

# موزه انبار نیست!

## گفت‌وگو با رضا دبیری‌نژاد رئیس موزه ملک

### فریبا موسوی‌زاده

موزه همان دید سنتی به نسل اول موزه‌هاست که براساس آن، موزه یک انباری است اما ما در گذر زمان فهمیده‌ایم که وسایل موجود در موزه، به ذات خویش مهم نیستند بلکه ارزش‌های موجود در آن‌هاست که اهمیت دارد و نگاه جدید این است که همان‌طور که افراد تغییر می‌کنند و نسل‌ها متفاوت می‌شوند، معناهای جدید برای موزه و اشیا وضع می‌شود.

### مستفرا: **وضع معنای جدید برای اشیاء قدیمی عجیب نیست؟ به‌نظرم، موزه باید فضایی برای حفظ آنچه بوده است باشد!**

اگر موزه را فقط یک فضای موزه‌ای تعریف کنیم، حق با شماست اما موزه هر بار پر از انسان‌هایی می‌شود با فرهنگ‌های مختلف؛ مثلاً خود شما با فرهنگ یزدی، محیط کار و تجارب خاص و خاطرات شخصی به اشیاء این موزه نگاه می‌کنید ولی من با نگاه بندری خودم، با فرهنگ بندری و تجربه‌ها و خاطرات خودم این اشیا را می‌بینم. بنابراین، من آن‌ها را به یک شکل می‌بینم و شما به شکلی دیگر، با خاطرات و تصوراتی دیگر؛ به همین دلیل، اشیا یک معنا ندارند و به اندازه افراد مختلف می‌توانند معانی مختلفی داشته باشند.

نکته دیگر اینکه اگر در موزه فقط به تماشا بسنده کنیم، شاید حرف شما درست باشد اما امروزه موزه‌ها روایت‌خانه‌اند؛ از اشیا روایت می‌سازند و قصه‌های جدید تعریف می‌کنند. ما امروزه در موزه می‌شنویم، لمس می‌کنیم، می‌چشیم، بو می‌کشیم و می‌توانیم با فضای مجازی خلق کنیم. در نسل جدید موزه‌های تعاملی صحبت فقط بر سر این نیست که موزه چه دارد؛ خود مخاطب، منبع تولید موزه است.

### مستفرا: **برای من هنوز هم این تعریف جدید از موزه، قابل درک نیست!**

○ بگذارید پله‌پله پیش برویم. موزه‌ای در رشت وجود دارد به نام موزه میراث روستایی گیلان. در آنجا مجموعه‌ای از خانه‌های روستایی را با همان سبک و وسعت بازسازی کرده‌اند و در روزهای خاصی، افرادی با همان آداب و رسوم هم در آنجا زندگی می‌کنند. پیرزنی نان می‌پزد و شما می‌توانید نان تازه با باقالاقتاق میل کنید. می‌توانید صنعتگری را که داس و چکش می‌سازد ببینید، می‌توانید صدای پرندگان را در محیط بشنوید

اگر شما هم مثل من یزدی‌زاده باشید و خانه قدیمی مادر بزرگتان پر از ظروف پر نقش و نگار زیبا و عتیقه باشد و با دیوارهای خشتی و اتاق‌ها و تالارها و دالان‌های تودرتو خاطرات هزار ساله بشری را پیش چشمتان زنده کند، قدم زدن در موزه ملک برایتان خاطره‌انگیز است.

گویی اسباب خانه مادر بزرگ را یک‌جا برایت جمع کرده‌اند؛ گویی موزه زنده است و با تو نفس می‌کشد. مجموعه‌های سکه، آثار هنری، هنر لاک، تمبر، فرش، مجموعه بانو و آثار خوش‌نویسی، این موزه را چنان خاص و منحصر به فرد کرده است که شما را مسحور می‌کند. در کنار این همه، کتابخانه خاص و ممتاز موزه با هزاران کتاب چاپ سنگی و نادر و نفیس، روح مشتاق شما را سیراب می‌سازد.

از همه مهم‌تر، نگاه خاص مدیریت این مجموعه به موزه‌داری و روش‌های ابتکاری این مجموعه برای ارتباط با مخاطبان است. پای صحبت‌های آقای رضا دبیری‌نژاد، مدیر این موزه قدیمی، نشستیم تا راز پویایی موزه ملک را در گوش ما زمزمه کند؛ قصه‌ای جدید از حفظ میراثی قدیمی.

### مستفرا: **قبل از هر چیز، دوست داریم بدانیم تعریف شما از موزه و موزه‌داری چیست.**

تعریف موزه به نگاه ما از موزه بستگی دارد و اینکه موزه را چه ببینیم. یک تعریف از درخت همان مجموع میوه و برگ و ساقه است که با فصل عوض می‌شود و با بهار شکوفه می‌دهد و در پاییز برگ‌ریزان دارد؛ یک روایت از موزه هم همین است: ظاهر آن، که چیست و چه دارد، ولی تعریف دیگر از درخت، ریشه‌ها و تنه آن است؛ آنچه پنهان است، قطور شدن و عمیق شدن آن، که تعریفی متفاوت ایجاد می‌کند. یک نگاه به موزه هم این است که ریشه‌ها و رشد آن را ببینیم. شما می‌توانید موزه را فقط مکانی بدانید که وسایلی در آن است و همیشه می‌توانید آن‌ها را ببینید، یا آن را یک سازمان و یک پدیده زنده فرهنگی ببینید؛ جایی که قرار است رویدادی فرهنگی در آن تولید شود، رشد کند و بارور گردد.

موزه رفتن مثل رفتن به خانه مادر بزرگ است که باید هر بار در آن اتفاقی بیفتد؛ همچون مهمانی و دورهمی خانه مادر بزرگ، باید هر بار در موزه یک رویداد فرهنگی رخ دهد که جذابیتی خاص داشته باشد و هر بار متفاوت باشد. نگاه عموم مردم به

و بهار و پاییز و زمستان را حس کنید. این نوع موزه با تصویری که شما از موزه‌ها دارید، همان موزه‌هایی که فقط اشیاء قدیمی را نگه می‌دارند، کاملاً فرق می‌کند.

**ماسه‌فرا: خب به نظر من اسم این فضایی که شما مثال زدید، موزه نیست!**

○ هست! این‌ها نسل جدید موزه‌ها هستند. اکوموزه می‌تواند یک روستا مثل ماسوله باشد؛ پارک موزه‌ها، اکوموزه‌ها و محوطه‌های بازی که به‌عنوان موزه ثبت شده‌اند، همگی نسل‌های جدید موزه با رویکرد تعاملی هستند. موزه‌ها امروزه با هدف و کارکردشان تعریف می‌شوند. آن‌ها پنج کارکرد و سه هدف دارند.

موزه فضایی است که با هدف ایجاد لذت، برقراری ارتباط و پژوهش، کارگردآوری، نگهداری، آموزش، نمایش و در دسترس قرار دادن را انجام می‌دهد. برای همین، امروزه موزه‌ها از مراکز مهم آموزشی محسوب می‌شوند و نقش مکمل آموزشی دارند. در این نسل از موزه‌ها، افراد اشیا را نمی‌بینند؛ آن‌ها در موزه بازی و تجربه می‌کنند. مثلاً در موزه‌های علوم در کارگاه‌ها چیزهایی می‌سازند و کیت‌های آموزشی در اختیار دارند. امروزه در مدارس بزرگ و دانشگاه‌ها هم چنین موزه‌هایی وجود دارد. ایران هم اکنون دارای ۹ موزه دانشگاهی است که در کنار دانشگاه‌ها وجود دارد؛ مثل موزه دانشگاه خواجه نصیر و دانشگاه علوم پزشکی. این‌ها صرفاً جاهایی برای نگهداری اشیا نیستند. در این مراکز هم‌اکنون فعالیت پژوهشی انجام می‌شود. حتی بعضی باغ‌وحش‌های معتبر دنیا نیز همین کار کرده‌ها را دارند و موزه در نظر گرفته می‌شوند.

**ماسه‌فرا: پس، مفهوم موزه امروزه با چیزی که ما همیشه تصور می‌کردیم، متفاوت شده است.**

بله، موزه‌ها فقط انباری اشیا نیستند. یک موضوع معاصر می‌تواند در موزه انعکاس یابد؛ مثل موزه عشق‌های معاصر، که مجموعه‌ای از افرادی که در عشق‌های خود شکست خورده‌اند، یادگاری‌های خود را به آنجا داده‌اند و این موزه شکل گرفته است. موزه معصومیت در ترکیه هم نسل جدیدی از موزه‌هاست که نویسنده رمان «معصومیت» تمام اشیایی را که در نوشتن این رمان برایش الهام‌بخش بوده‌اند، جمع کرده و در این فضا گردآورده است. چیدمان این موزه

براساس رمان است و شما وقتی وارد آنجا می‌شوید، گویی در فضای رمان قدم می‌زنید و آن را تجربه می‌کنید.

نسل مدرسه موزه‌ها یک نمونه متفاوت از این موزه‌هاست که در دل خود به کار آموزش

موزه می‌پردازد. ما هنوز در یک نسل از موزه‌ها مانده‌ایم و با این نگاه، بستگی دارد که چگونه از موزه‌ها بهره ببریم.

**ماسه‌فرا: پس با این نگاه، هر چیزی یا هر ابزاری که به نحوی بتواند تاریخچه‌ای را به شما ارائه کند، یک موزه است؟**

○ نه! باید مؤسسه داشته باشد؛ باید سازمان باشد و اهدافی را که برای موزه مطرح کردیم، دنبال کند. مکان آن مهم نیست. ما امروزه شهر موزه‌ها را داریم که سازمان و کارکرد مشخص دارند. آن‌ها میراث‌های ملموس و غیرملموس را گردآوری می‌کنند؛ مثلاً باغ‌وحش‌هایی که موزه هستند میراث‌های طبیعی را گردآوری می‌کنند. وقتی صحبت از شهر موزه‌ها می‌کنیم، یک بخش آن دارای میراث ملموس است، مثل فضاها و بناها، و یک بخش دارای میراث غیرملموس، مثل گویش‌ها و لهجه‌ها، سنت‌های غذا پختن و لباس.

این‌ها هم میراث ما هستند؛ زبان فارسی و گویش‌های یزدی، بندری، گیلکی و غیره، میراث ما هستند و موزه‌ها به حفظ این میراث‌ها فکر می‌کنند. آن‌ها یک گردآوری می‌کنند؛ دو: نگهداری می‌کنند؛ سه: معرفی می‌کنند؛ چهار: در دسترس عموم قرار می‌دهند؛ پنج: فعالیت آموزشی انجام می‌دهند، برای اینکه ما لذت ببریم؛ به توسعه جامعه کمک کنیم؛ به ارتباط با مخاطب دست پیدا کنیم و امکان پژوهشی فراهم کنیم. اگر نهادی این کارها را انجام داد می‌تواند موزه تلقی شود.

**موزه‌ها فقط انباری اشیا نیستند. یک موضوع معاصر می‌تواند در موزه انعکاس یابد**



معاصر. حتی در آن‌ها صرفاً به تاریخچه فکر نمی‌شود. این نکته مهم است که شما چه روایتی از آن‌ها می‌کنید. موزه کامپیوتر، موزه‌ای است که شما در آن می‌توانید روی کی‌برد راه بروید، وارد سیستم‌ها شوید و محتویات یک رایانه را ببینید. این یک موزه است که کارکرد آموزشی دارد و بیشترین مخاطب آن بچه‌ها هستند.

### موزه‌ها برای شما خیلی مهم باشد؟

درست است؛ تقریباً بیش از نیمی از بازدیدکنندگان همیشه بچه‌ها هستند و وقتی ما از توسعه فرهنگی و آموزش صحبت می‌کنیم، هدف نسل‌های بعدی است. این نسل‌های بعدی هستند که می‌توانند تحول‌ساز باشند. البته علاقه‌مندی شخصی هم یک بحث است. می‌گویند تولد هر کودک یعنی خداوند هنوز به انسان امیدوار است و با دیدن او امید اینکه هنوز می‌توان کاری کرد در انسان زنده می‌شود. یک نکته مهم دیگر این است که اگر بتوانیم یک مفهوم را به کودک بفهمانیم، این مفهوم به یک بزرگسال هم به راحتی قابل آموزش دادن است.

### موزه نیست و شما از این بس‌تر برای آموزش استفاده می‌کنید؛ آموزش‌هایی که می‌تواند هر چیزی باشد: علوم، طبیعت، تاریخ، حتی رمان!

○ ببینید، من موضوعی دارم به نام دستاوردهای دانش بشری؛ واسطه‌ای دارم به نام موزه و مخاطبی دارم که جامعه است. من از واسطه، که دیگر فقط مجموعه‌ای از ابزار نیست، برای معرفی موضوع استفاده می‌کنم. موزه درست مثل مدرسه است که می‌تواند یک کپر باشد یا یک ساختمان چند طبقه، یک محیط مجازی باشد یا یک محیط فیزیکی. شکل آن مهم نیست؛ نفس آن، یعنی آموزش، مهم است. اگر سبک‌ها و نسخه‌های جدیدی از موزه مطرح می‌شود، برای این است که نیازهای جدید در جامعه رصد شده و براساس آن طرح‌های نوینی ارائه گردیده است.

### تا اینجا فهمیدم که من چیزهایی دارم که می‌خواهم برای نسل‌های بعدی بماند و این چیزها می‌توانند در قالب موزه ارائه شوند. شکل و شمایل موزه براساس آنچه موجود است متفاوت خواهد بود و بنابراین، طبیعتاً موزه‌داری هم سبک و سیاق متنوعی خواهد یافت. ممکن است کمی درباره شیوه‌های موزه‌داری صحبت کنید؟

نخستین مسئله این است که ضرورتی ندارد مخاطب به سراغ موزه‌ها برود؛ موزه‌ها می‌توانند به سراغ مخاطبان بروند. موزه می‌تواند نمایشگاه خود را به دل شهرها ببرد، در روستاها نمایشگاه بزند، بین موزه‌ها ارتباط برقرار کند، یا در مدارس نمایشگاه بگذارد. پس، یک شیوه معرفی موزه، حرکت و رفتن به سوی مخاطبان

### موزه‌داری: به این ترتیب، روستایی مثل خرانق در یزد هم، مثل آن روستای شمالی موزه محسوب می‌شود؟ چون مجموعه‌ای از آثار باستانی را دارد که نگهداری می‌شود، معرفی می‌شود و مخاطبان فراوانی را آموزش می‌دهد.

نه، چون مدیریت هدفمند موزه را ندارد، موزه محسوب نمی‌شود! باید برای آن برنامه موزه‌ای نوشته شود. باید طرح محتوایی و سناریوی موزه را داشته باشد، آثار ملموس و غیرملموس موجود در آن گردآوری و آرشیو شده باشد، و پژوهش کردن در آن ممکن باشد. بنابراین، نمی‌توانیم به هر مکان باستانی موزه اطلاق کنیم. صرفاً نمی‌توانیم بگوییم چون تاریخی است، یا چون کار آموزشی می‌کند، موزه است. باید همه موارد را با هم داشته باشد.

### موزه‌داری: یعنی حتماً باید گردآوری، نگهداری و حفظ و معرفی و آموزش را داشته باشد؟

بله، باید برای حفظ میراث ملموس و غیرملموس برنامه و نیروی متخصص داشته باشد که طرح و برنامه را پیگیری کند. به همین دلیل، در ژئوپارک‌ها و ژئوموزه‌ها از مردم محلی استفاده می‌کنند و نیروی خارجی نمی‌گذارند؛ مثلاً ما در قشم، مشکل موزه را با افراد محلی حل کرده‌ایم. در اکوموزه‌ها نیز چون فرهنگ زیستی زنده دارند، مانند ماسوله یا قلعه رودخان، باید از افراد محلی استفاده کرد.

### موزه‌داری: من این‌طور فهمیدم که نگاه موزه‌داران به موزه و موزه‌داری بسیار تغییر کرده است و بخش وسیع تری را پوشش می‌دهد.

نگاه موزه‌ای داشتن خیلی مهم است. هیچ چیز به ذات خود موزه نیست؛ مثلاً همین تلفن همراه شما می‌تواند یک شیء موزه‌ای باشد یا در موزه ارتباطات یک نمونه از نسل جدید گوشی‌های هوشمند در تداوم بی‌سیم و تلگرام قرار گیرد و یا اگر در آینده موزه‌ای با نام شما تأسیس شد، می‌تواند یکی از اشیاء آن موزه باشد. موزه‌ای شدن یک سنگ فسیل و موزه‌ای نشدن سنگ دیگر صرفاً به انتخاب موزه‌دار براساس داده‌ها و دانش‌های موجود برمی‌گردد و می‌تواند تحت شرایط دیگر تغییر کند. ما در اینجا لیوان‌هایی را گردآوری کرده‌ایم که در آن‌ها به افراد مختلف جای داده‌ایم و افراد روی آن‌ها یادگاری نوشته‌اند. به این ترتیب، این لیوان‌ها موزه‌ای و ارزشمند شده‌اند.

### موزه‌داری: یعنی موزه‌ها می‌توانند تولید داشته باشند؟

بله، بسیاری از موزه‌ها محل تولیدند؛ مثل موزه‌های هنرهای

نمی‌توانیم به هر مکان باستانی موزه اطلاق کنیم. صرفاً نمی‌توانیم بگوییم چون تاریخی است یا چون کار آموزشی می‌کند، موزه است

است. در ضمن، موزه می‌تواند برای معرفی خود از رسانه‌های مجازی جدید، اپلیکیشن‌ها و فضاهای مجازی استفاده کند. ما در موزه می‌توانیم بدل آثار را بسازیم و اجازه دهیم مخاطبان آن را لمس کنند. می‌توانیم از طریق بازی‌سازی، اجازه زیستن و تجربه کردن با اشیاء موزه را به مخاطب بدهیم و امکان لمس کردن، بوییدن، شنیدن و همراه شدن با شیء را به او هدیه کنیم.

### مسئله‌فرا: یعنی شما می‌خواهید به نحوی همه حواس مخاطب را درگیر کنید.

بله، مثلاً ما می‌خواهیم مخاطبان بشنوند؛ به همین دلیل سیستم‌های نقالی و قصه‌گویی در موزه بسیار مؤثر است و از آن در موزه ملک هم بسیار استفاده شده است. ما در اینجا عروسک کمال‌الملک، ناصرالدین شاه و طوطی را ساختیم و در میان بازدیدکنندگان حرکت دادیم.

راهنمای ما در موزه با پوشیدن لباس‌ها و گرم متفاوت نقش بازی می‌کند. به این ترتیب، موزه جایی در گذشته است که مخاطبان را با خود به حال و هوای دیگر می‌برد.

شما به این نحو، بازدیدکنندگان را به دل یک اثر می‌برید و از خلاقیت و بالندگی آنان استفاده می‌کنید.

ما در نمایشگاه تک اثر در موزه، یک اثر را از ابعاد مختلف بررسی می‌کنیم و برای آن روایت می‌سازیم. در کنار موزه، سمینار و نمایشگاه برگزار می‌کنیم، فیلم می‌گذاریم، انیمیشن تولید می‌کنیم. کارگاه آموزشی برگزار می‌کنیم و به این ترتیب، تجربه‌ای متفاوت از دیدن برای مخاطب ایجاد می‌کنیم.

مثلاً در کارگاه سکه‌سازی در موزه ملک، به مخاطبان گل و ابزار قالب‌زنی می‌دهیم؛ ضرب سکه را به آنان آموزش می‌دهیم، و آن‌ها با طرح‌های خود یک سکه می‌سازند یا در کارگاه آناتومی، تشریح اجزاء بدن را به صورت ماکت داریم. بچه‌ها، در کنار یک کتاب قدیمی، می‌توانند اجزاء بدن را لمس کنند و آن را در مکان مناسب خود قرار دهند. کارگاه شناخت خط داریم که مخاطبان در آن با یک کاشی، نقش یک معمار قدیمی را ایفا می‌کنند.

به این ترتیب، موزه برای مخاطب زنده است و به خاطر لذت بردن از آن در خاطرش می‌ماند. ما نباید موزه را به جایی برای یکسان کردن تبدیل کنیم. موزه‌ها مانند باران هستند؛ کارشان باریدن بی دریغ است که بر همه ببارند و رویدن همه گیاهان را با نقش‌ها و طرح‌های مختلف ببینند.

### مسئله‌فرا: ممکن است از تجربه‌های خاص خود در موزه ملک برای ما بگویید؟

ما سعی کردیم موزه‌ای رویداد محور باشیم؛ در اینجا یک کتابخانه داریم که سعی کردیم از آن به‌عنوان یک فرصت استفاده کنیم. بعضی از کتاب‌های چاپ سنگی قدیمی مثل کلیله و دمنه و الفبای قدیمی را در ابعاد کوچک و بزرگ چاپ کردیم تا بازدیدکنندگان بتوانند آن‌ها را ورق بزنند و لمس

کنند و بخوانند.

سعی کردیم رویدادهای تعاملی در سالن‌ها تعریف کنیم؛ مثلاً پازل‌های حجمی، دوبعدی، دیجیتالی و مجسمه‌های حجمی فانتزی ساختیم و از گرافیک‌های محیطی و اینفوگراف‌های مختلف از دوران مختلف تاریخی بهره بردیم. ما براساس تقویم و مناسبت‌های خاص، رویدادهای متنوعی را با ابزارهای مختلف طراحی می‌کنیم. در یک بسته رویدادی، سعی می‌کنیم افرادی در سنین مختلف را پوشش دهیم. مثل برنامه رویداد ساخت کاغذ ابری یا بسته معرفی قانون ابن‌سینا در هنگام تولد او، که طیف وسیعی از مخاطبان را در بر گرفت. در کنار این رویدادها، تولید فیلم، پادکست، تولیدات مجازی و حتی استیکرها را هم در نظر می‌گیریم. باغ قصه‌ها رویداد دیگری است که ما آن را در مدارس برگزار کردیم و در قالب عروسک‌های سخن‌گو، و ماکت‌های مختلف، برای بچه‌ها قصه‌هایی از مولانا، سعدی، کتاب کلیله و دمنه و غیره تعریف کردیم.



### مسئله‌فرا: شما این برنامه‌ها را در مدارس برگزار می‌کنید. آیا این مسئله باعث نمی‌شود که آن‌ها دیگر به موزه مراجعه نکنند، یا این برای شما مهم نیست؟

اتفاقاً این‌طور نیست. همین مسئله باعث می‌شود دیگر رویدادهای موجود در موزه برای آن‌ها جذاب باشد و به این رویدادها علاقه‌مند شوند. ما با این کار مخاطبانی همیشگی برای خود می‌سازیم. مخاطب وقتی می‌فهمد که همواره در یک مرکز رویداد جدیدی در حال رخ دادن هست، به‌طور مرتب به ما مراجعه می‌کند؛ مثلاً ما برای علاقه‌مندان به نجوم، بخش اسطرلاب، ساعت آفتابی و صور فلکی را به صورت‌های مختلف در سال برگزار می‌کنیم. پس، این طیف از مخاطبان همیشه موضوعی برای ارتباط با موزه دارند.

### مسئله‌فرا: شما این مخاطبان و علاقه‌مندی‌های آنان را چگونه رصد می‌کنید؟

وقتی شما باران باشید و مرتب بارید، مخاطبان خود به خود



جذب می‌شوند. البته ما به سراغ مراکز و مدارس و مربیان هم می‌رویم. و در عین حال، امروزه با محیط‌های مجازی جذب مخاطبان علاقه‌مند به یک حوزه بسیار ساده‌تر شده است؛ مثلاً ما تورهای مادر و فرزند برگزار کردیم که برای مخاطبان خیلی جذاب بود یا برای دبیران کارگاه ویژه طراحی کردیم.



بحث مخاطب‌شناسی در موزه همین است؛ به تناسب نیاز و سلیقه مخاطب باید خوراک و بسته فرهنگی ایجاد کرد؛ درست مثل رستوران که باید تنوع غذایی مناسب و درخوری برای مخاطبان داشته باشد.

**ملاحظه فرمایید:** آیا چنین کارهایی قابلیت نشر و توسعه به صورت خصوصی هم دارد؟ یعنی رویدادهای شما می‌تواند به کارآفرینی منجر شود؟

بله، خیلی از کارگاه‌های ما را هم‌اکنون بخش خصوصی به صورت درآمدزا و کارآفرین برگزار می‌کند. راهنماها، مشاورها، قصه‌گوها و مجریان کارگاه‌ها از بستر این تجربه و پختگی توانسته‌اند خود را به مخاطبان معرفی کنند.

ما در موزه ملک از طراحی کارگاه‌های جدید استقبال می‌کنیم و در کارگاه‌های آموزشی خود، که به صورت عمومی برگزار می‌شود، آنچه را آموخته‌ایم در اختیار همگان قرار می‌دهیم. کارآفرینان، دانشجویان و دبیران می‌توانند با ما برای توسعه و ایجاد طرح‌های جدید و مبتکرانه همکاری کنند و ما قطعاً پشتیبان و یاورشان خواهیم بود.

**ملاحظه فرمایید:** به نظر من این رویکرد و نوع نگاه شما، رمز پویایی و نفس کشیدن و زنده بودن موزه ملک است. ما و همه کسانی که این مطلب را می‌خوانند، چگونه می‌توانیم مسئولیت اجتماعی خود را در قبال زنده کردن سایر موزه‌های سرزمینمان انجام دهیم؟

هر کسی حق دارد از موزه مطالبه‌گری کند. اگر می‌بینید که موزه‌ای در شهر شما فعال نیست، منتظر نمانید؛ خودتان درخواست بدهید. اگر معلم یا استاد هستید، کلاس درس خود را در موزه برگزار کنید؛ در آنجا کارگاه بگذارید و از امکانات و فضای موزه بهره بگیرید. لباس محلی بپوشید و با غذای محلی وارد موزه شوید و عکس و فیلم بگیرید و در محیط‌های مجازی پخش کنید. اول از همه باید بپذیریم که استفاده از موزه یک حق است، و باید حق خود را مطالبه کنیم. بپذیریم که موزه مال ماست، خانه ماست. آلبوم خانوادگی ماست، و باید از آن استفاده کنیم. شما رویدادها را تعریف کنید، ارائه دهید، تور، جشنواره و نمایشگاه برگزار کنید. عروسک‌سازی کنید، قصه‌پردازی کنید، عکاسی کنید؛ منتظر نمانید. باید موزه‌ها را زنده کنید و بخواهید!

در نهایت موزه را به صورت دلی نگاه کنیم و هر کس به سهم خود کاری کند. بدانیم که این فضا تک نفری نیست و هر کس باید مثل دوی امدادی، بخشی از راه را بدود. بیش از پول و امکانات، انگیزه و شور و نشاط لازم است. این رشد، فضا را بالنده می‌کند. کار فرهنگی دشوار است اما هر بار که از جایی قطع شد، باید دوباره از مسیری دیگر جوانه بزند، رشد کند و زنده بماند.

یک نکته مهم درباره موزه ملک این است که ما به هیچ کسی نه نگفته‌ایم! هر کس هر ایده و طرحی را مطرح کرده، استقبال کرده‌ایم؛ از تورهای مادر و کودک تا تور کودکان کار، تور معلولان و ... هر کدام از آن‌ها به پیشنهاد بخشی از مخاطبان ما برگزار شده است. در مواردی، ما بازدیدکنندگان خود را به صورت همکارانمان درآوردیم؛ مثلاً تور معلولان هم نیاز به امکاناتی ویژه برای استفاده بهتر آن‌ها داشت و هم موضوعاتی را می‌طلبید که برای آن‌ها جذاب‌تر باشد. ما سال گذشته نمایشگاه‌هایی را در هشت بیمارستان برگزار کردیم تا بیماران با قرار گرفتن در فضایی هنری و دل‌انگیز، از فضای سرد و یخ‌زده بیمارستان فاصله بگیرند. تورهایی برای کودکان ایرانی دو رگه - افغان برگزار کردیم که سوژه انتخابی ما داستان زال و رودابه بود. در این داستان، پیوند زال ایرانی و رودابه کابلی و در نتیجه تولد رستم، دست‌مایه یک پیوند فرهنگی قرار گرفت و سبب ایجاد هویتی متفاوت و جدید برای این کودکان شد.

در طرح کودکان کار، دغدغه ما این بود که آن‌ها بتوانند از آنچه می‌آموزند استفاده کنند؛ بنابراین، در کارگاه‌ها به آن‌ها عروسک‌سازی یاد دادیم تا بتوانند از آن کسب و کاری داشته باشند و معیشت آینده‌شان تأمین شود. به علاوه، خواستیم تا آرزوهای خود را برای عروسک بگویند. به این ترتیب، آن‌ها اجازه یافتند که احساساتشان را بروز بدهند و با خودشان روبه‌رو شوند.

**ملاحظه فرمایید:** به نظر می‌رسد شما برای هر مخاطب، داستان و سناریوی متفاوتی می‌چینید.