



موزه ایران باستان اولین موزه ملی ایران

موزه‌ها ضامن پایداری و حال خوب



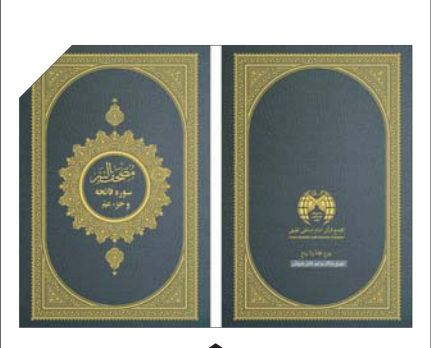
علیرضا قلی‌نژاد پیربازاری*

شاید بتوان به جرئت گفت که در عصر حاضر موزه‌ها مهم‌ترین مراکز فرهنگی تأثیرگذار در ارتقای کیفیت فرهنگی اجتماعی جوامع به‌شمار می‌روند. کدام‌یک از مراکز فرهنگی که می‌شناسیم قادرند ما را با نیاکان‌مان به مانند موزه‌ها آشنا کنند؟ از غار کلدَر خرم‌آباد با قدمتی قریب به ۶۰ هزار سال تا شهر پارسه متعلق به امپراتوری شکوهمند هخامنشی و مجسمه شاپور اول ساسانی در تنگ‌چوگان تا مسجد جامع فهرج و تاریخانه دامغان از مساجد قرون اولیه اسلامی تا اولین فرستنده رادیو در ایران و بزرگ‌ترین جرقئیل ایران تأثیرگذار در جنگ جهانی دوم با اولین خط پالایش نفت در جهان در شهر آبادان و بسیاری دیگر از محوطه‌ها، مجموعه‌ها، بناها و آثار تاریخی، همه و همه تنها در مراکز و مؤسسات موزه‌ای قابل دسترسی هستند. متأسفانه بسیاری از مردم علی‌رغم امکان دسترسی آزاد و ارزان به موزه‌ها ممکن است در طول زندگی خود حتی یک بار هم از موزه‌ها بازدید نکنند. ممکن است برای این عدم مراجعه دلایل گوناگونی برشمرد اما هرچه باشد روز جهانی موزه بهترین معیار برای ایجاد پیوند بین جوامع و مؤسسات موزه‌ای است. ممکن است برخی در دوره تغییرات فناوری و فضای مجازی نسبت به موزه‌ها احساس بی‌نیازی کرده و تصور کنند که هر اطلاعات و دانشی که در موزه‌ها ارائه می‌شود از طریق فضای مجازی و اینترنت در دسترس است؛ اما این‌طور نیست؛ حقیقت این‌است که اطلاعات مربوط به تاریخ و آثار تاریخی موجود در فضای مجازی اکثرا با اشتباهات هولناکی همراه هستند. به نقل از ایکوم، نتایج مطالعه‌ای که در سال ۲۰۱۶ در مورد اینکه چقدر از حقایق تاریخی که در اینترنت پیدا می‌کنید درست بودند، نشان داد که تا نوامبر ۲۰۱۶، بیش از ۴۸ درصد از تمام حقایق تاریخی موجود در اینترنت نادرست یا کاملا اشتباه هستند. از سوی دیگر موزه‌ها و اطلاعات موجود در آنها فقط برای آگاهی از گذشته کاربرد ندارد بلکه و مهم‌تر از آن دانایی نسبت به تاریخ مهم‌ترین پیش‌نیاز ترسیم آینده و راهبردهای متناسب با آن است. بهره‌مندی از تجارب تاریخی در ترکیب با پیشرفت‌های علمی و فنی تنها راه سعادت‌مندی بشر در حال و آینده است.

به هر روی مؤسسات موزه‌ای تلاش می‌کنند ضمن ارائه و معرفی بی‌طرفانه تاریخ به واسطه و شهادت آثار تاریخی، با برگزاری رویدادهای آموزشی و فرهنگی زمینه ارتقای جوامع برای زیست بهتر و مطلوب‌تر در حال و آینده را فراهم کنند. از طرفی موزه‌ها تلاش می‌کنند با اجرای برنامه‌های متنوع جوامع را در یافتن پاسخ مناسب برای سؤالات مبتلابه باری‌کنند البته فعالیت‌های تخصصی موزه‌ها در ارتباط با موضوعات مربوط به موزه‌داری و حفاظت و آثار میراث فرهنگی از امور طبیعی،

نخستین موزه قرائت ایران

شهر لطیفی در منطقه لارستان استان فارس از مراکز پرسابقه آموزش و پژوهش در حوزه‌های قرآنی بوده است. امروزه نیز مجتمع قرآنی امام شاطبی لطیفی محور اصلی و مرکز پراهمیت آموزشی و پژوهشی در این حوزه با مخاطبانی از درون و بیرون کشور است و در حوزه‌های فرهنگی معروف جوامع اسلامی شناخته می‌شود. مکتب‌خانه الرحمن لطیفی در چنین حوزه‌های جغرافیایی سعی در تداوم این حرکت آموزشی داشته و در کنار خود میزبان موزه قرائت در مقام اولین موزه در این منظومه فعالیت است. از آخرین اقدامات این مرکز، تدوین مصحف نبر با مشارکت مؤسسه مصحف مکی است که در شان جهانی است. برنامه اصلی موزه توسط علمای منطقه با پشتیبانی بزرگان و تجربه‌داران ایکوم ایران و با رویکرد گسترده جهانی انجام پذیرفته است که جا دارد از تمامی دست‌اندرکاران، خیرین و پشتیبانان علی‌الخصوص شیخ عبدالکریم محمدی روحانی سرشناس، شیخ‌اسلام عالیان رئیس مجتمع قرآنی امام شاطبی، دکتر میرسیداحمد محیططباطبایی رئیس ایکوم ایران، مهندس شهاب‌الدین ارفعی معمار و طراح موزه، خانم زویا خاچاطور مدیر موزه موسیقی ارمنه جلفا، مستونان و فرهنگ‌دوستان منطقه که در شکل‌گیری این مهم تأثیرگذار بوده‌اند، تشکر کنیم.



جاری و توقف‌نیافتنی موزه‌ها و مؤسسات موزه‌ای به‌شمار می‌رود.

شورای بین‌المللی موزه‌ها «ایکوم» به‌عنوان بازوی مشورتی یونسکو در سال ۱۹۴۶ در کشور فرانسه تأسیس شد. این نهاد بین‌المللی با ۴۴هزارو ۶۸۶ عضو حرفه‌ای در بیش از ۱۳۸ کشور با ۱۱۸ کمیته ملی و ۳۲ کمیته بین‌المللی تنها سازمان جهانی در زمینه موزه است. شورای بین‌المللی موزه‌ها (ICOM) روز جهانی موزه‌ها را در سال ۱۹۷۷ ایجاد کرد. از سال ۱۹۷۷، همه‌ساله از همه موزه‌های جهان دعوت می‌شود تا در روز ۱۸ می در مراسم روز جهانی موزه شرکت کرده و نقش سازنده موزه‌های سراسر جهان را با سازماندهی فعالیت‌های لذت‌بخش و رایگان برای جوامع تشریح کنند. از سال ۱۹۹۲ ایکوم هرساله با اعلام شعاری محوری از موزه‌ها می‌خواهد تا متناسب با این شعار فعالیت‌های یک‌ساله خود را هماهنگ کرده و ارتقا دهند. روز جهانی موزه‌ها از زمان ایجادش به‌طور پیوسته محبوب‌تر شده است، به طوری که روز جهانی موزه در سال ۲۰۰۹ توسط ۲۰ هزار موزه در بیش از ۹۰ کشور جهان برگزار شده است. در سال ۲۰۱۲، تعداد موزه‌های شرکت‌کننده در ۱۲۹ کشور به ۳۰ هزار موزه افزایش یافت و این رقم در ۲۰۲۲ به ۳۷ هزار موزه افزایش یافته است.

همان‌طور که اشاره شد ایکوم به مناسبت فرارسیدن روز جهانی موزه هرساله شعاری را به عنوان محور فعالیت‌های موزه‌ها اعلام می‌کند. متعاقب اجلاس ۲۰۱۹ که در کیوتو برگزار شد و مصوبات این اجلاس، ایکوم از سال ۲۰۲۰، هر سال، در روز جهانی موزه از مجموعه‌ای از اهداف توسعه پایدار سازمان ملل حمایت می‌کند. در سال ۲۰۲۳، ایکوم با شعار «پایداری و حال خوب» بر موارد زیر تمرکز خواهد کرد:

● **سلامت و رفاه جهانی**: تضمین زندگی سالم و ارتقای رفاه برای همه در تمام سنین، به‌ویژه در مورد سلامت روان و انزوای اجتماعی.

● **اقدامات اقلیمی**: اقدام فوری برای مبارزه با تغییرات اقلیمی و اثرات آن.

● **شیوه‌های کم‌کربن** در کشورهای شمال و استراتژی‌های کاهش کربن در کشورهای

به‌اصطلاح جنوبی.

● **زندگی بروی زمین**: حفاظت، بازیابی و ترویج استفاده پایدار از اکوسیستم‌های

محلی، تقویت توجه به رهبران بومی و افزایش آگاهی در مورد از دست دادن

تنوع زیستی.

نگاهی گذرا به شعارهای ایکوم طی دو دهه اخیر نشان‌دهنده توجه این نهاد مرجع موزه و میراث فرهنگی به تأثیرگذاری موزه‌ها در ارتقای کیفیت زیست جوامع و حفاظت از کره زمین است. موزه‌ها در دو دهه اخیر و در آینه شعارهای ایکوم تلاش کرده‌اند پا را از حصارهای بلند سازمان‌ها خود فراتر گذاشته‌و در تعامل با جوامع

در زمینه حل‌وفصل مشکلات و مسائل مبتلابه محلی، ملی و جهانی تلاش کنند. شعار محوری ایکوم برای سال ۲۰۲۳ «موزه‌ها: پایداری و حال خوب» در نظر گرفته و اعلام شده است.

«موزه‌ها، پایداری و حال خوب» تلاقی موزه‌ها، توسعه پایدار و وضعیت روحی و روانی مطلوب انسان را مورد توجه قرار می‌دهد. این پتانسیل موزه‌ها را برای

کمک به اهداف توسعه پایدار از طریق ارتقای پایداری زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی و رفاه مادی و معنوی افراد و جوامع به رسمیت می‌شناسد. موزه‌ها می‌توانند با اتخاذ شیوه‌های پایدار در فعالیت‌های خود، مانند کاهش مصرف انرژی‌های فسیلی، ترویج استفاده از انرژی‌های پایدار، کاهش زباله و بازیافت و استفاده از مواد سازگار با محیط زیست، پایداری را به نمایش گذاشته و آن را ارتقا دهند. همچنین آنها می‌توانند از مجموعه‌ها و نمایشگاه‌های خود برای افزایش آگاهی در مورد مسائل پایداری و الهام‌بخشیدن به جوامع بهره ببرند. موزه‌ها می‌توانند با فراهم‌کردن فرصت‌هایی برای یادگیری، ارتباط اجتماعی و ارتقای فرهنگی به ایجاد «حال خوب» در جوامع کمک کنند. آنها می‌توانند برنامه‌ها و فعالیت‌هایی را ارائه دهند که سلامت جسمی و روانی را ارتقا می‌دهد، از یادگیری مادام‌العمر حمایت می‌کند و حس جامعه و تعلق را تقویت می‌کند. به‌طور خلاصه، مفهوم موزه‌ها، پایداری و حال خوب بر پتانسیل موزه‌ها برای ایفای نقش مثبت در ایجاد جهانی پایدارتر و عادلانه‌تر و در عین حال ارتقای کیفیت روحی و روانی فردی و جمعی جوامع تأکید می‌کند. موزه‌ها این اهداف را از طریق انجام موارد زیر پیگیری می‌کنند:

۱- **حفظ و ترویج میراث فرهنگی**: موزه‌ها آثار فرهنگی، آثار هنری و اشیای تاریخی را که بازتاب‌دهنده هویت، تاریخ و ارزش‌های یک جامعه است، حفظ و به نمایش می‌گذارند. موزه‌ها با حفاظت و نمایش میراث فرهنگی، به تقویت حس تعلق، غرور فرهنگی و انسجام اجتماعی و در نتیجه تقویت روحی و روانی جوامع کمک می‌کنند.
۲- **آموزش و اشاعه دانش**: موزه‌ها مؤسسات آموزشی هستند که تجربیات یادگیری ارزشمندی را ارائه می‌دهند. آنها نمایشگاه‌ها، برنامه‌های فرهنگی آموزشی، کارگاه‌ها و منابع آموزشی را ارائه می‌کنند که درک مردم را از موضوعات مختلف ازجمله تاریخ، علم، هنر و فرهنگ افزایش می‌دهد. موزه‌ها با انتشار دانش و ترویج تفکر انتقادی به تربیت شهروندان آگاه، معتدل و هماهنگ با ارزش‌های اجتماعی کمک می‌کنند.

۳- **تسهیل گفت‌وگو و تفاهم**: موزه‌ها می‌توانند با ارائه دیدگاه‌ها و روایت‌های متعدد به عنوان بستری برای گفت‌وگو و تفاهم عمل کنند. آنها می‌توانند به موضوعات حساس، درگیری‌های تاریخی و مسائل اجتماعی به شیوه‌ای بی‌طرفانه و فراگیر بپردازند. موزه‌ها با تشویق بحث‌های آزاد، همدلی، احترام متقابل و آشتی را در میان جوامع و لایه‌های مختلف آن تقویت می‌کنند.

۴- **ترویج تبادل و تنوع فرهنگی**: موزه‌ها اغلب میزبان نمایشگاه‌های بین‌المللی، همکاری با سایر مؤسسات و مشارکت در تبادلات فرهنگی هستند. موزه‌ها با نمایش فرهنگ‌ها و دیدگاه‌های متنوع، درک بین‌فرهنگی، قدردانی از تنوع و جشن انسانیت مشترک را ترویج می‌کنند. این می‌تواند به کاهش تعصبات، کلیشه‌ها و تعارضات در جوامع کمک کند.

۵- **مشارکت اجتماعی و اطلاع‌رسانی اجتماعی**: موزه‌ها به‌طور فعال با جوامع خود از طریق برنامه‌های اطلاع‌رسانی، مشارکت با مدارس و طرح‌هایی که گروه‌های به حاشیه رانده‌شده را هدف قرار می‌دهند، تعامل دارند. هدف آنها این است که مجموعه‌ها و منابع خود را برای همه، ازجمله جمعیت‌های محروم، در دسترس قرار دهند. موزه‌ها با ترویج فراگیری، به برابری اجتماعی، توانمندسازی و انسجام اجتماعی کمک می‌کنند.

۶- **تحقیق و نوآوری**: موزه‌ها مرجع انجام تحقیقات و پژوهش‌های گوناگونی هستند.

آنها به پژوهش‌های دانشگاهی کمک می‌کنند و نوآوری را در زمینه‌های مختلف تشویق می‌کنند. آنها با پژوهشگران، محققان، مورخان، هنرمندان و کارشناسان برای پیشرفت دانش، کشف ایده‌های جدید، الهام‌بخش و خلاقانه همکاری می‌کنند. این پیگیری برای پیشرفت فکری می‌تواند به پیشرفت‌های اجتماعی، بهبود استانداردهای زندگی و احساس پیشرفت، ثبات و پایداری منجر شود.

۷- **ترویج صلح و تفاهم**: موزه‌ها می‌توانند به درگیری‌های تاریخی، مسائل حقوق بشری و ترویج پیام‌های صلح و آشتی بپردازند. آنها فضاهایی را برای تأمل، بزرگداشت و مداوای دردها و آلام جوامع فراهم می‌کنند. موزه‌ها از طریق نمایشگاه‌ها، مکان‌های یادبود و برنامه‌های آموزشی به افزایش آگاهی در مورد پیامدهای خشونت و اهمیت هرزیستی مسالمت‌آمیز کمک می‌کنند. توجه به این نکته حائز اهمیت است که درحالی‌که موزه‌ها پتانسیل ایجاد نظم پایدار و بهبود کیفیت زندگی را دارند، تأثیر آنها یک طرفه نیست. آنها در زمینه‌های اجتماعی گسترده‌تر عمل می‌کنند و اغلب با سایر نهاده‌ا، ارگان‌های دولتی و سازمان‌های اجتماعی برای رسیدگی به چالش‌های پیچیده همکاری می‌کنند.

اینها بخش کوچکی از فعالیت‌هایی است که موزه‌ها متأثر از شعار «پایداری و حال خوب» در سال و سال‌های پیش‌رو بر آنها متمرکز خواهند شد. آنچه مهم است آن است که ظرفیت موزه و موزه‌داری در کشور ایران با قدمت تاریخی و تمدنی دریا منحصربه‌فرد می‌تواند زمینه مناسبی برای ایجاد پایداری، رفاه مادی و معنوی و به نهایت وضعیت روحی و روانی مناسب فراهم آورد. از این منظر توجه به مؤسسات موزه‌ای و توسعه و ترویج فرهنگ موزه و موزه‌داری به‌ویژه موزه‌های خصوصی راهبردی کلیدی در تحقق اهداف توسعه پایدار کشور خواهد بود.

♦ **عضو هیئت اجرایی ایکوم ایران**
♦ **عضو هیئت علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری**

♦ **عضو هیئت علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری**

♦ **عضو هیئت علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری**

♦ **عضو هیئت علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری**

♦ **عضو هیئت علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری**

قنات‌ها و آب‌انبارها و حتی الهه باران و دیگر موارد نشان از همین ویژگی جامعه ما داشته است؛ اما از زمانی که چاه‌های عمیق و نوع دیگر انتقال آب و رفتارهای خصمانه با طبیعت باعث ایجاد این بحران شده، این موزه است که به ما یادآوری می‌کند بحران آب را چگونه می‌توان حل کرد یا هر مشکل دیگری را که در اجتماع هست، با استفاده از حافظه‌ای که در اختیار دارد، می‌تواند پاسخ‌گو باشد. از نظر شخصی اعتقادم بر این است که موزه‌ها امروزه به این نقطه رسیده‌اند که اندیشه انسانی را مورد حفاظت و معرفی و در شکل ملموس و ناملموس قرار می‌دهند. درواقع این تفکر انسانی است که عالی‌ترین شکل مفهوم موزه‌ای را برای ما رقم می‌زند؛ به همین خاطر می‌بینیم که در ۱۰ سال گذشته موزه‌ای مانند موزه معصومیت در استانبول به وجود می‌آید که بر اساس یک رمان خلق شده و در اصل موضوعی که جنبه حقیقی ندارد، شکل موزه‌ای پیدا کرده تا اندیشه او را در فضای ملموس در مقابل مخاطب قرار دهد. از طرف دیگر کاتالوگ موزه معصومیت زودتر از خود موزه تهیه شده و اینجاست که ارزش‌های اندیشه و فکری به ما آشکار می‌شود.

در نهایت موزه بیشتر از اینکه فضای مادی و کالبدی باشد، یک نگاه نوع است. این نگاهی است که باید جامعه دارای آن باشد. درواقع نگاهی است که برای رسیدن به یک آینده مطمئن و به یک توسعه پایدار به گذشته خویش بازمی‌گردیم و این به معنای آن نیست که موزه‌ها برای آن هستند که ما را در گذشته نگه دارند. موزه‌ها برای آن‌اند که ما را به آینده مطمئن و فضای مناسب‌تر رهنمون کنند. موزه‌ها نهادهای روشنگر جامعه آینده هستند. منظور از این جمله چیست؟ ما درنظرگرفتن انقلاب علمی که به‌ از ۱۹۸۰ که بعد در جهان روی داد و ما را وارد عصر اینترنت و پس از آن متاورس و هوش مصنوعی کرد، با این ویژگی رویه‌رو شدیم که علم در خدمت جامعه به‌طور عام قرار می‌گیرد و انسان با استفاده از این علم بسیاری از نیازهای خود را بدون مراجعه به افراد فریخته‌یا نهادهای خاص می‌تواند برآورده کند و شاید دیگر برای عکاسی به عکاس یا معماری به معمار یا برای طراحی پوستر به گرافیبست نیازی نیست؛ بنابراین با فضایی رویه‌رو شده‌ایم که ارزش‌های بسیاری از انسان‌های تأثیرگذار نادیده گرفته می‌شود و در دستن دانیی و دانش را برای ما مجدداً مطرح می‌کند. دانشی که در دست‌مان، رستگاری و در دست‌مانجایی، شرایط بحران را ایجاد می‌کند. به عبارت دیگر این موزه است که امروزه به یاد ما می‌آورد که ممیز گرافیبست چیست؟ هوشنگ سیحون در معماری کیست؟ یا مثلاً در موزه سینما می‌گوید که فیلم‌ساز چه شخصی می‌تواند باشد، درحالی‌که می‌توان با موبایل هم فیلم گرفت؛ ولی مهم این است که کار عالی و تأثیرگذار از سویی شخصی صورت می‌گیرد که در این حوزه صاحب اثر است. درواقع موزه‌ها نقش انسانی موضوع را برای ما یادآور می‌شوند و به همین دلیل نهاد معترض، روشنگر و آگاه‌ساز جامعه آینده، موزه‌ها هستند.

♦ **مدیر کمیته ملی موزه‌های ایران (ایکوم ایران)**

یادداشت

درباره شعار روز جهانی موزه



سیده‌محمد بهشتی

حال خوب موکول به معاصرشدن است و معاصرشدن منوط به این است که شما اتصال‌تان به ریشه برقرار باشد و در برقراری این ارتباط سواد قلم داشته باشید. به عبارتی ریشه‌های شما ثابت و پایدار باشد و نسبت به متغیرها منعطف باشید.

موزه‌ها مأموریت‌شان عمدتاً معطوف به ریشه‌هاست. همچنان‌که ژورنالیسم مأموریتش عمدتاً معطوف به متغیرهاست. گاه ریشه‌ها در هیاهوی متغیرها از نظرها دور می‌شوند. خیلی اوقات ممکن است یک جامعه دچار این توهم شود که اصلا امر ثابتی وجود ندارد و هرچه هست، فقط متغیرها هستند. در این صورت این موزه‌ها هستند که باید به یاد بیاورند، درواقع باید ریشه‌ها را به نمایش درآورند و آنها را دوباره به رخ بکشند؛ چون اگر این امر اتفاق نیفتد و اتصال به ریشه وجود نداشته باشد، این امر معاصر نمی‌شود و این یعنی حال همه خراب است.

برای شناخت کیستی و کجایی مردم یک سرزمین باید به موزه‌هایشان رجوع کنید و برای اینکه ببینید حالشان چطور است، باید روزنامه‌هایشان را بخوانید.

برای مثال، موزه بن در سائیتی ایجاد شده که در آن آثار رومی پیدا شده است و در همان محل موزه را برپا کرده‌اند. خود این امر یادآور این است که اینجا یکی از ایستگاه‌های رومی بوده است. این موزه که یک موزه تاریخی است و به لحاظ کروئولوژی چیده شده، نشان می‌دهد که در زمانی که رومن‌ها آمدند، اینجا ایستگاه رومی درست کردند و شما در این قسمت آثار شاخص و واجد ارزش هنری بسیار می‌بینید. این امر ادامه پیدا می‌کند تا زمانی که هون‌ها حمله می‌کنند و پس از آن ژرمن‌ها می‌آیند و همه را بیرون می‌کنند. به محض اینکه این اتفاق می‌افتد، یکباره همه چیز تنزل پیدا می‌کند و اشیای به ظروفي نظیر کاسه ماست‌های شاه‌عبدالعظیم با تاریخچه‌ای حدود ۷۰۰ تا ۶۰۰ سال پیش می‌رسند. یعنی از روی این موزه می‌توان نتیجه گرفت که این آلمانی‌که ما امروزه می‌بینیم چندان ریشه عمیقی ندارد.

در مثالی دیگر می‌توان به متن نامه‌ای اشاره کرد که در آن افسر رومی برای امپراتور خود نامه نوشته و در آن شکایت کرده که چرا مرا به این سرزمین فرستادید. او می‌گوید: «اینجا بدترین سرزمین‌های عالمه، اینجا متعفن‌ترین سرزمین‌های عالمه…». او کجا را می‌گوید، آلمان را می‌گوید؛ آلمانی که شما امروز نگاه می‌کنید و شاید باورتان نشود ولی اینها را از روی موزه‌هایش می‌توان فهمید که این کشور خیلی جوان است و به‌اصطلاح عمق زیادی ندارد.

نگاه

نهضت موزه‌های صنعتی

فرصت عرض اندام بزرگان کسب‌وکار



امیر روشن‌بخش*

ایجاد موزه‌های صنعتی به عنوان یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های فرهنگی و تاریخی در بین بزرگان صنایع به‌شمار می‌آید. این نهضت، از یک سو به نگهداری و حفظ میراث تاریخی و صنعتی یک جامعه کمک می‌کند و از سوی دیگر می‌تواند منبع مناسبی برای ارتقای سطح و جایگاه برند کسب‌وکارهای مختلف محسوب شود.

جاذبه‌های گردشگری و تاریخی موزه‌های صنعتی، صاحبان کسب‌وکارها را بر آن داشته تا از این فرصت به‌منظور توسعه و جذب شبکه مخاطبان خود نیز استفاده کنند.

موزه‌های صنعتی با جذب بازدیدکنندگان و مخاطبان، فرصتی برای ارائه دستاوردها، انعکاس توانمندی‌ها و حتی فروش کالا و خدمات کسب‌وکارها محسوب می‌شوند. علاوه‌براین، برخی از موزه‌های صنعتی در قالب همکاری با کسب‌وکارهای محلی، فرصت همکاری و هم‌افزایی برای دو طرف را هم فراهم کرده‌اند.

زنجیره ارزش مستقیم و غیرمستقیم ایجادشده از بازدیدکنندگان موزه‌های صنعتی، به عنوان یکی از فعالیت‌های گردشگری، می‌تواند برای اقتصاد محلی و کشوری مفید فایده باشد. امروزه فضای موزه‌های صنعتی با شوروم‌های صنعتی و تجاری در هم تنیده شده است. به بیان دیگر صاحبان کالا و خدمات مشتریان خود را در قامت بازدیدکنندگان به موزه‌های صنعتی خود سوق می‌دهند تا با نمایش پیشینه و قدمت صنعت و اعتباری که از مالکیت موزه صنعتی خود به دست آورده‌اند، در اغتای مشتری و توسعه بازار خود موفق‌تر ظاهر شوند.

امروزه موزه‌های صنعتی می‌توانند برای توسعه بخش‌های دیگر اقتصاد مؤثر باشند. پژوهش‌های کاربردی صنعتی و تحلیل فرایندهای تولید محصولات صنعتی در گذشته و حال در موزه‌ها می‌توانند به معرفی روش‌های مرسوم قدیمی و محصولات محلی که در ارتباط با آن صنعت هستند، کمک کنند. از سویی ورود تکنولوژی به صنایع می‌تواند نقش تحول ناشی از انرژی و مواد را با یک بازدید ساده به اذهان بازدیدکنندگان متبادر کند.

به‌طور کلی، موزه‌های صنعتی می‌توانند به عنوان یکی از مزیت‌های رقابتی در توسعه اقتصادی و توسعه گردشگری صنعتی مؤثر باشند.

موزه‌های صنعتی با نمایش تاریخچه برند و محصولات آن، به ترویج برند و افزایش شناخت آن در جامعه کمک می‌کنند. همچنین، نمایش تکنولوژی‌ها و مهارت‌های لازم برای تولید محصولات، ابعاد کیفی برند را برای مخاطبان تبیین می‌کند. در نتیجه، موزه‌های صنعتی می‌توانند برای افزایش فروش و اعتبار برندهای تجاری مؤثر باشند.

کمک به روزآمدی برندهای تجاری ازجمله اثرات راه‌اندازی موزه‌های صنعتی است. با آنچه از نظر گذشت می‌توان موزه‌های صنعتی را عرصه تاخت‌وتاز و قدرت‌نمایی برندهای بزرگ دانست. برندهایی که در ماراتن سنکین رقابت هر فرصتی را برای رجحان بر دیگری مغتتم می‌شمارند تا بتوانند سهم خود از بازار را ارتقا دهند.

موزه‌های صنعتی در ایران قدمت زیادی دارند اما تعداد آنان به نسبت کشورهای دیگر بسیار اندک است. شاید فقدان تفکر توسعه این‌گونه موزه‌ها و عدم آگاهی صاحبان کالا و خدمات از مزایای برخورداری از آن، علت اصلی عدم مشارکت بخش خصوصی در این حوزه بوده است.

♦ **عضو کارگروه موزه‌های صنعتی ایکوم ایران**