفه‌های تأثیرگذار اصلی در این خصوص را بررسی و مشخص کند که توجه به تاریخچه و سیر تحولات نهاد موزه چه نکات مؤثری در شکل‌گیری کالبد و محتوای موزه از دید طراحان خواهد داشت؟

و گرامی‌داشت مخاطبان موزه چگونه صورت می‌گیرد؟ روش تحقیق در این پژوهش ترکیبی توأم از دو روش توصیفی و تحلیلی است و ضمن استفاده از منابع مکتوب، از مصاحبه با طراحان و موزه‌داران پژوهشگر به منظور شفاف کردن و تعمیق پاسخ‌گویی به پرسش‌های تحقیق بهره‌زیدی گرفته شده است. این مقاله در سه بخش اصلی تنظیم شده است که ابتدا به هویت‌شناسی موزه، پس از آن به محتوای موزه، و سپس به کالبد و تنوع کالبدی آن پرداخته و زیرمجموعه‌های این موارد از جمله مخاطب‌شناسی بررسی شده است. همچنین در نتیجه‌گیری و جمع‌بندی مقاله به این موضوع اشاره می‌شود که ضروری است با نگاهی دوباره به ریشه‌های شکل‌گیری موزه، تعاریف و تحولات و وظایف حیاتی آن، به مثابه یک نهاد اجتماعی، موجبات پرداختن به طراحی کالبد و محتوای هر موزه، به منزله یک اثر معماری و پذیرای حضور مخاطبین تبیین شود. همچنین در این مقاله به ضرورت توجه به دستیابی به یک برنامه مرجع در شکل‌گیری محتوا و کالبد و تعامل دوجانبه میان طراحان و موزه‌داران در همه مراحل از تبیین صورت مسئله و خلق سناریوی هر موزه تا پایان طراحی و اجرا توجه شده است.

مقدمه

شاید تصور آنچه امروز با عنوان موزه می‌شناسیم در آغاز شکل‌گیری

۱. این مقاله برگرفته از مطالعات پروژه کارشناسی ارشد نگارنده با عنوان موزه اسب در فرهنگ ایران در دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی است که با راهنمایی دکتر حمید ندیمی و مشاوره دکتر فرزین فردانش در بهمن‌ماه ۱۳۸۵ دفاع شده است. نگارنده بر خود لازم می‌داند ضمن قدردانی از استادان گران‌قدر یادشده، از راهنمایی‌ها، نکته‌سنجی‌ها، و زحمات آقای دکتر هادی ندیمی در روند نظارت بر تهیه مقاله تشکر و قدردانی کند.

2. mkh_713@yahoo.com

پرسش‌های تحقیق

۱. توجه به تاریخچه و سیر تحولات نهاد موزه چه نکات مؤثری در شکل دادن به کالبد و محتوای موزه برای طراحان خواهد داشت؟
۲. گرامی‌داشت مخاطبان موزه چگونه صورت می‌گیرد؟

موزه‌ها پدیده‌ای دور از ذهن می‌نمود. چرا که تنها توقع افراد از موزه‌ها به نمایش گذاشتن اجسام و برخی اشیای عجیب و غریبی بود که آن‌ها را برای مدتی سرگرم می‌کرد. اما گذشت زمان، پیشرفت علوم، و تغییراتی که متعاقب آن‌ها در همهٔ شئون زندگی بشر رخ داد، رفته‌رفته موزه را دگرگون و تعریف و عملکرد و ساختار فیزیکی و محتوایی آن را دستخوش تحولات بسیار کرد. تا آنجا که جایگاه ویژه‌ای در حد یک نهاد اجتماعی یافت و متولی امور فرهنگی در جوامع مختلف و سطوح بین‌المللی گردید.

بنا بر این انجام وظایف محوله بخصوص تأثیر بسزایش در ارتقای علمی و فرهنگی جوامع با تکیه بر گرامی‌داشت مخاطبان و توجه به سلاقی ایشان این نهاد را با چالش‌های بسیار برای ایفای نقشش مواجه ساخت. از مهم‌ترین این چالش‌ها افزایش میزان تأثیرگذاری بر مخاطب و موفقیت کمی و کیفی در امر نمایش و انتقال پیام است که دو عامل زیربنایی کالبد و محتوای موزه به صورت مستقیم در آن نقش‌آفرینی می‌کنند و ضروری است که با عنوان عوامل مؤثر بر کارکردهای اصلی هر موزه مورد توجه باشند. لازم به ذکر است که در کشور ما در بیشتر موارد تلاش موزه‌داران به آراستن یک شیء و نهایتاً آرایش یک بستر برای آن معطوف گردیده و تأثیر فضا و روابط حاکم بر آن در میزان تأثیرگذاری بر مخاطب مغفول مانده است، در مواردی نیز میان اشیا هیچ ارتباط یا تناسبی با فضا و یا با یکدیگر دیده نمی‌شود و اهمیت آن در جلب مخاطب نادیده گرفته شده است. از این رو با توجه به اینکه نهاد اجتماعی موزه (آنچه در غرب متولد شده و همچنان در حال رشد و شکوفایی است) یک پدیدهٔ وارداتی محسوب می‌شود، پاسخ به دو سؤال توجه به تاریخچه و سیر تحولات نهاد موزه چه نکات مؤثری در شکل‌گیری کالبد و محتوای موزه توسط طراحان خواهد داشت؟ و گرامی‌داشت مخاطبان موزه چگونه صورت می‌گیرد؟ می‌تواند برای تبیین ماهیت موزه مؤثر واقع شود. از سوی دیگر، بررسی تعاریف در پژوهش‌های مرتبط با جایگاه کنونی موزه و ادراک محتوایی هویت آن، ضمن توجه به اهمیت فضا و درک مؤثر آن در امر نمایش، نگارنده را بر آن داشت تا برای ایجاد ارتباط دوسویه میان کالبد و محتوای هر موزه و تأثیر مستقیم آن بر مخاطب، علاوه بر روش مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی منابع موجود، به منظور جمع‌بندی نظرهای طراحان و موزه‌داران، نشست‌های متعدد و بازدیدهای مختلفی را ترتیب دهد و در اطلاعات جمع‌آوری شده از این

۳. از آنجا که در تعریف کنونی موزه مجموعه‌ها دامنۀ وسیعی از نموده‌های بیجان و جاندار را در بر می‌گیرند، از این واژه استفاده شده است.

فرهنگی و تاریخی را بر عهده دارد، به صورت‌های مختلفی تعریف شده است. این تعاریف در طول زمان و بر حسب تغییر نگرش در حوزه‌های فرهنگی جامعه، عقاید و تفکرات مذهبی، و دگرگونی‌های اجتماعی، به صور مختلف عرضه شده است و در هریک به جنبه‌های مختلفی از موضوع اشاره می‌شود. ضمن آنکه اخیراً در مطالعات موزه در رویکرد سنتی در تاریخ موزه تجدید نظر شده و به جای آن یک تاریخ‌نگاری مؤثر را در احراز جایگاه موزه در یک زمینه وسیع‌تر از دانش و قدرت سیاسی توسعه داده‌اند.^۴

و نهایتاً نهاد موزه— پدیده مولود دوران مدرن— را متولی وظایف مشخصی در جامعه امروز دانسته‌اند. از این رو بررسی تکمیل و تدقیق تدریجی این تعاریف و تحولات تاریخی و جامعه‌شناختی^۵ خود می‌تواند یک نگرش کلی را در اختیار طراحان و برنامه‌ریزان موزه قرار دهد.

۱.۱. ادوار تاریخی موزه

چنان‌که از مطالعات و مصاحبه‌های نگارنده برمی‌آید، ادوار تاریخی که تعریف موزه از آن‌ها متأثر گردیده است به طور خلاصه می‌توان به ۵ دوره اصلی^۶ تقسیم کرد.

– دوره اول، دوره اساطیری یا افسانه‌ای است. در این دوره تعریف انسان از دنیا خواست خدایان است. «در یونان باستان این خدایان اسم موز به خود می‌گیرند و این ۶ تا ۹ موز هر کدام، به عنوان تجلی یکی از هنرها یا دانش‌ها، مورد ستایش واقع می‌شوند».^۷ در این دوره تعریفی که از موزه یا موزیون مطرح می‌شود، همان معنای لغوی موزه، «مقر موزها است»^۸ و متعاقب این تعریف، این مکان تزئینات و ویژگی‌های خود را دارد.

– دوره دوم، دوره حضور ادیان الهی است. چنان‌که خدای یگانه، مبدأ و منتهای همه دانش‌ها، فارغ از زمان و مکان و صورت، جایگاه معبدگونه موزه را متحول می‌کند و کنیسه و کلیسا و مسجد به منظور پرستش خداوند شکل می‌گیرد. در این خصوص هنرهای تزئینی نیز با تعاریف و رهنمودهای ادیان الهی منطبق

جلسات عوامل مداخله‌گر در موضوع را به صورت ملموس‌تری جستجو کند. مقاله با تمرکز بر سه بخش اصلی تنظیم شده، ابتدا هویت‌شناسی موزه، سپس محتوای موزه، کالبد و تنوع کالبدی آن، و زیرمجموعه‌های این موارد از جمله مخاطب‌شناسی بررسی می‌شود و نکات مرتبط و مستتر در این سه بخش، که در ارتقای شکل‌گیری، تبیین، و پردازش کالبد و محتوای موزه و مخاطبان آن مؤثر هستند بررسی و در پایان نتیجه‌گیری می‌گردد. این مقاله حاصل تلاش نگارنده در جهت ایجاد تمرکز بر طراحی سناریوی موزه به مثابه یک نهاد اجتماعی پاسخ‌گو و توجه طراحان به اهمیت پردازش موزی کالبد و محتوای هر موزه در فرایند طراحی و تعامل دوسویه طراحان و موزه‌داران برای تحصیل معماری موزه است. شایان ذکر است که توجه به همه نیازهای جامعه مخاطب هر موزه و پاسخ‌گویی مناسب به این موارد در این فرایند، به منظور زنده نگهداشتن این نهاد اجتماعی، ضرورت دارد.

روش تحقیق

روش تحقیق در پژوهش حاضر روش ترکیبی است و از هر دو روش توصیفی و تحلیلی به صورت توأمان بهره گرفته شده است. در ابتدا با استفاده از روش اسنادی (مکتوبات در زمینه مباحث نظری و هویت‌شناسی موزه) و با استفاده از راهبردهای تفسیری—تاریخی و کیفی مؤلفه‌های اصلی شناسایی و به منظور تکمیل و کنکاش پیرامون چالش‌های پاسخ‌گویی به پرسش‌های تحقیق، مطالعات میدانی (بازدید از موزه‌های تأثیرگذار) انجام و از نظرات افراد پژوهشگر و صاحب‌نظر در زمینه طراحی معماری و موزه‌داری، که با نگارنده گفتگو کرده‌اند، بهره فراوانی گرفته شده است.

۱. نهاد موزه، هویت‌شناسی

موزه، مؤسسه‌ای که وظیفه حفظ و نگهداری «امانات»^۹ ارزشمند

4. N. Pohl, "Passionless Reformers: The Museum and the City in Utopia", p. 127.

۵. لازم به ذکر است که جداسازی این دو مقوله از نظر محتوایی امکان‌پذیر نیست، ولی به دلیل تأکید بر اهمیت سپر پیشرفت دو مقوله به موازات یکدیگر، تفکیک صورت گرفته است.

۶. علت دسته‌بندی در ۵ بخش اصلی، تغییر محتوایی دیدگاه‌ها و تأثیر مستقیم آن‌ها بر تعاریف عرضه‌شده در خصوص موزه است.

۷. رضا دبیری‌نژاد، موزه، دیروز، امروز، فردا، ص ۴۲-۴۷.

8. New Standard Encyclopedia, volume 11, Standard Educational Corporation, Chicago, 1996, p 613.

و هماهنگ می‌شوند. گفته می‌شود که

موزه با فرم به نمایش گذاشتن آثار در اواخر قرن سوم پیش از میلاد، توسط بطلمیوس در اسکندریه تأسیس شد. اما در قرون وسطی به دلیل حاکمیت کلیسا و تفتیش عقاید نقش آموزشی موزه‌ها کم‌رنگ شد.^۹

– **دوره سوم**، دوره پیدایش رنسانس، بعد از قرون وسطی محقق می‌شود که در آن محوریت انسان، به مثابه مرکز دانش‌ها، جانشین محوریت خدای یگانه می‌گردد. بنا بر این موزه، این جایگاه تجلی دانش‌های انسانی، مرکز تجمع محصولات پیشرفت انسان – اشیای عجیب و غریب – و یافته‌های جدید جغرافیایی می‌شود. این اشیاء با توجه به شرایط حاکم در آن دوران به افراد خاص – شاهزادگان، افراد متمول، و... – تعلق دارند و در کاخ‌ها نگهداری می‌شوند.

– **دوره چهارم** با ظهور مفاهیم مدرن آغاز می‌شود. در این دوره عرضه تدریجی و تکمیل تعاریف مدرن در خصوص مشارکت و حقوق تک‌تک افراد جامعه و تعلق میراث گذشتگان به عموم ایشان، منجر به عمومی شدن گنجینه‌ها و مجموعه‌های شخصی و متعاقباً ظهور مفاهیم جامعه‌شناختی در تعریف موزه می‌گردد. از این رو عموم جامعه در نقش مخاطبان و صاحبان اصلی موزه مورد توجه واقع می‌شوند.

– **دوره پنجم** با شکل‌گیری تفکرات فلسفی بعد از نیمه دوم قرن بیستم شکل می‌گیرد. پیدایش این نوع تفکر در محوریت انتقال مفاهیم و دور شدن از تعاریف کلیشه‌ای و در نتیجه دگرگونی و تحول قالب‌های مرسوم عرضه مجموعه‌ها و فضاهای موزه‌ای تأثیر بسزایی داشته است.^{۱۰} بر همین اساس ایجاد امکان تعامل، تجربه، «انتخاب، مطالعه و نمایش شواهد مادی و غیر ملموس انسان و محیط او»^{۱۱} اهداف اصلی قلمداد می‌گردند.

این دیدگاه، که از ماهیت محدود موزه‌های سنتی فراتر می‌رود، موزه را به صورت ابزاری تعریف می‌کند که به دست انسان با هدف بایگانی، درک، و انتقال شکل یافته است.^{۱۲}

درواقع می‌توان دریافت که در همه دوره‌هایی که موزه در آن رشد و نمو یافته است، از دوره پیدایش آغازین موزه و از زمانی که مفاهیم در قالب آنچه گرامی و مورد پرستش بوده تجسم یافته است، تا تغییر یافتن آن به خدای یگانه، و سپس روند اهمیت یافتن تدریجی انسان با عنوان جانشین و مرکز دانش‌ها – که در نهایت از جنبه‌های مادی و ملموس اشیاء فراتر می‌رود – ذات موزه همچنان همان پدیده محبوب و گرامی است و دیدار و درک آن با تحسین و تمجید همراه است. لازم به ذکر است که همه جوامع متعاقب آخرین دوره تاریخی، که موزه به خود دیده است، پاسخ‌گوی مخاطبین نیستند.

۲.۱. تحولات جامعه‌شناختی موزه^{۱۳}

با توجه به سیر تاریخی و مفهومی که موزه از آغاز تا کنون طی کرده است،

محوریت انتقال مفاهیم، به مثابه عامل مؤثر، همه محدودیت‌ها و پیش‌فرض‌ها را درنور دیده و از کلیه امکانات حقیقی، مجازی، نرم‌افزارها، و... بهره می‌جوید. تا آنجا که امروزه موزه‌های مجازی با وجود مخالفت‌های بسیاری از اندیشمندان مبنی بر اصل «اصالت حضور اشیاء» به منزله یکی از مؤلفه‌های مؤثر در نگرش موزه‌ای پذیرفته شده‌اند.^{۱۴}

از سوی دیگر همراه با طی کردن ادوار تاریخی و سیر تحولاتی که پیرامون کلیات و اجزای موزه صورت پذیرفته است، در عین تغییر نگرش فلسفی و مفاهیم جامعه‌شناختی^{۱۵} که منجر به تحولاتی در درون موزه‌ها و فضاهای داخلی آن‌ها شده است، جریان دیگری نیز از حدود دهه ۱۹۸۰ آغاز شد که بر تفکر اصلی برای طراحی موزه، که تا آن زمان بر پایه محوریت اشیاء^{۱۶} و طراحی صرفاً به منظور نمایش اشیاء^{۱۷} بود، انتقاد کرد و با نگاهی با رویکرد «شناسایی ارتباطی خاص با واقعیت»^{۱۸}، اشخاص را در منزلت مخاطبین و بازدیدکنندگان موزه تکریم و توجه کرد. روی آوردن به این دیدگاه در نهایت باعث حرکت به

۹. شهریار خانی‌زاد، طراحی موزه در ایران و جهان، ص ۱۲.
۱۰. دبیری‌نژاد، گفتگوی شخصی با مولود خسروی، دی ۱۳۸۴.
۱۱. آندره دسوالیز و فرانسیسکو مایرس، مفاهیم کلیدی موزه‌شناسی، ص ۹۲.
۱۲. ابوالفضل صادقی‌پور فیروزآبادی و دیگران، مطالعات موزه (اصول و مبانی)، ص ۳۱.
۱۳. همان‌طور که مطرح شد، تفکیک این عنوان به منظور انتظام مطرح کردن پیامدهای جامعه‌شناختی منتج از تحولات تاریخی موزه صورت گرفته است.

14. C. Karp. "Digital Heritage in Digital Museums", p. 47.

۱۵. همان‌طور که در ادوار تاریخی موزه مطرح شد، ظهور مفاهیم مدرن و تعاریف جدید منجر به ظهور مفاهیم جامعه‌شناسی و احساس تعلق عموم جامعه به آنچه میراث گذشتگان خوانده می‌شد، منجر گردید.

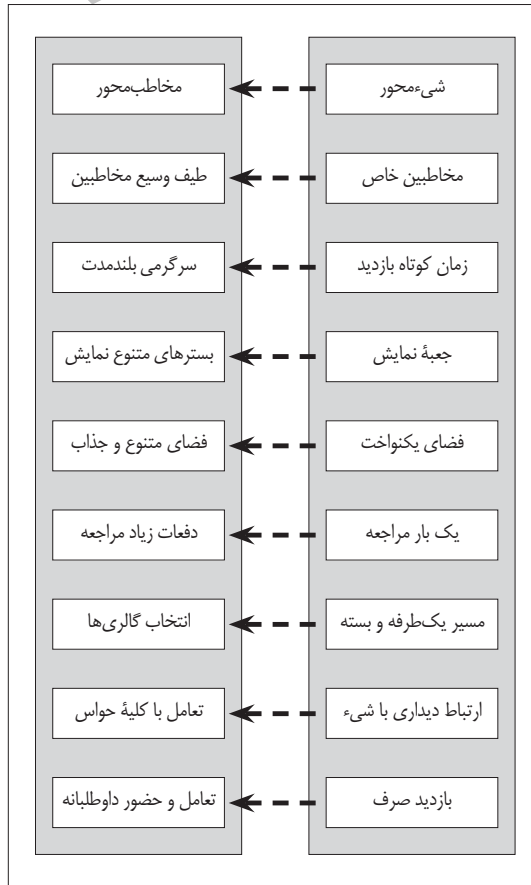
16. object based

۱۷. این تفکر هنوز هم در ایران در میان برخی موزه‌داران رایج است.

18. Z.Z. Stránský, MUSEOLOGY AND MUSEUMS Symposium, icofof study Series, p. 290.

19. person based

بخش اول طراحی سناریوی جامع موزه است. این بخش دربرگیرندهٔ رسالت ایجاد موزه، استراتژی و اهداف، بخش‌های افقی و عمودی است. بخش دوم تعیین محتوا و انتخاب موضوعی مطالب برای ارائه در موزه است. بدین صورت که در ابتدا مطالب برای ارائه در موزه تعیین و سپس اهداف یا انتظارات آموزشی مورد نظر برای ارائه هر موضوع مورد بررسی قرار می‌گیرند.^{۲۵} پرواضح است که نقش‌ها، عملکردها، و وظایفی که به شکل‌های مختلف برای موزه‌ها در نظر گرفته شده از



۲۰. منظور نگارنده در استفاده از کلمه بسته وجود مسیر یک‌طرفهٔ بازدید و دقیقاً طبق توالی ویتترین‌ها و گالری‌های نمایشی و متعاقب آن ایجاد اجبار در نحوهٔ بازدید است.
۲۱. فرزین فردانش و حسن تقوایی. گفتگوی شخصی با مولود خسروی.
۲۲. هدف بررسی نیازهای کلی و جزئی در بلندمدت و کوتاه‌مدت جامعهٔ مخاطب و تلاش برای پاسخ‌گویی بهینه به آن‌ها است.
۲۳. «موزه چیست؟»، ص ۲۴۹.

24. D.M. Zorich, "Information Policy in Museums", p. 89.

۲۵. صادق‌پور فیروزآبادی و دیگران، همان، ص ۲۹۵.

ت ۱. جمع‌بندی مهم‌ترین تحولاتی که با گذشت زمان در اثر تغییر شیوهٔ نگرش به موزه و نحوهٔ ادارهٔ آن صورت گرفته است، برگرفته از: خسروی، موزهٔ اسب در فرهنگ ایران.

سوی مخاطب‌محور^{۱۹} شدن طراحی موزه گردید.

اتفاق دیگری نیز به این حرکت شدت بخشید و آن کم شدن بودجهٔ دولتی موزه‌ها بود. بنا بر این مجموعهٔ این تغییرات آیندهٔ جدیدی را برای موزه‌های سراسر جهان رقم زد. مخاطب‌محور شدن موزه‌ها و توجه به مسئلهٔ درآمدزایی آن‌ها موزه‌داران را بر آن داشت که از انواع امکانات و خلاقیت‌ها بهره بگیرند. از این رو به تدریج جعبه‌های نمایش جای خود را به بسترهای متنوع نمایش دادند و موزه‌ها از فضاهای یکنواخت و کسالت‌آور به فضاهایی پر از نشاط و هیاهو تبدیل شدند. مسیر بسته حرکت^{۲۰} در درون موزه تبدیل به فضایی آزاد برای انتخاب گالری‌ها گردید تا جایی که بازدیدکنندگان خاص و محدود جای خود را به شمار زیادی از مخاطبین دادند و زمان کوتاه بازدید به زمانی طولانی برای گذران وقت و آزمون سرگرمی‌های جانبی موزه تبدیل گشت و به تبع آن علاقه‌مندان به جای یک بار مراجعه به هر موزه ترغیب می‌شوند که به دفعات زیاد و تحت تأثیر تبلیغات ویژه به تناسب موضوع مورد علاقه‌شان از موزه بازدید کنند^{۲۱} (ت ۱). این موضوع تا جایی رشد می‌یابد که به ملاحظات ویژه‌ای در زمینهٔ مشخص کردن جامعهٔ مخاطب موزه^{۲۲} توجه می‌شود. «بر این مینا برنامه در هر موزه‌ای، با ملاحظهٔ گسترده و دیدگاه مجموعه‌هایش، دامنهٔ فعالیت‌ها و امکانات مالی آن موزه جهت مؤثر ساختن آن‌ها معین می‌شود»^{۲۳}. و «اطلاعات هم‌تراز با مجموعه‌ها، کارکنان (موزه‌داران) و امکانات فیزیکی و مالی، یکی از دارایی‌های کلیدی موزه محسوب می‌شوند»^{۲۴} همچنین به نحوهٔ بازدید از موزه نیز توجه می‌شود که رواج دیدگاه‌های متفاوت در میان موزه‌داران مناطق مختلف در خصوص دسته‌بندی مخاطبین بر جذب مخاطبین موزه و میزان گذران وقت در محیط موزه تأثیر مستقیم خواهد گذاشت.

۲. نهاد موزه، محتوا

نظام محتوایی موزه در طراحی آن شامل دو بخش کلی است:

۲.۱. دسته‌بندی محتوایی

برای بسیاری از موزه‌شناسان موزه تنها یک ابزار در میان ابزارهای بسیاری است که ارتباط خاصی بین انسان و واقعیت را نشان می‌دهد. ارتباطی که با گردآوری هدفمند و سیستماتیک و حفاظت و مرمت آثار بیجان، مادی، متحرک، و عمدتاً سه‌بعدی، که توسعه طبیعت و جامعه را سندیت می‌بخشد، تعریف می‌شود.^{۲۰} در صورتی که بخش نمایشی هر موزه، به مثابه اصلی‌ترین بخش حضور مخاطبین، عرضه‌کننده عینی محتوای موزه قلمداد می‌گردد و برنامه‌ریزی محتوایی تعیین‌کننده نوع بروز و ظهور و دیدگاه عرضه مجموعه‌ها و نموده‌ها است. در این برنامه، با توجه به شرایط و امکانات و در نظر گرفتن جنبه‌های مختلف فعالیت‌های درون هر موزه، بخش‌های مختلفی برای دسته‌بندی فعالیت‌ها و عملکرد مناسب آن‌ها پیش‌بینی و نقش هر یک در کل مجموعه مشخص می‌شود. در این خصوص توجه به «مأموریت، اهداف، و نیازمندی‌های موزه»^{۲۱} می‌تواند زمینه‌ساز موفقیت برنامه محتوایی باشد. همچنین

مجموعه موزه برای بهره‌برداری بازدیدکنندگان گردآوری می‌شود و کار موزه‌داران آماده‌سازی و ارائه آن آثار در تالار موزه یا بخش مطالعاتی است. معرفی شیء باید چنان باشد که به آسانی ارتباط مستقیم میان آثار و بازدیدکننده برقرار کند. آثار ارایه شده در تالارهای موزه‌های مختلف ممکن است برانگیزاننده شگفتی و محرک نیروی تخیل باشند. یا آنکه حقایق علمی و فرایند علوم جدید را تشریح کنند و یا پیش‌داوری‌های گذشته را نسخ کرده، موجب بهره‌وری علمی، فرهنگی و هنری گردند و مناسب با توسعه باشند.^{۲۲}

از این رو می‌توان ادعا کرد که عمده بازتاب توجه به محتوا، به منزله زمینه تعامل نهاد موزه و مخاطبان، از طریق مجرای نمایش آثار، طراحی نمایش، و استراتژی‌های منتخب در به‌کارگیری فنون نمایش قابل دستیابی است. نقش دیگر فضاهای موزه نیز

ضرورت‌هایی منتج گردیده است که کمابیش می‌توان ریشه‌های آن را در ادوار تاریخی، سیر تحولات، و کارکردهای موزه جستجو کرد. اما فارغ از این ضرورت‌ها

با توجه به پدیده جهانی شدن همراه با رشد روزافزون دامنه توسعه و فناوری اطلاعات، احداث موزه‌ها می‌تواند گامی مؤثر در جهت حفاظت، معرفی، صیانت، بهره‌برداری، آموزش و احیای ارزش‌های والای فرهنگ و تمدن بومی، محلی و ملی بوده و مانع از زوال و فراموشی ارزش‌های فرهنگی اجتماعی اقوام و ملل و استیلای فرهنگ‌های غیر خودی گردد.^{۲۳}

درواقع نهاد موزه این ارزش‌ها را از مقام «میراث» در ذهن بازدیدکنندگان متبادر می‌کند و به فراخور نوع برخورد با موضوعات، می‌تواند روح خلاق نهفته در یکایک مخاطبان را برانگیزاند و به «آگاهی‌بخشی» و به تبع آن «حرکت فکری»^{۲۴} منجر شود. از این رو تبیین و تدوین استراتژی‌ها و رویکردهای برنامه محتوایی هر موزه به مثابه زیربنای حصول به اهداف و چشم‌اندازهای آن حایز اهمیت است. چنان‌که امروزه آثار و مجموعه‌ها هدف و مرکز توجه موزه و تفکر موزه‌ای تلقی نمی‌شوند؛ بلکه در نهاد موزه به مفاهیم و اثراتی انسانی می‌اندیشند که موجودیت آثار در چنین فرایندی جنبه ابزاری دارد و «با برگزاری برنامه‌های متنوع علمی و آموزشی زمینه ایجاد و اشاعه تفکر علمی را در جامعه فراهم می‌آورد»^{۲۵}. یکی دیگر از علل این تغییرات دگرگونی‌هایی است که در برداشت از آثار، ایجاد شده است. چرا که رشد یافتن پدیده‌ای به نام موزه و امکان بیان تعاریف متفاوت از یک اثر در موقعیت‌ها، شرایط، و برخورد با مخاطبان متفاوت منجر به برداشت‌های مختلف خواهد شد.

این مقوله سبب می‌شود که موزه‌ها در حوزه‌ای فراتر از یک پیام ثابت فعالیت نموده و همچنین گوناگونی موضوعی بسیاری از موضوعات غیر مادی و معنوی را نیز به حوزه موضوعی وارد نموده و گرایشی مفهوم‌محور در موزه‌ها شکل گیرد.^{۲۶}

۲۶. نک: مهندسین مشاور طرح محیط پایدار، مطالعات طرح ایجاد موزه‌های مختلف «طرح توسعه و بهسازی پارک جنگلی چیتگر».

۲۷. این حرکت می‌تواند در زمینه اخلاق، مذهب، هنر، میهن‌پرستی، زیباشناسی، تاریخی، و... باشد و منظور نگارنده از این عبارت ایجاد یک عکس‌العمل درونی در مخاطب است.

28. G.E. Hooper, *The Educational Role of The Museum*, p.132.

۲۹. دبیری‌نژاد، گفتگوی شخصی با مولود خسروی، آبان ۱۳۸۵.

30. A. Gregorová, *Museological Working Papers*, p. 19.

31. T. Ambrose & Crispin Pain, *Museum Basics*, p. 311.

۳۲. نوشین‌دخت نفیسی، موزه‌داری، ص ۹۷.

۳۳. مولود خسروی، *موزه اسب در فرهنگ ایران*، ص ۸۵-۸۹.
 ۳۴. شورای بین‌المللی موزه‌ها (ICOM) سازمان بین‌المللی غیر دولتی موزه‌ها و کارگزاران حرفه‌ای موزه‌ها است که بعد از جنگ جهانی و تقریباً هم‌زمان با تشکیل یونسکو برای ترویج منافع موزه‌شناسی و دیگر رشته‌های وابسته به اداره و فعالیت‌های موزه‌ها ایجاد شد.
 ۳۵. نک: رضا مصطفی‌زادگان، «سیر تحول تعریف موزه در اساسنامه ایکوم از ۱۹۵۱ تا ۲۰۰۱».

ت ۲. کارکردهای اصلی موزه، برگرفته از: همان.



که در تکمیل نقش گالری‌ها و فضاهای نمایشی رخ می‌نماید زمینه‌سازی برای حضور بیشتر و فعال‌تر مخاطبین در این نهاد اجتماعی است، این عامل از ارکان اساسی موزه تلقی می‌گردد. چرا که این فضاها به طور مستقیم و غیر مستقیم در شکل‌گیری نحوه حضور مخاطبان و جذب گروه‌های مختلف بازدیدکنندگان و به تبع آن میزان حضور آنان در موزه مؤثر هستند و هریک نقش تعیین‌کننده‌ای در حیات بخشیدن به این مکان دارند. هرچند این فعالیت‌ها بر اساس عناوین و موضوعات مورد بررسی در مبحث موزه‌ها متغیر است، ولی از منظر محتوایی و ویژگی‌ها

در یک چهارچوب کلی به ۶ گروه اصلی قابل دسته‌بندی می‌باشند که شامل عناوین نمایش، پشتیبانی نمایش، اداری و پشتیبانی، آموزشی و پژوهشی و انتشارات، رفاهی، فرهنگی و خدماتی می‌باشند.^{۳۳}

این عناوین در خصوص کیفیت‌های مورد پیش‌بینی سناریوی هر موزه بر پایه نحوه تعامل مخاطبین و کیفیت حضور ایشان در فضا و نوع عملکرد هر بخش استوار است و یک کل واحد را برای تحصیل کارکردهای اصلی موزه تشکیل می‌دهند.

۲.۲. کارکردهای اصلی موزه

با توجه به تعاریف جدید و تغییر نگرشی که در خصوص موزه صورت پذیرفته است، جایگاه موزه‌ها در جامعه و نقش آن‌ها در آموزش عمومی رفته‌رفته مستحکم‌تر و عمیق‌تر می‌گردد. در این خصوص می‌توان به طور خلاصه سه وظیفه را اصلی‌ترین رسالت موزه‌ها به منزله نهادهای آموزشی و دارای اعتباری در حد دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی برشمرد: اول ارتقادهنده دانش عمومی در چارچوب آموزش‌های غیر رسمی، دوم معرف هویت ملی و عرضه‌کننده چشم‌اندازهای توسعه، و سوم یک نهاد کمک آموزشی. این سه وظیفه در تعریفی که از سوی ایکوم^{۳۴} مطرح شد و تحت عنوان ماده ۳ در سال ۱۹۷۴م/۱۳۵۳ش به تصویب رسید، هدف‌گذاری‌های واضحی را مقرر کرد، طبق این ماده:

36. International council of museums (ICOM 2017), *Museum Definition In: Vienna Austria on August 24th*, 2007.

۳۷. تعریف اولیه موزه در سال ۱۹۵۱م/ ۱۳۳۰ش توسط ایکوم در ماده دو اساسنامه تدوین گردیده و در این تعریف آمده است: «تمامی مؤسسات دائمی که با در نظر گرفتن منافع و اهداف عام، مجموعه‌ای از عناصر واجد ارزش‌های فرهنگی را نگهداری می‌کنند (نظیر مجموعه اشیای هنری، تاریخی، علمی، و فنی یا باغ‌های گیاه‌شناسی و حیات وحش و آکواریوم‌ها) و با بهره‌گیری از روش‌ها و ابزارهای گوناگون آن‌ها را مورد مطالعه قرار داده و سعی در نشان دادن ارزش واقعی آن‌ها دارند «موزه» نامیده می‌شوند. موزه‌ها باید زمینه‌شناسی‌های بازدیدکنندگان را فراهم نمایند و برای ارتقای سطح آموزش عمومی تلاش نمایند. کلیه کتابخانه‌های عمومی و مراکز بایگانی که دارای تالارهای نمایش دائمی می‌باشند جزو موزه‌ها در نظر گرفته خواهند شد.»

۳۸. دبیری‌نژاد، گفتگوی شخصی با مولود خسروی، دی ۱۳۸۴.

39. Louise Grove & Suzie Thomas, "The Rhino Horn on Display Has Been Replaced by a Replica", p. 2.
40. Hooper, ibid, p. 221.

۴۱. انطباق بخش‌هایی از گالری‌های نمایشی یا دیگر دستاوردهای موزه-انتشارات، برگزاری کنگره، و... - با برنامه درسی آموزش و پرورش یا آموزش عالی.

همچنین نکته قابل توجه وسعت دامنه سوژه‌ها و تنوع آن‌ها است که در این مورد نه تنها «تأکید بر آموزش عمومی از نقش موزه‌ها، به عنوان مخازن [گنجینه] هنر و میراث فرهنگی، نمی‌کاهد»^{۳۹}؛ بلکه آن را به

یک واحد تحقیقاتی، فرهنگی، هنری، آموزشی که میراث‌های کشور در آن به شیوه علمی و فنی نگهداری، مطالعه، و معرفی می‌گردد^{۴۰}

ارتقا داده است که نشان‌دهنده سيطرة وسیع و واگذاری مسؤولیت‌های خطیر به این نهاد و «برنامه‌ریزی فعالیت‌های تفسیری یا تصمیم‌گیری و انتخاب راهکارهای ممکن^{۴۱} در خصوص گسترش دستاوردهای آموزشی مجموعه‌های موزه»^{۴۲} در جوامع است.

۳.۲. مخاطب‌شناسی

یک موزه بیش از هر چیز بازتابی از انسان و فعالیت اوست. مجموعه‌ای که از محیط طبیعی، فرهنگی، و اجتماعی او به زبانی ویژه سخن می‌گوید و بدین‌سان هم بر بیننده بی‌سواد و هم بر بیننده اشباع‌شده از برداشت‌های بصری اثر می‌گذارد. بنا بر این موزه کنونی یک نهاد اجتماعی در خدمت جامعه است. این جامعه می‌تواند همه ملت باشد (مانند موزه‌های ملی) و یا اهالی یک استان یا شهرستان معین. از این رو نخستین وظیفه موزه مشخص کردن جامعه مخاطب و دریافتن نیازهای آن جامعه اعم از کلی و جزئی است. به بیان دیگر

درک علایق و دغدغه‌ها، موارد مورد پسند یا ناپسند، احتیاجات و خواسته‌های عموم [مخاطبان] در ارائه موفق خدمات و توسعه موفق موزه‌ها از اهمیت حیاتی برخوردار است^{۴۳}.

همچنین

استراتژی ارتباطات در موزه بسیار مهم است. توجه صرف به ارتباط بین بازدیدکننده و آثار به نمایش درآمده کافی نیست.

اهمیت ارتباط و هماهنگی بخش نمایش، انتشار، آموزش، فهم در لحظه و بقیه مدل‌های ارتباط مستقیم با مردم، فاکتورهای ضروری هستند که ارتباط کارکنان و مردم را مشخص می‌کنند^{۴۴}.

نحوه بازدید از موزه نیز ممکن است به شیوه‌های گوناگونی باشد که در حالت کلی شامل چهار دسته کلی «خانوادگی، گروهی، انفرادی و آزاد»^{۴۵} است. در این خصوص دیدگاه‌های مختلفی در میان موزه‌داران مناطق مختلف رایج است. از جمله آن‌ها دیدگاه اروپایی است که موزه را فضایی برای تفریح و سرگرمی می‌داند. این مسئله نه تنها به عنوان یک دیدگاه اهمیت دارد؛ بلکه برای زنده نگهداشتن محیط موزه هم مهم است و لازم است که مخاطبین موزه با فضا، موضوعات، و اشیاء با بهره‌گیری از تکنولوژی‌های پیشرفته ارتباط برقرار کنند. در واقع می‌توان گفت «کاربرمحور»^{۴۶} بودن موزه از نظر کارکنان، هنرمندان، و بازدیدکنندگان بسیار اهمیت دارد.^{۴۷}

از سوی دیگر، طبق پژوهش‌ها و مصاحبه‌های نگارنده نحوه برقراری ارتباط با موزه و کیفیت آن نیز بسیار تعیین‌کننده است که به طور کلی می‌توان مخاطبین موزه را به دو گروه اصلی عام و خاص تقسیم کرد که مخاطبان عام در گروه خود بسیار متنوع هستند و باید به ویژگی‌های سنی، جنسی، فرهنگی و زبانی آنها توجه داشته باشیم. مخاطبان خاص شامل سه گروه اصلی کودکان، معلولین، و پژوهشگران هستند^{۴۸}.

بر این اساس مراجعین موزه شامل دو دسته می‌شوند: افرادی که مایل به کسب تجربیات شخصی از موزه هستند و کسانی که متمایل به بازدید گروهی و انتقال تجربیات خود هستند. اما گروه دوم شامل موارد متفاوتی نیز هست:

کسانی که به صورت گروهی—مثلاً در قالب گروه‌های مدرسه‌ای—به موزه می‌آیند، تنها عده‌ای به موزه علاقه دارند و ممکن است همه آن‌ها با آنچه در موزه به نمایش درآمده ارتباط برقرار نکنند. به همین علت لازم است سرویس‌های متفاوتی

42. G. George & C. Sherrell-leo, *Starting Right, A Basic Guide to Museum Planning*, pp. 84-86.

43. Ambrose & Pain, *ibid*, p. 26.

44. D. Littlefield, *Metric Handbook*, p. 28: 3.

۴۵. روحانی، رضا، سخنرانی در دانشگاه شهید بهشتی، بهمن ۱۳۸۰.

46. user familiar

۴۷. جونکو تانیکوچی، گفتگوی شخصی با فرزین فردانش و مولود خسروی، اسفند ۱۳۸۴.

۴۸. رضا دبیری‌نژاد، گفتگوی شخصی با مولود خسروی، بهمن ۱۳۸۴.

۴۹. جونکو تانیکوچی، گفتگوی شخصی با فرزین فردانش و مولود خسروی، اسفند ۱۳۸۴.

ت ۳. جدول دسته‌بندی بازدید گروه‌های مخاطب، تدوین: نگارنده.

| ویژگی‌ها جسمی و حواس | انواع بازدید | | | شرایط تردد | | | تحصیلات مخاطبان | | | | گروه سنی | |
|---|--------------|---------|-----------|------------|------|-------|-----------------|----------|--------|---------|-------------|-------|
| | گروهی | انفرادی | مجموعه‌ای | بزرگسال | کودک | متوسط | متخصص | دانشگاهی | متوسطه | ابتدایی | | پسران |
| ارائه توضیحات ارتفاع دید تسلط پانویس‌ها تجربه‌ها فعالیت‌های جنبی | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |

برای جمعیت مراجعه‌کننده در نظر گرفته‌شود.^{۴۹}

به دیگر سخن نهاد اجتماعی موزه می‌تواند بسترساز تعامل مخاطبان فراتر از بازدید از گالری‌ها و گذران وقت در بخش‌های جنبی، آن هم در بیش از یک بار مراجعه، باشد. از این رو تنوع گسترده‌ای از رسانه‌ها در گالری‌های موزه‌ای، برای سهولت ارتباط با بازدید عموم، نمایش گرافیکی، صوتی تصویری، تئاتر، ویدئو، گرافیک رایانه‌ای، دورنما و مدلسازی و کارمحیطی استفاده می‌شود.^{۵۰}

فعالیت و عملکردهایی که به ارتباط با مخاطبین منجر می‌شود می‌تواند به صورت مستقیم یا غیر مستقیم و همچنین حضوری یا غیر حضوری صورت‌گیرد و برقراری این نوع ارتباط با مخاطبین می‌تواند جمعیت بسیاری را با موزه و فعالیت‌های مرتبط و به صورت مستمر سرویس‌دهی کند. جدول دسته‌بندی بازدید مخاطبان (ت ۳) برای توجه به فاکتورهای مؤثر بر بازدید در همه گروه‌های سنی به تلخیص تهیه شده است.

در واقع موزه از خلال ارزش‌هایی که آن‌ها را در بر می‌گیرد و به بیان‌های گوناگون درمی‌آورد، منظری عینی از جمال سه‌بعدی را در ذهن بینندگان خود متبادر می‌کند و به آنان امکان می‌دهد روح نافذ خویش را در مورد میراث خودشان و سایر مردمان به کار بندند و از این راه سلیقه خود را شکل بخشند و در مقام ضامن تداوم فرهنگ، نقش خود را در آفرینش پیگیر عادات تازه فرهنگی ایفا کنند.

۳. نهاد موزه، کالبد

تغییرات جایگاه امروزی موزه‌ها و مبدل شدن بسیاری از آن‌ها به شاخصه‌هایی منطقه‌ای، ملی، مذهبی، و سیاسی، موزه‌ها را به مکانی فراتر از محل نگهداری، و نمایش آثار در جوامع مختلف مبدل کرده است.

جدا از نقش فرهنگی و اجتماعی موزه‌ها، نقش اقتصادی آن‌ها در

جلب توریست و همچنین نقش سیاسی موزه‌ها در تبلیغ و القای تفکرات خاص بسیار حائز اهمیت و پیچیده است.^{۵۱}

به طور کلی کالبد هر موزه، در عین انسجام یا تفکیک فضاهای باز و محصور، می‌تواند یکی از عوامل مؤثر بر مخاطب باشد که در این خصوص استراتژی هر موزه کیفیت‌ها و قابلیت‌های مخصوص به خود را دارد و به نحوی عناصر موجود در سایت مجموعه را تبیین می‌کند. بنا بر این شایسته است که اهمیت تک‌تک فضاها در برقراری ارتباط با مخاطب به اندازه فضاهای داخلی گالری‌های نمایشی مد نظر باشد. از آنجا که پیدایش موزه‌ها در نقاط مختلف جغرافیایی و اقلیمی، درون یا بیرون شهرها، سایت‌های تاریخی، و... صورت گرفته و خواهد گرفت، مواجهه مخاطب با سایت و ساختمان موزه نیز می‌تواند قبل یا بعد از دیدن آثار و ورود به گالری نمایشی اتفاق بیفتد، در نتیجه با وجود این تنوع و ویژگی‌های منحصر به فرد در انواع موزه‌ها، دسته‌بندی موزه‌ها بر اساس کالبد کمی دشوار به نظر می‌رسد.

۳.۱. تنوع کالبدی موزه

با توجه به اینکه «موزه نیز همانند بسیاری از نهادهای مدرن در ماهیت و کارکرد ساختاری چندگانه دارد، معماران نیز برای

۵۱. نیما طالبیان و دیگران، موزه، ص ۱۲.

۵۲. نک: مولود خسروی، «بررسی ویژگی‌های مؤثر در ارتقای کیفی و کمی طراحی معماری موزه».

53. S. Macleod, *Museum Architecture: a New Biography*, p. 13

۵۴. شایان ذکر است که عمده ویژگی‌هایی که در عین وحدت رویه کلی موزه‌ها در تعاریف و عملکردها، مرتبط با حیات موزه‌ها و محبوبیت آن‌ها می‌شود به نحوی متأثر از سازمان‌دهی کالبدی آن‌ها است.

۵۵. مبنای این دسته‌بندی بر اساس مطالعات نگارنده و بازدید از موزه‌های مختلف است و به دلیل شاخص کردن نحوه برخورد با موضوع موزه از دیدگاه طراحان معماری مورد توجه قرار گرفته است.

۵۶. نامعلوم، «گنجینه‌های تماشایی»، ص ۳۴.

57. pantheon temple

۵۸. بنای پانتئون از گونه‌ای ساده‌ی پرهیبیت در مقیاس بزرگ برخوردار است. بر فراز اندرون مدورش گنبدی نیم‌کره‌وار به قطر ۴۳ متر زده‌اند که فاصله نوک گنبد از کف پانتئون نیز ۴۳ متر است. دیوارهای نگه‌دارنده گنبد بسیار ضخیمند و در سطحشان فرونشستگی‌های مستطیل و نیم‌دایره یک در میان ایجاد شده است، که بر بالای هر کدام طاقی هلالی زده شده تا فشار حاصل از گنبد را به جرزهای عظیم سنگی منتقل کنند و محراب‌هایی برای قرار گرفتن خدایان تجلی هنرها و دانش‌ها پدید آورد.

نشان دادن توانایی‌ها و قدرت خلاقه خود، علاقه‌مند به طراحی موزه و امکان نوآوری خلاقیت بیشتر نسبت به ساختمان‌ها و کاربری‌های دیگر بوده و هستند.^{۵۲} چنانچه «ایده‌های بسیار متفاوتی از گفتمان‌هایی که حول پروژه‌های بزرگ به گردش درمی‌آیند و در نگاه اول می‌تواند غیر ممکن و آشتی‌جویانه به نظر برسد، در موزه‌ها تشخیص یافته‌اند».^{۵۳} در این باره همان‌طور که گذشت زمان در شکل‌گیری و تحولات آثار معماری و شهرسازی کاملاً مشهود است، تحولات کالبدی موزه‌ها نیز به طوری ملموس تحت تأثیر ادوار تاریخی و تعاریف جامعه‌شناختی است. از این رو به نظر می‌رسد با اینکه امروزه نقش اساسی موزه‌داران و فعالیت‌های گسترده آن‌ها در حیات موزه‌ها انکارنشده است، تنوع بسیار زیاد کالبد موزه‌ها و نحوه شکل‌گیری آن‌ها، به مثابه یکی از فاکتورهای جاذب مخاطبان^{۵۴} و تشخیص یافتن هر موزه، بسیار مورد توجه است. از این رو نگارنده در یک دسته‌بندی بسیار کلی موزه‌های محصور بر اساس کالبد خود را به هفت دسته اصلی^{۵۵} تقسیم کرده است:

– یک. موزه‌های اولیه، که با کارکرد «مقر موزه‌ها» از ابتدا به نام «موزه» موجودیت یافته‌اند. درواقع «معبد خدایان هنر، شعر و موسیقی، که بر فراز تپه‌ای در آتن قرار داشت، نخستین موزه‌ای است که در تاریخ موزه‌ها از آن‌ها نام برده می‌شود».^{۵۶} به این صورت نام موزه برگرفته از موزه‌ها خدایان یونان باستان – به مفهوم محل ستایش هنر و دانش وارد فرهنگ جوامع می‌شود. این معابد که در گذشته، به خاطر محل نیایش و ستایش موزه‌ها بودن، رونق و سلسله‌مراتب خاصی داشته‌اند، امروزه نیز به دلیل جاذبه تاریخی بناها و سناریوی حیات آن‌ها مورد بازدید عموم هستند، به طور مثال می‌توان به معبد پانتئون^{۵۷} در رم^{۵۸} و یا موزه معبد آتنا^{۵۹} در آکروپولیس آتن^{۶۰} اشاره کرد. اغلب این موزه‌ها سه ویژگی دارند:

– اغلب در میان محوطه یا بافت تاریخی متشکل از یک مجموعه بنا قرار دارند و گالری‌های نمایشی آن‌ها همان فضای داخلی معبد است.

– گالری نمایشی آن‌ها اغلب دارای فضای نسبتاً یکپارچه است و تفکیک‌های فضایی متعدد در آن‌ها دیده نمی‌شود.

– آثار نمایشی آن‌ها همان مجسمه‌های خدایان هستند که، به دلیل پیوند محکم فرم و ابعاد با بنا، همخوانی زیادی با بنا و تزئینات آن دارند.

– دو. موزه‌هایی که تحت تأثیر معماری رایج موزه طراحی شدند^{۶۱} که یادآور مکان عبادت بودند.

این نوع بناها در اذهان عمومی تأثیر عمیقی داشته و اولین تصاویری هستند که با شنیدن کلمه موزه در ذهن اشخاص به وجود می‌آیند. بناهایی که بر صفا قرار گرفته، دارای ورودی ستون‌دار و پله‌های عریض و بزرگ بوده و ستوری در بالای ورودی قرار گرفته است.^{۶۲}

این بناها به دلیل معماری خاصشان حس عبادتگاه را در فرد ایجاد می‌کنند؛ اما در اوایل قرن نوزدهم، به دلیل ایجاد حس حقارت در انسان آن زمان، مورد انتقاد برخی صاحب‌نظران بودند^{۶۳} و به نحوی نامطلوب تلقی می‌شدند. به طور مثال می‌توان به موزه بریتانیا^{۶۴} (Montague House) و موزه‌های متأخر از این دست^{۶۵}، موزه آلتس^{۶۶} اشاره کرد. این موزه‌ها به طور کلی سه ویژگی دارند:

– تشابه بسیار زیاد میان این موزه‌ها و بناهای مذهبی باعث ایجاد حس تشریفات و فرود آوردن سر تسلیم در مقابل بنای موزه و به طور کلی قرارگیری در جو سنگین سکوت و... به صورت ناخودآگاه است که ممکن است مخاطبان را معذب کند.

– اغلب اشیای به نمایش درآمده متعلق به گذشته و متنوع است.

– با توجه به تغییراتی که در تعاریف موزه و نحوه نمایش اشیاء صورت گرفت، اغلب این موزه‌ها به علت نداشتن فضای کافی (در پی تغییرات اساسی جامعه‌شناختی در تعریف موزه) برای نمایش مجموعه‌ها گسترش ساختمانی یافته‌اند.

– سه. موزه‌هایی که در کاخ‌های قدیمی و بناهای نسبتاً عظیم محوطه‌های تاریخی مستقر هستند. جمع‌آوری این آثار معمولاً

59. The Temples of the Museum of the Goddess Athena

۶۰ پارتئون پرستشگاه یکی از الهه‌های یونان به نام آتنا است (الهه عقل و خرد و جنگ) که در قرن ۵ قبل از میلاد توسط مردم آتن ساخته شده است. این معبد مهم‌ترین بنای باقی‌مانده از یونان باستان است.

ت ۴ و ۵. موزه لوور (راست) و کلسئوم (چپ)، مسقف کردن حیاط‌های میانی، ایجاد دیواره‌ها (پنل‌های سبک) برای کنترل شرایط محیطی بخصوص نور طبیعی، راهنمایی مخاطبان، و نمایش ویدئو، عکس‌ها از مولود خسروی، پاریس و رم، تابستان ۱۳۸۹.



به چشم می‌خورد، ویژگی‌های سازه و معماری و تزیینات خود کاخ‌ها و بناها نیز برای مخاطبان جذابیت دارد (ت ۴ و ۵).

- چهارم. کاخ‌های سلطنتی که تبدیل به موزه شده‌اند و از ابتدا خود بنا، تزیینات، مبلمان، و محوطه آن‌ها با تغییرات اندکی به معرض نمایش درآمده‌اند. در این کاخ- موزه‌ها عموماً جزئیات فاخر بنا یا بناها و مبلمان و تزیینات و محوطه آن‌ها برای مخاطبان جذابیت دارد. در این قبیل بناها مبلمان خود بنا با چیدمان‌های مختلف در فضاهای مختلف کاخ‌ها به نمایش درمی‌آیند و اغلب فضاهای خدماتی یا تأسیساتی فاقد کیفیت‌های نمایشی و تزییناتی، جهت رفاه مخاطبان، با تغییراتی به کار گرفته می‌شوند. به طور مثال می‌توان به کاخ ورسای^{۷۴} در ورسای، کاخ پترهوف^{۷۵} در سنت پترزبورگ و کاخ نیاوران تهران اشاره کرد.^{۷۶} این کاخ- موزه‌ها به طور کلی سه ویژگی دارند:

- اغلب دارای محوطه سبز با کیفیت و جذاب هستند و ساختمان کاخ بسیار شاخص شده است. و به دلیل اهمیت یافتن جزئیات و تاریخچه فضاهای باز و بسته، همه فضاهای داخلی و محوطه کاخ گالری‌های نمایشی محسوب می‌شوند و مخاطبان تمایل

از دوره سوم ادوار تاریخی موزه و برای ارسال هدایا به پادشاهان و سرگرمی ساکنان کاخ‌ها صورت می‌گرفت و بنا بر آنچه در خصوص دوره چهارم در بررسی ادوار تاریخی موزه گفته شد، تکمیل تعاریف مدرن در خصوص مشارکت و حقوق تک‌تک افراد جامعه منجر به تعلق میراث گذشتگان و گنجینه‌های درون کاخ‌ها به عموم و به رسمیت شناختن این بناها با عنوان محل نگهداری و بازدید گنجینه‌ها گردید. چنان‌که امروزه نیز برخی موزه‌های معتبر دنیا درون کاخ‌های قدیمی مشغول فعالیت هستند و اغلب به نام کاخ‌ها نام‌گذاری شده‌اند. این فضاها به‌مرور و هم‌راستا با تحولات موزه‌ها دچار دگرگونی‌ها و تغییراتی در جهت حصول کیفی و کمی کارکردهای اصلی بخصوص در سازمان‌دهی دسترسی‌ها و گالری‌های نمایشی موزه شده‌اند و اغلب آن‌ها همه تلاش خود را برای پاسخ‌گویی به مخاطبان و کسب رضایت ایشان به کار بسته‌اند. برخی از آن‌ها نیز به خاطر فعالیت‌های مستمر و تبلیغات وسیع و اقدامات درخور توجه مخاطبان محبوبیت بسیار زیادی در سطح بین‌المللی دارند که به طور مثال می‌توان به گالری داخل آمفی‌تئاتر کلسئوم^{۶۷}، موزه واتیکان^{۶۸}، و موزه لوور^{۶۹} اشاره کرد.^{۷۰} در واقع «موزه لوور^{۷۱} به عنوان مهم‌ترین موزه^{۷۲}»ی این شاخه شناخته می‌شود. اغلب این موزه‌ها سه ویژگی اصلی دارند:

- اغلب در میان بافت تاریخی شهر قرار دارند و گالری‌های نمایشی آن‌ها در فضای داخلی بنا محصور شده است.
- گالری‌های نمایشی آن‌ها در اکثر موارد اشیای تاریخی را در خود جای داده‌اند.
- روی موضوع خاصی تمرکز ندارند و دارای تنوع در مجموعه‌های خود هستند.

از این رو مخاطبین بین آثار به نمایش درآمده و ساختمان موزه دوگانگی چندانی حس نمی‌کنند و هرچند برای تردد، استراحت، ورود و خروج مخاطبان و یا نمایش بهتر و نگهداری مناسب آثار تغییراتی^{۷۳} بدون خدشه‌دار کردن چهره اصلی بنا در فضای آن‌ها

۶۱ لازم به ذکر است که دسته دوم و سوم از نظر زمانی تقریباً در یک دوره هستند.

۶۲ الهام حاتمی گلزاری، «معماری موزه در گذر زمان»، ص ۳۷.
۶۳ به طور مثال روزنامه‌نگار فرانسوی مارینتی (Marinetti) در ۱۹۰۹ ضمن ابراز تفکرات انتقادی خود در روزنامه فیگارو (Figaro) می‌نویسد: «موزه‌هایی را که مخفیگاه بازماندگان مقدس گذشته هستند، ویران خواهیم کرد».

۶۴ این موزه در ۱۷۵۴ در بومزبری (Boomsbury) بنیان گذاشته شد و تاکنون با کمک طرح‌های توسعه به کار خود ادامه داده است.

۶۵ موزه آتس در ۱۸۲۳ توسط معمار آلمانی کارل فردریش شینکل (Karl Fredrich Shinkel) در برلین بنیان نهاده شد.

66. Altes Museum

67.

Colosseum Amphitheatre

68. Vatican Museum

69. Louvre Museum

۷۰. مطالعات میدانی نگارنده در موزه‌های نام‌برده حاکی از حضور همه گروه‌های سنی و ایجاد همه شرایط تردد و فضاهای خدماتی برای مخاطبان است. هرچند خدمات فراتر از معمول (دستیابی به پژوهش‌ها و اطلاعات تخصصی)، به‌خصوص در موزه لور، با پرداخت هزینه یا معرفی از سوی مؤسسات پژوهشی امکان‌پذیر است، ولی موجبات رضایتمندی مخاطبان به نحوی فراهم می‌شود.

دارند زمان زیادی را در آن بگذرانند.

- مبلمان و اشیای به نمایش درآمده فضا را آرایش و شکل‌های اولیه آن را نمایش می‌دهند.

- اشیای موزه شامل مبلمان فضا، وسایل، البسه، و هدایای دریافتی خانواده سلطنتی است و از این رو مجموعه‌های آن‌ها متنوع است.

- پنج موزه‌هایی که، بعد از تحولات جامعه‌شناختی، با عنوان موزه طراحی شده‌اند و در مجموعه‌های آن‌ها تنوع یا تمرکز هست. در این قبیل موزه‌ها اغلب به دلیل پیش‌بینی نمایش آثار و بازدید مخاطبان، تأسیسات و زیرساخت‌های نسبتاً مناسب هست، ولی بسترهای متنوع نمایش و حضور فعال مخاطبان در آن‌ها به چشم نمی‌خورد. گالری این موزه‌ها بیشتر جنبه نمایشگاهی دارد و آثار آن‌ها در جعبه‌ها و ویتترین‌های قدیمی و اغلب بدون توجه به ظرافت اشیا و نورپردازی مناسب نمایش داده می‌شوند. به طور مثال می‌توان به موزه تاریخی دولت^{۷۷} در مسکو^{۷۸} یا موزه ملی ایران^{۷۹} اشاره کرد.^{۸۰} بیشتر این موزه‌ها سه ویژگی اصلی دارند:

- قبل یا در آستانه رشد و پیشرفت علم و تکنولوژی احداث شده و هنگام تأسیس از تجربیات عملی دانش موزه‌داری به منظور به‌کارگیری ابزارهای نمایش و نورپردازی گالری‌های نمایشی و...، همچنین روش‌های دسته‌بندی و نگهداری اشیا بخصوص در مخازن و گنجینه‌های خود بی‌بهره مانده‌اند.

- گالری‌های نمایشی و تمرکز حضور مخاطبان اغلب در فضای بسته یک ساختمان است، که موزه را در بر گرفته است.

- نمایش و برقراری ارتباط با مخاطبان صرفاً از طریق بازدید اشیا اتفاق می‌افتد.

- شش موزه‌هایی که در سایت‌های باستانی یا مجاورت آن‌ها مستقر هستند. برخی از این سایت‌ها در خارج از شهرها و برخی، به دلیل توسعه شهرها، در میان شهر واقع شده‌اند. اغلب در این موزه‌ها از برپایی اجزای به جا مانده از بناهای کهن و به

کمک تکنولوژی سازه‌ای و مطالعات معماری سعی در بازسازی چهره نسبتاً واقعی بنا می‌شود و در بعضی موارد به نام واقعی بنا نام‌گذاری نمی‌شوند. به طور مثال می‌توان به کاخ ملکه^{۸۱} در مجموعه پرسپولیس اشاره کرد^{۸۲} که به نام موزه تخت جمشید شناخته می‌شود. ویژگی‌های این نوع:

- در بیشتر موارد تنها به ایجاد گالری‌های نمایشی در فضای داخلی بازسازی‌شده بنا، اکتفا شده است و پشتیبانی‌های استاندارد موزه‌داری در آن‌ها دیده نمی‌شود.

- در گالری‌های نمایشی آن‌ها در اکثر موارد اشیای به‌دست‌آمده از حفاری‌های درون سایت را جای داده‌اند.

- تمرکز آن‌ها بر معرفی و برقراری ارتباط با تاریخ باستانی سایت موزه است و نظم آن‌ها در عرضه آثار، تابع اشیای موجود در مجموعه آن‌ها است.

- هفت موزه‌هایی که پس از عرضه تعاریف نوین موزه از ابتدا همگام با تحولات موزه، در ردیف یک نهاد اجتماعی طراحی شده‌اند و اغلب روی موضوع خاصی متمرکز و دارای مجموعه‌های متنوع و مرتبط هستند. شاید نتوان ادعا کرد که این دسته از موزه‌ها از نظر عملکردی و کارایی از دیگر موزه‌ها موفق‌تر هستند؛ اما آنچه بیش از هر چیز در این موزه‌ها خودنمایی می‌کند، برقراری ارتباط با مخاطب از طریق بسترهای متنوع نمایش است که اغلب بر پایه هنر مفهومی و تأثیر چندجانبه^{۸۳} آن بر مخاطب شکل گرفته‌اند. این نسل نو از موزه‌ها را به طور کلی می‌توان شامل دو گروه اصلی دانست که دو تفاوت فاحش آن‌ها در بهره‌گیری از تکنولوژی نمایشی و پشتیبانی آن و کارکردهای مکمل موزه در جلب مخاطبان عام و خاص است.

- گروه اول نسل نوی موزه‌ها، به دلیل تقدم در ساخت، کمتر از رهنمودهای جامعه‌شناسانه مبنی بر داشتن فضاهای آموزشی و پژوهشی مکمل و آثار پیشرفت علوم موزه‌داری در نحوه ارائه و نگهداری اشیا در مخازن بهره‌مند شده‌اند. شاید شناخته‌شده‌ترین موزه در گروه اول نسل نوی موزه‌ها را در ایران بتوان موزه

۷۱. ساختمان این موزه قبل از انقلاب کبیر فرانسه یکی از کاخ‌های سلطنتی بوده که در آن آثار با ارزش هنری (با عنوان موزه سلطنتی) نگهداری می‌شد. پس از انقلاب کبیر در سال ۱۷۸۹ موزه و آثار موجود به مردم فرانسه اهدا شد و در سال ۱۷۹۳ تبدیل به موزه ملی فرانسه شد. ۷۲. حاتمی گلزاری، همان، ص ۳۶. ۷۳. هرچند این تغییرات بسیار ظریف و جزئی به نظر می‌رسند، اما به دلیل رعایت دکترین‌های مرمتی و استانداردهای حفاظت و پشتیبانی نمایش لازم است طراحی بسیار کارآمد و پاسخ‌گو داشته باشند.

74. Palace of Versailles

75. Peterhof Palace

۷۶. مطالعات میدانی نگارنده حاکی از آن است که این کاخ‌ها به سبب ویژگی‌های خاص معماری بنا، محوطه، و مبلمان، در دوره تاریخی مربوطه، با همان فرم اولیه نگهداری می‌شوند. هیچ‌گونه شیء دیگری به مجموعه آن‌ها اضافه نمی‌شود و تنها اشیای نمایشی آن‌ها مبلمان اختصاصی مربوطه است.

77. исторический музей

۷۸. در واقع موزه اصلی ملی روسیه است که در آن اشیای بسیار متنوع از کل تاریخ روسیه دیده می‌شود.

۷۹. نحوه دست‌بندی و کیفیت نگهداری اشیاء در مخزن موزه ملی ایران و چگونگی عرضه آثار در گالری‌های نمایشی آن، بدون توجه به پیشرفت‌های صنعت موزه‌داری و تعریف کنونی نهاد موزه صورت می‌گیرد.

- در بخش‌هایی از موزه رد پای مخاطبان دیده می‌شود و آثار تعامل ایشان به منزله حامیان اصلی حیات موزه محسوس است. - شرایط سهولت حرکت بازدیدکنندگان و جابه‌جایی آن‌ها به طور مطلوب پیش‌بینی شده و مسیرهای حرکتی به صورت انتخابی و مرتبط با سناریو تعبیه شده‌اند.

به نظر می‌رسد که شاخص‌ترین عنصر در این دسته‌بندی‌ها شیوه برخورد با موضوع موزه از دیدگاه طراحان معماری و سازمان‌دهی و خلق کردن فضایی با موضوع موزه است، موضوعی که قبل از اقدام ایشان مطرح نبوده و یا قابلیت‌های کنونی را نداشته است. در این دسته‌بندی معماری در موزه‌های دسته دو، سه، چهار و شش، که اشیای آن‌ها معمولاً ارزش باستانی و تاریخی بسیاری دارند، سازمان‌دهی کالبدی و پردازش فضا برای تطابق با نمایش آثار، هرچند به صورت ناملموس، نقش ویژه‌ای دارد. حال آنکه در معماری موزه‌های دسته‌های پنج و هفت طراحی و سازمان‌دهی فضا به منظور ایجاد فضای مناسب موزه در دستور کار طراح قرار می‌گیرد و پرواضح است که نحوه صحیح عملکرد ایشان در پردازش سناریو و تطابق محتوا و کالبد مهم‌ترین زمینه‌ساز موفقیت موزه است. بدین ترتیب در بعضی موارد بخصوص نمونه‌های اولیه (دسته دو) الگوبرداری از فضاهای متداول وقت بسیار معمول است و تلاش برای نوآوری و تدقیق در پاسخ‌گویی طراحی به خرده‌عملکردها و فضای مورد نیاز آن‌ها بسیار ضعیف و بعضاً ناکارآمد است که این موضوع را می‌توان متأثر از تکمیل تدریجی تعریف موزه و پیدایش مفاهیم جدید در نحوه نمایش دانست. هرچند باید اذعان کرد که شکل‌گیری کالبد‌های متنوع در موزه‌ها، بدون توجه به فاکتورهای مؤثر بر همخوان‌سازی کالبد و محتوا، همواره، بخصوص در موزه‌های نسل نو، پیامدهای بسیار ناخوشایندی در حیات موزه، تشخیص آن، و جلب مخاطبان دارد.

۳.۲. طراحی معماری موزه

بنا بر آنچه مطرح شد، نهاد موزه، به دلیل تقرب به تعاریف

هنرهای معاصر تهران^{۸۴} دانست. این موزه‌ها به طور کلی چهار ویژگی اصلی دارند:

- دارای تنوع در بسترهای فضای نمایش، به صورت نیمه‌باز، باز، و بسته و متعاقب آن سکانس‌های متنوع نمایش هستند.

- به عوامل محیطی و کنترل آن‌ها در طراحی و سامان‌دهی کیفی فضاها بخصوص گالری‌های نمایشی توجه شده است.

- پتانسیل استفاده از فنون مدرن نمایش و فاکتورهای مؤثر بر سازمان‌دهی آن‌ها در گالری‌های نمایشی تعبیه شده است.

- شرایط سهولت حرکت بازدیدکنندگان و جابه‌جایی آن‌ها^{۸۵} در فضا اغلب به طور مطلوب پیش‌بینی شده و مسیرهای حرکت به صورت انتخابی تعبیه شده‌اند.

- گروه دوم نسل نوی موزه‌ها نیز از آنجا که از ابتدا با عنوان نهاد موزه طراحی شده‌اند، علاوه بر تمرکز بر موضوع، در عین نمایش مجموعه‌های متنوع و مرتبط، از فنون نوین نمایش و به‌کارگیری انواع رسانه‌ها برای تحریک حواس و ارتباط تنگاتنگ با مخاطب در آن‌ها بهره گرفته‌اند. ساختمان برخی از آن‌ها نیز نمادین است و چهره‌ای مجسمه‌وار یا شاخص دارند. به طور مثال می‌توان از موزه گوگنهایم^{۸۶} در بیلباو^{۸۷} و یا موزه یهود^{۸۸} در برلین^{۸۹} نام برد. باغ-موزه دفاع مقدس^{۹۰} در ایران نیز با هدف ایجاد این گروه از موزه‌ها^{۹۱} شکل گرفته است. به طور کلی دارای چهار ویژگی اصلی هستند:

- علاوه بر تنوع در بسترهای فضای نمایش، دارای سکانس‌های همگام با سلسله‌مراتب سناریو (فضاهای باز و نیمه‌باز و بسته) منطبق بر کیفیت نمایش و خوانایی محسوس هستند.

- به فرم کلی موزه در مواجهه با مخاطبان، عوامل محیطی و کنترل آن‌ها در طراحی و سامان‌دهی کیفی فضاها بخصوص گالری‌های نمایشی و به‌کارگیری آن‌ها در تحریک حواس مخاطبان توجه شده است.

- علاوه بر ایجاد پتانسیل استفاده از فنون نمایشی و فاکتورهای مؤثر بر آن در نمایش آثار، بخش‌هایی از سناریو بر عرضه مفهومی، مجازی، و تکنولوژیک استوار است.

۸۰. بنا بر مطالعات میدانی نگارنده این موزه‌ها با وجود محبوبیت و غنای نسبی، به دلیل نمایش دائمی اشیای مشخص و استفاده نکردن از تکنولوژی و ایجاد تنوع چشمگیر در امر نمایش، کمتر و شاید تنها یک بار مورد بازدید مردم بومی قرار می‌گیرند. توجه و استقبال گروه‌های مدرسه‌ای و جهانگردان از آن‌ها بیشتر است. ۸۱. بر درگاه‌های این کاخ که بخش اعظمش در آتش اسکندر مقوننی سوخت، نقش‌هایی از ورود پادشاه به همراه خدمه‌ی خواجه به تالار مرکزی و نیز صحنه نبرد پادشاه با هیولایی افسانه‌ای حک شده است. دو کتیبه جانشینی و دیوان خشایارشا که از این کاخ کشف شده بود، در موزه ایران باستان است. ۸۲. مطالعات میدانی نگارنده حاکی از برپایی این ساختمان بر اساس اسناد تاریخی و با کمک بخش‌های جزئی باقی‌مانده از آن است و درواقع سعی بر ایجاد یک گالری نمایشی محفوظ بوده است که بسیاری از زیرساخت‌های موزه در آن به چشم نمی‌خورد. ۸۳. منظور نگارنده از عبارت «چندجانیه» بهره‌گیری از همه ابعاد فضا در عین تحریک هرچه بیشتر حواس پنج‌گانه مخاطب است. ۸۴. این موزه را کامران دینا طراحی و در سال ۱۳۵۶ شروع به کار کرده است. ۸۵. اغلب این فضاها با پله‌های برقی، رمپ‌ها، و آسانسورها برای همه گروه‌های مراجعین قابل استفاده هستند. ۸۶. ساختمان مجسمه‌وار این موزه که الهام ایده‌پردازی آن را دو مورد کوهستان بیلپاتو (عنصر شاخص شهر بیلپاتو) و یا بازتاب نور در

و تحصیل دستاوردهای مورد انتظار، ناگزیر از پذیرش ظرف زمانی و مکانی در یک قالب مادی است و چه بسا اگر این کالبد مناسب و در راستای برنامه محتوایی شکل گیرد، نقش مهمی را در ایجاد تعامل هرچه بیشتر میان موزه و مخاطبان خواهد داشت. از این رو پرداختن به وجه معماری بنای موزه خود شایسته توجه ویژه‌ای است تا آنجا که فیلسوف بزرگ ویتگنشتاین میان معماری و ساختمان تمایز جدی قائل می‌شود. در دفتر یادداشت‌های شخصی او آمده است:

معماری همواره به چیزی کرامت و جاودانگی می‌بخشد. بنا بر این در جایی که چیزی برای کرامت بخشیدن نیست معماری نمی‌تواند وجود داشته باشد... معماری اشارت است. هر حرکت هدف‌دار بدن انسان اشارت نیست. هر بنایی هم که برای مقصودی طراحی شده باشد معماری نیست.^{۹۲}

درواقع «معماری هنر شکل دادن و مکانت بخشیدن به فضا است. تأثیرات شگرف تربیتی، روان‌شناختی و فرهنگی این پدیده که در خلوت و جلوت، روز و شب انسان را در بر گرفته انکارناشدنی است».^{۹۳} چنان‌که در برخی مقالات «تمرکز مشخص بر ساختارهای سمبلیک و بافت شهر»^{۹۴} را عامل شناسایی یک موزه در جایگاه اثر معماری دانسته‌اند. و این خود مؤید پیچیدگی نحوه برقراری ارتباط با معماری در عین ملموس بودن آن است. هرچند در تعریفی که از یک معماری بیان می‌گردد، در عین توجه به کل‌گرایی، همه جزئیات، بخش‌ها و دسته‌های مختلف فضایی و عملکردی به گونه‌ای تفکیک‌ناپذیر جای گرفته است، آنچه مسلم است تفکیک کردن موزه به بخش‌ها و دسته‌های مختلف محتوایی و عملکردی و همچنین خلق کیفیت‌های مختلف در عرضه آثار و طراحی نمایش، صورت مسئله‌ای چندوجهی و متنوع را پیش روی طراح قرار می‌دهد که پاسخ‌گویی به آن مستلزم به‌کارگیری مهارت و خلاقیت توأم با احساس مسؤلیت است. چنان‌که توصیف نیچه^{۹۵} در پرسش معنوی برای معماری امروز همچنان نیاز به

تأمل دارد:

معماری از آنجا که عینی و مادی است، از آنجا که کاربردی است،

از آنجا که منابع کمیاب را فراوان به کار می‌گیرد،

از آنجا که به گونه‌ای مصمم و مقاومت‌پذیر

در حیطه‌های همگانی دخیل می‌گردد.

لزوماً و مشخصاً در قلمرو جدل است.

با این حال پرسشی لازم در این میان سر بر می‌کند.

آیا معمار از این کشمکش خسته است؟

آیا انتظار ملزومات جدل

که به گونه‌ای زودرس به فرایند طراحی تجاوز کرده است،

آن را دچار نقصان می‌کند و تحلیل می‌برد؟

اگر چنین است پس بی‌گمان

معماری دیگر نه جستجو در ممکنات تسخیر صور مادی،

که صرفاً به هنر و دانش ساختمان‌سازی بدل شده است.^{۹۶}

نوع برخورد با این کشمکش و جدل و تقدم و تأخر در طی کردن فرایند طراحی از نظر طراحان معاصر دارای تعریف واحدی نیست. هرچند نمی‌توان آن را تضاد در طی کردن این فرایند دانست، به نظر می‌رسد در این خصوص فاکتورهایی که پیشرفت مسیر طراحی در پی تحصیل آن‌ها برنامه‌ریزی می‌شوند دارای اهمیت هستند. از آن جمله می‌توان به تعریف کنونی نهاد موزه اشاره کرد که اهمیت توجه به کاربران و مراجعان یا همان حامیان و صاحبان حقیقی آن را در رأس اهداف مجموعه قرار داده است. از سوی دیگر، ذکر این موارد و مشخصات، آن هم برای آفرینش فضایی که به یک نهاد اجتماعی تجسم می‌بخشد، خود باعث عدم تمرکز بر زمینه‌های تخصصی طراحی معماری و در بعضی موارد فروگاهی آن تا مرتبه ساختمان‌سازی شده است. از این رو پیچیدگی‌های بسیار در آفرینش فضا و گره خوردن آن با ابعاد و جنبه‌های گوناگون زندگی بشر همواره نیازی اساسی را پیش روی طراحان قرار می‌دهد. پرواضح است

→ مجاورت رودخانه (بافت فلس مانند صفحات تیتانیوم) با فرم کلی مشابه کشتی ذکر کرده‌اند، توسط فرانک گری (Frank Gehry) طراحی شده است و بسیار شاخص و پوشیده از ورق‌های تیتانیوم است. سبک طراحی را نیز معماری آشوب یا پُرش کیهانی می‌دانند و به همین دلیل جذابیت زیادی برای مخاطبان ایجاد کرده است.

87. Guggenheim Museum Bilbao

۸۸. موزهٔ یهود برلین برای یادمانی از یهودیان کشته‌شده در جنگ جهانی دوم در برلین با طراحی دانیال لیبسکند (Daniel Libeskind) در سال ۲۰۰۱ ساخته شده است. سناریوی اصلی به نحوی هدفمند محتوا و کالبد موزه را در اختیار گرفته است و بیش از ۳۰۰۰ متر مربع به فضای نمایشی اختصاص یافته است. در ساختار سیرکولاسیون موزه سه مسیر طراحی شده است. این مسیرها از سه مفهوم ویرانی (مرگ)، سرگردانی (تبعید)، و وجود (تداوم) سرچشمه می‌گیرند که از نظر طراح همواره با زندگی یهودیان آلمان پیوند داشته‌اند و برای عرضهٔ مؤثر رویدادها از تحریک کلیهٔ حواس مخاطبان بهره گرفته است. هیچ کدام از دو مسیر اول به فضاهای نمایشگاهی نمی‌رسند، تنها مسیر سوم، یا همان وجود، به گالری‌ها منتهی می‌شود.

89. Jewish Museum in Berlin

۹۰. مطالعات میدانی نگارنده حاکی از آن است که متأسفانه علاوه بر عدم پرداختن خوانایی ورود به موزه و مواجهه با آن، فرم اجراشدهٔ ساختمان با ←

آسان با فضا و تشخیص قسمت‌های مختلف بنا»^{۱۰۴} می‌دانند. چرا که فراهم کردن امکانات لازم برای «انواع بسیار متفاوت بازدیدکنندگان»^{۱۰۵} ضرورت دارد. همچنین لازم است این بناها مردم را به طرزی غیر قابل اشتباه، با استفاده از معبرهای واضح، فضاهای توزیع و امثال آن‌ها هدایت‌کنند. از این نقطه نظر بناهای کوچک با فرم پراکنده احتمالاً واضح‌تر از کالدهای سادهٔ تک‌حجمی خواهد بود.^{۱۰۶}

در صورتی که نمونه‌هایی از این نوع نیز در بعضی موارد به دلیل رعایت نشدن سلسله‌مراتب و یا نداشتن جذابیت و انعطاف لازم نمی‌توانند بازدیدکنندگان را راضی کنند و یا روحیهٔ کاوشگری و هیجان آموختن را در آنان برانگیزانند، اینجا است که فرایند طراحی اهمیت دوچندان می‌یابد و تبیین و تدقیق برنامهٔ محتوایی می‌تواند گام‌های رسیدن به برنامهٔ کلیدی را محکم‌تر کند، چرا که طراح می‌تواند با پیشرفت هر مرحله احاطهٔ خود را به کل مسئله افزایش دهد و با احاطهٔ بیشتری در خصوص حکم و اصلاح جزئیات تصمیم بگیرد. در بسیاری از انواع طراحی «نه‌فقط قابلیت فنی، بلکه داشتن درک وسیع زیباشناسانه نیز اهمیت دارد. فضا، شکل، و خط همان قدر ابزار کار طراحی محیطی، صنعتی یا گرافیک محسوب می‌شوند که رنگ و بافت»^{۱۰۷}. در این باره شناخت صحیح صورت مسئله و پاسخ‌گویی صرف به اتفاقاتی که قرار است در آن مکان حادث شود، هرچند ممکن است به حل مسئله در مقطع مورد نظر کمک کند، سبب بیگانگی تکه‌های حل‌شدهٔ صورت مسئله با یکدیگر خواهد شد. از سوی دیگر، توجه صرف به جذابیت فرم یا عملکرد نیز می‌تواند سناریوی موزه را با چالش‌های مختلفی مواجه کند. شایان ذکر است که اگرچه محوریت «فرم» یا «عملکرد» همواره از موضوعات چالش‌برانگیز در عرصهٔ معماری بوده و ارجحیت بیش از حد یکی بر دیگری در دوره‌های زمانی مختلف موجب ظهور معماری‌های افراطی شده است.^{۱۰۸} در معماری موزه برای نخستین بار مفهوم محتوا هم‌تراز با فرم و عملکرد

که هیچگاه نمی‌توان «فهرست جامعی از زمینه‌های تخصصی مورد نیاز طراحان»^{۹۷} را برشمرد. ولی همواره گروه‌های خاص استفاده‌کنندگان در صدر ضرورت‌های طراحی هستند که لازم است طراحان درکی از طبع این استفاده‌کنندگان و نیازهایشان داشته باشند، خواه از زاویهٔ کارپژوهی^{۹۸} و خواه از نظر نشانه‌شناسی^{۹۹، ۱۰۰}.

هرچند این نوع پردازش و توجه به مخاطبان جزو اصول آغازگر هر پروژهٔ طراحی معماری است، متأسفانه در مواردی بخصوص در کشور ما مهجور باقی مانده است. از سوی دیگر، معمارانی نیز هستند که پرداختن به موارد زمینه‌ساز جلب نظر و علاقهٔ مردم را جزو ضروریات طراحی می‌دانند. به طور مثال این اصل برای معمار پرکار معاصر، ژان نوول^{۱۰۱}، یک فاکتور مهم محسوب می‌شود. چرا که «یک ساختمان هرچه بیشتر نهادی باشد، بیشتر مظهر چیزی می‌شود که با فرهنگ سروکار دارد و ارزش زیباشناختی بیشتری نیز می‌یابد»^{۱۰۲} و نگهداری ساختمان‌هایی را که نهادی اجتماعی در آن‌ها فعالیت می‌کند، کاربران آن‌ها (مردم) بر عهده دارند. از این رو

یک ساختمان باید بیش از هرچیز، گامی در تاریخ معماری زمانی خاصی از تمدن باشد. تنها پس از آن است که ساختمان چیزی را می‌نمایاند و تنها پس از آن ممکن است مردم علاقه‌ای به آن احساس کنند و آن هم برای اثبات نیازی اساسی به‌شمار می‌آید.^{۱۰۳}

همان‌طور که مطرح شد مسیرهای متفاوتی برای نگرش‌های متفاوت به خلق یک اثر معماری وجود خواهد داشت که بتواند خشنودی مخاطبان را فراهم کند. آنچه در این نوع نگرش‌ها به طراحی دیده می‌شود نمی‌تواند به دلیل اختلاف شیوهٔ بیان دارای تضاد باشد، حتی هنگامی که سخن از پاسخ‌های احتمالی طراحی به میان می‌آید. «وضوح بالای شکل حجمی و نمادگرایی» را مهم‌ترین فاکتور برای «تطبیق

→ طراحی آن و اوج و فرودهای پیش‌بینی شده در حجم همخوانی ندارد و از دید ناظران مانند یک سوله بزرگ دیده می‌شود.

۹۱. نکته بارز این نسل از موزه‌ها بست‌های نمایشی متنوع و حداکثر بهره‌گیری از هنر مفهومی برای برقراری ارتباط با مخاطب است که متأسفانه در باغ-موزه دفاع مقدس در بیشتر موارد اصل اثر به نمایش درآمده و از هنر مفهومی بهره‌چندانی برده نشده است.

۹۲. برایان لاوسون، *طراحان چگونه می‌اندیشند*، ص ۲۱۳.

۹۳. هادی ندیمی، «به‌اء حقیقت؛ مدخلی بر زیبایی‌شناسی معماری اسلامی»، ص ۱۱۷.

94. Michaela Giebelhausen, *Symbolic Structures, Urban Contexts*, p. 3.

95. Friedrich Wilhelm Nietzsche

۹۶. جفری کیننس، «در قلمرو نیچه»، ص ۸۶.

۹۷. لاوسون، همان، ص ۱۱.

98. ergonomics

99. semiotics

۱۰۰. همان.

101. Jean Nouvel

۱۰۲. نامعلوم، «گفت‌وگویی با ژان نوول»، ص ۶۱

۱۰۳. همان جا.

۱۰۴. جوزف ماریا مونتانو، *موزه‌های جدید*، ص ۱۶.

۱۰۵. همان جا.

۱۰۶. همان جا.

۱۰۷. لاوسون، همان.

۱۰۸. همچون اهمیت بیش از حد عملکرد در دوره معماری مدرن

مورد توجه قرار گرفته است و در این خصوص برخی معماران با هم توافق نظر دارند، ولی همچنان بسیاری از منتقدین معماری، کلکسیونرها، و هنرمندان معاصر محتوا^{۱۰۹} را همسنگ با عملکرد و ارجح بر فرم بنا می‌دانند و معتقدند که فرم موزه باید تنها در خدمت محتوا باشد و مهم‌ترین هدف در معماری موزه‌ها معطوف کردن توجه بازدیدکنندگان به آثار هنری است؛ اما آنچه باید یک اصل پیش روی طراح باشد، حفظ وحدت اثر در عین به رسمیت شناختن نکات عمده و جزئیات تفصیلی است و از آنجا که موزه یک نهاد اجتماعی است و حیات آن به صورت مستقیم وابسته به حضور مخاطبان و کاربران فضا است، همه ابعاد و جوانب صورت مسئله نیازمند نگاهی درخور میزان حساسیت موضوع می‌گردد. پس معمار در معنای عام آن، یعنی هر که به ساختن عمارتی اقدام می‌کند، نه تنها باید خصوصیات آن نوع از زندگی را که قرار است در آن مکان رخ دهد بشناسد؛ بلکه باید به تصویری از زندگی بهتر ممکن در آن نیز وقوف داشته باشد^{۱۱۰}

و در چنین شرایطی است که می‌توان به خلق شایسته‌ترین فضای ممکن از جمیع جهات، که برآیند (ساخته‌وپرداخته) درک و احساس و دانش فنی معمار است—معماری— دست یافت.

۴. جمع‌بندی

شاید بتوان ادعا کرد که بررسی تاریخچه و سیر تحولات موزه نمی‌تواند به منزله دستمایه طراحی در شکل‌گیری و ایده‌پردازی موزه مؤثر واقع شود؛ اما در واقع آنچه امروزه در اذهان اغلب مردم ایران با عنوان موزه شناخته می‌شود، به طور نسبی یک نمایشگاه پر از شیء به همراه توضیحات مختصری درباره آن‌ها است که در میان ادوار تاریخی که موزه به خود دیده است، به دوره سوم (نک: ۱.۰۱) شباهت بیشتری دارد و متأسفانه دوره چهارم و پنجم سیر تحولات آن کمابیش به صورت ملموس محقق نشده‌اند. این در حالی است که پژوهشگران و موزه‌شناسان در خاستگاه اصلی موزه همچنان مشغول مطالعه و تحقیق و تکامل بیش

از پیش این پدیده‌اند و علاوه بر وظایف گذشته، امروزه آن را متولی مسؤولیت‌های خطیر جامعه، اعم از آموزش، پژوهش، و انتشار دست‌آوردها در زمینه‌های عمومی و تخصصی، می‌دانند. شاید در این خصوص بتوان نکات زیادی را دلیل این اختلاف عمیق در رویکرد به موزه بیان کرد؛ اما نگارنده بر این باور است که فاصله بسیار زیاد میان آنچه در کشور ما با عنوان موزه شناخته می‌شود با آنچه در غرب به صورت یک نهاد اجتماعی مشغول فعالیت است، نتیجه نبود شناخت صحیح دست‌اندرکاران نسبت به موزه و سیر تکامل آن در ادوار جامعه‌شناختی (نک: ۲.۰۱) است. چنان که با بررسی کیفی رشد تدریجی و تکامل آن در غرب می‌توان ریشه‌های مهم‌ترین و اساسی‌ترین تفاوت‌ها را در نوع نگاه و توقع افراد از موزه در خاستگاه آن و کشور ما تبیین کرد. همچنین کارکردهای اصلی آن (نک: ۲.۰۲)، که مهم‌ترین فعالیت‌ها برای حفظ هویت جوامع مختلف و صیانت از آن است، روزه‌روز با پژوهش‌ها و فناوری‌های نوین رو به اصلاح و پیشرفت می‌روند و به سبب

فراهم نمودن ارتباط نزدیک‌تر مخاطبان با آثار پیش‌بینی‌های لازم جهت تأثیر مستقیم بر دو مقوله نحوه حضور و تأثیر حضور آن‌ها در نحوه سامان‌دهی فضا و همچنین انتخاب و به‌کارگیری تکنیک‌های مؤثر و فنون نمایشی^{۱۱۱} متناسب با موضوع^{۱۱۲}

با عنوان فاکتورهای تأثیرگذار بر شکل‌گیری کالبد موزه مورد توجه قرار می‌گیرند و زمینه را برای حصول به موفقیت در آموزش مخاطبان و افزایش رضایتمندی ایشان فراهم می‌کنند. چنان که شورای بین‌المللی موزه‌ها دیرزمانی است که موزه را به مثابه یک نهاد اجتماعی به رسمیت شناخته و برآوردن نیازهای مخاطبان را در دستور کار این نهاد گذارده است؛ اما متأسفانه علی‌رغم همه این فعالیت‌ها همچنان در کشور ما در بسیاری از موارد بدون توجه به نقش حیاتی موزه در جامعه و وظایفی که انجام آن‌ها می‌تواند باعث تبیین هویت‌شناسی ملی برای آگاهی نسل نو و رشد و توسعه فرهنگی بسیار جدی شود، برپایی موزه

۵. نتیجه‌گیری

پرواضح است که با توجه به سیر تغییرات و تحولات در تعاریف و نظام کالبدی نهاد موزه و تأکید بر نقش فرهنگی، اجتماعی، و آموزشی آن‌ها در جامعه مخاطب، اهمیت جایگاه موزه‌ها در آینده افزایش چشمگیری در راستای حرکت به سوی توسعه خواهد یافت، که این خود می‌تواند بزرگ‌ترین محرک طراحان، موزه‌داران، و دست‌اندرکاران، در جهت توجه روزافزون به نحوه طی کردن فرایند طراحی و تأثیرگذاری برآیند کالبد و محتوا در نیل به این اهداف قلمداد گردد. چرا که طراحان و موزه‌داران، این مؤثرترین متولیان تبیین، پردازش، و ارتقای دو مقوله کالبد و محتوا به صورت مستقیم در نحوه شکل‌گیری و بهینه‌سازی عملکرد نهاد اجتماعی موزه تأثیر می‌گذارند. همچنین ضروری است موارد زیر مورد مذاقه قرار گیرد:

– یک. گرچه در بررسی نظرهای مؤثر پیرامون کالبد و محتوا در طراحی موزه، نمی‌توان برای هیچ‌یک از آن‌ها در میزان اهمیت تقدم قابل شد؛ اما به نظر می‌رسد داشتن یک نگاه کل‌نگر به منظور ایجاد موزه و بررسی ابتدایی محتوا و برنامه‌ریزی شفاف برای طی کردن این مسیر اهمیت ویژه‌ای دارد. لازمه برنامه‌ریزی موفق توجه به موضوع و بررسی ابتدایی مشخصه‌های هر موضوع و مقیاسی است که موزه در آن فعالیت خواهد کرد. این مقیاس می‌تواند از پاسخ‌گویی به یک مؤسسه یا یک روستا تا سطح فراملی و جهانی تغییر و زمینه‌های منتخب فعالیت موزه را تبیین کند. همچنین کیفیت و ابعاد و ویژگی‌های نموده‌ها و اشیای هر موزه و چگونگی جمع‌آوری و نگهداری آن‌ها یکی از ارکان صورت مسئله در زمینه برنامه‌ریزی فیزیکی و محتوایی محسوب می‌شود. از سوی دیگر، همان‌طور که مطرح شد، توجه به هویت‌شناسی موزه و تکامل تدریجی آن بهترین دستمایه برای تنظیم سناریوی هر موزه، ضمن در نظر گرفتن نکات کلیدی، توجه به امر نمایش و پشتیبانی‌های فنی و پردازش مفاهیم با کمک طراحی فضا و سلسله‌مراتب آن است. برای

تنها تقلیدی از آنچه در دوردست‌ها با عنوان گالری نمایشی در معرض دید قرار دارد، بدون توجه به ساختار و پشتیبانی‌های فنی و تخصصی صورت می‌گیرد و همچنان میان معماری و ساختمان موزه (نک: ۳. ۲) فاصله بسیار است.

از این رو به نظر می‌رسد ادامه این روش برای استحصال نتایجی که در خاستگاه موزه رخ می‌دهد، مؤثر نیست و برای اینکه در این حوزه شاهد رشد و بالندگی باشیم، ضروری است با نگاهی دوباره به ریشه‌های شکل‌گیری موزه و پذیرش آن به منزله یک نهاد اجتماعی، موجبات پرداختن به طراحی کالبد و محتوای موزه را در جایگاه یک اثر معماری تبیین و اسباب تحقق یافتن تعاریف کنونی موزه و جزئیاتی درخور شأن خطیر و وظایف حیاتی آن در کشور را فراهم کنیم. که در این میان آگاهی‌بخشی به دست‌اندرکاران این حوزه و تبیین ماهیت صورت مسئله و ضرورت توجه به ظرافت‌ها و پیچیدگی‌های آن مهم‌ترین اهداف نگارنده در بحث پیرامون این موضوع است. چرا که پردازش محتوایی موزه و جمع‌بندی نظرات موزه‌داران مهم‌ترین دستمایه طراحان در خلق فضای کارآمد و دستیابی به یک سناریوی جامع است و تنها یک سناریوی جامع می‌تواند زمینه ایجاد یک معماری در شأن نهاد اجتماعی موزه را فراهم کند. در واقع شکل‌گیری نهاد اجتماعی موزه نیازمند تحلیل‌های چندجانبه و بررسی رویکردهای مختلف در تبیین صورت مسئله و پاسخ‌گویی به آن است و «ضروری است که از وضوح اهداف پروژه که از ابتدا بین معمار و کارفرما پایه‌ریزی و مورد توافق قرار گرفته است، اطمینان حاصل شود»^{۱۳}. همچنین این روند نیازمند مطالعات گسترده و شناسایی کیفی و کمی موضوع و طی کردن فرایند مشارکتی گروه طراحی و مطالعات (موزه‌داران و طراحان پژوهشگر) است. که در این راستا چک کردن مکرر دستاوردهای گروه تا مرحله پایانی از سوی متخصصین حوزه ساختمان و موزه‌داری به منظور استحصال نتیجه مطلوب و عبور از چالش‌ها در مراحل مختلف ضرورت دارد.

۱۰۹. در اینجا به معنی آثار به نمایش درآمده در موزه

۱۱۰. مهدی حجت، «مقدمه کتاب معماری و راز جاودانگی»، ص نه.

۱۱۱. این فنون دارای بازه وسیع از ساده‌ترین تا پیچیده‌ترین ابزارها برای نمایش و معرفی مفاهیم، آثار منتخب، و اشیای موزه‌ای است که در مواردی با بهره‌گیری از ایجاد فضای مجازی یا تعاملی می‌تواند به ایجاد ارتباط دوسویه با مخاطب بیانجامد.

۱۱۲. مولود خسروی و راحله ظهوری قره درویشلو، «نگاهی دوباره به فنون

نمایش نموده‌ها در موزه»، ص ۹.
113. Ambrose & Pain, ibid, p. 311.

تحقق این هدف به طور کلی، ضمن توجه به ویژگی‌های سایت مورد طراحی، دستیابی به یک برنامه مرجع و توجه به همسو شدن شکل‌گیری محتوا و کالبد در ورود به مسئله و پردازش آن و تعامل دوجانبه میان طراحان و موزه‌داران در خلق سناریوی هر موزه در همه مراحل، از تبیین صورت مسئله و شروع طراحی تا پایان اجرا، ضرورت دارد.

دو. تجربه فعالیت موفق برخی موزه‌های جدید بخصوص در کشورهای توسعه‌یافته نشان داده است که یک موزه، به منزله برآیند دو عامل اصلی کالبد و محتوا، ضمن داشتن سناریوی مشخص و سکانس‌های تأثیرگذار، بیان بسیار رسایی در انتقال پیام‌های تاریخی، معنوی، اجتماعی، سیاسی، و... دارد و رسالت طراحی برای برقراری ارتباط با مخاطب و هدفمندسازی جنبه‌های آموزشی موزه از طریق گذر از فرم و بازیابی مفاهیم روزبه‌روز افزایش می‌یابد. در حالی که این امر به دلیل اداره شدن دولتی اغلب موزه‌ها در کشور ما تا حد زیادی مغفول مانده است و چه بسا با وجود ارجاع طراحی به افراد ذی‌ربط، به دلیل ناآگاهی از نحوه مواجهه با موضوع و تعریف صحیح و روزآمد از ماهیت موزه و عملکرد اجتماعی آن و اهمیت پردازش کلیات و جزئیات سناریوی آن از سوی طراحان، در خاتمه کار موفقیت چندانی حاصل نمی‌شود. بنا بر این توجه به پرورش خلاقیت و دادن رهنمودهایی با معیارهای جدید محتوایی در آموزش طراحی معماری نهاد موزه در محیط‌های آکادمیک، ضمن اطلاع‌رسانی به دست‌اندرکاران امر، گام مؤثری در جهت توجه بیش از پیش به فرایند طراحی موزه و متعاقب آن بروز و ظهور معماری تحسین‌برانگیز موزه‌ها در آینده خواهد بود. از این رو توجه به این مهم و تبیین چارچوب‌های کلی برای برنامه‌ریزی و طراحی موزه بسیار اهمیت دارد.

سه. با توجه به اینکه حضور مخاطبان در مقام عامل هویت‌بخش

هر موزه- با عملکرد نهاد اجتماعی- تلقی می‌گردد، بررسی ویژگی‌های مخاطبان به لحاظ کیفی و کمی و پیش‌بینی‌های لازم برای پاسخ‌گویی به نیازهای ایشان را می‌توان زمینه‌ساز اصلی گرامی‌داشت مخاطبان و یکی از ارکان اصلی در ایجاد طرح محتوایی و طرح کالبدی هر موزه دانست. در این میان دسته‌بندی‌های مخاطبان و توجه به برآورده شدن نیازهای ایشان در طراحی، بخصوص از نظر مقیاس دید، نحوه نمایش آثار و فعالیت‌های جانبی، فضاهای خدماتی و پشتیبانی همه گروه‌های سنی مخاطب در قالب مراجعین فردی، گروهی و خانوادگی، همچنین فراهم کردن فضایی با استانداردهای به‌کارگیری کلیه حواس و درک ابعاد گوناگون انتقال پیام ضرورت دارد. همچنین به منظور تعامل مستمر با ایشان، فراهم‌آوری بستر مناسب برای امور آموزش و پژوهش مراجعین اهمیت بسیاری دارد. چرا که موفقیت هر مجموعه بدون حضور مستمر مخاطبان و ایجاد تعلق خاطر در ایشان غیر ممکن است.

کوتاه سخن آنکه در این خصوص طی مسیر خلاق طراحی موزه، خود پروسه‌ای ویژه و تعیین‌کننده در برآیند طراحی است. چرا که درنهایت موزه برآیند تعامل کالبد و محتوا با مخاطبین خود است و تعدد عوامل مداخله‌گر همواره طی این مسیر را با مخاطرات فراوانی مواجه خواهد کرد. بنا بر این تغییر نگرش در خصوص طی کردن این پروسه توسط طراحان و برنامه‌ریزان موزه، تبیین عملکرد اصلی آن، توجه به ماهیت و نحوه تکامل تدریجی آن به منزله یک نهاد اجتماعی می‌تواند روشنگر پرداختن به امر نمایش آثار در قالب یک روایت منسجم و در همه‌جوه ممکن (تدوین یک سناریوی جامع) و نهایتاً برقراری تعادل میان کالبد و محتوا (انسجام بخش‌های مختلف در قالب یک کل واحد)، با هدف فراهم کردن رضایتمندی همه مخاطبان و صاحب‌نظران باشد.

منابع و مأخذ

- تانگویی، جونکو. گفتگوی شخصی با فرزین فردانش و مولود خسروی، تهران: دفتر کار ایشان در کاخ سعدآباد تهران، اسفند ۱۳۸۴.
- حاتمی گلزاری، الهام. «معماری موزه در گذر زمان»، نشریه مهندسی زیرساخت‌ها، ش ۷ (اردیبهشت ۱۳۸۸).
- حجت، مهدی، «مقدمه»، در کریستوفر الکساندر، معماری و راز جاودانگی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۶.
- خانی‌زاد، شهریار. طراحی موزه در ایران و جهان، تهران: هنر معماری قرن، ۱۳۹۲.
- خسروی، مولود و راحله ظهوری قره درویشلو. «نگاهی دوباره به فنون نمایش نموده‌ها در موزه»، در مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین‌المللی عمران، معماری و توسعه شهری، تهران: دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۹۵.
- خسروی، مولود. «بررسی ویژگی‌های مؤثر در ارتقای کیفی و کمی طراحی معماری موزه»، در مجموعه مقالات سومین کنگره بین‌المللی عمران، معماری و توسعه شهری، تهران، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۹۴.
- _____ . موزه اسب در فرهنگ ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد معماری، تهران: دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده معماری و شهرسازی، ۱۳۸۵.
- دبیری‌نژاد، رضا. گفتگوی شخصی با مولود خسروی، تهران: گنجینه نقش جهان (دفتر خصوصی ایشان در محله انقلاب تهران)، بهمن ۱۳۸۴.
- _____ . گفتگوی شخصی با مولود خسروی، تهران: گنجینه نقش جهان (دفتر خصوصی ایشان در محله انقلاب تهران)، دی ۱۳۸۴.
- _____ . گفتگوی شخصی با مولود خسروی، تهران: دفتر کار مدیریت روابط عمومی در کاخ موزه نیاوران، آبان ۱۳۸۵.
- _____ . موزه دیروز امروز فردا، تهران: ساحت، ۱۳۸۳.
- دسوالیز، آندره و فرانسیسکو مایرس. مفاهیم کلیدی موزه‌شناسی، ترجمه کورس سامانیان و مرضیه حکمت و معصومه کریمی، تهران، ۱۳۹۲.
- روحانی، رضا. سخنرانی در دانشگاه شهید بهشتی، بهمن ۱۳۸۰.
- صادقپور فیروزآبادی، ابوالفضل و سیدمحمود میرعزیزی و مریم خلیل‌زاده

Ambrose, Timothy & Crispin Pain, *Museum Basics*, 3rd Edition, Abingdon: Routledge, 2012.

George, Gerald & Cindy Sherrell-Leo. *Starting Right: A Basic Guide to Museum Planning*, 3rd Edition by Gerald George & Carol Marian-George, Lanham : AltaMira Press, 2012.

Gregorová, Anna. *Museological Working Papers*, ICOM International Committee for Museology , Ed. Vinos Sofka, Stockholm. Stockholm: MuWoP publisher. 1980.

Grove , Louise & Suzie Thomas. "The Rhino Horn on Display Has Been Replaced by a Replica", in *Museum Security in*

Finland and England, 14(1) (2016), pp. 1–11, DOI: <http://dx.doi.org/10.5334/jcms.124>, last accessed 4 March 2017.

Hooper, Greenhil E. (Ed). *The Educational Role of The Museum*, London: Routledge, 1994.

International Council of Museums. *Museum Definition In: Paris: Icom*, 2017. Available at: <http://icom.museum/the-vision/museum-definition/> [last accessed 7 March 2017].

Karp, Cary. "Digital Heritage in Digital Museums", in *Museum International, ICOM International Council of Museums*, Blackwell Publishing Oxford (UK) & Malden (USA), No 221-222 (vol 56. No 1-2), 2004, pp. 45-51.

Littlefield, David. *Metric Handbook, Planning and Design Data*, fourth edition, 28th part by Geoffrey Mathews, *Museums, Art Galleries and Temporary Exhibition Spaces*, Abingdon: architectural press, 2012.

Macleod, Suzanne. *Museum Architecture: A New Biography*, first published. Abingdon: Routledge press, 2013.

New Standard Encyclopedia, volume 11. Standard

Educational Corporation, Chicago, 1996.

Pohl, Nicole. "Passionless Reformers": The Museum and the City in Utopia", in *The Architecture of the Museum: Symbolic Structures, Urban Contexts*, Ed. Michaela Giebelhausen, Manchester, Eng.: Manchester University Press, 2003, pp. 127-43.

Stránský, Zbyněk Z. *MUSEOLOGY AND MUSEUMS Symposium*, icofom study Series, Iss 12, pp287-298, Helsinki, prepared by Vinoš Sofka with the assistant of Museum of National Antiquities, Stockholm, Sweden, September 1987.

The Architecture of the Museum. *Symbolic Structures, Urban Contexts*, Ed. Michaela Giebelhausen, Manchester & New York: Manchester University Press, printed in Great Britain, Oxford: Alden Press, 2003.

Zorich, Dian M. "Information Policy in Museums", in *Museum Informatics: People, Information & Technology in Museums*, Paul F.Marty & Katherine Burton Jones (eds.), New York & Abingdon: Routledge press, 2008, pp. 85-106.