

## رویکرد و کارکرد: جایگاه موزه‌های دانشگاهی در نظام آموزشی

مهران نوروزی آبادچی<sup>۱</sup>

موزه‌ها یکی از مهم‌ترین مراکز آموزش غیررسمی در جوامع هستند. تنوع و تعدد موزه‌ها، لزوم دسته‌بندی آن‌ها و البته تعیین رویکرد و کارکردهای مقتضی برای هر دسته را به امری مهم مبدل ساخته است. تعیین استراتژی‌های کلان و راهکارهای شفاف برای موزه‌های دانشگاهی، نقشه راه دقیقی را برای جهت دهی به فعالیت‌های این موسسات موجب می‌گردد. در این مقاله، ضمن تعیین جایگاه موزه‌های دانشگاهی در نظام آموزشی جوامع، به مهم‌ترین رویکردها و کارکردهای این موسسات چندمنظوره پرداخته شده است. این مقاله با محوریت پرسش‌های زیر نگاشته شده است:

- موزه دانشگاهی چیست و چه کاربردی دارد؟
- موزه‌های دانشگاهی چه رویکردهایی را دنبال می‌کنند؟
- کارکردهای موزه‌های دانشگاهی در نظام آموزشی کدامند؟

آنچه موزه‌های دانشگاهی را از سایر انواع موزه‌ها جدا میکند، ماموریت و رویکردهای نوین موزه‌های دانشگاهی است که در این مقاله تشریح شده است. لزوم تبیین نقشه راه برای ادامه فعالیت موزه‌های دانشگاهی از جمله مهم‌ترین دستاوردهای این مقاله است. شبکه‌سازی و ایجاد بستر برای فعالیت‌های مشترک بیناموزه‌ای- دانشگاهی، از جمله راهکارهای پیشنهادی این مقاله برای ادامه مسیر موزه‌های دانشگاهی است.

واژگان کلیدی: موزه، موزه‌های دانشگاهی، آموزش، ترویج علم

---

<sup>۱</sup> کارشناس موزه، کارشناس ارشد و دکتری باستان‌شناسی. کارشناس نوآوری موزه ملی علوم و فناوری ایران.  
۰۹۱۳۲۲۶۴۷۹۴ [Norouzi.mehran@yahoo.com](mailto:Norouzi.mehran@yahoo.com)

بنابر اطلاعات مندرج بر وبسایت رسمی کمیته بین المللی موزه‌های دانشگاهی، در حال حاضر تعداد ۳۸۷۰ موزه و مجموعه دانشگاهی به ثبت رسیده که سهم قاره آفریقا ۲۰ موزه است که ۱۱ عدد از آن در کشور آفریقای جنوبی واقع شده است. در قاره آمریکا ۸۳۹ موزه و مجموعه دانشگاهی به ثبت رسیده که ۲۷۷ عدد از آن در ایالات متحده قرار گرفته است. در قاره اروپا ۲۲۱۸ مورد ثبت شده که کشور آلمان با ۸۵۹ موزه در صدر کشورهای دارای موزه‌های دانشگاهی اروپا و جهان واقع شده و فاصله زیادی با دومین کشور اروپایی یعنی انگلستان با ۱۸۸ موزه و مجموعه دانشگاهی دارد. در قاره استرالیا اقیانوسیه از مجموع ۳۳۵ موزه و مجموعه دانشگاهی، ۳۰۱ مورد آن متعلق به کشور استرالیا است. در آسیا نیز از مجموع ۴۵۸ موزه و مجموعه دانشگاهی، کشورهای روسیه با ۱۵۷ مورد، ژاپن با ۱۱۰ مورد و کره جنوبی با ۱۰۳ مورد در جایگاه اول تا سوم قرار گرفته اند. ایران با ثبت ۱۷ مورد موزه ی دانشگاهی، در سال های اخیر، جهش چشمگیری در ثبت موزه‌های دانشگاهی اش داشته است. اولین موزه و مجموعه دانشگاهی ثبت شده از ایران در این لیست، موزه تاریخ علوم پزشکی ایران، متعلق به دانشگاه علوم پزشکی تهران بود (<https://university-museums-and-collections.net/>). این اطلاعات مربوط به اسفند ۱۳۹۹ هجری خورشیدی است.

### موزه‌های دانشگاهی

موزه‌هایی که متعلق به دانشگاه یا موسسه‌های آموزش عالی هستند (<http://umac.icom.museum>). این تعریف کوچک، شاید تنها تعریف مورد پذیرش برای موزه‌های دانشگاهی باشد. همین هم نیاز به تفهیم دارد. اولاً تمام موزه‌های دانشگاهی، الزاماً موزه نیستند؛ باغ‌های گیاه‌شناسی، خانه-موزه‌ها، مراکز علم، پلاتناریوم‌ها، قلعه‌ها، آکواریوم‌ها، موزه‌های در فضای باز، بیمارستان-موزه‌ها و حتی در برخی نمونه‌ها، بعضی از موزه‌های ملی تحت تولید اداری دانشگاه‌ها فعالیت می‌کنند. همچنین این‌ها تاریخی که بعضاً جزو میراث ملی و جهانی ثبت و ضبط شده‌اند، رصدخانه‌ها، آزمایشگاه‌ها و کتابخانه‌های تاریخی و بقاع متبرکه نیز ممکن است در دسته و زمره موزه‌های دانشگاهی قرار بگیرند. به همه این‌ها باید مجموعه‌ها و کلکسیون‌های موجود در دپارتمان‌ها، مراکز تحقیقاتی و موسسات، بیمارستان‌های دانشگاهی یا حتی در راهروها و در زیر زمین‌ها و دفاتر اساتید و محققان دانشگاهی را هم اضافه کرد. بنابراین، تنوع شکلی و کاربری موزه‌های دانشگاهی، هم‌پا و هم‌اندازه سایر موزه‌ها متنوع است. پس چه چیزی یک موزه دانشگاهی را قابل تمایز از انواع دیگر می‌کند؟ پاسخ: تعلق اداری یا همان تولید دانشگاهی.

چند باور اشتباه در خصوص تعریف موزه‌های دانشگاهی وجود دارد که در باید مورد بررسی قرار بگیرند: موزه‌هایی که در فضای دانشگاه قرار دارند را موزه‌های دانشگاهی می‌نامیم؟ پاسخ: خیر! یک موزه دانشگاهی الزاماً در فضای دانشگاهی قرار ندارد. موزه‌هایی که دوره‌های آکادمیک برگزار و در پایان، درجه دانشگاهی ارائه می‌کنند را موزه‌های دانشگاهی می‌نامیم؟ پاسخ: خیر! الزاماً تمام موزه‌های دانشگاهی، دوره‌های آموزشی با ارائه مدرک دانشگاهی برگزار نمی‌کنند. توضیح: بسیاری از موزه‌های دانشگاهی در محوطه‌های دانشگاهی قرار دارند اما قرارگیری آن‌ها در زمره موزه‌های دانشگاهی، به دلیل حضور فیزیکی آن‌ها در فضای دانشگاه نیست. برخی موزه‌های دانشگاهی دانشجو می‌پذیرند و مدرک دانشگاهی ارائه می‌کنند، اما آنچه آنان را در طبقه موزه‌های دانشگاهی قرار می‌دهد، ارائه این دوره‌ها و مدارک نیست.

موزه‌های دانشگاهی، با تمام تنوعی که در بالا به آن‌ها اشاره شد، موزه‌هایی هستند که وابستگی سازمانی به دانشگاه یا موسسات آموزش عالی دارند. موزه‌های دانشگاهی را پیدا می‌کنید که هم در فضای دانشگاهی قرار ندارند و هم دانشجو نمی‌پذیرند، ولی جزو موزه‌های دانشگاهی محسوب می‌شوند زیرا متعلق به یک دانشگاه هستند. همچنین ممکن است موزه‌ای را پیدا کنید که در جوار یک دانشگاه باشد و یا حتی دانشجو بپذیرد ولی جزو موزه‌های دانشگاهی نباشد چون تعلق به دانشگاه یا موسسه آموزش عالی ندارد.

### جایگاه موزه‌های دانشگاهی در نظام آموزشی

حداقل از چهار حیث کلان، موزه‌های دانشگاهی بسیار حایز اهمیت هستند. این کارکردهای منحصر به فرد در موزه‌های دانشگاهی هست که اهمیت و جایگاه آن‌ها در نظام آموزشی را روشن می‌نماید.

عدم وجود انگیزه کافی در دانشجویان، یکی از فراگیرترین چالش‌های فضاهای دانشگاهی است. عدم انگیزه‌ای که شاید ریشه در انسان قرن بیست و یکمی دارد. انسانی که بیش از آنکه سوال داشته باشد، با جواب‌های بی‌شمار در فضای دانشگاه مواجه می‌شود. سوال ساده است: رشته‌ای که من می‌خوانم و تخصصی که کسب می‌کنم چه ریشه و پیشینه‌ای دارد؟ قدامت این تخصص در این مرکز دانشگاهی چه کسانی بوده‌اند و چه دستاوردهایی داشته‌اند؟ یکی از مهمترین کارکردهای موزه‌های دانشگاهی، امکان رو در رو کردن مخاطب موزه - در اینجا احتمالاً دانشجو - با ریشه‌های ملموس رشته و تخصصی است که حداقل چهار سال از بهترین سال‌های عمرش را برای درک عمیق‌تر و کسب درجه کارشناسی در آن مفهوم صرف می‌کند. البته اگر بپذیریم، اکثر موزه‌های دانشگاهی به نمایش آثاری مرتبط با رشته‌هایی که در آن دانشگاه ارائه می‌شوند، می‌پردازند. وقتی دانشجوی تازه وارد مهندسی الکترونیک در موزه دانشگاه محل

تحصیل‌اش، ابزار کار و دستاوردهای فارغ‌التحصیلان بنام و موثر در پیشرفت آن رشته را می‌بیند، تبدیل شدن به یک انسان موثر را نه تنها دست نیافتنی در نمی‌یابد، که انگیزه‌ای مضاعف برای ادامه مسیر پیدا می‌کند. تالو برق امید و ایجاد انگیزه در مخاطب موزه‌های دانشگاهی، محصول پیمایش مسیری پر پیچ و خم و بکارگیری اصول موزه‌نگاری عمیقی است که باید موزه‌های دانشگاهی به عنوان یک تخصص، محترم شمرده و در مسیر آن استانداردها گام بردارند تا به هدفی که دنبال می‌کنند برسند. مهم‌تر اینکه اگر این استانداردها درست پیمایش و پیاده نشوند، چه بسا که گرد و غبار روی آثار، کورسوی امید را هم از مخاطب بگیرد و او را تشویق به تغییر مسیر کند. سوال بسیار مهمی که متولی هر موزه دانشگاهی باید از خودش و مجموعه اش طرح کند همین است: مخاطب موزه ما، بعد از بازدید از این مجموعه، جزو کدام دسته خواهد شد؟

کارکرد دیگری که موزه‌های دانشگاهی را حایز اهمیت‌تر می‌کند، مربوط به مخاطبان آن است. اولین، در دسترس‌ترین و بزرگترین گروه هدف در بازدیدکنندگان موزه‌های دانشگاهی، دانشجویان همان دانشگاه هستند. نکته اینجا است که این گروه، ساختاری سیال و همواره در حال تغییر دارد. هر ساله، ورودی‌های جدید وارد فضای دانشگاه می‌شوند و بازدید از موزه دانشگاهشان در برنامه قرار می‌گیرد. مساله اینجا است که سایر موزه‌ها در نسبت‌های مختلفی با گروه‌های مخاطب مواجه می‌شوند. مثلاً ممکن است یک عده به دلیل توریست بودن، یک گروه را تشکیل بدهند و به بازدید از یک موزه بروند و بعد از تور، از هم جدا شوند. یا مثلاً ممکن است یک مدرسه، دانش‌آموزانی را صرفاً به دلیل هم مقطع بودن به عنوان یک گروه برای بازدید به یک موزه ببرند. اما گروه‌های دانشجویی هم‌رشته و هم‌دانشگاهی که به بازدید از موزه دانشگاه خودشان می‌روند، پیوندهایی دارند که این پیوندها، فرصت‌ها و امکانات ویژه‌ای را در اختیار مدیران موزه‌های دانشگاهی قرار می‌دهد. اولاً نسبت مواجهه دانشجویان تازه وارد در دانشگاه با موزه، نسبتی ثابت است که هر سال فقط افراد آن تغییر می‌کنند. بنابراین موزه می‌تواند برای این نسبت ثابت، برنامه‌ها و فعالیت‌هایی را طراحی کند که هدف کاملاً مشخصی را برآورده می‌سازد. در صورتی که نسبت گروه‌های بازدیدکننده از سایر موزه‌ها، مشخص نیست. مثلاً همه دانشجویان رشته پزشکی، در ترم دوم به بازدید از موزه دانشگاه برده خواهند شد تا موضوع مشخصی را بررسی کنند. اما گروهی که به سایر موزه‌ها آورده می‌شوند، ممکن است اول دبستان یا چهارم دبستان باشند. ممکن است از مدرسه‌ای در محله‌ای مرفه یا مدرسه‌ای از جنوب شهر باشند. همه این متغیرها، برنامه‌ریزی برای تحقق یک هدف خاص یا تاثیرگذاری در یک جت خاص بر مخاطب را برای موزه‌های دانشگاهی ساده‌تر و برای موزه‌های دیگر دشوارتر می‌سازد. نکته اینجا است که موزه‌های دانشگاهی با علم مخاطب شناسی و تخصص

کاربردی آن باید این فرصت بالقوه را بالفعل کنند وگرنه هیچ برتری نسبت به سایر موزه‌ها نخواهند داشت. اگر هر موزه دانشگاهی بتواند بر ورودی‌های جدید هر ساله‌اش تاثیر ماندگار و هدفمندی بگذارد، بعد از گذشت چندین سال، و چند هزار نفر فارغ التحصیل از چندین دانشگاه در چندین کشور، شاهد تاثیر آن خواهیم بود و این مهم، تأکیدی است بر اهمیت جایگاه موزه‌های دانشگاهی در نظام آموزشی.

مسئله بعدی در تعیین جایگاه موزه‌های دانشگاهی، تعامل مخاطب با موزه است. یکی از دلایل اصلی پیدایش موزه‌هایی به عنوان موزه‌های دانشگاهی، بکارگیری ابزار و ادوات کمک آموزشی در فرآیند آموزش است. بد نیست یادآوری کنیم که نخستین موزه‌ای که در تعریف نوین موزه می‌شناسیم و گشایش آن در سال ۱۶۸۳ و در آکسفورد اتفاق افتاد، موزه آشمولین است که اتفاقاً از نوع و در دسته موزه‌های دانشگاهی است. چرا آشمولین را به عنوان نخستین موزه می‌شناسیم؟ آنچه آشمولین را نسبت به سایر فعالیت‌های مشابه متمایز می‌کرد و باعث شد عنوان موزه به آن اطلاق گردد، دو مورد بود؛ مورد اول اینکه در ازای فروش بلیط و پرداخت وجه، اجازه بازدید به همه ی اقشار جامعه را می‌داد. دوم اینکه آثار را جهت مطالعه و پژوهش در اختیار محققان و پژوهشگران قرار می‌داد (نوروزی، ۱۳۹۳). فارغ از نوآوری یا صحت این ادعا، مسئله تعامل در موزه‌های دانشگاهی مد نظر است. ممکن است در سایر موزه‌ها هم تعامل با آثار را تجربه شود یا شاید هم مخاطب، صرفاً بیننده آثاری باشد که درون ویترین‌ها چیدمان شده‌اند اما در یک موزه دانشگاهی، مخاطب حتماً به تعامل با اشیا خواهد پرداخت تا آن هدف "استفاده از آثار به عنوان ادوات کمک آموزشی" تحقق یابد. اگر در یک موزه دانشگاهی، مخاطب دست به کار نشود و تعامل فیزیکی با آثار را تجربه نکند، حتماً آن موزه محکوم به شکست خواهد بود. با کمک طراحی تجربه کاربر (User Experience Design) این مهم قابل تحقق در تمام موزه‌های دانشگاهی است. تعامل با برخی اشیاء (Hands-on)، معنای برخی دیگر از اشیا را برای مخاطب می‌گشاید و نوع دیگری از تعامل را رقم می‌زند (Minds-on). این نوع تعامل در فضای موزه‌های دانشگاهی، نه تنها تفاوت یک کلاس درس با یک موزه دانشگاهی را روشن می‌کند، بلکه بر اهمیت جایگاه این موسسات در نظام آموزشی صحنه می‌گذارد.

و اما مسئله بعدی، مقوله‌ای موزه شناسانه است. اکثر شهروندان در سنین کودکی و نوجوانی، به واسطه بازدیدهای مدرسه‌ای یا خانوادگی به بازدید از موزه‌ها می‌روند. بعد از پایان تحصیلات مدرسه‌ای، شاهد انقطاع معنادار مخاطبان با موزه‌ها هستیم. این ارتباط مجدداً زمانی وصل می‌شود که همان نوجوانان، تبدیل به پدر و مادری شده‌اند که این بار فرزندان خودشان را به موزه آورده‌اند (لزلی لوئیس و جنیفر ل. مارتین، ۱۳۹۸، ۲۱۲). موزه‌های دانشگاهی از جمله فرصت‌های بسیار مغتنم برای پیوند مخاطبان جوان با موزه‌ها محسوب می‌شوند. این فرصت نه

تنها برای موزه شناسان اهمیت ویژه‌ای دارد تا بتواند با خلق اندیشه‌هایی نوین، راهکارهایی برای پیوند مجدد بیابند؛ بلکه مؤید اهمیت جایگاه موزه‌های دانشگاهی است. موزه‌های دانشگاهی، فرصتی بسیار ارزشمند برای آشتی جوانان با موزه‌ها هستند. فرآیندی بسیار ظریف و نوآورانه لازم است تا این پیوند را به مرحله عمل در آورد.

هرچند ادله متعدد و متنوعی برای تعیین جایگاه موزه‌های دانشگاهی در نظام آموزشی وجود دارد، لیکن در این فرصت با اشاره‌ای کوچک به آخرین مسأله حائز اهمیت در این موسسات، از این بخش عبور خواهیم کرد. موزه‌ها در قرن بیست و یکم، بیش از آنکه به توسعه فضاهای نمایشگاهی خود بیاندیشند، به دنبال طراحی رویدادهای مخاطب محوری هستند که افزایش کمی و تنوع مخاطبان‌شان را در بر داشته باشد. یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش روی موزه‌ها در برگزاری رویدادها، نیروی انسانی است. تربیت نیرویی که از محتوای آثار موزه - مخصوصاً آثار علمی - مطلع باشد و بتواند گروه‌های بازدیدکننده را به مخاطبان دائمی موزه تبدیل کند. این رویدادها الزاماً، برگزاری نمایشگاه کوتاه مدت در سالن چندمنظوره موزه را شامل نمی‌شود. پر کردن پرسشنامه‌های تخصصی از آحاد جامعه، برگزاری فعالیت‌های خیریه و داوطلبانه اجتماعی و زیست محیطی و حتی برگزاری پرفورمنس‌های هنری در محیط‌های شهری، شکل‌هایی از رویدادهای موزه‌ای هستند که نیاز به نیروی انسانی دارند. موزه‌های دانشگاهی، از این فرصت بهره‌مند هستند که از دانشجویان برای اجرای این دست برنامه‌ها بهره‌برند. دانشجویان جوان هستند، دغدغه‌های مشترک دارند، برنامه‌های زمانی کلاس‌هایشان، فرصت حضور در برنامه‌های موزه را برای همه آنها فراهم می‌کند و از همه مهمتر، خودشان را متعلق به موزه دانشگاهشان و موزه دانشگاهشان را بخشی از برند تحصیلشان می‌دانند. رابطه‌ای بسیار منحصر به فرد و بدون رویکردهای مالی و به معنای واقعی بُرد برد برای دانشجو و موزه دانشگاهی که البته باید با ظرافت طراحی و اجرا شود.

کدامیک از موزه‌های دانشگاهی در ایران، این کارکردها را به کار بسته‌اند؟ اگر هیچکدام، چرا باید انتظار داشته باشیم که جایگاه موزه‌های دانشگاهی در نظام آموزشی کشور برای همگان روشن باشد؟ اگر یکبار دیگر به موارد بالا برگردید و جمله‌های پایانی هر پاراگراف را بخوانید، متوجه می‌شوید که به اجرا درآوردن این کارکردها، نیاز به تخصصی دارد که در موزه‌های دانشگاهی به کار گرفته نشده‌اند. تخصص موزه داری. موزه داشتن از موزه داری سواست. برخی دانشگاه‌ها دارای موزه هستند اما موزه داری نمی‌کنند. باید علم، تخصص و دانش موزه داری را به رسمیت شناخت و از آن برای برون رفت انواع موزه‌ها از جمله موزه‌های دانشگاهی از وضعیت انفعال و رسیدن به نقطه تعامل با اجتماع بهره برد.

## رویکردهای موزه‌های دانشگاهی

در این مقاله بناست به ارائه راهکارهایی برای تغییر وضعیت در موزه‌های دانشگاهی پرداخته شود. رویکرد و شیوه مواجهه هر موزه با مسائل، تاثیر مستقیمی بر اتخاذ راهکارهای ارتقایی دارد. پیشتر لازم است رویکردهای قالب در موزه‌های دانشگاهی را برشمرد.

علیرقم تنوع شکلی موزه‌های دانشگاهی و در یک نگاه همگرا، می‌توان دو رویکرد اصلی در این نوع موسسات را رهگیری کرد. اول، آندسته از موزه‌های دانشگاهی که بیش از هر چیز به دنبال حفظ میراث گذشته و تحویل آن به نسل‌های آینده هستند. این موزه‌ها، تمرکز و سرمایه‌های خود را حفظ گردآوری، مجموعه‌سازی، مستندنگاری و البته مرمت آثار خود می‌کنند. رویکرد دیگر، متمرکز بر روایت دستاوردهای دانشگاه است. ایجاد حس غرور برای دانشجویان و ترغیب آن‌ها جدیت و پشتکار در تخصصشان، هدف اصلی رویکرد دوم است. هرچند این دو رویکرد در تناقض با یکدیگر نیستند و اصولاً رویکردها می‌توانند مکمل یکدیگر باشند، اما با واکاوی موزه‌های دانشگاهی می‌بینیم که یکی از این دو گرایش بر دیگری غلبه یافته است. متناسب با اولویت‌بندی رویکردها، برنامه‌های چشم انداز و توسعه نیز تغییر می‌کند. بنابراین، هر موزه دانشگاهی قبل از برنامه‌ریزی، نیاز به تدوین رویکردهای اصلی خودش دارد. این رویکردها اصولاً منتج از اساسنامه یا نقشی هستند که بالادستی برای موزه در نظر گرفته است. اگر چنین سندی وجود نداشته باشد، تدوین آن اوجب واجبات است. در تدوین چنین برنامه‌ای باید به نقشی که سایر موزه‌های دانشگاهی انتخاب کرده اند توجه شود، زیرا موزه‌های دانشگاهی در یک نگاه کلان، مکمل همدیگر هستند.

## شبکه سازی بینا موزه‌ای - دانشگاهی

اگر بپذیریم نظام موزه‌های دانشگاهی کشور، در حال حاضر فاقد طرح کلان تشکیلاتی است، نخستین گام در جهت ارتقای این موسسات، تدوین نظام‌نامه‌ای است که نقش هر موزه را همراه با چشم اندازها و مأموریت‌های آن مشخص می‌کند. مأموریت و چشم اندازی که هر موزه دانشگاهی می‌تواند بر عهده بگیرد، حداقل با دو شاخص اصلی ارتباط تنگاتنگی دارد: اول، جغرافیای موزه و دوم نسبت آن با تمام موزه‌های دانشگاهی کشور. مثلاً اگر دانشگاه تهران بنا دارد ۱۰ موزه دانشگاهی داشته باشد، مأموریت و چشم‌انداز هر یک از این موزه‌ها بر دیگری موثر است. زیرا این موزه‌ها باید رویکردهای متنوعی را پوشش بدهند تا مجموعه موزه‌های دانشگاهی دانشگاه تهران، توان جذب حداکثری مخاطبان را داشته باشد. اگر یکی از این موزه‌ها بناست بر تاریخچه و دستاوردهای دانشگاه تهران تاکید کند، دیگری باید به جذب گروه‌های دانش‌آموزی برای انتخاب رشته‌ی تحصیلی بهتر بپردازد. به همین ترتیب، موزه دیگری باید بر

مجموعه‌های تاریخ علم و فناوری تأکید نماید. این تصویر زمانی کامل می‌شود که یک نقشه راه جامع برای موزه‌های دانشگاهی ترسیم شود. در این صورت است که تورسیم آموزشی بین موزه‌های دانشگاهی بوجود خواهد آمد. حالا شاید دانشگاه دیگری در جنوب کشور، فقط یک موزه داشته باشد. آنگاه این موزه باید با نگاه به سایر موزه‌های دانشگاهی همجوار - در سایر شهرستان‌های استان یا استان‌های همجوار - سند استراتژی خودش را تدوین نماید. بنابراین نخستین گام، ترسیم نقشه راه برای موزه‌های دانشگاهی کشور است. این گام نیاز به یک پیش‌گام دارد. شبکه‌سازی بیناموزه‌ای - دانشگاهی. دانشگاه‌هایی که دارای موزه هستند و یا در صدد طراحی و راه‌اندازی موزه هستند باید در یک هم‌نشینی به تعیین رویکردها پرداخته و مسیر مشخصی برای ساختار موزه‌های دانشگاهی کشور تدوین کنند. این شورا باید به صورت منظم تشکیل جلسه داده و اعضا را از پیشرفت برنامه‌ها مطلع سازند. همچنین کارشناسان موزه‌های دانشگاهی باید تجربیات خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. انجام فعالیت‌های مشترک بین موزه‌های دانشگاهی، گام دیگری در جهت تعالی این دسته از موزه‌هاست. یک موزه، امکان گفتن و ارائه دادن همه چیز را ندارد؛ بنابراین، یک شبکه موزه‌ای می‌تواند عدالت آموزشی را محیا آورد.



---

## منابع

- لزلی لوئیس و جنیفر ل. مارتین. ۱۳۹۸. مراکز علمی ایجاد فضایی برای خلاقیت در قرن بیست و یکم. مقاله چاپ شده در کتاب فلسفه موزه برای قرن بیست و یکم ترجمه کوروس سامانیان و مریم الماسی. حکمت. تهران. ص ۲۱۲.
- نوروزی آبادچی. مهرا. ۱۳۹۳. موزه شناسی پست مدرن: از تولید تا ترویج علم در موزه های دانشگاهی. چهارمین همایش ملی موزه علوم و فناوری ج.ا.ا. تهران.
- <http://umac.icom.museum/defining-the-university-museum-today-between-icom-and-the-third-mission/> (access 12thMarch2021)
- <https://university-museums-and-collections.net/> (access 12thMarch2021)
- [https://en.wikipedia.org/wiki/University\\_museum#cite\\_note-16](https://en.wikipedia.org/wiki/University_museum#cite_note-16)(access 12thMarch2021)

### **Approach and function: The position of university museums in the educational system**

**Mehran Norouzi abadchi<sup>2</sup>**

#### **Abstract:**

Museums are one of the most important non-formal education centers in the societies. The diversity and multiplicity of museums has made it necessary to classify them and, of course, to determine the appropriate approach and functions for each category. Determining macro-strategies and clear solutions for university museums, provides an accurate roadmap for directing the activities of these institutions. In this article, while determining the position of university museums in the educational system of societies, the most important approaches and functions of these multi-purpose institutions are discussed. This article is written with focus on following questions:

- What is a university museum and what is its use?

---

<sup>2</sup> BCs Museum studies, M.A and PhD of Archaeology. Innovation Expert at Iran national museum of science and technology (inmost). [Norouzi.mehran@yahoo.com](mailto:Norouzi.mehran@yahoo.com)  
+989132264794

- What approaches do university museums follow?
- What are the functions of university museums in the educational system?

What sets university museums apart from other types of museums is the new mission and approaches of university museums, which are described in this article. The need to explain the roadmap for the continuation of university museums is one of the most important achievements of this article. Networking and creating a platform for joint inter-museum/university activities are among the suggested solutions of this article to continue the path of university museums.

**Keywords:** Museum, University Museums, Education, Science Promotion