



Theosophical-Philosophical Foundation of Iranian Art

Volume 2 / Issue 3 / pages 257-270 / e-ISSN: 2980-7875 / p-ISSN: 2981-2356

Original Research



Explaining the Role of the Visual Arts Community in Shaping Contemporary Residential Architecture in the (1) Region; Tehran City (From 2008 to 2018)*

Mahdieh Shahparvari¹ Behrouz Mansouri² Iraj Etesam³

1 Ph.D. Candidate, Department of Architecture, UAE Branch, Islamic Azad University, Dubai, United Arab Emirates.

2 Assistant Professor, Department of Architecture, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

(Corresponding Author).

3 Professor at Architecture Department, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Abstract

Excessive consumerism leads to the manifestation of architectural works that can be confusing, often diverting attention from the importance of structures and the context of realizing a work or the vitality of a cultural and artistic movement in society. Therefore, the main aim of the present research is to elucidate the role of the display-oriented society in shaping the architecture of residential buildings in Region 1 of Tehran (from 2008 to 2018). The research methodology is qualitative-quantitative, and the research strategy is descriptive-analytical. Data collection is conducted through library and field studies. The display of architecture manifested through elements, design types, building facades, decorations, and overall structures, is apparent in the residential buildings of Region 1 in Tehran. This is evident through decorative additions on facades, large and unidirectional windows, lighting types, and color combinations, accompanied by curved forms, and most importantly, high-rise constructions. These factors, together, have transformed the residential buildings in Region 1 of Tehran into one of the most affluent areas, significantly elevating property values in this area. The results of the research indicate that contemporary residential buildings in Region 1 of Tehran, particularly during the years from 2011 to the present, have adopted a prominent ornamental aspect. Without alignment with Iranian identity and culture, these buildings have transformed these areas, heavily relying on elements such as decorations and modern forms. They are highly consumer-oriented, aligning mainly with the tastes of the client and the architect. Therefore, residential buildings in this area are intensely consumer-oriented and have, to some extent, taken shape solely due to consumerism.

Keywords: Contemporary Iranian Architecture, Display-Oriented Society, Residential Buildings, Tehran City.

Received: 2023-12-15

Accepted: 2024-02-12

Beh.mansouri@iauctb.ac.ir

* The present article is extracted from the doctoral dissertation of Mahdieh Shahparvari, titled 'Exploring the Role of Visual Commerce in Shaping Contemporary Architecture in Tehran (from 1978 to 2018),' under the guidance of Dr. Behrouz Mansouri and the advisory support of Dr. Iraj Etesam.



بنیان‌های حکمی فلسفی هنر ایرانی

سال دوم / شماره سوم / پاییز ۱۴۰۲ / ص ۲۷۰-۲۵۷ / p-ISSN: 2981-2356 / e-ISSN: 2980-7875



پژوهشی

تبیین نقش جامعه‌نمایشی در شکل‌گیری معماری ساختمان‌های مسکونی معاصر منطقه (۱)؛ شهر تهران (از سال ۱۳۸۷ تا سال ۱۳۹۷)*

۱- مهدیه شاه‌پروری ۲- بهروز منصوری ۳- ایرج اعتصام

۱- دانش‌پژوه دکتری معماری گروه معماری، واحد امارات، دانشگاه آزاد اسلامی، دبی، امارات متحده عربی.

۲- استادیار گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

۳- استاد گروه معماری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

مصرف‌گرایی افراطی موجب نمایشی‌شدن یک اثر معمارانه می‌شود که گاهاً گمراه‌کننده است و باعث فراموشی اهمیت ساختارها و زمینه‌های تحقق یک اثر یا رونق جریان فرهنگی و هنری یک جامعه می‌شود؛ از این‌رو هدف اصلی پژوهش حاضر تبیین نقش جامعه‌نمایشی در شکل‌گیری معماری ساختمان‌های مسکونی منطقه (۱)، شهر تهران (از سال ۱۳۸۷ تا سال ۱۳۹۷)، است. روش تحقیق پژوهش حاضر کیفی-کمی است. راهبرد پژوهش حاضر، توصیفی-تحلیلی است. شیوه گردآوری اطلاعات به صورت مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی مورد واکاوی قرار گرفته شده است. نمایشی‌شدن معماری که از طریق عناصر، نوع طراحی، سیمای بنا، تزئینات و به‌طور کلی از طریق کالبد بنا نمود پیدا می‌کند؛ در بناهای مسکونی منطقه (۱)، شهر تهران نیز از طریق الحاقات تزئینی بر روی نما، پنجره‌های بزرگ و یکسره، نوع نورپردازی‌ها و ترکیبات رنگی به‌کاررفته همراه با فرم‌های منحنی و مهمتراز همه بلندمرتبه‌سازی تجلی یافته است؛ چراکه این عوامل در کنار یکدیگر در ساختمان‌های مسکونی منطقه (۱)، شهر تهران، این مناطق را به یکی از مرفه‌ترین مناطق تبدیل کرده‌اند و ارزش ملک در این منطقه به شدت بالا رفته است. نتایج پژوهش نشان داد که ساختمان‌های مسکونی در منطقه (۱)، شهر تهران، در دوران معاصر بالاخص طی سال‌های ۱۳۹۰ تا به امروز، جلوه‌ی تجمل‌گرایانه یافته‌اند و بی‌آنکه با هویت و فرهنگ ایرانی هم‌خوانی داشته باشند، با استفاده از عواملی همچون تزئینات، فرم‌های مدرن و غیره، هویتی دگرگون به این مناطق بخشیده‌اند و به شدت مصرف‌گرا هستند، اصلی که تنها با سلايق کارفرما و معمار هم‌خوانی دارد و از این‌رو ساختمان‌های مسکونی این منطقه به شدت مصرف‌گرا هستند و به نوعی تنها به دلیل مصرف‌گرایی شکل گرفته‌اند.

کلمات کلیدی: جامعه‌نمایشی، ساختمان‌های مسکونی، شهر تهران، معماری معاصر ایران.

Beh.mansouri@iauctb.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۲۴

* مقاله حاضر مستخرج از رساله دکتری «مهدیه شاه‌پروری»، با عنوان «تبیین نقش تجارت بصری در شکل‌گیری معماری معاصر تهران (از سال ۱۳۵۷ تا سال ۱۳۹۷)»، با راهنمایی «دکتر بهروز منصوری»، و مشاوره «دکتر ایرج اعتصام»، می‌باشد.

۱. مقدمه/ بیان مسئله

تمام زندگی جوامعی که در آن‌ها مناسبات مدرن تولید، حاکم است به صورت انباشت بی‌کرانی از نمایش‌ها تجلی می‌یابد. نمایش نه مجموعه‌ای از تصاویر، بلکه رابطه‌ای است اجتماعی میان اشخاص که از طریق تصاویر واسطه‌ای شده است. نمایش، تزئین اضافه شده‌ای بر جهان واقعی نیست؛ بلکه قلب غیرواقعیت‌گرایی جامعه، واقعی است. تحت تمام اشکال ویژه‌اش، خواه اطلاع‌رسانی باشد یا ترویج، تبلیغ باشد یا مصرف مستقیم سرگرمی‌ها، نمایش، الگوی کنونی زندگی اجتماعی غالب را تشکیل می‌دهد. به‌دیگر سخن، نمایش، تصدیق همه‌جا حاضر انتخاب از قبل شده‌ای در تولید و مصرف منتج شده از آن است. شکل و محتوای نمایش به‌گونه یکسان توجیه تام شرایط و اهداف نظام‌اند (دبور، ۱۳۹۲: ۵۷). در ارتباط با معماری آنچه اهمیت دارد، این است که سواد عمومی جامعه ما نسبت به معماری چندان تعریفی ندارد؛ چراکه تنها سلیقه‌ی آن‌ها در سطح کارهایی عامه‌پسند و چه‌بسا مبتذل و پیش‌پافتاده، پایین آمده است. اصطلاح عامه‌پسند از آنجایی که توجه عموم مردم را جلب می‌کند، اصطلاح بی‌ربطی نیست؛ اما به‌هرحال نباید فراموش کرد که مبنای شکل‌گیری این نوع از معماری نه سلیقه عمومی، بلکه سلیقه لوکس و تجمل‌گرایی خاصی از طبقه مرفه جامعه ایرانی است، طبقه‌ای که عمدتاً طی سالیان گذشته شکل گرفته و فربه شده است، آنچه در این بین نامطلوب است آن است که زمین و فضا، به کالای مصرفی‌گران قیمت تبدیل شده که سبب گسترش این قشر نوکیسه در کشور ما گشته است (دبده، ۱۳۹۹ الف: ۱۰-۱). در حوزه طراحی بناهای مسکونی معاصر نیز می‌توان گفت، معماری جای خود را به «نمایش» داده است و برای کارکرد مسکن معاصر نتوانسته آنچنان که باید، با توجه به ساختارهای اجتماعی امروزی خود را متناسب و معاصر سازد. نظام اجتماعی جدید براساس مصرف بیشتر شکل گرفته است، تمام فرایندهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را به‌گونه‌ای سازمان‌دهی می‌کند که تنها بر مبنای مصرف و قواعد بازار نظام یابند. نظام اقتصادی که در حال حاضر، سرمایه‌داری متأخر نامیده می‌شود؛ به‌گونه‌ای انتظام یافته است که برای سود بیشتر و بقای خود، علاوه بر تولید محصولات، مجبور شده، دست به تولید مصرف‌کننده نیز بزند و از طریق انواع و اقسام دست‌کاری و برنامه‌ریزی، کاری بکند تا به مصرف، سرعت ببخشد. در این میان تولیدات فرهنگی و هنری، از جمله معماری نیز بر مبنای ملاحظات بازار و برای دامن‌زدن به مصرف بیشتر، تولید می‌شوند. صنعت فرهنگ‌سازی انسان را از موجودی فعال، انتخاب‌گر و کُنشگر به موجودی مصرف‌کننده و بی‌طرف تبدیل کرده است که داشتن استقلال فکری و فعالیت ذهنی برای او خسته‌کننده است، پس به هرچه که نظام مصرف برای او در نظر گرفته باشد، تن در می‌دهد. به این صورت هنر و من جمله معماری، از تمام توانایی‌ها و کارکردهای زایا و آفریننده خود تهی می‌شود (احمدی، ۱۳۸۸: ۸۸). این‌گونه آثار، مخاطب را به فکر فرو نمی‌برد و خود تفسیر و تأویل عمیقی را نمی‌پذیرد و با استفاده از کلیشه‌های رایج باعث می‌شود که هیچ تجربه یگانه‌ای در مخاطب پدید نیاید؛ در فرم و محتوای خود، از نشانه‌های رایجی که بازار یا قدرت سیاسی می‌پسندد، استفاده می‌کند (دبده، ۱۳۹۹ ب: ۱۴-۱). و همواره در تأیید وضع موجود به بازار خود می‌اندیشد؛ طبیعی است برای اینکه آسان فهم و عامه‌پسند باشد، به احساساتی‌گری و زرق و برق‌گرایی داشته باشد و از دنیای پرتنش و بی‌ثبات یک اثر هنری خود را دور نگه دارد (تغابنی، ۱۳۹۳: ۲). بازار هم که برای جذب سرمایه و تداوم سود، سلیقه‌ای عامه‌پسند و مُدروز را ترویج می‌کند؛ چه‌بسا این سلیقه موقتی و کوتاه‌مدت است؛ لذا به سرعت سلیقه‌ای جدید، جایگزین سلیقه قبلی می‌گردد و از طریق تصاویر به سلیقه جامعه مصرفی و نمایشی تبدیل می‌گردد. این‌گونه، این چرخه معیوب، ادامه حیات داده و جذب سرمایه و سود بازار را تضمین می‌نماید. این پدیده اجتماعی در سطحی گسترده بر هنر و معماری جهان و به صورت کمی متفاوت، ولی هم‌راستا بر معماری امروز ایران تأثیرگذار است؛ به‌عنوان مثال، به شهرها ظاهری موقتی داده و اصالت آن‌ها را از بین برده است. بناها قبل از آنکه به واقع بی‌مصرف و فرسوده شوند، از مد می‌افتند و به‌جای اینکه با گذشت زمان کهن و باارزش شوند، کهنه و به‌دردنخور به نظر می‌رسند. هر نوع حرکت و تلاش برای معنادرزی و هویت‌بخشی به معماری از طرف توده، فقط مصرف‌کننده منهدم می‌شود. تمام نشانه‌های فرهنگی، آیینی، اسطوره‌ای و غیره، تبدیل به نشانه‌های منزلت اجتماعی و اغواگری تصویری شده است (Quaye, 2014: 59). در این راستا، هدف اصلی پژوهش تبیین نقش جامعه نمایشی در شکل‌گیری معماری ساختمان‌های مسکونی

معاصر منطقه (۱)، شهر تهران (از سال ۱۳۸۷ تا سال ۱۳۹۷)، است و سؤال این است که جامعه نمایشی چه نقشی در شکل‌گیری معماری ساختمان‌های مسکونی معاصر تهران در منطقه (۱) (از سال ۱۳۸۷ تا سال ۱۳۹۷) دارد؟ و جریان‌های غالب در معماری معاصر ایرانی در حوزه معماری بناهای مسکونی شهر تهران در منطقه (۱) (۱۳۸۷-۱۳۹۷) هم‌سو با مؤلفه‌ی مصرف در جامعه نمایشی کدامند؟

۲. روش پژوهش

در پژوهش حاضر برای شناسایی مسائل و مشکلات شکل‌گیری ساختمان‌های مسکونی و معماری مناطق ۳ تا ۱۳ شهر تهران استفاده از روش‌های مبتنی بر ترکیب پارادایم‌های تحقیق از اهمیت برخوردار شده است؛ زیرا به‌رغم ماهیت پیچیده این مناطق نمی‌توان فقط به استفاده از یک روش کمی یا کیفی اکتفاء نمود و به شناخت کافی نسبت به موقعیت‌های معین دست یافت. با توجه به این امر برای درک به مسائل شکل‌گیری معماری ساختمان‌های مسکونی منطقه (۱)، شهر تهران و تلاش در جهت بهبود آن استفاده از رویکرد ترکیبی ضرورت دارد؛ از این رو روش تحقیق این پژوهش، کیفی-کمی از نوع توصیفی-تحلیلی و به‌لحاظ رویکرد پژوهش، تحلیل محتوایی، استدلال منطقی، است. شیوه گردآوری اطلاعات علاوه بر مطالعات کتابخانه‌ای، مطالعات میدانی نیز می‌باشد. ضمن آنکه ابزار گردآوری داده‌ها علاوه بر فیش‌برداری از منابع مکتوب دست اول و دوم، مطرح نمودن پرسش‌نامه محقق ساخته و تحلیل آن با استفاده از آزمون «فریدمن»، است برپایه (شکل ۱). روایی پرسش‌نامه با استفاده از روش اعتبار محتوا و پایایی آن با به‌کارگیری از روش آلفای کرونباخ سنجیده شد. به‌طور خاص، آلفای کرونباخ، برای کل سؤالات پرسش‌نامه، عدد ۰/۸۶ درصد به‌دست آمد.

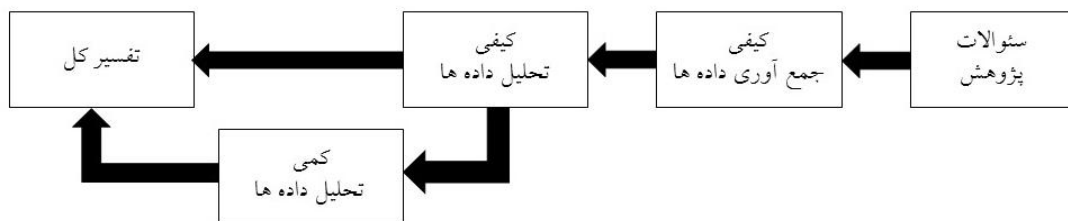
پرسش‌نامه‌ها توسط هر ساکن، در مدت ۱۵ دقیقه پاسخ داده شده است. حجم گروه نمونه شرکت‌کننده در این پژوهش در بخش پرسش‌نامه ۳۵۷ نفر از منطقه (۱)، شهر تهران بوده است. در راستای سنجش نظر پاسخ‌گویان، پیرامون میزان این امر، پاسخ‌های آن‌ها با طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد، خیلی زیاد)، سنجیده شده است.

جامعه آماری پژوهش حاضر به ۲ دسته تقسیم شده‌اند:

❖ بناهای مسکونی ساخته شده پس از انقلاب اسلامی در فاصله زمانی ۱۳۸۷-۱۳۹۷ در منطقه (۱)، شهر تهران

❖ تعداد ۳۵۷ نفر از ساکنین منطقه (۱)، شهر تهران

لازم به ذکر بوده است که نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت نمونه‌گیری هدف‌مند است و دلایل انتخاب منطقه (۱)، شهر تهران بدین‌منظور است که: (۱) در این منطقه اغلب قشر مرفه زندگی می‌کنند. (۲) بالابودن تعداد ساختمان مسکونی مدرن و نمایشی که با فرهنگ و هویت ایرانی، مغایرت دارند و جلوه‌گر مدرنیته هستند. (۳) تزیینات زیاد در بدنه و نمای ساختمان‌های مسکونی این منطقه.



شکل ۱- مسیر پژوهش - (نگارندگان، ۱۴۰۲)

۳. ادبیات پژوهش (مبانی نظری / پیشینه پژوهش)

۳-۱ - پیشینه تحقیق

در رابطه با پژوهش حاضر مطالعات اندکی انجام شده است که در ادامه به آن‌ها اشاره شده است: شاه‌پوری و دیگران (۱۴۰۰)؛ در مقاله خود با عنوان «رویکرد تحلیلی به کیفیت معماری مسکن منطقه ۳ تا ۳۱ شهر تهران طی سال‌های ۱۳۵۷-۱۳۹۷»، با استفاده از روش کمی و آزمون تی‌تک‌نمونه‌ای، به این نتیجه رسیدند که کیفیت معماری مسکن در شهر تهران طی سال‌های ۱۳۵۷-۱۳۹۷ در مناطق ۳ تا ۳۱ به ترتیب برابر با ۳/۲۱ و ۲/۸۱ است و بیانگر آن است که معماری مسکن طی سال‌های ۱۳۵۷-۱۳۷۹ دارای مطلوبیت و رضایتمندی بهتری نسبت به سال‌های بعدی بوده است؛ همچنین امتیازدهی به کیفیت معماری مسکن طی سال‌های ۱۳۵۷-۱۳۷۹ برابر با ۰/۶۴۸ و طی سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۹۷ برابر با ۰/۱۸۷ بوده است، حال آنکه وزن شاخص نسبی طی سال‌های ۱۳۵۷-۱۳۹۷ در کیفیت معماری مسکن مناطق ۳ تا ۳۱ شهر تهران ۰/۵۴۴ و طی سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۹۷ برابر با ۰/۲۵۴ بوده است؛ لذا این ارقام بیانگر آن است که کیفیت معماری مسکونی طی سال‌های ۱۳۵۷-۱۳۷۹ از رده مناسب‌تری برخوردار بوده است. کوریگان (۱۳۹۷)؛ در کتاب خود با عنوان «درآمدی بر جامعه‌شناسی مصرف»، نقش مصرف را به عنوان عامل اصلی پدیده جامعه‌نمایشی بیان می‌نماید. در همین راستا، عسگری و دیگران (۱۳۹۷)؛ در مقاله خود با عنوان «معماری مصرفی، تحلیلی معناشناختی بر پدیده مصرف در مراکز بزرگ خرید شهری»، با استفاده از روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و ابزار پرسش‌نامه به این نتیجه رسیدند که علی‌رغم اینکه طراحان این مراکز تلاش زیادی برای ایجاد فضایی باکیفیت (به زعم خود)، و تولید معانی تداعی‌گر در ذهن مخاطبین، پیش از ورود به فضا و استفاده از آن، انجام داده‌اند؛ لیکن آنچه پس از تجربه فضا توسط مخاطبان و مصرف آن در خلال زندگی روزمره باقی می‌ماند، نه معانی تداعی‌گرایانه کامل و اصیل، بلکه بیشتر معانی ادراکی مبتنی بر تصویرهای بزرگ شده و کولاژگونه پسامدرن است. گی دوبور (۱۳۹۲)؛ در کتاب خود با عنوان «جامعه‌ی نمایشی»، با تبیین موقعیت نمایشی یا چیره بودن تصاویر بر زندگی، تمام اشکال دیگر حاکمیت را نشان داده است. به سیستم دستمزد کار و تولید کالا و تمام سیستم‌های سلسله‌مراتبی ایراد گرفته و متذکر شده که این‌گونه حاکمیت‌ها به قدرت بی‌حد و حصرشان تنها در سایه نمایش ادامه می‌دهند. او در بخشی از کتاب «جامعه‌ی نمایش»، می‌نویسد: نمایش، تا حدودی انباشت سرمایه است که به تصویر تبدیل می‌شود و نتیجه می‌گیرد که تصویر، واحد پول جامعه معاصر است. با توجه به پژوهش‌های انجام گرفته پیرامون پژوهش حاضر مشخص گردید که تاکنون پژوهشی از باب تبیین نقش جامعه‌نمایشی در شکل‌گیری معماری ساختمان‌های مسکونی معاصر در منطقه (۱)؛ شهر تهران (از سال ۱۳۸۷ تا سال ۱۳۹۷) انجام نگرفته است و پژوهش حاضر، نخستین پژوهش در این باره است.

۳-۲ - مبانی نظری

نمایش و پدیده جامعه‌نمایشی

تمام زندگی جوامعی که در آن‌ها مناسبات مدرن تولید حاکم است به صورت انباشت بی‌کران از نمایش‌ها تجلی می‌یابد (دبده، رضوان‌پناه، ۱۴۰۰: ۱-۱۰). هر آنچه مستقیماً زیسته می‌شد، در هیئت بازنمودی دور شده است و تصاویری که از این و آن جنبه‌ی زندگی کنده شده است در مجرای مشترکی ممزوج می‌شوند که در آن وحدت این زندگی دیگر نمی‌تواند برقرار گردد و تخصصی شدن تصاویر جهان در جهان خود مختارگشته‌ی تصویر، جامه عمل می‌پوشد که در آن چیزهای دروغین به خود دروغ می‌گویند (تیموتی، ۱۳۸۸: ۱۷). نمایش درکل به عنوان وارونگی ملموس زندگی، روند خود مختار چیزهای غیرزنده است؛ همچنین نمایش توأمان به صورت خود جامعه جزئی از جامعه و ابزار یکپارچه‌سازی آن نمودار می‌شود. به حیث خود جامعه، نمایش صریحاً شاخه‌ای است که هر نگاه و هر آگاهی را متمرکز می‌کند و یکپارچگی که به انجام می‌رساند، چیزی جز زبان رسمی جدایی‌سازی تعمیم‌یافته نیست؛ لذا نمایش نه مجموعه‌ای از تصاویر، بلکه رابطه‌ای است اجتماعی میان اشخاص که از طریق تصاویر واسطه‌ای شده است

(Ollion, 2012: 234): به‌طور کلی نمایش، چیزی است که از حیطة فعالیت انسان‌ها و بازنگری و تصحیح اعمالشان خارج است (دبده، ۱۴۰۰: ۷۶-۵۵). نمایش ضددیالوگ است و هرکجا بازنمودی مستقل هست و بازسازی می‌شود و وارث تمام ضعف طرح فلسفی غربی است که درکی از فعالیت زیر سیطره مقولات دیدن بوده است؛ همچنان که بنیان نمایش، بسط بی‌وقفه عقلانیت تکنیکی مشخصی است که از همین اندیشه نشأت می‌گیرد. ضمن اینکه نمایش فلسفه را واقعیت نمی‌بخشد؛ بلکه آن را فلسفی می‌کند (Ozbilginetal, 2015: 142). در این راستا مفهوم نمایش و جامعه‌نمایشی، تنوع گسترده‌ای از پدیده‌های ظاهری را وحدت و توضیح می‌دهد. تنوع و تباین این پدیده‌ها ظواهر آن ظاهر اجتماعاً سازمان‌یافته‌ای هستند که خود باید درحقیقت کلی‌اش بازشناخته شود. نمایش چون براساس اظهارات خودش در نظر گرفته شود، تصویق ظاهر و تصدیق هرگونه زندگی اجتماعی، انسانی، به‌مثابه ظرف است؛ اما نقدی که به حقیقت نمایش می‌رسد، نمایش را به‌مثابه نفی مرئی زندگی و نوعی نفی زندگی که مرئی شده است، کشف می‌کند؛ همچنین برای تشریح نمایش، شکل‌بندی و کارکردهایش و نیروهای مایل به انحلال آن لازم است، عناصر تفکیک‌ناپذیر به‌طور مصنوعی از یکدیگر متمایز شوند. با پرداختن به تجزیه و تحلیل نمایش تا اندازه‌ای به همان زبان نمایش حرف می‌زنیم، چون به زمینه روش‌شناسی آن جامعه‌ای پا می‌نهیم که در نمایش بیان می‌شود؛ اما نمایش چیزی جز معنا و راستای تمامی کردار یک شکل‌بندی اقتصادی-اجتماعی و برنامه‌ریزی زمانی‌اش نیست (Ollion, 2012: 234)؛ یعنی برهه‌ای تاریخی است که حاوی ما است و به‌صورت غیرقابل بحث و دست‌نیافتنی نمودار می‌گردد. تنها حرفش این است که، آنچه ظاهر شود خوب است، آنچه خوب است ظاهر می‌شود؛ از این رو رفتاری که اصولاً نمایش مطالبه می‌کند (دبده، صدیق، رضوان‌پناه، ۱۴۰۱: ۱۱۷-۹۸)، پذیرش منفعلانه‌ای است که پیشاپیش باشیوه ظاهر شدن بی‌دلیل خود، با درآوردن ظواهر به انحصار خود، عملاً کسب کرده است (Katz-Gerro, Sullivan, 2020: 58).

مصرف و جامعه‌نمایشی

مصرف و پدیده مصرف‌گرایی افراطی منجر به بدل‌شده جامعه به جامعه نمایشی می‌شود؛ چراکه جامعه‌نمایشی خود گویا تجارت است و یک جدایی مختوم می‌باشد و بی‌گمان زمانه ما-تصویر ناچیزی را به خود آن چیز، نسخه‌کپی را به نسخه اصلی، بازنود واقعیت و نمود را به بود (وجود)، ترجیح می‌دهد-آنچه برایش مقدس است؛ وهم است و بس؛ اما آنچه نامقدس است، حقیقت است. از این بهتر، هرچه حقیقت کاهش و توهم افزایش می‌یابد، مقدسات در نظرش بزرگتر می‌گردد؛ آنچنان که اوج توهم برایش همانا اوج مقدس است (گی دوبور، ۱۳۹۲: ۴۰). گنش نشانه‌ها همواره از دو وجه متضاد برخوردار بوده است: ظاهر کردن چیزها برای به‌چنگ آوردن آن‌ها از طریق نشانه‌ها (نیروها، واقعیت‌ها، خوشبختی و غیره)، یا تداعی آن‌ها به منظور نفی یا دفع آن‌ها. می‌دانیم که تفکر جادویی در اسطوره‌ها هدفش تداعی و تغییر تاریخ است. به شیوه مصرف عام تصاویر وقایع و اطلاعات نیز هدفش تداعی واقعیت در نشانه‌های واقعیت یا تداعی تاریخ در نشانه‌های تغییر و غیره، است و هنگامی که واقعیت را پیشاپیش با نگاه به گذشته و به‌رحال از راه دور مصرف کرده‌اند، این فاصله را، نشانه پر می‌کند. آنچه مشخصه جامعه مصرفی است، جهان شمولی حوادث در ارتباط جمعی است. کلیه اطلاعات سیاسی، تاریخی و فرهنگی به شکل یکسان، به‌گونه‌ای کم‌اهمیت و درعین حال معجزه‌آسا، در قالب حوادث دریافت می‌شوند (Ritzer, 2011: 111). اطلاعات کاملاً به فعلیت در می‌آیند؛ یعنی به شیوه‌ای فوق‌العاده، جنبه‌نمایشی می‌یابند و درعین حال کاملاً از فعلیت خارج می‌شوند؛ یعنی از طریق رسانه ارتباطی از ما فاصله می‌گیرند و به نشانه‌ای، تقلیل پیدا می‌کنند (Boschetti, 2016: 32). این سنگواره انسانی عصر طلایی که در دوره مدرن از وصلت فرخنده طبیعت بشری و حقوق بشر پا به عرصه وجود نهاده است، از اصل عقلانیت صوری برخوردار است که او را به سمت اهداف ذیل رهنمون می‌سازد:

● جست‌وجوی خوشبختی بدون ذره‌ای شک‌وتردید

● اولویت قائل شدن برای اشیایی که حداکثر رضایت‌مندی را برای او فراهم می‌سازد (کلارک، ۱۳۹۶: ۸۳).

کلیهٔ گفتمان‌های مصرف‌ام از این‌که ناآگاهانه یا عالمانه باشند، بر پایهٔ این رشتهٔ کلام مفصل‌بندی می‌شوند که به‌صورت اسطوره‌ای به یک افسانه تعلق دارند: انسانی «نیازمند»، که نیازش او را به سمت اشیایی «سوق» می‌دهد که برای او رضایت‌مندی فراهم می‌آورد؛ به‌هرحال، چون انسان هرگز راضی نمی‌شود و به‌همین دلیل او را سرزنش می‌کند، همین ماجرا تا بی‌نهایت تکرار می‌شود و شاهد مرده آن هم همین افسانه‌های قدیمی‌اند (باکاک، ۱۳۸۱: ۱۴). برخی دچار شک و تردید هستند، نیازها در میان کلیهٔ ناشناخته‌هایی که علم اقتصاد با آن‌ها سروکار دارد از همه ناشناخته‌تر هستند؛ اما این شک و تردید مانع از آن نشده است تا کلیه مدافعان رشته‌های انسان‌شناختی از مارکس گرفته تا گالبرایت واز رابینسون کروز گرفته تا «شومبار دولوو»^۱ وفادارانه دربارهٔ نیازها داد سخن سر ندهند. از نظر اقتصاددانان، نیاز مترادف با «مطلوبیت» است، میل به تملک یک کالای خاص به‌منظور مصرف آن یا به‌عبارتی دیگر از میان بردن مطلوبیت آن است؛ از این رو نیازها، از طریق کالاهای دردسترس، هدفمند می‌شوند، و سلايق توسط طبقه‌بندی محصولات عرضه‌شده به بازار هدایت می‌شوند؛ این درحقیقت تقاضای قابل برآورده شدن است. از نظر روان‌شناسان، نیاز، انگیزش است، نظریه‌ای اندکی پیچیده‌تر و کمتر شی‌محور و بیشتر غریزه‌محور و همراه با ضرورتی ازپیش موجود و خوب تعریف نشده است. از نظر جامعه‌شناسان و روان‌شناسان اجتماعی که در صف آخر قرار می‌گیرند، نیاز، ماهیتی اجتماعی فرهنگی دارد (عسگری و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۹). این اصل موضوع انسان‌شناختی که فرد نیازهایی دارد و طبیعت، او را به سمت برآورده کردن آن نیازها سوق می‌دهد و مصرف‌کننده، موجودی آزاد، آگاه و عالم به آن چیزی است که طلب می‌کند، زیرسؤال برده نمی‌شود؛ اما بر مبنای این اصل آرمان‌گرایانه، این امر پذیرفته شده است که نیازها، از پویایی اجتماعی برخوردارند. در این میان مدل‌های هم‌نوائی و رقابت که از بافت گروه استخراج شده یا مدل‌های فرهنگی کلانی به‌کار برده می‌شوند که با کل جامعه یا تاریخ پیوند دارند؛ به‌طورکلی سه دیدگاه در رابطه با جامعهٔ مصرفی مطرح می‌شود:

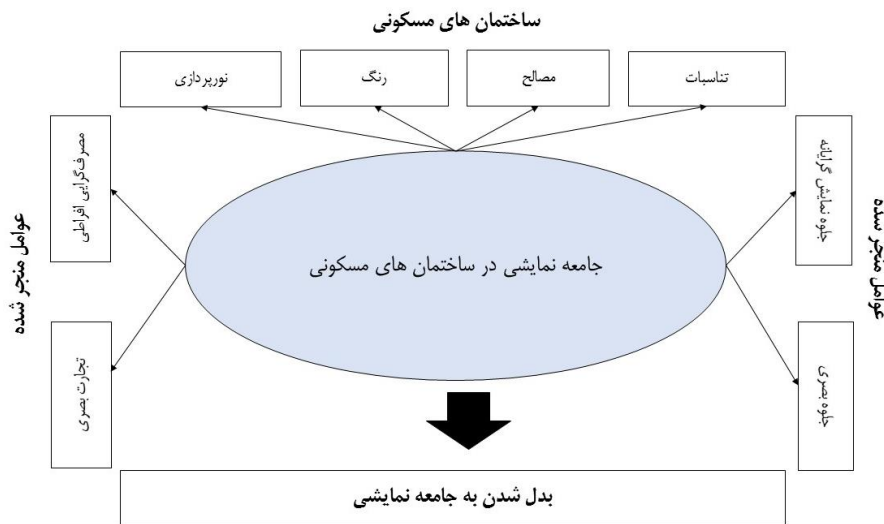
- از نظر مارشال، جامعهٔ مصرفی به نیازها وابسته عقلانی است.
- از نظر گالبرایت، انتخاب نوع نیاز، از طریق اقناع صورت می‌گیرد.
- از نظر گرواسی، نیازها به هم وابسته و حاصل یادگیری و محاسبات عقلانی، در جهان افزایش یا کاهش مصرف هستند و این انتخاب‌ها بر حسب تضاد صورت نمی‌گیرند (کورینگان، ۱۳۹۷: ۱۳۲).

پس مصرف چیزی جزء یک بخش به ظاهر بی‌هنجار نیست؛ زیرا مصرف براساس تعریف «دورکیمی»^۲ تابع قواعد صوری نیست و به نظر می‌رسد، تابع افراط و تفریط و شرایط فردی نیازها باشد. مصرف آن‌گونه که عموماً تصور می‌شود و به این دلیل که علم اقتصاد، از صحبت دربارهٔ آن اکراه دارد، یک بخش حاشیه‌ای نیست که عدم قطعیت بر آن حکم فرما باشد؛ بخشی که در آن فرد، در بخش‌های دیگر مقید به رعایت مقررات اجتماعی است؛ سرانجام در آنجا حوزه‌ای خصوصی بیابد که در آن آزاد و مختار باشد و میدان عمل برای او باز باشد؛ در واقع مصرف، رفتاری فعال و جمعی است، الزام‌آور است و نوعی اخلاق و نهاد است. مصرف، نظام ارزش‌ها است همراه با کلیهٔ الزامات آن، مانند ایفای نقش درهم‌گرایی گروه و کنترل اجتماعی؛ همچنین جامعهٔ مصرفی، جامعهٔ یادگیری مصرف و تربیت اجتماعی برای مصرف نیز هست؛ یعنی شیوهٔ جدید و خاص جامعه‌پذیری در رابطه با ظهور نیروهای مولد جدید و بازسازی انحصاری یک نظام اقتصادی با بهره‌وری بالا (بودریار، ۱۳۸۹: ۱۴۹). در اینجا اعتبار، نقش تعیین‌کننده‌ای دارد؛ حتی اگر در هزینه‌ها نقش چندانی نداشته باشد. طراحی آن مثال‌زدنی است؛ زیرا اعتبار تحت عنوان ارضای نیازها، سهولت، دسترسی به فراوانی، ذهنیت لذت‌جویانه و رهایی از تابوی قدیمی پس‌انداز، در واقع تربیت اجتماعی-اقتصادی و نظام‌مند نسل‌های پی‌درپی مصرف‌کنندگان برای پس‌انداز اجباری و محاسبات اقتصادی است؛ در غیراین صورت بیم آن می‌رفت که آنان به دنبال تأمین معاش خود از دام برنامه‌ریزی تقاضا برهند و در نتیجه، به یک نیروی مصرفی غیرقابل استثمار تبدیل شوند (Ritzer, 2011:111)؛ همچنین کل ایدئولوژی

¹ Dolow

² Dorkimi

مصرف، می‌خواهد نشان دهد که عصر جدید، یک انقلاب انسانی سرنوشت‌ساز، عصر دردناک و قهرمانانه تولید را از عصر نشاط‌آور مصرف جدا کرده است، که حق مطلب درباره انسان و امیالش ادا می‌شود؛ اما این درست نیست. تولید و مصرف هر دو، در واقع تنها یک فرایند منطقی را تشکیل می‌دهند که همانا باز تولید وسیع نیروهای مولد و کنترل آن‌هاست (عسگری و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۲)؛ به‌طور خاص، می‌توان بر پایه (شکل ۲)، به‌نوع جریان اشاره نمود.

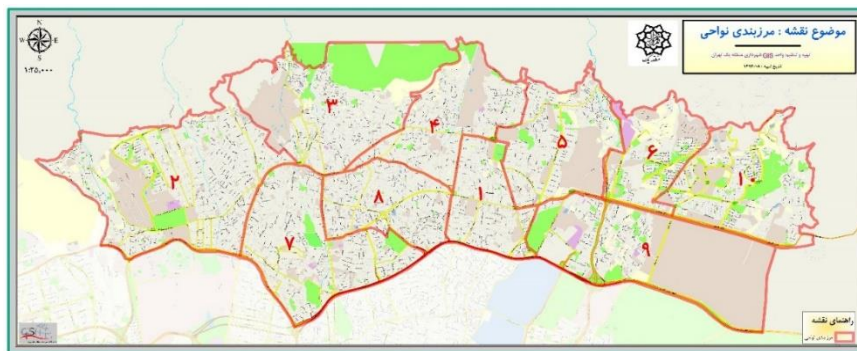


شکل ۲- عوامل ساختار معماری ساختمان‌های مسکونی منطقه (۱)؛ شهر تهران در دوران معاصر هم‌سو با پدیده مصرف و جامعه نمایشی - (نگارندگان، ۱۴۰۲)

۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱- شناخت عرصه پژوهش

ساختمان‌های مسکونی واقع در منطقه ۳ تا ۱ شهر تهران، ساختمان‌هایی هستند که دارای تلفیقی از ویژگی‌های کالبدی، شرایط عملکردی، منطقی و فیزیکی مسکن دوران معاصر شهر تهران را نشان می‌دهند؛ از این رو این ساختمان‌ها، مورد نظر و انتخاب این پژوهش هستند. منطقه (۱): مساحت این منطقه حدود ۱۰۱ کیلومتر مربع می‌باشد و دارای ۱۰ ناحیه و ۲۷ محله است. منطقه (۱)، یکی از مناطق سیاسی ایران است؛ چراکه سفارت‌خانه‌های متعدد و زیادی در آن وجود دارد. همچنین منطقه (۱)، در شمال تهران واقع شده است بر پایه (شکل ۳).

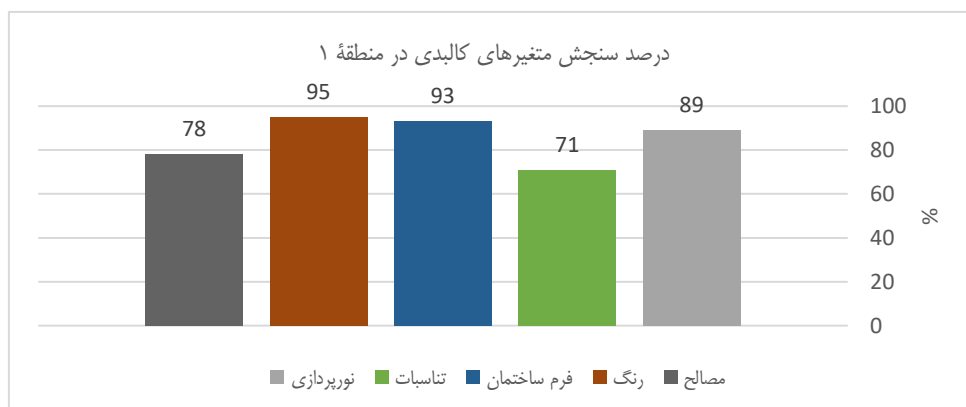


شکل ۳- نقشه منطقه (۱)، شهر تهران - (<https://shabesh.com>)

۴-۲- تحلیل کمی داده‌ها

باتوجه به متغیرهای موردبررسی در رابطه با تحلیل معماری ساختمان‌های مسکونی منطقه (۱)، شهر تهران به لحاظ نوع معماری نمایشی این مناطق، در بخش حاضر به ارائه آمارهای توصیفی مطابق با میانگین و درصد‌های به دست آمده حاصل از پرسش‌نامه با ۱۲ سؤال در بخش عوامل کالبدی (مصالح، فرم، تناسب، نورپردازی، ترکیب رنگی)، پرداخته شده است. متغیرهای مورد سنجش باتوجه به آمار توصیفی به دست آمده، میزان ۵۳/۴ درصد افراد پاسخ‌دهنده به پرسش‌نامه‌ها، مرد و ۴۶/۶ درصد را، زن‌ها تشکیل داده‌اند. باتوجه به آنکه در پرسش‌نامه توزیع شده سن افراد به صورت داده‌های فاصله‌ای نسبی بوده است، میانگین سن افراد پاسخ‌دهنده، ۳۵/۲ سال و کمترین سن ۲۲ و بیشترین سن را، ساکنان ساختمان‌های این منطقه، با سن ۷۴ سال تشکیل داده‌اند؛ باتوجه به نمودار «هیستوگرام»، به دست آمده حاصل از پرسش‌نامه، مشخص می‌شود که داده‌های سنی به صورت نرمال، گرایش نداشته و میزان چولگی برابر با ۰/۵ و انحراف استاندارد ۱۴/۲۰ است؛ همچنین در پرسش‌نامه طراحی شده، وضعیت سطح تحصیلات افراد نیز به ۵ بخش سیکل، دیپلم، لیسانس، فوق‌لیسانس و دکتری به صورت ترتیبی دسته‌بندی شده است؛ باتوجه به نمودارهای میله‌ای مشخص می‌گردد که میزان ۰٪ ساکنان دارای مدرک سیکل، ۲٪ دیپلم، ۳۷/۲٪ لیسانس، ۴۰/۸٪ فوق‌لیسانس و ۲۰٪ دارای مدرک دکتری هستند.

در بررسی متغیرهای کالبدی (مصالح/رنگ/فرم/ساختمان/تناسبات/نورپردازی)، مورد سنجش در منطقه (۱) شهر تهران که سبب رهیافت به نقش جامعه نمایشی در شکل‌گیری معماری ساختمان‌های مسکونی معاصر تهران می‌گردند؛ مطابق با پاسخ به سوالات پرسش‌نامه طراحی شده در این بخش، از نگاه مخاطبان و ساکنان این منطقه، جنس مصالح به کاررفته در نمای ساختمان‌ها که اغلب سنگ است، دارای مطلوبیت ۷۸٪ می‌باشند؛ حال آنکه مابقی مخاطبان این منطقه، به جهت تمایل به مدرنیته، این منطقه را فاقد مطلوبیت دانسته‌اند؛ باتوجه به آنکه رنگ غالب ساختمان‌های این منطقه کرم و آبی (شیشه‌ها)، می‌باشد و فرم‌های شاخص ساختمان‌های مسکونی واقع در این منطقه، ترکیبی از مستطیل و فرم‌های منحنی شکل با ابعاد مختلف و با زاویه چرخش گوناگون همراه با نمادهایی از سازه‌گرایی می‌باشند، ساکنان، این نوع ترکیب‌بندی و رنگ را به لحاظ زیبایی‌شناسی بصری و جذابیت و به طور کلی، ایجاد فضایی مطلوب، بسیار ستوده‌اند. به لحاظ تناسبات ساختمان‌های این منطقه، نسبت ارتفاع به کشیدگی، بیشتر است و این ارتفاع‌گرایی، دلیل اصلی مسائل اقتصادی، سیاسی و ورود مدرنیته و تکنولوژی که مسبب بلندمرتبه‌سازی در کشور گشته است، می‌باشند؛ ضمن آنکه این نوع از تمایل به ارتفاع‌گرایی، به لحاظ سایه‌اندازی در فصول گرم، مناسب و در فصول سرد، بسیار نامناسب است و سبب ایجاد یخبندان در کوچه‌ها می‌گردد برپایه نمودار (۱).



نمودار ۱. درصد سنجش متغیرهای کالبدی در منطقه (۱)، شهر تهران باتوجه به پاسخ پرسش‌شوندگان

موردپژوهش حاضر- (نگارندگان، ۱۴۰۲)

در جداول (۲ تا ۱)، ضریب رابطه و ارتباط میان متغیرها نشان داده شده است؛ بدیهی است که هر متغیر، دارای ضریب رابطه «(۱)»، خواهد بود. مکان‌هایی که علامت * همراه با اعداد ذکر گشته است، ضریب رابطه به میزان ۰/۹۵ و دو ** میزان ۰/۹۹ معناداری است؛ از این رو با توجه به مطرح شدن ضریب رابطه، درک و تشخیص متغیر مستقل و تأثیر متغیرها بر یکدیگر مشخص است. به منظور رهیافت به تأثیرگذارترین عامل از میان عوامل (سن، میزان تحصیلات و جنسیت)، از آزمون فریدمن؛ استفاده گردید؛ نتایج این آزمون بیانگر آن است که میزان تأثیر همه عوامل به طور یکسان نبوده و متغیر میزان تحصیلات، بالاترین تأثیر را دارا است و با توجه به اینکه میزان «Sig» برابر با ۰/۰۰۰ است و از ۰/۰۵ کمتر می‌باشد، آزمون در سطح ۰/۹۵ معناداری است بر پایه (جدول ۱). در ادامه به بررسی آزمون فریدمن، پیرامون متغیرهای کالبدی پرداخته شده است، بر پایه (جدول ۲). نتایج این جدول نشان می‌دهد که میزان تأثیر همه عوامل به طور یکسان نبوده و متغیر رنگ و نوع فرم ساختمان‌های منطقه ۱ بالاترین تأثیر را دارا هستند و با توجه به اینکه میزان «Sig» برابر با ۰/۰۰۰ است و از ۰/۰۵ کمتر می‌باشد، آزمون در سطح ۰/۹۵ معناداری است.

جدول ۱- نتایج آزمون فریدمن- (نگارندگان، ۱۴۰۲)

	Mean Rank
سن	۲/۱۲
میزان تحصیلات	۲/۳۲
جنسیت	۲/۰۱
Test Statisticsa	
N	۳۵۷
Chi-Square	۴۸/۰۹۲
df	۲
Asymp. Sig.	۰/۰۰۰

جدول ۲- نتایج آزمون فریدمن پیرامون متغیرهای کالبدی- (نگارندگان، ۱۴۰۲)

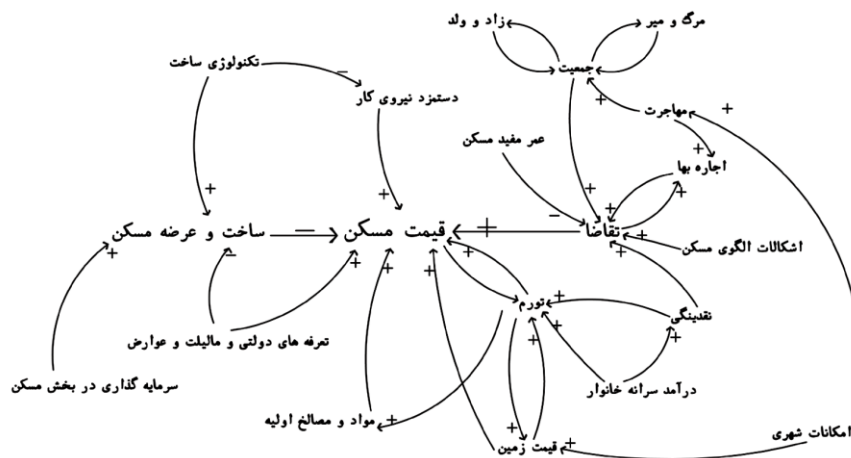
	Mean Rank
مصالح	۱/۸۹
رنگ	۲/۲۱
فرم	۲/۰۱
تناسبات	۱/۹۱
نورپردازی	۱/۸۸
Test Statisticsa	
N	۳۵۷
Chi-Square	۱۹/۵۸۷
df	۲
Asymp. Sig.	۰/۰۰۰

باتوجه به آمارهای به‌دست‌آمده از پرسش‌نامه، مشخص گردید که از میان متغیرهای کالبدی و محیطی، متغیر رنگ و فرم ساختمان‌ها بالاترین درصد را دارا می‌باشند؛ همچنین نتایج نشان می‌دهد که کلیه عوامل کالبدی مطرح شده با یکدیگر دارای ارتباط معناداری هستند که حذف یا عدم توجه به یکی از آنها، سبب مخدوش شدن نوع معماری ساختمان‌های مسکونی این منطقه می‌گردد برپایه (شکل ۴).



شکل ۴. نتایج پرسش‌نامه - (نگارندگان، ۱۴۰۲)

عوامل تأثیرگذار بر شکل‌گیری جامعه‌نمایشی در معماری ساختمان‌های مسکونی منطقه (۱)، شهر تهران عوامل تأثیرگذار طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۹- تکنولوژی عقب‌افتاده، پایین بودن عمر ساختمان، الگوی ساختمان‌سازی است، که در الگوهای معماری به‌دست‌آمده در منطقه ۱ تا ۳ شهر تهران برپایه (شکل ۵)، تحلیل شده است. برای مقایسه عوامل فوق از روش سیستم دینامیک در این مرحله لازم است که نمودار حلقه علی و معلولی مربوط به سازوکار تأثیر عوامل یادشده در قیمت مسکن ترسیم شود. این نمودار شیوه‌ای را که سیستم طبق آن کار می‌کند، نمایش می‌دهد. با ترسیم سلسله‌مراتب عناصر بازخوری، می‌توان تأثیر عناصر بر یکدیگر را بررسی کرد. متغیرهای سیستم، توسط پیوندهای علی به یکدیگر مرتبط می‌شوند و ممکن است بر یکدیگر، اثر مثبت یا منفی داشته باشند. این نمودار تأثیرات این عوامل به اختصار ارائه شده است.



شکل ۵- نمودار تکمیلی علی و معلولی عوامل تأثیرگذار بر قیمت مسکن و نحوه‌ی واکنش متقابل آن‌ها طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۹-

(نگارندگان، ۱۴۰۲)

- ❖ استفاده از تکنولوژی‌های پیشرفته، موجب افزایش سرعت ساخت و کاهش نیاز به استفاده از عوامل مصرفی می‌شود.
- ❖ افزایش سرعت ساخت، منجر به بی‌کیفیتی کالبدی و تنها جاذبه بصری و جذب سرمایه در جهت مشارکت در ساخت می‌شود؛ این امر موجب انتقال بخشی از نقدینگی سرگردان به بخش زودبازده ساخت می‌شود.
- ❖ افزایش میزان استفاده از عوامل مصرفی، باعث افزایش هزینه ساخت و در نتیجه قیمت تمام‌شده‌ی بنا می‌شود.
- ❖ عامل مذکور، باعث کاهش در سرعت ساخت می‌شوند.
- ❖ ضعف در الگوی ساخت ساختمان‌های مسکونی، سبب افزایش بی‌رویه‌ی عوامل مصرفی می‌شود.
- ❖ افزایش عمر ساختمان‌های مسکونی و استفاده از الگوهای مدرن معماری، بی‌توجه به هویت و فرهنگ شهر، می‌تواند در میزان تقاضای جامعه تأثیرگذار بوده و آنرا کاهش دهد.
- ❖ ضعف در بازار سرمایه منجر به افزایش سرمایه‌های سرگردان می‌شود.
- ❖ نقدینگی سرگردان باعث افزایش تقاضای کاذب در بخش مسکن می‌شود. از آنجایی که مدیریت پویا مستلزم جریان‌ی از تصمیمات پویاست، تمرکز تحقیقات این حوزه نباید بر تصمیمات نقطه‌ای و منفرد استوار باشد؛ بلکه قواعد تصمیم‌گیری (سیاست‌ها)، که به واسطه آن‌ها تصمیم‌ها اتخاذ می‌شود، باید کانون توجه قرار گیرد. با بررسی نمودار علی و معلولی عوامل مؤثر در تغییر قیمت بنا و نحوه تأثیر متقابل آن‌ها، می‌توان دید که قسمت عمده این عوامل، از طریق تأثیر بر تعادل بین عرضه و تقاضا در بازار، در قیمت مسکن تغییر ایجاد می‌کنند. به بیان دیگر، هرگاه عاملی بتواند نسبت تقاضا به عرضه را افزایش دهد، می‌تواند باعث بالارفتن قیمت مسکن باشد و بالعکس هرگاه نسبت تقاضا به عرضه کاهش داشته باشد بر پایه (شکل ۶).



شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در منطقه یک شهر تهران

۱. توانایی (اختیار داشتن) تقویت مهارت و ایجاد محیط پاسخگو برای توسعه پایدار منطقه ای در طول اقدامات ملی مورد توجه قرار گرفته است؛ ۲. داشتن چشم اندازی مشترک و فرهنگی که شکل‌گیری فرهنگ نقدکردن مشترک فرایندهای توسعه پایدار را در همه سطوح تقویت کرده است؛ ۳. نهادینه کردن فرصت‌ها برای حکومت منسطقه‌ای، شهروندان، صاحبان کسب و کار و همه اعضای جامعه برای مشارکت در برنامه‌ریزی توسعه پایدار منطقه‌ای و ساخت بخش‌ها و اجتماعات منطقه‌ای پایدار؛ ۴. یکپارچه کردن برنامه ریزی توسعه پایدار منطقه ای با فرایندهای برنامه ریزی رسمی در سطح اجتماع منطقه ای و بخش‌ها؛ ۵. ایجاد چارچوب‌های توسعه پایدار مبتنی بر بخش‌ها به منظور راهنمایی دخالت‌های توسعه ای در بخش‌ها.

تمرکز بر دارایی‌ها

درگیر کردن ساکنان منطقه ای

ارزش‌های منطقه ای پیش‌تاز

ادغام در حیطه مسائل گوناگون

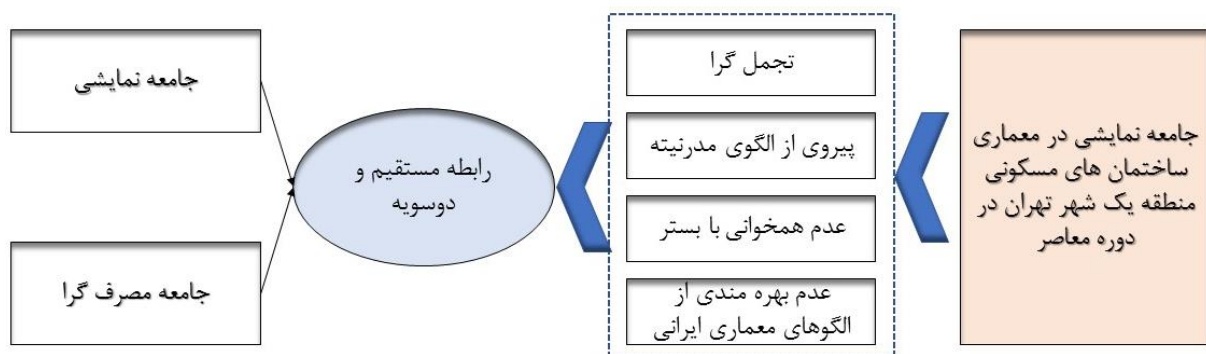
شکل ۶- شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تأثیرگذار بر معماری ساختمان‌های مسکونی

منطقه (۱)، شهر تهران- (نگارندگان، ۱۴۰۲)

۵. نتیجه‌گیری و بحث

در معماری نمایشی و جامعه نمایش‌گرا، جریان‌های غالب معماری معاصر در ایران، جریان‌های ناشی از انقلاب ایران، عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیرو آن، جهانی‌شدن و حرکت کشور به سمت نوگرایی هستند. آغاز دوره معاصر ایران، آغاز تغییرات وسیع در همه زمینه‌ها است. در این دوره توسعه و پیشرفت مفاهیم تازه‌ای را به خود گرفتند و دیدگاه‌های نوین سیاسی،

اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و شیوه‌های نوین زندگی عملاً در معماری به‌نمایش درآمد و معماری جدید، اندیشه‌های جدید را بیان داشت؛ اما با احتساب تمام موارد مطرح شده، شمار آثار غنی معماری معاصر ایران اندک است و افزایش دانشگاه‌ها و دانش‌آموختگان معماری نتوانسته در این روند کاهشی تأثیر بسزایی بگذارد. دوره نوین معماری ایران با پذیرش عوامل مختلف مورد بحث، خوب یا بد، زمان را می‌پیماید و مسیر خود را در مکان ادامه می‌دهد. در این دوران، تحولات اقتصادی و سرمایه‌گذاری‌های جهانی، حضور فعال پدیده‌ها، عملکردهای و زندگی جدید، معادلات تازه سیاسی و به‌طور کلی پدیده‌های مدرن و غیرقابل اجتناب، همگی عواملی ناخواسته و بعضاً تحمیلی بودند که چرخه تاریخ معاصر را به سمتی متفاوت با جهت‌گیری‌های گذشته سوق دادند؛ به‌طور کلی معماری نمایشی، معماری‌ای است که بسیار عامه‌پسند می‌باشد و در آن کلیه عناصر معماری، تنها جهت خودنمایی و صرفاً به‌صورت تقلیدی از دیگر سبک‌ها و معماری دیگر کشورها، نمود پیدا کرده‌اند؛ بی‌آنکه ارتباطی با فرهنگ، هویت و الگوهای معماری اصیل منطق خود داشته باشد؛ به‌گونه‌ای شفاف، نظیر آن چیزی که در کشورمان و در جامعه امروز آشکار شده است. ساختمان‌های نئوکلاسیکی که تنها به دلیل تزئینات زیاد و جلوه‌ای بیشتر، در هر منطقه از کشورمان برپا گشته‌اند، بی‌آنکه هماهنگی با زمینه و بافت خود داشته باشند؛ از این رو، این گونه از معماری که تنها به دنبال تقلیدی از معماری دیگر کشورها است و جامعه‌ی خود را بر صنعت مدرن متکی می‌کند و نمایشی بودنش اتفاقی یا سطحی نیست، از بنیاد، نمایش‌گرا است. بر این اساس ساختمان‌های مسکونی در منطقه (۱)، شهر تهران که از مناطق مرفه‌نشین شهر تهران است و افراد ساکن در این منطقه دارای سطوح اقتصادی خوبی هستند، در دوران معاصر بالاخص طی سال‌های ۱۳۹۰ شمسی، تا به امروز، جلوه تجمل‌گرایانه یافته‌اند و بی‌آنکه با هویت و فرهنگ ایرانی هم‌خوانی داشته باشند، با استفاده از عواملی همچون تزئینات، فرم‌های مدرن و غیره، هویتی دگرگون به این مناطق بخشیده‌اند و به شدت مصرف‌گرا هستند، اصلی که تنها با سلاطین کارفرما و معمار هم‌خوانی دارد و از این رو ساختمان‌های مسکونی این منطقه، به نوعی تنها به دلیل مصرف‌گرایی شکل گرفته‌اند. این نوع مصرف‌گرایی به‌گونه بصری رقم خورده است و موجب شده است تا دیگر ساختمان‌ها در جهت پیروی از الگوی ساختمان‌های پیشین، همین موارد مصرف افراطی و تجملی را رعایت کنند و منطقه را به جامعه نمایشی بدل نمایند بر پایه (شکل ۷).



شکل ۷- تحلیل یافته‌ها- (نگارندگان ۱۴۰۲)

نمایشی شدن معماری که از طریق عناصر، نوع طراحی، سیمای بنا، تزئینات و به‌طور کلی از نمود کالبد بنا نهان پیدا می‌کند؛ در بناهای مسکونی منطقه (۱)، شهر تهران نیز از طریق الحاقات تزئینی بر روی نما، پنجره‌های بزرگ و یکسره، نوع نورپردازی‌ها و ترکیبات رنگی به‌کاررفته همراه با فرم‌های منحنی و مهمتر از همه بلندمرتبه‌سازی تجلی یافته است؛ چراکه این عوامل در کنار یکدیگر در

ساختمان‌های مسکونی منطقه (۱)، شهر تهران، این مناطق را به یکی از مرفه‌ترین مناطق تبدیل کرده و ارزش ملک در این منطقه به شدت بالا رفته است.

۶- فهرست منابع و مآخذ

- احمدی، بابک. (۱۳۸۸). حقیقت و زیبایی: درس‌های فلسفه هنر. چاپ هفدهم. تهران: مرکز.
- باکاک، رابرت. (۱۳۸۱). مصرف، ترجمه: خسرو صبری. چاپ اول، تهران: شیرازه.
- بودریار، ژان. (۱۳۸۹). جامعه مصرفی: اسطوره‌ها و ساختارها. ترجمه پرویز ایزدی، چاپ دوم. تهران: ثالث.
- بورديو، پيتر. (۱۳۹۵). تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی، ترجمه چاوشیان، چاپ چهارم. تهران: ثالث.
- تغابنی، علیرضا. فرآورده، فرید. (۱۳۹۳). ساختمان فارسی. دو ماهنامه معمار، شماره پیاپی ۸۴، ۵۲.
- تیموتی، دالنجی. (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی مصرف (گردشگری و خرید)، ترجمه: علی اصغر سعیدی، مهدی حسین‌آبادی، تهران: جامعه‌شناسان.
- دبده، محمد. (۱۳۹۹الف). وجودیت‌فضا، اولین کنفرانس ملی عمران، معماری و فناوری اطلاعات در زندگی شهری، مشهد-ایران، ۱۰-۱۱.
- دبده، محمد. (۱۳۹۹ب). وجودیت‌مکان، اولین کنفرانس ملی عمران، معماری و فناوری اطلاعات در زندگی شهری، مشهد-ایران، ۱۴-۱۱.
- دبده، محمد. (۱۴۰۰). طراحی براساس ادراک و رفتار انسانی، چاپ اول، تهران: انتشارات طحان‌گستر.
- دبده، محمد. رضوان‌پناه، مجید. (۱۴۰۰). «فلسفه و معماری»، کنفرانس ملی معماری، عمران، شهرسازی و افق‌های هنر اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب، تبریز-ایران، ۱۰-۱۱.
- دبده، محمد. صدیق، مرتضی. رضوان‌پناه، مجید. (۱۴۰۱). نقد و بررسی کتاب «طراحی براساس ادراک و رفتار انسانی»: از مجموعه آثار معمار دبده، فصلنامه علمی پژوهشی-معماری و شهرسازی؛ معمار شهر، دوره ۱، شماره ۴، ۹۸-۱۱۷.
- دوپور، گی. (۱۳۹۲). جامعه‌نمایشی، تفسیرهایی در باب جامعه‌نمایشی. ترجمه بهروز صفدری، چاپ دوم. تهران: آگه.
- سیدی‌نیا، سیداکبر. (۱۳۸۸). مصرف و مصرف‌گرایی از منظر اسلام و جامعه‌شناسی اقتصادی. فصلنامه اقتصاد اسلامی، سال نهم، شماره ۳۴، ۱۷۱-۱۸۲.
- شاه‌پروزی، مهدیه، منصور، بهروز، اعتصام، ایرج. (۱۴۰۰). رویکردی تحلیلی به کیفیت معماری مسکن منطقه ۳ تا ۳۱ شهر تهران طی سال‌های (۱۳۵۷-۱۳۹۷). فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای. سال ۱۱، شماره ۳، ۲۰۹-۲۱۸.
- عسگری، علی. نصیر سلامی، سیدمحمد رضا. سلطان‌زاده. حسین، هاشم‌نژاد شیرازی، هاشم. (۱۳۹۶). معماری مصرفی، تحلیلی معناشناختی بر پدیده مصرف در مراکز بزرگ خرید شهری، باغ‌نظر، شماره ۵۹، دوره ۱۵، ۸۰-۹۷.
- کلارک، دیویدا. (۱۳۹۶). جامعه مصرفی و شهر پسامدرن، ترجمه: حمید پورنگ، چاپ دوم. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- کورینگان، پيتر. (۱۳۹۷). درآمدی بر جامعه‌شناسی مصرف، ترجمه: شایسته مدنی لواسانی، چاپ اول. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ادبیات.
- Boschetti, A. (2016), "Bourdieu's work on literature: contexts, stakes and perspectives," *Theory, Culture & Society*.
- Katz-Gerro, Tally and Sullivan, Oriel (2020). 'Voracious Cultural Consumption: The Intertwining of Gender and Social Status', *Time and Society*, Vol. 19, No. 2. 56-71.
- Ollion, E. (2012), Pierre Bourdieu, Oxford University Press, Last Reviews: 18 July 2014, Last Modified: 21 November 2012.
- Ozbilgin, M., Tatli, A., & Nord, W. R. (2015), "Book review essay: Understanding Bourdieu's contribution to organization and management studies", *Academy of Management Review*.
- Quaye, J. (2014), "Exploring academic achievement in mathematics and attitudes towards mathematics: The role of Bourdieu's elusive habitus", *Proceedings of the British Society for Research into Learning Mathematics*.
- Ritzer, Georg (2000), *Sociological Theory*, McGraw hill, fifth edition.