چگونه موزه‌های هنری سیاست‌های فرهنگی را رهبری می‌کنند؟
جادوی موزه‌ها
روزنامه شرق
۲۲ آبان ۱۴۰۳

در طول نیم‌قرن گذشته و حتی بیشتر، سیاست‌های فرهنگی توسط طیف وسیعی از مقامات و سازمان‌های دولتی، از شورای شهر یا محله تا دولت‌های منطقه‌ای، ایالتی و ملی تا سازمان‌های فراملی (مانند یونسکو)، توسعه و ترویج شده است. در۱۰ دسامبر ۱۹۴۸، مقرراتی توسط مجمع عمومی سازمان ملل متحد در اعلامیه جهانی حقوق بشر گنجانده شد که در بند ۱ ماده ۲۷ تصریح می‌کند: «هرکس حق دارد آزادانه در زندگی فرهنگی جامعه شرکت کند. از هنرها لذت ببرد و در پیشرفت علمی و فواید آن سهیم باشد».

روزنامه شرق
مریم اسفندیاری
در طول نیم‌قرن گذشته و حتی بیشتر، سیاست‌های فرهنگی توسط طیف وسیعی از مقامات و سازمان‌های دولتی، از شورای شهر یا محله تا دولت‌های منطقه‌ای، ایالتی و ملی تا سازمان‌های فراملی (مانند یونسکو)، توسعه و ترویج شده است. در۱۰ دسامبر ۱۹۴۸، مقرراتی توسط مجمع عمومی سازمان ملل متحد در اعلامیه جهانی حقوق بشر گنجانده شد که در بند ۱ ماده ۲۷ تصریح می‌کند: «هرکس حق دارد آزادانه در زندگی فرهنگی جامعه شرکت کند. از هنرها لذت ببرد و در پیشرفت علمی و فواید آن سهیم باشد». مصوبات مشابه یا حتی واضح‌تری در اسناد بین‌المللی دیگر، مانند کنوانسیون سازمان ملل متحد در مورد حقوق کودک (۱۹۸۹) نیز دیده می‌شود و همه اینها علاوه‌بر قوانینی است که کشورها و نهادهای ملی برای سیاست‌های فرهنگی خود تدوین کرده‌اند.

بسیاری از لوایح، طرح‌ها و قوانین کشوری همسو با سیاست‌های فرهنگی ملی بازبینی می‌شود و هرچند بیان نشود، نشان‌دهنده یک مأموریت عمده در سیاست‌های کلان فرهنگی کشور است. حتی زمانی که هیچ بیانیه صریحی از سیاست فرهنگی نظام حاکم منتشر نشده باشد، می‌توان آن را از اقدامات دولت یا سایر مقامات استنتاج کرد. نهادهای مجری سیاست فرهنگی عبارت‌اند از مؤسسات و سازمان‌های فرهنگی مانند موزه‌ها، سالن‌های اپرا، تئاترها، ارکسترها، بناهای تاریخی و مکان‌های میراث فرهنگی، با برنامه‌هایی برای پیشرفت و تدارکات جدید در هنر و فرهنگ. در دهه‌های اخیر سیاست‌گذاری و اجرای فرهنگی برای این نهادها دوگانه بوده یا به در نظر گرفتن فرهنگ به‌عنوان چیزی فراتر از یک کالای عمومی بوده که نیازی به سودمندی مالی یا خلق ثروت و حتی مداخله مستقیم در جریان‌های روز ندارند یا ابزاری است در برای اجرای سیاست‌های خرد و کلان.

موزه‌ها به عنوان یک پدیده معاصر، برای گسترش طیف مخاطبان و واگذاری کارکردهای مؤثر در امور آموزش، پژوهش و انتشار مطالب در فرهنگ و هنر و درنهایت جریان‌سازی، فراتر از یک سازمان جمع‌آوری و نگهداری آثار هنری و مکانی با رویکرد جذب گردشگر بوده و به عنوان یک نهاد اجتماعی و بستری برای شکل‌دهی ذائقه هنری بازشناخته می‌شوند. صورت بندی محتوایی هر موزه براساس شیوه‌های روایتگری و تعریف از آگاهی‌بخشی فرهنگی، حتی بر پیکره‌بندی فضایی آن نیز مؤثر است. تونی بنت (۱۹۹۵) از نظریه‌های میشل فوکو در مورد قدرت استفاده می‌کند تا مسیر پیدایش موزه مدرن را در اواخر قرن ۱۸ تا ۱۹ تعریف کند. موزه‌ها از دستگاه‌های تمدنی خوانده می‌شوند که برای انجام «وظیفه حکمرانی فرهنگی مردم» ایجاد شده‌اند. آنها ابتدا ابزاری برای سازمان‌دهی واقعیت بودند و اکنون در تلاش هستند تا تبدیل به بازیگران اجتماعی مسئول در قبال رویکردهای جدید شوند و به ترویج محیط‌های مشارکتی، فراگیر و حتی به کاوش مسائل دشوار داخلی و روابط بین‌المللی بپردازند. این توسعه بیش از دو قرن طول کشیده و هنوز در حال پیشرفت است؛ زیرا حتی اکنون محققان در حال کار روی تعریف جدیدی از موزه هستند که می‌تواند همه پیشرفت‌ها را دربرگیرد.

این نهاد اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی می‌تواند مأموریت‌هایی را در حفظ و تقویت هویت فرهنگی جوامع ایفا کند و علاوه‌برآن، به عنوان رابطی پویا میان گفتمان‌های فرهنگی بین‌المللی نیز فرصت‌هایی برای تعاملات فرهنگی و هنری فراهم کند و اینجاست که این نهاد فرهنگی بیش از نقش کالبدی خود در حفظ و نمایش آثار، رسالت‌هایی چندرسانه‌ای را بر عهده می‌گیرد. یکی از موفق‌ترین این موزه‌ها را می‌توان گوگنهایم نیویورک نام برد که با رویکردی جهانی از هنر معاصر، ایجاد دیالوگی فرهنگی بین ملت‌ها را هدایت و جریان‌سازی می‌کند.

در این مطالعه این سؤال مطرح است که آیا موزه‌ها باید ملزم به پیشبرد دستور کار، چه فرهنگی و چه به طور گسترده‌تر سیاسی هر دولتی باشند، صرف‌نظر از اینکه آن سیاست خاص چقدر مطلوب یا حتی پربازده است؟ پاسخ به این سؤال هرچه باشد، این یک واقعیت است که در بسیاری از کشورهایی که به اصول مردم‌سالاری خود بها می‌دهند، انتظار می‌رود موزه‌ها اولویت را به سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی بدهند. تقریبا در هر کشوری موزه‌ها کم‌وبیش به عنوان بخش بسیار ارزشمندی از صنعت گردشگری، مرور رویدادهای اجتماعی و حتی اخبار در سطح ملی و جهانی در نظر گرفته می شوند و به عنوان یک فضای اجتماعی دعوت‌کننده برای اجتماع‌پذیری‌های وسیع و هدفمند برای شهروندان و گردشگران شناخته می‌شود.

این واقعیتی است تأسف‌آور که در برخی از کشورهای درحال‌توسعه، موزه‌ها فقط به گردشگران خارجی خدمت می‌کنند و اتباع کشور فقط درصد بسیار کمی از بازدیدکنندگان موزه را تشکیل می‌دهند. آنچه واضح است، این است که موزه‌های سراسر جهان به طور فعال با سیاست‌های فرهنگی درگیر می‌شوند و نهادهای فرهنگی سیاسی همچون موزه‌ها همواره بر سر این شکاف هستند که برای اجرای سیاست‌های فرهنگی «هدف» هستند یا «ابزار» و اینجاست که شکاف میان موزه‌ها یا هر نهاد فرهنگی دیگری با جامعه واقعی مخاطبانش عمیق‌تر می‌شود اگر پاسخ «ابزار»بودن‌های صریح، غیرهوشمندانه و سنتی باشد.

دولت‌ها، حتی از معروف‌ترین موزه‌های جهان همچون اوفیتزی فلورانس، آکروپلیس آتن، لوور پاریس، ریکس آمستردام، تیت مدرن لندن و... انتظار دارند که خود و حاکمیت را از نظر منافع اقتصادی که به ارمغان می‌آورند و آنچه می‌توانند به اهداف و اولویت‌های اجتماعی و آموزشی یک کشور ارائه دهند، توجیه کرده و در چارچوب سیاست‌های فرهنگی ملی و منطقه‌ای مبتنی‌بر برنامه‌های بلند و کوتاه‌مدت برنامه‌ریزی داشته باشند. بنابراین موزه‌ها به عنوان نهادهایی فرهنگی-اجتماعی ماهیت و ظرفیت‌هایی دارند که می‌توانند با الگوهای سیاسی کلان یک کشور یا منطقه، هدف یا ابزار تلقی شود.

موزه‌ها به عنوان نهادهای پیچیده مدرنیته، امروزه درگیر انواع روابط قدرت هستند. تعریف موزه ICOM چیزی در مورد سیاست نمی‌گوید و به‌جای آن بر جمع‌آوری، حفظ، تحقیق و ارتباطات متمرکز است (ICOM, ۲۰۱۷). اما موزه‌ها را می‌توان به عنوان نهادهای سیاسی نیز تعریف کرد که با توسعه ظرفیت و قابلیت‌های خود و بازشناسایی این قابلیت‌ها توسط نهادهای تصمیم‌ساز و حاکمیتی می‌توانند یکی از اهدافی جدی برای تدوین و اجرای طرح‌های سیاست‌های فرهنگی و زیست‌بومی شناخته شود که مؤلفه‌های اقتصادی، اجتماعی و حتی امنیتی را در خود رشد یا معلول می‌دهند. ارزش‌های خلق‌شده یا نادیده گرفته‌شده در راهبری و مدیریت موزه‌ها، ظرفیت‌های فراموش‌شده‌ای است که گاه بهینه‌ترین راهکار نیل به اهداف کلان اقتصاد پایدار، دیپلماسی فعال خارجی و داخلی، تعمیق و پیوند سرمایه‌های اجتماعی و مشارکت مردمی است.