

## کارکرد ارتباطی خانه - موزه به مثابه ابژه هنری

احمد شاکری، استادیار، گروه مطالعات فرهنگی، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و ارتباطات، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

A.shakeri@hcs.ac.ir

لیلا زندی، کارشناس موزه و موزه‌دار

leilizandi1979@gmail.com

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۱/۲۹

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۱/۲۶

خانه - موزه به عنوان یکی از کنشگران شبکه ارتباطات شهری، به دلیل شکل روایت موجود در خود از جمله نهادهای مهم فرهنگی - ارتباطی به شمار می‌رود که توصیف و تحلیل کارکرد آن به مثابه ابژه هنری، رویکردی مفهومی به مسئله موزه‌هاست. هرچند کارکرد ارتباطی خانه - موزه فراتر از نهاد فرهنگی جایگاه یافته است؛ اما در چنین فضایی از منظر ارتباطات شهری همچون یک ابژه هنری یا یک مکان - ابژه هنری عمل می‌کند که خود در برگیرنده ابژه‌های بسیاری است که به مثابه هنر یا ابژه هنری دریافت می‌شوند. همین معناسازی، جهان انعطاف‌پذیر امروز موزه‌ها را می‌سازد، در غیر این صورت با مکان - موزه و ابژه‌های مادی موزه‌ای مواجهیم که بر اساس دو وظیفه بنیادین موزه یعنی نگاه‌داری و نمایش، بیشتر به کنش دیدن می‌آیند. پژوهش حاضر با تکیه بر نگاه اشاره‌شده و با در نظر گرفتن استانداردهای موزه‌ای، با هدف توجه به گسترش کارکرد ارتباطی موزه‌ها و تلاش برای درک اهمیت خانه - موزه فراتر از حفظ میراث، آن را همچون اثری هنری می‌بیند که در ابعاد مختلف، قابل تطبیق و ارزش‌گذاری است. در واقع، پیوند هنر و موزه تنها منوط به موزه‌های هنری و ابژه‌های محض هنری نیست؛ بلکه توصیف و تحلیل و بررسی خانه - موزه و تمامی اجزای آن در قالب ابژه‌های مختلف مکانی، انسانی، شیء‌ای - مادی مدنظر است که از وجوه مختلفی می‌توانند همان ابژه هنری تلقی شوند. از سوی دیگر پژوهش پیش رو در جست‌وجوی نگاهی متفاوت به میراث فرهنگی موزه به منظور تأکید بر مسئله قدرت‌بخشی خانه - موزه به ابژه‌های عادی زندگی و تبدیل آن‌ها به اثری خاص است. بر همین اساس، این پژوهش مبتنی بر چگونگی کارکرد فرهنگی و ارتباطی خانه - موزه‌ها از منظر مطالعات فرهنگی نگاشته شده است و علاوه بر شناخت، تجربه و مطالعات موردی و کتابخانه‌ای، بر اساس تجربه زیسته نگارندگان و درک مواجهه با ابژه صورت گرفته و در نهایت مفاهیم مورد تحلیل و تطبیق قرار گرفته‌اند.

### واژگان کلیدی

شهر، خانه - موزه، ابژه هنری، فضاها، شهری، کارکرد ارتباطی.

یکی از مهم‌ترین کارکردهای ارتباطی موزه به‌عنوان نهادی فرهنگی در شبکه‌ای از اجزای شهر، این است که می‌تواند بر ارزش، اهمیت و قدرت خود بیفزاید و همراه با تغییرات زمان بر بنیانی‌ترین وظایف خود مبنی بر نگاهداری و حفاظت آنچه که ارزش موزه‌ای یافته، وفادار بماند. از سوی دیگر، موزه در کارکرد ارتباطاتی خود با معناسازی و تولید گفتمان می‌تواند رسانه‌های مختلف را به کار ببرد و بر گستره تأثیر خود بیفزاید؛ به‌گونه‌ای که با توسعه درونی فضاهای موزه و اجزای آن به‌مثابه ابژه‌ها، عملکرد ارتباطاتی موزه در کمترین فاصله سوژه، یعنی مخاطب موزه، با ابژه، یعنی اثر موزه‌ای، قرار می‌گیرد.

در روند ایجاد و توسعه موزه‌ها با گروه مهمی از آن‌ها با عنوان خانه - موزه‌ها مواجهیم که هدف نخستین آن‌ها حفظ هویت اصلی خانه‌هاست. خانه - موزه‌ها نیز همانند دیگر نمونه‌های مشابه دسته‌بندی‌های مختلف مضمونی - ساختاری دارند؛ اما به‌عنوان پدیده‌ای فرهنگی، محدود به مضمون نیستند. هرچند این امر متصور است که کالبد مکان‌مند خانه - موزه از دیدگاه حفظ اصالت، قابلیت توسعه و تغییر اندکی دارد، اما این‌گونه از موزه‌ها با رشد دامنه ارتباطاتی خود در فرهنگ، موجب معناسازی بر اساس تولید و بازتولید فرهنگ شده‌اند. بر همین اساس، خانه - موزه اثری است به‌عنوان عاملیت انسان که بسته به ارزش معنایی

- ارتباطی - فرهنگی خود، همانند یک اثر شاخص، تبدیل به ابژه‌ای مهم شده است که خود، دربرگیرنده ابژه‌های بسیاری است؛ بنابراین از وجه تفسیری، این اثر شاخص همچون اثری هنری قلمداد می‌شود که دارای مفاهیم و ارزش‌هایی فراتر از معمول است. از سوی دیگر با نگاهی تعمیم‌پذیر میان هنر و موزه، می‌توان انواع خانه - موزه‌ها را از نظر ساختار طراحی و موزه‌نگاری، با انواع سبک‌ها یا مکاتب همچون واقع‌گرایی، هنر چیدمان، ویدئو آرت، انتزاع و... تطبیق داد. اما پیش از آن، همان دیدگاه ارزشی درباره خانه و هنر، نه‌تنها خانه - موزه را به‌مثابه ابژه هنر قرار می‌دهد؛ بلکه آثار و متعلقات آن را هم فراتر از ابژه‌های معمولی همچون یک اثر هنری متمایز می‌کند. در چنین دیدگاهی، خانه - موزه خود به‌مثابه ابژه هنر، در نسبت ارتباط با اشیا و آثار موجود در آن نقش ویتترین موزه را دارد که اکنون این خانه، در فرایند تغییر کاربری از فضایی خصوصی به فضایی عمومی، موضوع تماشا و بازدید هزاران مخاطب با اذهان مختلف قرار گرفته است.

در پژوهش حاضر تلاش می‌شود در بررسی کارکرد ارتباطی و فرهنگی خانه - موزه و آثار آن به‌مثابه ابژه هنری، به برخی نمونه‌ها اشاره شود تا علاوه بر نشان دادن اهمیت خانه - موزه‌ها فراتر از کالبد مکانی و مادی، در مباحث ارزشی این نوع از موزه و مفاهیم نوین موزه‌داری، توجه به آثار مادی شیء‌زدگی قلمداد نشود. اهمیت این

مسئله از این روست که بر اصالت و ارزش‌های محتوایی در امر هنری تأکید دارد، چنان‌که به ابژه غیرهنری به‌واسطه تعلق یا ارتباط با موضوعی که ارزش موزه‌ای یافته، جایگاه هنری می‌بخشد. از سوی دیگر درک چگونگی ارتباط خانه - موزه با هنر و مفاهیم هنری، یکی از روش‌های معناپردازی خانه - موزه‌ها برای درک اهمیت آثار مادی و معنوی آن‌هاست. در همین راستا خانه‌هایی که در فرایند تغییر کاربری تبدیل به موزه می‌شوند، از نظر چپستی و چگونگی متنوع و بسیارند و ما با انواع رویکردها، موضوعات، اشکال مختلف ساختاری - چیدمانی و طیف بسیاری از داشته‌ها و داده‌های مادی و معنوی این خانه‌های مهم مواجهیم. بررسی کیفی و کمی این نوع از موزه‌ها هم با گزاره‌هایی که روایت خانه - موزه را می‌سازند، مرتبط است. چرایی تبدیل خانه به موزه، چگونگی آن، عوامل شکل‌گیری، وجوه ساختاری و ارزش‌گذارانه و فرایندهای مختلف شکل‌گیری خانه - موزه‌ها از انواع گزاره‌ها هستند. بر همین اساس، خانه - موزه، کارکرد ارزش‌افزایی بر محیط و آثار و متعلقات خود دارد و یکی از اشکال این ارزش‌افزایی، افزودن نگاه فرهنگی و هنری به فضاهای آن است؛ زیرا خانه به‌عنوان فضا یا حریم خصوصی، در فرایند حفظ و توسعه ارزش‌های فرهنگی و هنری، حالا به فضایی عمومی تبدیل شده که از نظر ساختار فضایی و چیدمانی در قیاس با برخی سبک‌های هنری قرار داد؛ بنابراین

در این پژوهش، تلاش می‌شود با ذکر برخی نمونه‌ها به بررسی موجودیت و کلیت خانه - موزه به‌مثابه ابژه هنری و همچنین نشانه‌ها و مفاهیم مادی و غیرمادی درون و بیرون آن، در قالب ابژه‌های هنر، دیالکتیک موزه و هنر و کارکرد ارتباطی آن در گفتمان موزه‌ای پرداخته شود.

#### ۱-۱. پیشینه پژوهش

در حوزه مطالعات مرتبط با موزه و هنر، مقالات و یادداشت‌های متعددی مرتبط با کلیت موضوع این پژوهش به‌ویژه در کتب هنر مدرن نگاشته شده است؛ به‌عنوان مثال درباره اثر فضایی موزه بر ابژه، مطالبی به بررسی کارکرد موزه‌های هنری و شأنیت‌بخشی موزه به آثار درون آن پرداخته‌اند. در مباحث موزه‌ای نیز، وجوه توصیفی و کارکردهای فرهنگی موزه‌ها بیشتر مدنظر بوده است؛ اما در این پژوهش بسط مفهوم کارکرد ارتباطی فضاهای هنری و پیوند آن حتی به اثر غیرهنری موردنظر است که پیش‌ازاین درباره آن پژوهشی به طور مجزا صورت نگرفته است.

#### ۱-۲. روش پژوهش

پژوهش حاضر، حاصل مطالعات میدانی بر اساس گردآوری اطلاعات و داده‌ها و تحلیل موردی، موضوعی و مطالعات و مشاهدات تجربی - تحقیقی نگارندگان صورت گرفته

است. این پژوهش با شناخت و بررسی کارکرد برخی خانه - موزه‌های ملی و بین‌المللی انجام شده است؛ اگرچه در مواردی، از برخی به‌عنوان مصادیق نام برده شده است؛ اما به‌صورت توصیفی و تفسیری کلی بر موضوع، تکیه بر یک خانه - موزه مشخص ندارد.

**۲. کارکردهای موزه** بر اساس تعاریف رسمی شورای به‌مثابه سوژه - ابژه جهانی موزه‌ها، ایکوم،<sup>۱</sup> نخستین فرهنگی

تعریف موزه به سال ۱۹۴۶ م. عبارت بود از اینکه: «موزه‌ها شامل همهٔ مجموعه‌های عمومی در بر دارندهٔ اشیای هنری، علمی، تاریخی و باستان‌شناسی هستند.» این تعریف، باغ‌وحش‌ها و باغ‌های گیاه‌شناسی را هم به غیر از کتابخانه‌ها و محل نمایشگاه‌های دائمی در بر می‌گرفت. در واقع، ایکوم از همان آغاز فعالیت، به‌روزسازی و ارائهٔ تعریف جدیدتر برای موزه را با توجه به رشد و گسترش و تغییرات موزه‌ها، مدنظر قرار داد و در سال ۱۹۵۱ م. تعریفی به‌روزتر ارائه داد: «موزه مؤسسه‌ای است دائمی که با توجه به منافع عمومی و با هدف حفظ، مطالعه و افزایش مفاهیم متفاوت، به‌ویژه نمایش به عموم، خشنودی آن‌ها و بیان مفهوم واقعی اشیا، مجموعه‌ای از اشیا و نمونه‌های دارای ارزش فرهنگی، هنری، تاریخی، علمی و فنی، باغ

1. ICOM

گیاه‌شناسی، باغ‌وحش و آکواریوم را در معرض نمایش قرار می‌دهد.» بر همین مبنا، ایکوم تاکنون هشت تعریف از موزه ارائه کرده است که آخرین تعریف رسمی تا زمان نگارش مقاله، به سال ۲۰۰۷ م. وین بازمی‌گردد: «موزه مؤسسه‌ای است دائمی، بدون اهداف مادی، در خدمت جامعه و پیشرفت آن، که به روی همگان گشوده شده است. هدف موزه‌ها گردآوری، حفاظت، پژوهش، ارتباط و نمایش میراث ملموس و ناملموس بشریت و محیط او، به‌منظور اهداف آموزشی، مطالعه و بهره‌مندی از لذت است» (مستغاثی ۱۳۹۳، ۳۰-۳۲).

توجه به تغییر تعاریف موزه در بازه‌های زمانی چندساله، نشان می‌دهد که موزه‌ها یکی از توسعه‌پذیرترین و انعطاف‌پذیرترین پدیده‌های فرهنگی به شمار می‌آیند، تا آن‌جا که از مکان‌هایی با مجموعه‌های مادی، به فضاهای مفهومی، تحول و گوناگونی ساختاری و ماهیتی داشته‌اند. در حال حاضر نیز، آخرین تعریف در حال بازنگری و تدوین است. بی‌تردید در تعریف جدید، گستردگی فضای ارتباطی و تعاملی موزه‌ها و اثرپذیری و اثرگذاری آن‌ها باید مدنظر قرار گیرد. با این حال، منطبق با موضوع این پژوهش، برخی تعاریف پیشین قابل‌استنادند؛ از جمله دومین تعریف که به‌واسطهٔ به‌کارگیری دو عبارت «افزایش مفاهیم» و «بیان مفهوم اشیا»، یکی از بنیادی‌ترین تعاریف قلمداد می‌شود؛ زیرا توجه به مفاهیم، هنوز یکی از

مسائل مهم موزه‌هاست و برخی نگرش‌های جدید موزه‌ای، گذشته را متهم به شی‌زدگی می‌کنند و ورود مفاهیم به موزه را رویکردی نوین و از آن خود می‌دانند.

از منظر ارتباطی نیز برخی پژوهشگران معتقدند بر اساس نظریه کنشگر شبکه لاتور<sup>۲</sup> می‌توان شبکه ارتباطی کنشگران را در فضاهای موزه‌ای به دو شکل ترسیم کرد: «این ارتباط در اکثر مواقع، یک‌جانبه است، یعنی، بدون امکان پاسخ از مردم دریافت‌کننده که مک لوهان و پارکر بر نهایت انفعال آن‌ها تأکید کرده‌اند؛ این به این معنا نیست که بازدیدکننده شخصاً درگیر این نوع ارتباط نمی‌شود (McLuhan and Parker, 1969) بلکه، موزه به‌عنوان سیستمی ارتباطی، به زبان غیرشفاهی آثار و پدیده‌های قابل مشاهده وابسته است. این سیستم اساساً زبانی بصری است و گاهی زبانی شفاهی یا ملموس. آنقدر قدرت ارتباطی آن زیاد است که مسئولیت اخلاقی در کاربرد آن باید نگرانی ابتدایی مسئول موزه باشد» (Cameron, 1968: 38). از منظر تاریخی نیز موزه‌ها ابتدا با محوریت مجموعه‌های شخصی، متعلق به طبقه اشراف بودند که بازدیدکنندگان خاصی داشتند، اما در مسیر مدرنیزاسیون، تلاش برای گردآوری و بازنمایی آثار انسانی و جهانی، هم بر کمیت موزه‌ها افزود و هم معیارهای ارزش‌گذارانه تاریخی، اجتماعی، فرهنگی، هنری، زیباشناختی، سیاسی و... علاوه بر دسترسی عمومی آن‌ها، بر جنبه کیفی‌شان

اثر نهاد؛ به‌گونه‌ای که امروزه یکی از وظایف موزه‌ها از جنبه فضای غیرمادی و مجازی، تولید و بازتولید داده‌های آگاهی‌بخش و خلاقانه است. بر همین اساس است که موزه‌ها، اگرچه طبق اصول و اهداف و وظایف بنیادین خود، مجموعه آثاری را گردآوری، حفظ و نگهداری می‌کنند و به نمایش می‌گذارند، اما امروزه پیرو تعاریف و اهداف عملکردی جدید، تنها در قالب مکان کالبدی یا جایی برای حفظ و نگهداری آثار مادی تعریف نمی‌شوند و مدام در حال تغییر و انعطاف‌اند. در هر صورت موزه‌ها تلاش موزه‌ها و کنشگران فرهنگی نه تنها حفظ و توسعه ارزش‌های موجود، بلکه ایجاد و کشف جوهری است که یا مغفول مانده یا هنوز به‌گفتمان موزه راه پیدا نکرده است. یکی از رویکردها یا کارکردها، تأمل بر پیوند یا همانندی موزه یا آثار موزه‌ای با امر هنر و ابژه هنری است.

## ۲-۱. خانه - موزه به‌مثابه ابژه

لازمه پرداختن به خانه - موزه به‌عنوان ابژه اصلی، علاوه بر ماهیت موزه، بررسی روند دگرگونی ماهیت خانه هم هست؛ بنابراین اگر بپذیریم موزه‌ها دستاوردی از جهان مدرن هستند، می‌توان گفت خانه - موزه‌ها حاصل شکوفایی رشد عاطفی - اجتماعی جوامع هستند که بر ارزش‌های یک خانه آگاهی یافته و فراتر از مسئله مکان، محل سکونت، مسکن، سازه، حریم امن و دارایی مادی به آن می‌نگرند. در

این دیدگاه خانه نه به منزله کالبد سازه‌ای، بلکه فراتر از آن، زاده انسان‌ها و جریان‌ها و ارزش‌هایی دانسته می‌شود که در ادامه از آن‌ها با عنوان ابژه - عامل نام می‌بریم. بدیهی است که متناسب با نوع سکونتگاه، خانه - موزه‌ها هم انواع مختلفی دارند و می‌توان از غار موزه‌ها که محل زندگی انسان بدوی بوده تا اشکال مدرن و مختلف خانه‌ها، از آلونک‌ها تا کاخ - موزه‌ها و حتی سازه‌های طبیعی همچون کندو را متصور شد؛ بنابراین نخستین و سهل‌ترین توصیف خانه - موزه «خانه‌ای است که به موزه تبدیل شده است»؛ هر چند بسیاری از خانه‌ها، در روند تبدیل به موزه، بر محور هویت خانه ادامه حیات نمی‌دهند و فقط در روایت زمانی خود، در گذشته‌ای دور یا نزدیک خانه بوده‌اند، اما برخی دیگر از این خانه‌ها که با حفظ هویت و ماهیت مفهومی خانه، به موزه تبدیل شده‌اند، صورت دقیق‌تری از خانه - موزه را ارائه می‌دهند. در واقع در این مفهوم می‌توانیم حتی خانه - موزه را غیروابسته به مکان بدانیم، زیرا بیشتر از سازه وابسته به بسیاری اجزا دیگر است. لازم به ذکر است وقتی بیش از حد روی منزل (یا هر سازه سکونت‌ی) به عنوان ذات و گوهر خانه تمرکز می‌کنیم، مهم‌ترین مؤلفه را نادیده می‌گیریم: «تعاملات مابین آدم‌هایی که با هم زندگی می‌کنند یا روابط آدم‌ها و رفتار آن‌ها در پیوند با اشیا (اعم از داشته‌ها، یادگارها، مصنوعات، اموال منقول، کالاها و...) که فضای خانه‌شان را مجهز و قابل زیستن می‌کنند. از این تعاملات

حالات و کیفیات پیچیده سر بر می‌آورند و در طول زمان تکامل می‌یابند. در یک کلام، خانه جوی است مخلوق آن‌ها که در آن جا زندگی می‌کنند.» (الن فاکس. ۱۴۰۰، صص. ۹۰-۹۱). بر همین اساس، خانه - موزه یک پدیده چندوجهی است که هم می‌تواند صورت مکانی داشته باشد و هم شکل مجازی یا حتی خیالی؛ لذا مسئله ابژه در ارتباط با آن را می‌توان به سه صورت ابژه‌های - عامل خانه - موزه، مکان - ابژه خانه - موزه و آثار یا ابژه‌های مادی و غیرمادی متعلق به خانه - موزه تقسیم‌بندی نمود.

#### ۱-۱-۲. ابژه‌های عامل

ابژه‌های عامل همان کنشگران و دلایلی هستند که علت انتخاب خانه‌ها و تبدیلبشان به موزه یا خانه - موزه هستند. علل یا ابژه‌های عامل شکل‌گیری خانه - موزه‌ها را می‌توان به شرح زیر تقسیم‌بندی نمود:

- تعلق به شخصیت‌ها همچون مشاهیر علمی، ادبی، هنری، سیاسی، مذهبی، ورزشی، ملی، کشوری و... که این گروه شناخته‌شده‌ترین نوع خانه - موزه‌ها هستند و متناسب با شخصیت موردنظر، حریم موضوعی هم پیدا می‌کنند؛ خانه یک نویسنده وجه ادبی دارد یا خانه یک سیاستمدار وجهی تاریخی - سیاسی دارد.
- ارزش‌های تاریخی، هنری، معماری، سبک‌شناسی و... سازه، بنا یا ساختمان.

- نقش و اهمیت اجتماعی ای که با وقایع و جریان‌های تاریخی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، ملی و... مرتبط است.

- مختصات اقلیمی، مردم‌شناسی، جغرافیایی، بوم‌شناسی، جامعه‌شناختی و... .

- ارزش‌های مادی و کلکسیون‌ی درون آن‌ها.

- تمول، علاقه‌مندی‌ها یا نیاز به جاودانگی بشر معمولی. علاوه بر ابژه‌های ارزش‌گذارانه بالا، می‌توان از چند عامل سوپرکتیو دیگر در فرایند شکل‌گیری و راه‌اندازی خانه - موزه نظیر افراد حقیقی و حقوقی، نهادها، سازمان‌ها و مؤسسات دولتی و غیردولتی و خصوصی، رسانه‌ها و عموم و فعالان فرهنگی و... نام برد.

بر این اساس همه ابژه‌های عامل ذکر شده که خود همزمان گاهی نقش سوژه نیز دارند، نقش مهمی در حفظ و ایجاد خانه - موزه ایفا می‌کنند و با درک اهمیت و تمایزی که برای آن قائل می‌شوند، آن را به مکانی خاص برای احیا و نگاهداشت آن تبدیل می‌کنند.

## ۲-۱-۲. سازه یا مکان - ابژه خانه - موزه

اگرچه طبق مباحث نوین موزه‌داری، تعریف مکانی - سازه‌ای موزه دچار چالش شده، اما موزه‌ها در تاریخ خود، همواره ساختار مکانی داشته‌اند؛ به‌گونه‌ای که برخی بناها به‌طور خاص برای موزه طراحی و معماری شده و برخی

دیگر، بناهایی هستند که به موزه تبدیل و تغییر کاربری یافته‌اند و با ارزش‌های هویتی خود یا با موضوعی جدید ادامه حیات می‌دهند. این ابژه مکانی، ویژگی‌هایی دارد که مبین ارتباط و پیوند بصری یا معنایی با امر هنری است. از میان نمونه‌های موجود، برخی مصداق‌های ارتباطی مکان ابژه موزه و هنر می‌توانند شامل موارد زیر باشد:

• معماری و عناصر و جزئیات آن، ارزش هنری - زیباشناسی دارد؛ مانند کاخ - موزه گلستان

• مکان - ابژه موزه، خود مصداق فرم هنری است؛ مانند موزه هنر معاصر

• مکان - ابژه موزه ارزش نشانه‌شناختی موضوعی - فرهنگی دارد همانند موزه ملی فرش ایران یا موزه ایران باستان

• مکان - ابژه موزه فاقد وجوه توصیفی هنر و زیباشناسی بصری است؛ اما به‌واسطه ارزش‌های مختلف فرهنگی - تاریخی - اجتماعی و... که بر آن غالب است، ارزش هنری یافته است.

بدیهی است که مکان خانه - موزه، هرگز از ابتدا با هدف موزه طراحی و معماری نشده؛ بلکه با رویکرد حفظ هویت و ماهیت ارزشی است که یک خانه حتی با سازه معمولی، تبدیل به موزه می‌شود؛ به‌گونه‌ای که خانه - موزه می‌تواند هیچ‌گونه وجه هنری بصری هم نداشته باشد و در بسیاری موارد هم وجه ارزشی آن با هنر بصری به‌عنوان ارزش افزوده درآمیخته می‌شود.

### ۳-۱-۲. اشیاء و آثار موزه یا ابره‌های موزه‌ای

موزه‌ها که همواره با رویکرد گردآوری و نگهداری آثار به وظایف بنیادین خود عمل کرده‌اند، به فراخور موضوع خود در برگیرنده آثار مادی و معنوی گوناگونی به صورت ملموس و ناملموس هستند. بر همین اساس، موزه در برگیرنده اشیایی است که کارکرد ارتباطی آن بر اساس خط‌مشی مشخصی که به طور تاریخی متغیر بوده، در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند. این اشیاء از طریق اکتساب، اهدا یا امانت به موزه وارد شده و مجموعه‌های موزه‌ای را تشکیل می‌دهند. اشیائه به جهت نمایش که برای کارکردهای مختلف دیگری ساخته شده‌اند و اکنون هویت آن‌ها به عنوان شی موزه‌ای جایگزین آن کارکردها شده است. آن‌ها اکنون ارتباط دوری با نقش‌های قبلی خود دارند و فاقد کاربرد هستند و صرفاً به عنوان شی موزه‌ای تلقی می‌شوند (کوک و همکاران، ۱۳۶۵: ۵۶). حال اگر بخواهیم درباره چگونگی کارکرد فرهنگی آثار و اشیاء یک خانه - موزه بنویسیم، سخن پیشین نقض می‌شود؛ زیرا در بسیاری از خانه - موزه‌ها، اشیاء و آثار وارد نشده‌اند؛ بلکه بدون جدایی از پیرامون خود، در آن وجود داشته و دارند، به گونه‌ای که در روند فعالیت و توسعه و طبق ماهیت وجودی خانه - موزه، تلاش می‌شود تا آثار و اسناد و متعلقات بیشتری گردآوری شود. از طرفی در مطلب بالا، وجود موزه وابسته به مجموعه مادی آن دانسته شده، این در حالی است که ما با خانه - موزه‌های بسیاری

مواجهیم که دیگر هیچ‌یک از آثار یا اشیاء آن وجود ندارند و موزه‌داران به اشکال گوناگون به آن حیات موزه‌ای بخشیده و اسناد و آثار مختلف را در ارتباط با آن خانه گردآوری و نگهداری می‌کنند و از این طریق تولید مفهوم و محتوا و... می‌نمایند. از سوی دیگر، در موزه‌ها غالباً یک محور مشخص وجود دارد و آثار حول همان موضوع، گردآوری و چیدمان شده‌اند. اندانند به طور مثال، موزه هنری، تنها آثار هنری را گردآوری می‌کند، اما در یک خانه-موزه، بیشتر با مجموعه‌ای از اشیاء عادی زندگی و لوازم شخصی مواجهیم. البته این مسئله ممکن است در موزه‌های هنر مدرن یا موزه‌های باستان‌شناسی هم وجود داشته باشد اما بر آن‌ها وجه هنری-مفهومی یا وجه تاریخی-باستان‌شناسی واقع شده و به همین دلیل به موزه راه یافته‌اند. بر همین اساس برخی ابره‌های خانه-موزه‌ها بدین صورت است:

- آثار هنری محض (تابلوهای نقاشی و...)

- اشیاء و لوازم معمولی خانه (فرش، یخچال، میز، صندلی و...)

- اشیاء و لوازم اختصاصی افراد آن خانه (عینک، قلم، لباس‌ها و همه لوازم شخصی و ابزار کار و...)

اسناد و تصاویر و...)

- آثار باقی‌مانده مادی و معنوی (دست‌نوشته‌ها، اختراعات، نشان‌ها و...)

- ابره انسانی بدین معنا که انسان سوژه پس از آن که



تبدیل مکان متعلق یا مرتبطش به موزه، خود به ایژه‌ای مهم تبدیل می‌شود که می‌توان او را در قیاس با هنرمندی قرار داد که با خلق اثر، خود جزئی از آن می‌شود. بر همین اساس بسیاری از عوامل سوپژکتیو در روایت خانه - موزه، خود به ایژه تغییر وضعیت می‌یابند که این مسئله می‌تواند دربارهٔ مخاطب موزه هم روی دهد.

در همین راستا می‌توان گفت در خانه - موزه‌ها با طیف گسترده‌ای از ایژه‌ها مواجهیم که در شکل توصیفی در قالب هنر نمی‌گنجد. اما طبق نگرش ارتباطاتی‌ای که در مفهوم خانه - موزه جاری است، به‌سان ایژه هنر، نمود و باز نمود می‌یابند، بدین شکل که چیزی را به ما نشان می‌دهند و دعوت به دیدن و دانستن می‌کنند؛ بازنمایی انسان و دستاوردهایش هستند؛ تعلق و خاستگاه فردی - گروهی - فرهنگی دارند؛ احساس برانگیز و الهام‌بخش‌اند لذا با لذت زیباشناسی یا تخیل انسان در ارتباط‌اند؛ تأمل برانگیزند و شرایطی برای تفکر و تعمق دربارهٔ چیزی، فراتر از معمول را ایجاد می‌کنند؛ می‌توانند با عاطفهٔ فردی - اجتماعی همراه شوند و خاطرات را زنده و بازسازی کنند؛ می‌توانند قدرت انسانی و قدرت ذهن و قدرت اثرگذاری را نشان دهند؛ آثاری ارزشمند برای برخوردارها و گفتمان‌ها هستند که خود تولید فرهنگ می‌کنند؛ هم سرمایهٔ مادی و هم سرمایهٔ فکری - فرهنگی به شمار می‌آیند. در واقع از منظر ارتباطاتی، می‌توان با استناد به قدرت موزه و

به‌ویژه ارزش‌های ایژه‌ای خانه - موزه آن را به‌مثابه ایژه هنر دانست که وجه زیباشناسانه ایژه‌ها نه در صورت هنری، بلکه در ارزش‌های ناملموسی است که غالب بر وجوه مادی خانه - موزه و ایژه‌های آن وجود دارد. تبدیل خانه به موزه، فرایندی ارزش‌نگر و معناساز است که در طی این فرایند، ایژه‌ها ارزش افزون می‌یابند و حتی گاهی با حفظ ارزش‌های پیشین، ارزش‌های جدید می‌یابند. بخش مهمی از این ارزش‌گذاری وابسته به سوژه در دو معنای ایژه - عامل ارزشی و سوژه به‌عنوان مخاطب است و ارزش آثار و اشیاء درون خانه - موزه از منظر اصالت و تعلق آن‌ها به افراد یا جریان‌ها نمود می‌یابد؛ به همین دلیل است که گلدانی که در یک خانه موزه دیده می‌شود، ارزش اصالتی - تعلق آن را متمایز و دارای اهمیت می‌کند.

### ۳. ارزش‌های

#### فرهنگی - ارتباطی ایژه‌ها

#### در خانه - موزه‌ها

دربارهٔ مسئلهٔ ارزش‌گذاری

و توسعهٔ ارزشی موزه و

به‌طور خاص خانه - موزه،

می‌توان به تعریفی از اثر

هنری در این حوزه رسید که بر مبنای آن «اثر هنری اصطلاحی است که برای هنری تمام شده یا در حال ساخت به کار می‌رود. اثر در مفهومی ساده‌تر به چیزی اشاره دارد که توسط هنرمند ساخته می‌شود؛ خواه نقاشی، خواه طرح، خواه مجسمه، که در این حالت، مفهومی ثابت

و معین است. اثر در مفهوم دوم، در عین حفظ معنای خود که موجودیتی آفریده شده است، به فعالیت‌ها، مهارت‌ها، اندیشه‌ها و تصمیم‌های دخیل در تولید یک اثر هنری نیز اطلاق می‌شود.» (هریس، ۱۳۹۲: ۴۵). بر همین اساس بسیاری بر این باورند که جوهر واحد و مشترکی میان همه آثار هنری وجود ندارد و نمی‌توان تعریفی ساده ارائه کرد. موریس وایتز<sup>۳</sup> در مقاله «نقش نظریه در زیباشناسی» برحسب آنچه مفاهیم «باز» و «بسته» می‌داند، معتقد است «هنر» مفهومی باز است، در مفاهیم باز با موقعیت‌هایی سروکار داریم که وادارمان می‌کنند تا راجع به بسط کاربرد مفاهیم به‌نحوی که مورد تازه‌ای را شامل شوند، تصمیم بگیریم. در مفاهیم بسته، می‌توان شرط لازم و شرط کافی را در نظر گرفت. مثلاً برای گرفتن امتیاز گل در بازی فوتبال شرط لازم این است که توپ به درون دروازه رفته باشد و شرط کافی این است که داور بگوید گل مورد قبول است و امتیاز به آن تعلق گرفته است. مفاهیم بازی همچون هنر این امکان را به ما می‌دهند که موارد جدید و پیش‌بینی‌نشده را در آن‌ها بگنجانیم، در مفاهیم باز، کاربران باید تصمیم بگیرند که آیا مورد تازه را در آن مفهوم راه بدهند یا خیر، نه اینکه تشخیص دهند مورد تازه در آن مفهوم جای دارد یا نه (واربرتون، ۱۳۹۳: ۸۳)؛ بنابراین می‌توان گفت موزه‌ها و به‌ویژه خانه - موزه‌ها در

3. Morris Weitz

کارکرد ارتباطی موقعیتی را ایجاد می‌کنند و برای خود و ابژه خود، مفهوم‌پردازی می‌کنند. با توجه به مفهوم باز هنر، خانه - موزه را می‌توان سوژه - ابژه هنری دانست که هم در کل و هم در جزء، همچون ابژه هنر نمود می‌یابد. این نمود در صور ظاهری نیست؛ بلکه در القای مفهومی است که به مکان و اسباب و آثارش داده می‌شود. بر همین اساس است که به نظر اریک لاندوفسکی، مکان‌های القایی مکان‌هایی هستند که در پی متقاعد نمودن سوژه هستند تا باوری را نسبت به چیزی در او ایجاد کنند. به‌همین دلیل می‌توان آن‌ها را مکان‌های باورانگیز نیز نامید؛ یعنی مکان خود به سوژه‌ای تبدیل می‌شود که سوژه‌ای دیگر (درون‌متنی یا برون‌متنی) را در تعامل با خود قرار داده و به‌نحوی تلاش دارد تا او را نسبت به آنچه که خود در نظر دارد، متقاعد نماید و به این ترتیب نظر او را به نفع خود تغییر دهد. پس چنین مکان‌هایی دارای ارزش‌هایی هستند که درصدد القا یا تعمیم آن به دیگری هستند. مکان به‌دلیل ارزش‌هایی که از خود ارائه می‌دهد قابلیت متقاعدسازی دارد (شعیری، ۱۳۹۷: ۲۱۹ و ۲۲۰). طبق این گزاره، خانه - موزه‌ها مکان‌های شبکه‌ای در جغرافیای محیطی و نهادهای فرهنگی هستند که بر اساس ارزش‌ها و اصالت‌هایی که بر آن‌ها واقع است، ارزش‌ها را القا می‌کنند. القا در خانه - موزه‌ها، یک امر واقعی است، نه یک تصور ذهنی؛ یعنی وقتی اثری در این موزه‌ها وجود دارد، نشانگر

تعلق به آنجاست مگر آنکه به‌طور مشخص بازسازی یا شبیه‌سازی آن معلوم باشد. به‌هر حال اصالت تعلق، نه تنها ابژه مکانی خانه - موزه را از محیط پیرامون، بلکه تمامی ابژه‌های خانه - موزه را از سایر ابژه‌های همانند دیگر متمایز می‌کند و آن‌ها را به امر هنری تعمیم می‌دهد. بر همین اساس، خانه - موزه به‌واسطه قدرت ارزشی خود می‌تواند نشانگر نظریه باشد؛ که ابژه به‌سان اثر هنری است حتی اگر شئای معمولی باشد. ساختار خانه - موزه نیز به‌عنوان مکان - ابژه، خود نقش سوژه یا عاملی است که تأییدکننده اصالت ابژه‌هاست و آن را در مفهومی ارزش‌گذارانه قلمداد می‌کند. در واقع، مکان - ابژه خانه - موزه تولید معنا می‌کند زیرا ارزش‌های موجود به‌عنوان یک مکان استعلایی به روابط ابژه‌گانی مکان با آثار موزه هم‌زمان در فضای گفتمانی موزه نیز تعمیم می‌یابد. شعیری معتقد است استعلایی نشانه‌ای باید در «حرکت اندیشه و حضور سوژه در فهم و درک او از مکان متوقف نگردد و فراتر از آن استمرار یابد و به استعلا برسد.» (همان: ۲۳۰) بنابراین در چنین استعلایی، مکان روایی به‌مثابه مکانی است که در آن با حرکت‌های کاربردی برای تغییر وضعیت کنشگران مواجهیم. همین مکان‌های کنشی با قابلیت کاربردی می‌توانند به مکان‌هایی احساسی - عاطفی تبدیل شوند. کافی است که نشانه‌شدگی در آن‌ها اتفاق بیفتد؛ به‌عنوان مثال خانه به خانه - باغ یا خانه - موزه تبدیل می‌شود. این امر سبب تولید معنا می‌شود. یعنی از

معنای مصرفی خود عبور می‌کند و معنایی جدید با توجه به هویت افزوده به آن می‌یابد (همان: ۲۴۱). به همین دلیل است که مکانی که پراز حافظه تاریخی، اجتماعی و فرهنگی است به مکانی هستی‌شناختی تبدیل می‌شود؛ یعنی مادیت مکانی آن کاهش می‌یابد و این همان چیزی است که باعث می‌شود تا مکان دیگر نتواند فقط کارکردی و کنشی باشد و به فضا نزدیک شود و به این ترتیب فضایی واحد با هویت تاریخی واحد شکل می‌گیرد. حضور در چنین مکانی حضوری تعاملی بین انسان و مکان است؛ یعنی هستی انسان در تعامل قرار می‌گیرد که جنبه کاربردی و مصرفی مکان به نفع جنبه زیبایی‌شناختی آن تضعیف می‌شود. اما همین مکان قادر است شرایط کاربردی و مصرفی خود را نیز حفظ کند. در این حالت است که مکان متکثر می‌شود و هویت تاریخی و در زمانی آن به هویت هم‌زمانی (توقف در پشت ویتترین‌ها، گزینش ابژه و...) تغییر می‌یابد. هر انسانی که در آن مکان حضور می‌یابد یک خریدار پتانسیل ابژه‌های هنری یا مصرفی نیز هست. (همان: ۲۴۳)؛ این در حالی است که مکان روایی یا بازپردازی‌شده مکانی است که مرجعیتی مکانی داشته و قالب‌های شناختی خود را دارد. مکانی که به‌دلیل شرایط گفتمانی جدیدی که بر آن افزوده می‌شود، ویژگی‌های معنایی جدیدی پیدا می‌کند. گویا دچار زایشی مجدد شده است به همین دلیل مکان زایشی نامیده می‌شود (همان: ۲۴۳).

با توجه به موارد ذکر شده، در ساختار فضایی و گفتمان ارتباطی خانه - موزه‌ها ابژه‌های مختلفی حضور دارند که به تناسب جایگاهشان در فرایند تبدیل خانه به موزه یا ارزش خود را حفظ می‌کنند یا ارزش‌های جدید می‌گیرند یا با حفظ ارزش پیشین، ارزش‌های جدید می‌یابند؛ از این رو لازم است تا ارزش‌گذاری هنری از منظر فرهنگی و ارتباطی خانه - موزه‌ها را بر محور ارزش‌های هویتی، ارزش‌های زیبایی‌شناختی و ارزش‌های ابژه موزه‌ای بررسی نمود.

### ۱-۳. ارزش‌های هویتی

خانه - موزه‌ها وجه هویتی دارند زیرا «هر مکان هویتی مکانی‌ای است معنادار، عاطفی، شناختی، انسان‌شناختی، کاربردی، زیبایی‌شناختی، هستی‌شناختی، حسی-ادراکی و غیره. پس مکان معنادار است و لیکن نه به دلیل حضور فیزیکی مکان، بلکه به سبب تعامل و آمیختگی انسان با مکان» (همان: ۲۳۲) از سوی دیگر، بهره‌مندی از سیاست خاطره به عنوان مسیری برای بازسازی گذشته در موزه موجب می‌شود خانه - موزه و اشیاء و فضای آن به تناسب مخاطبی که از آن بازدید می‌کند، تداعی‌کننده امری خاص باشند که گاه به سبب ذهنیت جمعی، تداعی‌گر خاطره‌ای جمعی نیز هستند. به همین دلیل، هر جزئی از اجزای خانه - موزه‌ها با توجه به پیش‌فرض‌های مخاطب به صورت

شخصی می‌تواند خاطره‌ای را بازآوری نماید؛ به عنوان مثال هنگامی که مخاطب کهن‌سال در حیاط خانه - موزه سیمین دانشور و جلال آل‌احمد به تماشا می‌ایستد و حوض آبی‌رنگ را به عنوان بخشی از معماری خانه می‌بیند، بی‌شک خانه‌های قدیم و شاید خانه پدری برایش تداعی شود، یا وقتی کتاب‌های دو نویسنده را ببیند که در دوران نامزدی به یکدیگر هدیه داده‌اند، برایش یادآور موضوعی شخصی است. در حقیقت فیزیک بناها و کتاب‌ها، به ابژه‌های هنری تبدیل می‌شود که ارزش مفهومی و زیبایی‌شناسی دارد. در کنار این عناصر فیزیکی، اشیا نیز برای خود «تشخص» دارند؛ اشیا با نظیر عصا، خودکار، عینک و حتی ظروف مثل لیوانی که در یک خانه - موزه وجود دارد به دلیل وجود اصالت ابژه‌ای در آن، ارزشش در ارتباط با ارزش اصلی و محوری خانه تعریف می‌شود.

از دیگر مؤلفه‌های هویتی در ارزش‌گذاری خانه - موزه بررسی عناصر، ترکیب‌بندی و سبک در فرایند تبدیل خانه به موزه است. چگونگی چیدمان اشیاء موزه‌ای مسئله‌ای قابل توجه است که می‌توان آن را تا حدی شبیه مسئله فرم و شکل و ترکیب‌بندی در هنر که محور هویت بصری در ساخت یک اثر هنری است، دانست. در برخی موارد، فضای خانه از وجه ساختار فضایی و چیدمانی به شکل قبل حفظ شده، که البته این موضوع منوط به آن است که چه میزان از اسباب خانه باقی مانده و چگونه در ساختار چیدمانی قرار

گرفته است. نکته مهم، حفظ ماهیت وجودی خانه از هر بُعد چون گذشته است، اما به دلیل اینکه گاهی خانه‌ها خالی از اشیا هستند یا نقصان دارند یا به‌طور کلی تغییر کاربری موضوعی یافته‌اند، ناچار دگرگونی را می‌پذیرند. برخی که اصلاً دچار دگرگونی از منظر معماری می‌شوند و برخی در ساختار فضایی و چیدمان تغییر یافته‌اند. به هر حال در اغلب موارد با توجه به اینکه همه آثار و مستندات خانه وجود ندارد، خانه - موزه‌ها در وضعیتی صرفاً شبیه‌سازی شده و در تعلیق میان اصالت و تغییر شکل می‌گیرند. بر همین اساس اگر دو نقطه نهایی را بر دو سر یک خط برداری تصور کنیم که یک‌سو با حفظ تمام ماهیت خانه و سوی دیگر، نهایت دگرگونی خانه را مدنظر قرار دهیم، در این میان نقاط یا اشکال مختلف خانه - موزه را از نظر فضا و چیدمان، می‌توان متصور شد که نشان‌دهنده میزان و مدل تغییر است که بر اساس شباهت‌ها و تغییرها هر کدام به یک سر این بردار نزدیک‌تر یا دورترند. از این نظر، می‌توان آن را در یک مقایسه تطبیقی با سبک‌های مختلف نقاشی قرار داد که یکی رئال و واقع‌گرا و دیگری فراواقع‌گرایانه و گاه انتزاعی است. البته که وفاداری به ماهیت خانه، شرط موزه‌داری است، در حالی که در مسئله هنر، ذهن هنرمند و انتخاب او عامل اصلی است، چون هنرش امری فردی است درست برعکس موزه‌دار که کارش، دوری از سلیقه و سوگیری است.

## ۲-۳. ارزش‌های زیبایی‌شناختی

از منظر ابژه‌سازی هنری و نگاه زیبایی‌شناسانه به موضوع خانه - موزه، اگرچه حفظ ماهیت خانه - موزه شرط لازم است، اما می‌توان با تعریف اجزای مفهومی در چیدمان و نمایش آثار و خانه، معناسازی کرد و در واقع ابژه‌عادی زندگی را به ابژه هنری بدل کرد. این کار به دلیل نگاه استنادی به موزه‌ها، همواره توصیه شده است؛ هرچند در نگرش رویدادمحور نباید به قصد تغییر ذهن مخاطب از واقعیت و به اشتباه انداختن وی، پرهیز شود. خانه - موزه‌ها در ابتدا باید به ساختار و چیدمان اصلی خانه وفادار باشند، اما می‌توان در قالب رویدادهای هنری - مفهومی، تغییرات موقت در آن ایجاد کرد تا با بهره‌گیری از فضا و ابژه‌های مادی موجود، رویدادی مفهومی خلق شود و موزه‌داران که تلاششان حفظ شباهت‌هاست، خلاقانه و به شیوه‌ای شفاف و چالش‌برانگیز، مفاهیم هنری را با اهداف موزه‌داری که از جمله آن‌ها حفظ و توسعه ارزش‌ها و مفاهیم است، رقم بزنند. به‌عنوان مثال در مجموع لباس‌های سیمین دانشور تعداد لباس‌ها راحتی به مراتب بیشتر از لباس‌های رسمی اوست که خود دارای مفهومی ضمنی است؛ اینکه دانشور بیشتر اوقات را در خانه و مشغول نوشتن بوده است. به عبارت دیگر، موزه در فرایند ابژه‌سازی خود، ابژه‌های عادی زندگی را در فرایندی مشخص، به اثر تبدیل می‌کند. از دیگر عناصر قابل بررسی در ارزش‌های زیبایی‌شناخت

موزه، توجه به توازن مسیر حرکتی و چگونگی هدایت چشم مخاطب است. در فرایند تبدیل خانه به موزه باید دقت داشت که حریم خصوصی خانه با وجود در اختیار داشتن جزئی‌ترین اشیا هم از بین می‌رود، پس برای تعریف مسیر حرکتی، بازدیدکننده می‌بایست بخش‌های مختلف و در معرض نمایش را ببیند. البته در محل‌هایی که با هدف موزه طراحی شده‌اند، مسیر جریان گردش بازدیدکننده به خوبی در نظر گرفته شده، اما شاید از این نظر، دشوارترین مسئله در خانه - موزه‌ها تعیین مسئله مسیر گردش بازدیدکننده است. خانه - موزه‌هایی که به خوبی تغییرات را بدون آسیب به ذات اصلی خانه به وجود می‌آورند، به سان یک اثر هنری موفق نمود می‌یابند.

توجه به چنین اصل بصری و زیبایی‌شناختی موجب حفظ بصری و لذت روحی بازدیدکننده می‌شود. این مسئله در ارتباط با ابژه به دو صورت رخ می‌دهد: نخست حفظ بصری از دیدن موزه و کلیت آن و تمام متعلقاتش و در شکل دوم حفظ بصری با دیدن خود اثر هنری که در یک خانه - موزه می‌تواند به شکلی مضاعف پدید آید. درک این نوع لذت ممکن است در هر موزه‌ای برای مخاطب رخ بدهد؛ در سالن‌های نمایشگاهی موزه‌هایی که مجموعه‌ای از آثار هنری را یک‌جا گرد آورده‌اند، اما در خانه - موزه‌ها چنانچه اثری هنر را در مکان اصلی خود ببینید این بهره‌دوچندان می‌شود. در این حالت ابژه هنری با ارزش جایگاه مکانی

خود، ارزش زیباشناسانه موقعیتی از نظر اصالت مکانی دارد. بهترین حالت هنگامی است که ابژه هنری خود با موضوع خانه مرتبط هم باشد که این موضوع، چشم‌گیرتر می‌شود؛ مانند پرتره سیمین دانشور اثر جوادی‌پور بر روی دیوار اتاقش که با دست‌خطی از جلال آل‌احمد ارزش مفهومی دوچندان هم می‌گیرد.

رعایت اصول مرتبط با زیباشناسی ابژه‌ای در موزه‌ها که مجموعه‌ای از دستاوردهای انسان به شمار می‌آیند، در چنین کاربردی معنا می‌گیرند؛ در چنین بافتاری یک اثر ادبی یا مدال قهرمانی بر جای مانده، تغییر معنا می‌دهد و وارد گفتمان موزه‌ای می‌شود. به گونه‌ای که کارکرد اولیه هر اثر هنری با مفاهیمی زیباشناسانه گره خورده، اما به واسطه رفتار موزه‌ای با آن، ابژه عادی و غیرهنری درون یک خانه - موزه به سان ابژه‌ای هنری، معنای زیباشناختی می‌گیرد. قلم نویسنده اگرچه به عنوان قلم دیده و معرفی می‌شود؛ اما دیگر وجه ابزاری - کاربردی برای نگاشتن ندارد و تبدیل به ابژه‌ای با ارزش زیباشناختی شده است. ابژه‌های ابزاری نویسنده به واسطه تبدیل خانه او به موزه، به مانند گذشته کاربرد و کارکرد ندارند و ارزش افزوده موزه‌ای به خود گرفته‌اند که حالت ابژه در ابژه مطرح می‌شود. موزه به عنوان کارگزار فرهنگی و ارتباطی، خود نویسنده را هم به ابژه‌ای اعتباربخش و اثربخش تبدیل کرده که ابژه‌های کاربرد مصرفی آن خانه را اثر او می‌داند. میزی که

نویسنده روزها و ساعت‌ها پشت آن می‌نشسته و می‌نوشته، یا عینکی که بر چشم خود می‌زده حالا دیگر تبدیل به یک ابژه دیدنی می‌شود. بر همین روال است که در اغلب خانه - موزه‌ها طیف بسیاری از اقلام معمولی که وظیفه غیرهنری داشته‌اند حال در مقام کارکرد ارتباطی به‌گونه‌ای جلوه زیباشناختی و هنری می‌یابند و همزمان احساساتی را به وجود می‌آورند که برآمده از تولید معناهای نمادینی است که ابژه‌ها در انسان به وجود می‌آورند. ابژه‌هایی که در مقام نمادهایی به تولید تمثیل در گفتمان موزه‌ای کمک می‌کنند و وظیفه رمزگذاری معنا و تفسیربخشی ابژه را بر عهده دارند. به همین دلیل می‌توان گفت خانه - موزه‌ها همانند یک اثر هنری انواعی از ابژه‌ها را ارائه می‌دهند که معنایی را منتقل کنند؛ به‌عنوان مثال زمانی که عینک نویسنده روی کتاب او و هر دو روی میز نویسنده قرار می‌گیرند، این صحنه نمایشی، معنایی نمادین از وجود کسی است که علت وجودی آن خانه است و سوژه را وارد تفسیر ذهنی می‌کند؛ همان‌طور که یک اثر هنری منجر به تفسیر می‌شود.

### ۳-۳. ارزش‌های ابژه موزه‌ای:

موزه‌ها و به‌ویژه خانه - موزه‌ها به‌عنوان یک نهاد مدرن یا دستاورد فرهنگی جهان مدرن، اگرچه آثار هنری کلاسیک بسیاری را در خود جای داده‌اند؛ اما در معناسازی، به توصیف کلاسیک اثر هنری به معنی نمونه‌های اعلای هنری محدود

نمی‌شوند و در خانه - موزه‌ها حتی به ظروف و اسباب‌خانه در قالب اثری گفتمان‌پذیر و هنری، ارزش می‌گذارند. البته این آثار ارزش‌های اولویت‌بندی شده هم دارند. ارتباط با اثر، پیچیدگی‌های ابژه‌ها، اصالت و ژرفای معنایی ابژه‌های موزه، زبان بیانی ابژه‌ها و... همه از مواردی است که در حیطه ابژه‌نگاری هنر و موزه قابل‌بحث هستند. ابژه‌های مادی در مکان موزه، ساده‌ترین کاربردها به‌عنوان امر دیدنی، تعامل با مخاطب خود است. خانه - موزه تنها فضایی است که تلاش می‌کند این پیوند را در عین اثرگذاری به‌خوبی حفظ کند و حتی گاه با ساده‌ترین ابژه‌ها، چون پرده‌های خانه و حتی شاید گاهی با یک لیوان، مانند یک شاهکار هنری بازدیدکننده‌اش را متحیر کند؛ بنابراین ابژه هنری در موزه تنها اثر هنری صرف نیست، بلکه مجموعه آثار و اشیاء عادی زندگی است که به‌واسطه موزه، وجه هنری یافته‌اند. البته بدان معنی نیست که هر چه هست هنر است، بلکه در جریان گفتمانی موزه و هنر، می‌توانند مورد بررسی قرار گیرند. این همان نکته مدنظر در پدیدارشناسی ابژه موزه‌ای است که ویژگی آن تمرکز بر توصیفات از تجربه است که در آن معناهای امور برای انسان بر تأویل نظری مقدم است. از این رو، تجربه ابژه‌ای که مورد دیدن واقع می‌شود آن را به یک ابژه هنری نزدیک می‌کند و خانه - موزه نیز به‌عنوان مکان - ابژه هنری، همانند ساختمان‌های دیگر فضایی دارد که در بُعدی مهم‌تر، به‌واسطه ارزش ابژه‌های خود ارزیابی

می‌شود؛ بنابراین خود تبدیل به یک مکان -ابژه فرهنگی و هنری می‌شود که علاوه بر ارزش‌های برشمرده، ابژه‌های زیباشناختی بسیاری را در خود جای داده است. این مکان - ابژه در بر گیرنده روابط ابژگانی است و از سویی ابژه‌ها روایت‌گری و روایت‌سازی می‌کنند.

موزه به‌عنوان یک دستاورد فرهنگی مدرن، خود هم ابژه است و هم خود نشانگر رفتار انسان مدرن در تصرف سوژه‌های پیرامون است. ابژه‌سازی به‌منزله یکی از عملکردهای انسان در جهان مدرن است. انسان مدرن به‌عنوان سوژه تبیین می‌کند که همه موجودات از جمله خودش چگونه ابژه شوند و تابع چه قواعدی شوند تا در تصرف سوژه درآیند. از این رو ابژه شدن مانع از آن است که حقیقت موجودات مشخص شود و انسان نیز فقط به حکم سوژه بودن می‌تواند استیلای خود را بر موجودات خارجی، به‌منزله ابژه حفظ کند. هرچه سوژه بودن سوژه افزایش یابد، ابژه بی‌هویت‌تر می‌شود؛ به‌نحوی که مثلاً در علم و فناوری جدید دیگر حتی جایی برای ابژه بودن موجودات نمی‌ماند. چنین تفکری را که ناظر به این نوع نسبت میان سوژه و ابژه است، تفکر ابژه‌گر می‌نامند. تفکر جدید، تفکری ابژه‌گر است. در این نوع تفکر، فقط موجودات طبیعی ابژه نمی‌شوند و حتی گذشته و تاریخ نیز ابژه می‌گردند. در حقیقت مدرنیسم وقتی ظهور کرد که انسان در مقام سوژه، گذشته را ابژه خویش ساخت، روشی که در علم

تاریخ همان نقد تاریخی است و از اساس منکر گذشته و تذکر تاریخی است و به گذشته چون ابژه می‌نگرد. با تاریخ، همه دانش‌ها و داشته‌ها و یافته‌های دیگر انسان همانند هنر و علم نیز به ابژه بدل می‌شوند (دبیری‌نژاد، ۱۳۸۳: ۱۰۴-۱۰۳). حال این ابژه‌ها خود دارای روایتی می‌شوند که به مکان موزه، ابژه‌ها و رویدادهایش تصویر و معنا می‌بخشد. از سوی دیگر ابژه هنر هم وقتی در یک خانه - موزه در جایگاه حواس قرار می‌گیرد، دیگر به شی موزه تبدیل شده است و کاربرد ابژه‌ای در ارتباط با سایر اشیا یا ابژه‌ها و سوژه پیدا می‌کند؛ بدین‌گونه است که ابژه هنری علاوه بر کارکرد ارتباطی در زیباشناختی هنری خود بخشی از روایت خانه - موزه است.

خانه - موزه‌ها یکی از مصادیق مدرن در جهان موزه‌ها به‌شمار می‌آیند که بر اساس کارکردهای گوناگونی در شبکه کنشگران شهری به وجود آمده‌اند. در خانه - موزه‌ها به‌سبب آنکه با بعدی از تاریخ یک شخصیت فرهنگی، سیاسی، تاریخی و... روبه‌رو هستیم دیگر هنر یا ابژه هنری معنای توصیفی ندارد، بلکه ابژه‌ها علاوه بر دگردیسی کارکرد ارتباطی، وارد نظریه‌های زیباشناختی فرهنگی و هنری می‌شوند. در راستای همین کارکرد، خانه - موزه‌ها و مخاطبشان به‌عنوان کنشگران یک شبکه، در

### نتیجه‌گیری:



قالب سوژه-ابژه، خودشان تعیین کننده مفاهیم هستند و با معناسازی و ابژه‌پردازی، ابژه عادی زندگی را به‌سان یک اثر هنری، ارائه می‌دهند و بر محورهای مختلف ارزش‌گذاری، با القا و تأیید تعلق و اصالت ابژه - سوژه‌ها ارزش افزوده می‌یابند. بر همین اساس است که با تغییر کارکردها در چنین فضایی به ابژه‌ها مفهوم ارزشی داده شده و مکان به فضایی معناساز تبدیل می‌شود. هر چند موزه‌ها در انواع مختلف خود آثار هنری کلاسیک بسیاری را در خود جای داده‌اند؛ اما در معناسازی، به توصیف کلاسیک اثر هنری به معنی نمونه‌های اعلای هنری محدود نمی‌شوند و به‌ویژه خانه - موزه‌ها حتی به ظروف و اسباب خانه در قالب اثری گفتمان‌پذیر به‌سان یک اثر هنری، ارزش می‌گذارند. البته این آثار ارزش‌های اولویت‌بندی شده هم دارند. ارتباط با اثر، پیچیدگی‌های ابژه‌ها، اصالت و ژرفای معنایی ابژه‌های موزه، زبان بیانی ابژه‌ها و... همه از مواردی است که به کارکرد موزه‌ها بستگی دارد. ابژه‌های مادی در مکان موزه، ساده‌ترین کاربردها به‌عنوان امر دیدنی است و اینکه به‌سان ابژه هنر تلقی شوند به مخاطب موزه بستگی دارد. خانه - موزه تنها فضایی است که تلاش می‌کند این پیوند را حفظ کند و اثرگذار باشد و حتی گاه مانند یک شاهکار هنری بازدیدکننده‌اش را متحیر کند، اما با ساده‌ترین ابژه‌ها، با چیزی چون پرده‌های منقوش خانه و حتی شاید گاهی با یک لیوان؛ بنابراین ابژه هنری در موزه

تنها اثر هنری صرف نیست، بلکه ارتباط و تعامل مجموعه آثار و اشیاء عادی زندگی است که به‌واسطه موزه، وجه هنری یافته‌اند. نکته دیگر اینکه بسیاری از آثار برای نمایش دادن به وجود آمده‌اند، اما همه ابژه‌های هنر از ابتدا با این هدف ساخته نشده‌اند، حتی آثار هنری درون یک خانه - موزه هم برای همان مکان محدود بوده‌اند. ابژه‌های هنری که در اینجا منظور موزه و آثار آن است، هویت و فردیت دارند و این است که شمعدان یک خانه - موزه را از سایر شمعدان‌های جهان متمایز می‌کند و هویتشان قابل حذف نیست، همان‌طور که تعیین اصالت و هویت آثار هنری فراتر از خود اثری که دیده می‌شود، در جهان هنر ارزش و اهمیت و قیمت دارد. در واقع ابژه موزه می‌تواند تنها ایماژی از هنر تلقی شود و واقعی نباشد و ایماژ ابژه موزه به‌مثابه ابژه هنر، تنها یک مفهوم‌پردازی ارزش‌گذارانه باشد.

- الن فاکس. مایکل (۱۴۰۰). همه چیز درباره خانه، مترجم مهدی نصراله زاده، تهران، نشر بیدگل.
- پین، مایکل (۱۳۸۲)، فرهنگ اندیشه انتقادی از روشنگری تا پسامدرنیته، ترجمه پیام یزدانجو، تهران: نشر مرکز.
- دبیری نژاد، رضا (۱۳۸۳)، موزه / دیروز، امروز، فردا، تهران: نشر ساحت.
- مهرس، فرانسوا. دواله، آندره (۲۰۱۳)، مفاهیم کلیدی موزه‌شناسی، ترجمه کورس سامانیان، مرضیه حکمت. معصومه کریمی، انتشارات ایکوم.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۹۷)، نشانه - معناشناسی دیداری/نظریه‌ها و کاربردها، تهران: نشر سخن.
- کوک، بث؛ رینولدز، ربکا؛ اسپایت، کترین (۱۳۶۵)، موزه‌ها و آموزش طراحی، ترجمه صابر منصوری، تهران: نشر موزه علوم و فناوری.
- گرمس، آلژیرداس ژولین (۱۳۸۹)، نقصان معنا، ترجمه حمیدرضا شعیری، تهران: نشر علم.
- فاکس، مایکل آلن (۱۴۰۰)، همه چیز درباره خانه، ترجمه مهدی نصراله زاده، تهران: انتشارات بیدگل.
- مستغاثی، شیرین (۱۳۹۳)، «تعریف موزه از نگاه شورای بین‌المللی موزه‌ها»، فرهنگ موزه، شماره هشتم ص ۳۰ - ۳۳.
- واربرتن، نایجل (۱۳۹۳)، چيستی هنر، ترجمه مهتاب کلاتتری، تهران: نشر نی.
- هریس، جاناتان (۱۳۹۲)، مفاهیم کلیدی تاریخ هنر، ترجمه پرویز علوی، تهران: نشر پشتون.
- CAMERON D., 1968. "A viewpoint: The Museum as a communication system and implications for museum education", in Curator, no 11, p. 33-40.
- HOOPER-GREENHILL E. (Ed.), 1995. Museum, Media, Message. London, Routledge.
- Latour, B, 2005, Reassembling the Social: An Introduction to Actor - Network Theory (Clarendon Lectures in Management Studies), New York: Oxford University Press.
- MCLUHAN M., PARKER H., BARZUN J., 1969. Le musée non linéaire. Exploration des méthodes, moyens et valeurs de la communication avec le public par le musée, tr. fr. par B. Deloche et F. Mairesse avec la collab. de
- S. Nash, Lyon, Aléas, 2008.