

تحلیل و ارزیابی عملکرد روش‌های فرهنگ‌سازی اصول پایه‌ای معماری در جامعه ایران

مهندس مژگان صالح آهنگر*، دکتر سعید تیزقلم زنوزی**، دکتر مهرداد جاویدی نژاد***

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۲۳ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۰۱/۱۷

چکیده

تبیین روش‌های فرهنگ‌سازی و بررسی نقاط ضعف و قدرت آن‌ها قدم اول در آموزش اصول پایه‌ای معماری به عامه مردم، قطب مهم کنترل و نظارت بر ساختمان‌سازی صحیح، هست. هدف از انجام این پژوهش معرفی و ارزیابی عملکرد فعلی روش‌های فرهنگ‌سازی اصول پایه‌ای معماری در جامعه ایران است. این مقاله به لحاظ هدف از نوع کاربردی هست و رویکرد روش‌شناسی آن آمیخته (کمی-کیفی) است. ابتدا با مطالعات کتابخانه‌ای اصول معماری و روش‌های شاخص فرهنگ‌سازی تبیین و سپس عملکرد فعلی این روش‌ها با شواهد کمی‌پذیر، با زبان آمار و ارقام، بیان شده‌اند. جامعه‌ی آماری این تحقیق با توجه به تنوع فرهنگی از شهر تهران انتخاب شده است. نتایج تحقیق حاکی از توجه و علاقه زیاد مردم به آگاهی یافتن از اصول معماری است و در عین حال عملکرد فعلی نهادهای فرهنگ‌ساز در این زمینه ضعیف است. مشارکت مردمی روشی با اثربخشی بالا است. رسانه‌های دیداری و فضای مجازی از روش‌های کم‌هزینه و با سرعت بالا محسوب می‌شود.

واژه‌های کلیدی

ارزیابی راهبردی، روش‌های فرهنگ‌سازی، اصول پایه‌ای معماری، فرهنگ‌سازی معماری، مشارکت مردمی.

*دانشجوی دکتری، گروه معماری، دانشکده فنی و مهندسی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران.

Email: m.salehahangar@gmail.com

**استادیار، گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (مسئول مکاتبات)

Email: sae.tizqalam_zonouzi@iauctb.ac.ir

***استادیار، گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

Email: meh.javidinejad@iauctb.ac.ir

مقدمه

دولتی و در نهایت طراحان محیط‌های آموزشی مؤثر قرار گیرد (حمزه نژاد و همکاران، ۱۳۹۲). بر این اساس آنچه در ادامه آمده است، شرح‌حالی از اصول پایه‌ای معماری، ارائه‌ی آماري آگاهی فعلی مردم از این اصول و عوامل مؤثر و مداخله‌گر در این امر است. در این مقاله با توجه به روش‌های فرهنگ‌سازی رسانه‌ها، مشارکت و تعامل رودرروی مردم و فضای مجازی به‌عنوان چهار روش اصلی در فرهنگ‌سازی مورد مطالعه قرار گرفته است و در پایان جمع‌بندی و نتیجه‌گیری ارائه شده است.

اهمیت تأثیر مردم بر معماری عامل مهمی در راستای کشف زوایای مسئله‌ی فرهنگ‌سازی اصول معماری در عامه مردم است. در پژوهش‌های پیشین صورت گرفته در این حوزه مشاهده می‌شود که بیش از نیمی از مردم بر میزان کم اطلاعات و دانش خویش در حوزه‌ی معماری آگاه‌اند و درصد زیادی از افراد علی‌رغم اهمیت موضوع اذعان بر مطالعه و پیگیری و حتی آشنایی کم با مباحث معماری را دارند و این امر حکایت از نارضایتی مردم از معماری کنونی ایران را دارد (صالح آهنگر و همکاران، ۱۳۹۸).

رویکردهای مشارکتی از تفکر با هم بحث در مورد منابع خود و بحث در مورد رهبر جامعه یا افراد کلیدی برای تشکیل یک گروه کاری برای ارائه راه‌حل استفاده کرده‌اند. در تشکیل کارگروه، یک رهبر جامعه نقش مهمی در اعمال یک رویکرد مشارکتی در تصمیم‌گیری برای تعیین برنامه‌های خود در جامعه و تعیین دستورالعمل‌های عملیاتی دارد که مورد رضایت همه اعضا باشد (UNESCO Bangkok, 2020). در این راستا ابتدا سعی در مشخص کردن اصول پایه‌ای معماری که از هر شهروندی انتظار می‌رود بداند کرده و سپس به معرفی روش‌های فرهنگ‌سازی پرداخته شده و در ادامه این روش‌ها در جامعه‌ی امروز ایران مورد ارزیابی قرار گرفته است. لذا در همین زمینه در این نوشتار چارچوب کلی پژوهش در راستای پاسخگویی به این سؤال است که روش‌های کلی فرهنگ‌سازی معماری چه روش‌هایی می‌باشند و این روش‌ها از لحاظ عملکردی ارزیابی شوند.

در این پژوهش فرضیه اصلی بر این است که به نظر می‌رسد رسانه‌ها و مشارکت مردم در امر ساخت‌وساز بهترین روش از لحاظ میزان اثرگذاری می‌باشند. همچنین فرض می‌شود که زمان، سهولت اجرا و هزینه علاوه بر میزان اثربخشی فاکتورهای مهمی در امر فرهنگ‌سازی محسوب می‌شوند. این پژوهش، در راستای ارزیابی روش‌های فرهنگ‌سازی اصول پایه‌ای معماری در عامه مردم که از هر شهروندی انتظار می‌رود بداند است و برای دستیابی به این مهم سؤالات زیر مطرح می‌شود:

روش‌های مناسب فرهنگ‌سازی اصول معماری در عامه مردم کدام روش‌ها می‌باشند؟ عملکرد این روش‌ها در جامعه‌ی امروز ما چگونه

سرگردانی و گم‌گشتگی معماری امروز، در جلوه‌های مختلفی بروز می‌کند: بروز جلوه‌ها و قیافه‌های مختلف بناها در شهر و عدم تبعیتشان از الگو یا نظامی واحد؛ کاهش کیفیت مناسب بناها و کاهش طول عمر و پایداری‌شان؛ هیجان و شتاب موجود که در ذهن مردم برای مالکیت و سودآوری در موضوع ساختمان؛ سرعت یافتن بیش‌ازحد در تنوع‌بخشی به معماری و ساخت‌وساز کالبدی و مواردی این چنین (حجت و معظمی، ۱۳۹۳). برای دستیابی به ریشه‌های گسست و دلایل گم‌گشتگی معماری با نگاهی اجمالی به دیدگاه‌های گوناگون درباره شرایط پدیدآورنده‌ی معماری گسسته و گم‌گشته، می‌توان موارد متعددی را برشمرد؛ لیکن با توجه به‌عنوان و هدف مقاله در حوزه‌ی فرهنگ‌سازی اصول معماری، ضروری است که از میان انبوه علل متصور و مطرح به نقش و جایگاه عامه مردم در بهبود این شرایط اشاره کرد. رشته‌ی معماری با توجه به ماهیت ذاتی خود دارای تعاملی دوسویه بین جامعه و مردم است. محصول معماری با کلیتی به نام فرهنگ در ارتباط است. به بیان دیگر، معماری محصول فرآیندی فرهنگی است. بنابراین مهندسی فرهنگ که از سیاست‌های فرهنگی آن فراهم ساختن شرایط و امکانات کافی برای مطالعه، تحقیق و بهره‌گیری از نتایج آن در همه زمینه‌ها و نیز گسترش زمینه مشارکت و مباشرت مردم در امور فرهنگی، هنری، علمی و اجتماعی و همچنین حمایت از فعالیت‌ها و اقدامات غیردولتی به‌منظور همگانی شدن فرهنگ و توسعه امور فرهنگی با نظارت دولت است، نقش بسزایی در درونی سازی اهمیت تحقیق و پژوهش در فرهنگ‌سازی اصول معماری خواهد داشت (فولادی، ۱۳۸۷).

ارزیابی راهبردی فرآیندی نظام‌مند معرفی شده که با مشارکت ذی‌نفعان مختلف برای تحلیل و ارزیابی سیاست‌ها، برنامه‌ها و طرح‌ها برای یاری‌رساندن به تصمیم‌گیری‌های راهبردی، طرح‌ریزی می‌شود تا به بهینه‌ترین شکل خود، پیگیری گردد. فرهنگ‌سازی را می‌توان فرآیندی دانست که موجبات محتوا سازی ساختاری، اصلاح بخشی و مشارکت اجتماعی را از رهگذر تعامل‌گرایی جوامع فراهم می‌سازد (دهشیری، ۱۳۸۴، ۴۱). فرهنگ‌سازی برای تقویت رابطه معمار و مردم و در جهت احیاء معماری ضروری است. برای ارتقای این ارتباط، اصول و راهکارهایی همچون توجه به مکان‌یابی مدارس معماری، مشارکت رسانه‌های عمومی، بهره‌گیری از مشارکت مردمی، تربیت افراد متعهد و عالم، برگزاری کلاس‌های آموزشی و بهره‌گیری از نمودهای هویتی عینی در کالبد فضاهای آموزشی استخراج می‌گردد که امید است صرف‌نظر از کاربردهای عملی موردنظر، درافزایش سطح آگاهی صاحب‌نظران فرهنگی، مدیران و متصدیان آموزشی، مؤسسات

است؟ از منظر اثربخشی، هزینه و زمان روش‌های فرهنگ‌سازی چه تفاوتی با یکدیگر دارند؟

پیشینه پژوهش

با توجه به موضوع پژوهش حاضر که مطالعه‌ی تطبیقی روش‌های فرهنگ‌سازی است، محوریت غالب پژوهش‌های انجام‌شده در این راستا را می‌توان در سه دسته‌ی کلی جای داد: دسته‌ی اول پژوهش‌های بسیاری که درباره‌ی تأثیر متقابل فرهنگ و معماری است. مقالاتی چون رابطه فرهنگ و معماری (مؤمنی و مسعودی، ۱۳۹۵)؛ فرهنگ در پژوهش‌های معماری (مظفر و همکاران، ۱۳۹۱)؛ ریشه‌های گسست و گم‌گشتگی فرهنگی در معماری معاصر ایران (حجت و معظمی، ۱۳۹۳)؛ بررسی تأثیرات متقابل فرهنگ و معماری و جایگاه آن در معماری بومی ایران (ایوبی و امیر کیایی، ۱۳۹۶)؛ معماری و فرهنگ، با رویکرد فرهنگ معماری (افهمی و همکاران، ۱۳۹۵)؛ مقاله نقش فرهنگ در معماری بومی (رنوفی و قدوسی فر، ۱۳۹۶)؛ تجلی فرهنگ در فضاهای معماری ایرانی - اسلامی با تأکید بر سلسله‌مراتب فضایی مجموعه زندیه شیراز (بهمنی کازرونی و پور جعفر، ۱۳۹۲)؛ بررسی مشخصه‌های معماری مسکن بر اساس معیارهای فرهنگ و سبک زندگی: یک رویکرد تطبیقی از معماری سنتی و مدرن (رسول‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵)؛ معماری مسکونی امروز شهر تهران و پروبلماتیک فرهنگ از منظر جامعه‌شناسی (شصتی و همکاران، ۱۳۹۶)؛ آیا فرهنگ بر معماری اثرگذار است؟ خلق معماری و ارتباطات از فرهنگ (Gill, 2004)؛ معماری جوبانگویی فرهنگ (Kockler, 1989)؛ معماری به‌عنوان کاتالیست فرهنگی (Ruiz, 2019)؛ معماری، سرمایه و جهانی‌شدن فرهنگ (King, 1990)؛ هویت معماری در دوران تغییر، مطالعات کشورهای در حال توسعه (Hoshiar, 2012) صورت گرفته است. دسته‌ی دوم این پژوهش‌ها از دیدگاه جامعه‌شناسی به بررسی تأثیر مردم بر شهر و سکونت‌گاه‌ها و از منظر شهرسازی و طراحی شهری به بررسی نقش و جایگاه مشارکت شهروندان در امور طراحی شهری پرداخته‌اند. از آن جمله می‌توان به کتاب توسعه پایدار روستایی (از کیا و ایمانی، ۱۳۹۴)؛ جامعه‌شناسی شهری (شارع پور، ۱۳۹۵)؛ انسان‌شناسی شهری (فکوهی، ۱۳۹۱)؛ توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران (از کیا و غفاری، ۱۳۹۲)؛ چهار هزار سال رشد شهری (Chandler, 1987)؛ برنامه‌ریزی مجدد، سیاست‌های تغییرات شهری (Brindley et al., 1996) اشاره کرد. دسته سوم این تحقیقات درباره‌ی ارتقا فرهنگ عمومی مقالاتی چون بررسی عوامل مؤثر در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی (کاوسی و حسن پور، ۱۳۸۶)؛ ملاحظاتی پیرامون فرهنگ عمومی و اصلاح آن (روزبهانی، ۱۳۸۰)؛ شاخص‌سازی

فرهنگی، زمینه‌های نظری و محدودیت‌های آن (رجب‌زاده، ۱۳۷۸)؛ درآمدی بر مفهوم فرهنگی (رجب‌زاده، ۱۳۸۰)؛ استراتژی‌های عمده در رابطه با فرهنگ عمومی و خرده‌فرهنگ‌های عمومی (فردرو، ۱۳۸۰)؛ مطالعه وضع فرهنگ عمومی (فردرو، ۱۳۸۱).

اما بررسی و مقایسه‌ی روش‌های فرهنگ‌سازی در حوزه‌ی معماری که موضوع اصلی پژوهش حاضر است مطالعات و پژوهش‌ها بسیار اندک بوده و بررسی مدون و علمی تاکنون انجام نگرفته است.

روش پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف از نوع پژوهش کاربردی و رویکرد روش‌شناسی آن بر مبنای رویکرد آمیخته (کمی-کیفی) است که به تبیین و ارزیابی روش‌های کلی فرهنگ‌سازی اصول پایه‌ای معماری در عامه مردم پردازد.

در ابتدا با استفاده از ابزارهای گردآوری اطلاعات همچون منابع اسنادی و کتابخانه‌ای و همچنین مصاحبه با متخصصان اصول پایه‌ای معماری که مورد بحث پژوهش حاضر است و همچنین آگاهی فعلی مردم ما از این اصول مشخص شد. در قدم بعدی روش‌های فرهنگ‌سازی معماری در جامعه معرفی شدند و سپس بررسی از کیفیت اجرایی این روش‌ها در حال حاضر و در نهایت پتانسیل این روش‌ها از نقطه‌نظر بازدهی مورد ارزیابی آماری قرار گرفت. جامعه مورد مطالعه عبارت است از: شهروندان شهر تهران. زیرا کلان‌شهر تهران با توجه به دارا بودن جمعیت زیاد، خرده‌فرهنگ‌های گوناگون و وضعیت اقتصادی ناهمگون ساکنین برای پژوهشی با موضوع بررسی آگاهی مردم از اصول معماری، مکان مناسبی قلمداد می‌شود. با توجه به اینکه ساختار سازمانی شهرداری بر اساس مناطق تنظیم‌شده است، ابتدا با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس حجم تعداد نمونه‌ها مشخص شد و سپس از نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده‌شده تا یافته‌های تحقیق بر اساس مناطق به‌دست‌آمده در داخل هر ناحیه شانس شهروندان یکسان بوده و به‌طور تصادفی ساده انتخاب شوند. ابزارهای گردآوری اطلاعات برای پاسخ‌گویی به سؤالات مورد نظر عبارت‌اند از: پرسشنامه محققین ساخت. در مرحله اول تعداد ۳۰ پرسشنامه بین افراد که با روش خوشه‌ای نمونه‌گیری شدند گردآوری و توزیع شد و با نرم‌افزار SPSS 16 مورد تحلیل قرار گرفت و پس از تعیین آلفای کرون باخ برخی سؤالات اصلاح شدند. ضریب آلفای کرون باخ نهایی ۰/۷۰۶ است که از قابلیت اعتماد ابزار تحقیق حکایت دارد. همچنین جهت آزمون روایی سؤالات از اعتبار محتوا استفاده شد. برای سنجش اعتبار محتوای پرسشنامه، از آرای متخصصان، اساتید دانشگاه و کارشناسان شهرداری استفاده‌شده است. در این مرحله، با انجام مصاحبه‌های

فرارگیری بازشوها نیز باید با توجه به باد طراحی شوند (قبادیان، ۱۳۸۲، ۱۰). محرمیت در معماری: استفاده از مفاهیم مناسبی همچون محرمیت فضایی که در گذشته مورد استفاده قرار گرفته و ثمربخشی آن‌ها ثابت شده است می‌تواند ما را در طراحی مناسب‌تر فضاها یاری کند. امروزه نیز می‌توان این مفاهیم را نه در صورت کاملاً مشابه بلکه با راهکارهای ساده‌تر معماری آن‌ها را در ساختمان‌ها پیاده کرد. مثل چرخش ساده‌ی ورودی که با باز کردن درب اصلی کل خانه مشاهده نشود. مصالح: مناطق مختلف ایران با توجه به اقلیم خاص خود با مصالح مشخصی بهترین بازده انرژی را دارد. به‌طور مثال در شهر تهران استفاده از اجر به‌عنوان نما در مقایسه با سنگ مصرف انرژی بهینه‌تری را به دنبال خواهد داشت (صالح آهنگر، ۱۳۹۴).

دانش عمومی فعلی مردم از اصول پایه‌ای معماری: در پژوهش‌های انجام گرفته در حوزه‌ی سنجش آگاهی فعلی عامه مردم از اصول معماری نتایج بررسی‌ها به‌صورت زیر نشان داده شده است (صالح آهنگر و همکاران، ۱۳۹۸) (شکل ۱).

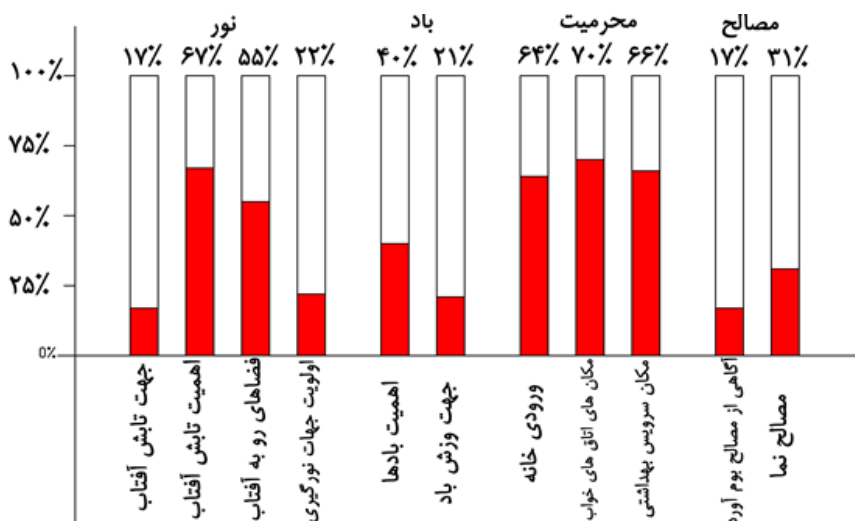
در بررسی به‌عمل آمده که سنجش میزان آگاهی مردم از وضعیت موجود معماری ایران مشاهده می‌شود که بیش از نیمی از افراد جامعه وضعیت موجود را مناسب قلمداد نمی‌کنند و این امر حکایت از نارضایتی مردم از معماری کنونی ایران را دارد (صالح آهنگر و همکاران، ۱۳۹۸). در اشاره به پژوهش‌های پیشین صورت گرفته به‌وضوح مشاهده می‌شود در مواردی که افراد تجربه‌ی زندگی و درک اطلاعات پایه‌ی معماری را داشته‌اند درصد پاسخگویی درست کاربران بالاتر بوده و در مواردی که این اطلاعات پایه آموزش داده نشده و

گوناگون و کسب آرای افراد یادشده، اصلاحات لازم به عمل آمد و بدین ترتیب اطمینان حاصل گردید که پرسشنامه، همان خصیصه موردنظر محققین را می‌سنجد. در مرحله بعد پرسشنامه‌ها میان ۲۰۰ نفر از افراد غیر معمار در سطح مناطق بیست و دوگانه شهر تهران توزیع گردید. پس از وزن دهی داده‌ها، تجزیه و تحلیل آماری توسط نرم‌افزار spss 16 صورت گرفت و نتایج استخراج گردید. درنهایت، بررسی از میزان اثرگذاری و سایر عوامل مؤثر در اجرای این روش‌ها صورت پذیرفت.

مبانی نظری پژوهش

اصول پایه‌ای معماری: اصولی که دانستن آن‌ها برای عامه مردم از جهت انتخاب معماری برتر حائز اهمیت بیشتری هست، بر اساس نظر صاحب‌نظران در چهار دسته‌ی آفتاب و نقش آن در معماری، جهت وزش بادها و اثرات بادها بر ساختمان، محرمیت فضایی در معماری ایران و مصالح مورد استفاده در ساختمان هست (صالح آهنگر و همکاران، ۱۳۹۸). بدیهی است دانستن کلیه فنون و تعاریف تخصصی خارج از نیاز این بحث است و از منظر تعریفی که عامه مردم با آن‌ها آشنا هستند این مفاهیم معرفی می‌شوند.

تابش آفتاب: آفتاب علاوه بر روشنایی در پاکیزه نگاه‌داشتن هوا، تأثیر مثبت آن در روانشناسی افراد، کمک به تهویه‌ی بهتر هوای داخل ساختمان تأثیرات مهمی دارد. باد: ارزیابی جهت و شدت باد غالب در تقسیم‌بندی عملکردها در طراحی شهری اهمیت ویژه‌ای دارد. باد در انتقال صوت، آلودگی هوا و بو بسیار مؤثر است. فرم بنا و محل



شکل ۱. درصد آگاهی درست عامه به هر دسته از سؤالات (مأخذ: صالح آهنگر و همکاران، ۱۳۹۸).

معنا بخشی به شهروند بودن افراد هستند. به همین دلیل، رسانه‌ها به نقطه تمرکز اصلی شهروندی تبدیل شده‌اند. با در نظر گرفتن این مسائل، می‌توان یک فضای عمومی با واسطه و رسانه‌ای شده را تصور کرد که تمامی ابعاد زندگی افراد را در جامعه در برمی‌گیرد. رسانه‌های بخش عمومی و دولتی به دلیل ارتباط مستمر با دولت، سازمان‌ها و نهادهای مختلف، سطوح مختلفی از این حوزه عمومی را در برمی‌گیرند که بخش اعظمی از این حوزه عمومی در ارتباط با شهر، شهروندی و مدیریت شهری شکل می‌گیرد (بیات سید شهابی و مقبول اقبالی، ۱۳۸۹). رسانه‌ها دارای کارکردهایی هست که به شرح زیر مورد اشاره قرار می‌گیرند: کارکرد نظارتی، کارکرد آموزشی یا انتقال فرهنگ؛ در این میان رسانه‌های ارتباطی خواه برای این کار برنامه‌ریزی شده باشند و خواه نشده باشند، آموزش‌دهنده‌اند. رسانه‌ها فراهم آورنده دانش و شکل‌دهنده ارزش‌ها می‌باشند و مردم همواره از آن‌ها تأثیر می‌پذیرند و می‌آموزند. اهمیت وظیفه آموزشی وسایل ارتباطی در جوامع معاصر، به حدی است که بعضی از جامعه‌شناسان برای مطبوعات و رادیو و تلویزیون و سینما نقش «آموزش موازی» یا «آموزش دائمی» قائل هستند. آن‌ها معتقدند که وسایل ارتباطی با پخش اطلاعات و معلومات جدید، به‌موازات کوشش معلمان و اساتید، وظیفه آموزشی انجام داده و دانستی‌های عملی، فرهنگی و اجتماعی دانش‌آموزان و دانشجویان را تکمیل می‌کنند (معمد نژاد، ۱۳۸۵). کارکرد نوگرایی و توسعه، کارکرد راهنمایی و رهبری. کارکرد بحران‌زدایی. کارکرد آگاه‌سازی. اعطای پایگاه اجتماعی. انتقال میراث‌های فرهنگی و اجتماعی از نسلی به نسل دیگر. نقش و کارکرد بیان عقاید. ایجاد همبستگی میان اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی. کارکرد تبلیغی (جامع و شاکری، ۱۳۸۹). از انواع رسانه می‌توان به انواع رسانه‌های جمعی زیر اشاره کرد: رسانه‌های نوشتاری (مکتوب): کتاب، روزنامه و مجله. رسانه‌های دیداری و شنیداری: تلویزیون، سینما و رادیو. رسانه‌های مجازی:

کاربران نیز در معرض معماری صحیحی که دربردارنده‌ی اصول درست می‌بوده قرار نگرفته‌اند درصد پاسخگویی درست به‌طور معنی‌داری پایین است. به‌طور مثال در شکل‌های ۲ و ۳ اگر درک جامعی درست سرویس بهداشتی و همچنین تفکیک فضاهای عمومی و خصوصی توسط خود مردم صورت می‌گرفت، سازندگان را مقید به اجرای طراحی درست می‌کردند.

از این رو قدم اول در تحقق این مهم این است که روش‌های مختلف فرهنگ‌سازی معرفی شود و از آن بین روش‌هایی که جامعیت اصلی دارند به‌عنوان الگوهای اساسی از منظرهای متفاوت بررسی شوند. (صالح آهنگر و همکاران، ۱۳۹۸).

آموزش معماری: هدف از سیاست‌های شهرداری باید دستیابی به یک سیاست توسعه شهری یکپارچه باشد که در کنار موضوعات مرسوم فضایی (به‌عنوان مثال حمل‌ونقل، محیط‌زیست، مسکن)، آموزش را نیز مورد بررسی قرار دهد (Million et al., 2017). آموزش معماری از موضوعات مهم و کلیدی در جریان رشد و شکوفایی معماری ایرانی، ترسیم آینده معماری ایران و جهان به شمار می‌آید. تاریخ معماری نشان می‌دهد که هنرمندان و معماران در هر دوره از روح زمان خودآگاهی یافته و سعی کرده‌اند با جامعه و تحولات آن حرکت کنند. نیاز امروز معماری که همگام کردن آموزش معماری با تحولات علمی، اجتماعی و جهان‌بینی انسان امروز از جهان است. شیوه آموزش معماری به هیچ رو جدا از شیوه آموزش سایر علوم نیست و باید با تغییرات شیوه‌های آموزشی خود را وفق دهد و از ارزش‌های نوین آموزشی بهره‌بردار (مهدوی نژاد و همکاران، ۱۳۹۲).

روش‌های فرهنگ‌سازی در معماری: رسانه: در حال حاضر، رسانه‌ها تأثیر مهمی بر روی زندگی عمومی شهروندان دارند و با برقراری ارتباط با حوادث و مسائل جاری، باعث شکل‌گیری هویت‌های جمعی در مورد یک موضوع خاص یا موضوعات مختلف می‌شوند و مسئول



شکل ۳. عدم تفکیک فضاهای عمومی و خصوصی (مآخذ: حائری مازندرانی، ۱۳۹۵، ۱۶۶).



شکل ۲. درب سرویس به نشیمن گشوده می‌شود (حائری مازندرانی، ۱۳۹۵، ۱۶۶).

معناداران بیان کنند (Mirzaean Mahabadi et al., 2014).
انواع آموزش شهروندان در دیگر کشورها: نظام آموزش معماری در کشور اتریش: نکات قابل توجه در سیستم آموزشی معماری در دانشکده فنی اتریش، در مقایسه با ایران سیلابس درسی رشته معماری، معمولاً در طی یک دوره زمانی چندساله به آزمون گذاشته می‌شود و پس از سپری شدن چندین سال تحصیلی و مشخص شدن نقاط ضعف و قوت آن، سیلابس جدیدی بر مبنای این نقاط ضعف و قوت نگاشته می‌شود. (رشیدزاده و بایزیدی، ۱۳۹۴).
 کشور کره: گرایش مردم به کسب اطلاعات و احیای هنر و فرهنگ در کره کاملاً واضح است که اطلاعات فرهنگی هنری از طریق رسانه‌های گروهی جدید یا شبکه الکترونیکی مؤثرتر انتقال می‌یابد. توسعه سیستم اطلاعات فرهنگی کره دربرگیرنده نرم‌افزار گسترش و ترویج فرهنگ هنر و جهانگردی و نیز سیستم مدیریت اطلاعات از طریق ایجاد شبکه اطلاعات پایگاه داده‌ای برای عصر چندرسانه‌ای هست. (نجاتی حسینی، ۱۳۷۹). کشور ژاپن: مطالعات اجتماعی بر آموزش شهروندی در ژاپن تأکید می‌کند. آموزش مدرسه‌ای همه‌ی مباحث استاندارد، فعالیت‌های فوق برنامه و آموزش اخلاقی، فعالیت‌های ویژه‌ی رخدادهای مدرسه‌ای و «دوره بررسی جامع» را دربرمی‌گیرد. (قائدی، ۱۳۹۰). کشور انگلستان: آموزش شهروندی در انگلستان بیشتر بر نوعی آموزش شهروندی تأکید می‌شود که دانش آموزان را قادر به مشارکت قابل توجه در ساخت فرهنگ دموکراتیک و سیاسی سازد (قائدی، ۱۳۹۰).

بمط

پس از معرفی روش‌های فرهنگ‌سازی که می‌توان در معماری آن‌ها را به کاربرد انتظار می‌رود در قدم اول در جامعه امروز ایران این روش‌ها مورد ارزیابی آماری قرار گیرد تا کیفیت و میزان استفاده از این روش‌ها در جامعه فعلی ما مشخص گردد. قدم بعدی ارزیابی از پتانسیل‌های این روش‌ها از نقطه نظر هزینه، سرعت، سهولت اجرا و تأثیرگذاری است. برای گردآوری اطلاعات موردنیاز از کیفیت و میزان استفاده از این روش‌ها از ابزار پرسشنامه بسته پاسخ با ۱۴ سؤال و ۵ سؤال برای متغیرهای دموگرافیک استفاده شده که شواهد و مراحل تدوین و نهایی شدن آن به شرح زیر هست: پرسشنامه طراحی شده در مرحله‌ی اول در بین ۳۰ نفر از ساکنین مناطق مختلف تهران توزیع شد. داده‌ها وارد نرم‌افزار Spss 16 شد و پس از بررسی آزمون الفای کرونباخ و تغییر برخی سؤالات، پرسشنامه اصلی طراحی شد.
 متغیرهای مستقل پرسشنامه عبارت‌اند از: سنجش میزان توجه عامه از اصول معماری که دربردارنده پنج عامل توجه به معماری در کل،

اینترنت و شبکه‌های اجتماعی. رسانه‌های شفاهی: منبر، خطابه، سخنرانی، آموزش‌های حضوری در مدارس و دانشگاه‌ها.
فضاهای مجازی: به نظر می‌رسد تلاش‌ها برای جلب مشارکت مردم هنگامی که فرایند مشارکت در پروژه در زمان و مرحله مناسب انجام شود، کارایی بیشتری داشته است. مشارکت مردم منجر به پایداری اجتماعی در جهت تحقق شایستگی در پروژه‌های برنامه‌ریزی شهری می‌شود (Mahdavinejad & Amini, 2011). درحالی‌که بیشتر رویکردهای مشارکت عمومی در دوره قبل از دیجیتال با گروه‌های کوچکی از شرکت‌کنندگان و کارگاه‌های چهره به چهره سروکار داشت، با گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، وضعیتی جدید به وجود آمده است که امکان انتقال بسیاری از حوزه‌های مختلف زندگی بشری به فضای مجازی را فراهم ساخته است. با توجه به ماهیت و امکانات زیرساختی شهر تهران، شهروندان تهرانی می‌توانند از این امکانات به وجود آمده توسط فناوری‌های نوین در جهت رفع مسائل و تنگناهای زمانی خود استفاده نمایند. با توجه به جدید بودن فناوری‌های رسانه‌ای، آموزش آن ضروری است. جهت تحقق شهروند الکترونیکی در ایران، نیاز به ایجاد بسترهای ارتباطی امن و مناسب جهت تعامل مردم با دولت است. مسلم است که فراگیری این رسانه‌های مدرن علاوه بر امکانات و ظرفیت‌های زیربنایی، به آموزش و ظرفیت‌های شهروندی دوران مدرن نیز نیاز دارد که همواره بایستی در جهت ارتقای این ظرفیت‌ها کوشید (عسکری و قاسمی اردهائی، ۱۳۹۰).
مشارکت عامه: مفهوم مشارکت اجتماعی عبارت است از دخالت مردم در ایجاد و مدیریت محیط‌های طبیعی و مصنوع زندگی. ارزش مشارکت اجتماعی در آن است که مرزها و آموزه‌های حرفه‌ای سنتی عبور می‌کنند. کنش مشارکت اجتماعی بر پایه این اصل قرار دارد که اگر شهروندان فعال باشند و در خلق و اداره محیط‌های طبیعی و مصنوعی خود دخالت کنند محیط دارای عملکرد بهتری خواهد بود. واگذاری مسئولیت‌های عمومی به خانواده‌ها، گروه‌های جوانان، بانوان، کودکان و تشکیل اجتماعات و تشکل‌های خودجوش محلی در این راستای تحقق مفاهیم شهروندی گامی مؤثر می‌تواند باشد (مولایی، ۱۳۹۵).
 «مشارکت را نمی‌توان به نحو مؤثری به کار بست، مگر آنکه علاوه بر وجود اراده سیاسی در دولت، قوانین لازم و نهادها و سازمان‌های اجتماعی متناسب برای ترویج آن و برخی شرایط دیگر که به خود شرکت‌کنندگان ارتباط دارد، موجود باشد.» (پیرایه گر و ریاضی، ۱۳۹۰). با حمایت از مشارکت، طراحان به چالش‌های اساسی برای ابداع و طراحی فرهنگی می‌پردازند که در آن کلیه شرکت‌کنندگان در فرآیندهای طراحی مشارکتی می‌توانند خود را در فعالیت‌های

در محدوده مناطق شمال، جنوب، مرکز، شرق و غرب تهران آن‌ها را بین افراد غیر معمار (عامه) در سطح شهر پخش کنند. بدین ترتیب نمونه‌ها از تقریباً تمام مناطق تهران و به‌صورت تصادفی انتخاب شدند. همچنین ۲۰ درصد پرسشنامه‌ها در فضای عمومی پارک لاله در روز جمعه در بین افراد مراجعه‌کننده غیر معمار پخش شد.

تملیل یافته‌ها

برای تحلیل داده‌های کمی پژوهش هم از آمارهای تک متغیری شامل جداول توزیع فراوانی و شکل دایره‌ای و میله‌ای برای یافته‌های توصیفی و برای پاسخ به سؤالات و بررسی فرضیه‌های پژوهش (تحلیل استنباطی) استفاده شده است. پس از انجام مصاحبه و وارد کردن داده‌ها در نرم‌افزار spss 16.0 یافته‌های پژوهش حاضر به‌صورت زیر ارائه شد: همان‌طور که ملاحظه می‌شود درصد پاسخ‌دهندگان زن و مرد در این پژوهش با توجه به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای بکار رفته به تعداد تقریباً برابر بوده است. همچنین با توجه به وسعت جغرافیایی هر منطقه آمار تقریباً قابل قبولی از توزیع پرسشنامه در مناطق جغرافیایی شمال مرکز، جنوب به‌دست‌آمده است (جدول ۱).

ارزیابی متغیرهای وابسته به رشد فرهنگی معماری

ارزیابی میزان صرف توجه مردم عامه به نورگیری در معماری، باد غالب منطقه، میزان صرف توجه مردم عامه به مصالح مناسب با اقلیم در معماری، میزان صرف توجه مردم عامه به حوزه‌بندی فضاها در معماری (جدول ۲).

در این ارزیابی مشاهده می‌شود درصد زیادی از مردم به اهمیت حضور نور و آفتاب‌گیری فضا کاملاً واقف می‌باشند. در مورد مبحث باد و اهمیت آن در طراحی معماری ملاحظه می‌شود درصد بسیار زیادی از مردم به اهمیت بادها و تأثیرات آن‌ها در ساختمان آشنا نیستند. آمار به‌دست‌آمده نشان‌دهنده میزان توجه به مصالح به‌کاررفته در ساختمان به‌صورت متوسط رو به بالا هست. همان‌طور که ملاحظه می‌گردد توجه و علاقه مردم و آگاهی آنان از اهمیت معماری در انتخاب و بررسی یک فضا بسیار بالاست همچنین درصد زیادی از افراد به مسائل مربوط به جانمایی فضاها توجه نشان می‌دهند.

ارزیابی روش‌های فرهنگ‌سازی

ارزیابی میزان تأثیر رسانه‌ها در معماری

نمودارهای مربوط به تأثیر رسانه‌ها در معماری به‌صورت زیر هست (شکل ۴ تا ۸). همان‌طور که ملاحظه می‌گردد درصد زیادی از کاربران عملکرد

نور، باد، مصالح و چیدمان فضایی بوده است. کیفیت اطلاع‌رسانی رسانه‌های تلویزیون، رادیو و ماهواره که دربردارنده پنج عامل اطلاع‌رسانی مستندهای معماری، اطلاع‌رسانی نور، باد، مصالح و توجه به معماری بوده است. تأثیرات فضای مجازی در اطلاع‌رسانی بردارنده دو عامل میزان استفاده مردم و میزان اهمیت آن از دیدگاه مردم است. میزان استفاده از رسانه‌های نوشتاری در میان مردم. میزان مشارکت مردم در زمینه‌ی طراحی معماری. متغیرهای دموگرافیک شامل پرسش درباره‌ی جنسیت، سن، میزان تحصیلات، وضع فعالیت و منطقه محل سکونت هست که هر کدام از این گروه پرسش‌ها خود به زیرگروه‌هایی تقسیم‌شده که تحلیل‌ها منسجم‌تر صورت گیرد.

آزمون روایی و پایایی پرسشنامه

آزمون روایی پرسشنامه از روش روایی محتوا و از طریق مصاحبه با اساتید و متخصصان معماری صورت پذیرفت. میزان پایایی پرسشنامه به روش همبستگی نسبی بیان سؤالات آزمون‌های کرون باخ به‌دست‌آمده و کرون باخ به‌قرار زیر محاسبه گردید؛ که مقدار عددی آن ۰/۷۰۶ به دست آمد که نشان از احراز اعتبار پرسشنامه هست. در این رابطه K تعداد پرسش‌ها و K واریانس هر پرسش و واریانس کل پرسش‌ها است (رابطه ۱).

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

رابطه ۱. آزمون آلفای کرونباخ

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری این پژوهش، شهروندان شهر تهران بودند زیرا کلان‌شهر تهران با توجه به دارا بودن جمعیت زیاد، خرده‌فرهنگ‌های گوناگون و وضعیت اقتصادی ناهمگون ساکنین برای پژوهشی با موضوع بررسی آگاهی عامه مردم از اصول معماری، مکان مناسبی قلمداد می‌شود. لذا از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده‌شده تا یافته‌های تحقیق بر اساس مناطق به‌دست‌آمده در داخل هر ناحیه شانس شهروندان یکسان بوده و به‌طور تصادفی ساده انتخاب شوند. یعنی در این مرحله نمونه‌گیری قضاوتی نبوده است.

تعداد افراد شرکت‌کننده در هر دو پرسشنامه با توجه به جمعیت بالای ۱۸ سال در تهران ۲۰۰ نفر تعیین شد. در مرحله اول با توجه به بازه‌های متغیرهای دموگرافی از تعداد کل ۲۰۰ پرسشنامه ۸۰ درصد آن در اختیار دانشجویان رشته‌ی معماری (به هر کدام ۱۰ پرسشنامه) قرار گرفت. به آن‌ها آموزش‌های لازم داده شد و از آن‌ها خواسته‌شده

جدول ۱. نتایج متغیرهای دموگرافیک

نتایج		متغیرهای دموگرافیک	
جنسیت		نسبت	
مرد ۴۵٪		زن ۵۳٪	
درصد تحصیلات کاربران		زیر دیپلم ۸٪	
لیسانس ۳۸٪		دیپلم ۳۶٪	
فوق لیسانس و بالاتر ۱۸٪		(۸-۱۴) ۳۱٪	
(۲۱-۲۲) ۱۰٪		(۱۵-۲۰) ۹٪	
درصد مناطق سکونت کاربران		(۱۸-۳۰) ۳۰٪	
درصد سنی کاربران		(۳۱-۴۰) ۳۱٪	
۶۰-۱۰۰) ۶٪		(۴۱-۵۰) ۲۱٪	
درصد شغلی کاربران		خانهدار ۲۲٪	
شاغل ۵۰٪		دانشجو ۱۱٪	
محصل ۴٪		بازنشسته ۷٪	
سرباز ۱٪		بیکار ۲٪	

جدول ۲. ارزیابی متغیرهای وابسته به رشد فرهنگی معماری

متغیرهای وابسته به رشد فرهنگی معماری	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
میزان توجه به نورگیری و آفتاب	۰/۵ درصد	۳ درصد	۱۲ درصد	۲۷ درصد	۵۷ درصد
میزان توجه به جهت وزش باد غالب	۲۸ درصد	۲۵ درصد	۲۶ درصد	۱۳ درصد	۷ درصد
میزان توجه به مصالح	۰/۵ درصد	۱ درصد	۱۱ درصد	۳۳ درصد	۵۴/۵ درصد
میزان توجه به چیدمان فضاها	۱ درصد	۱/۵ درصد	۱۳ درصد	۳۶ درصد	۴۸/۵ درصد
میزان توجه به معماری فضا	۷/۵ درصد	۱۲ درصد	۲۹ درصد	۲۷ درصد	۲۴ درصد

تا (۱۲). در بحث توجه و اهتمام مردم به فضای مجازی در کل مشاهده می‌شود که درصد زیادی از مردم مقوله فضای مجازی و وقتی که در آن را صرف می‌کنند را زیاد می‌دانند. همچنین در حال حاضر مشاهده می‌شود که اهتمام و مشاهدات معماری مردم در فضای مجازی کم است. همان‌طور که ملاحظه می‌گردد استفاده مردم از رسانه‌های نوشتاری تقریباً متوسط هست. متأسفانه ملاحظه می‌گردد که درصد مشارکت شهروندان در مقوله طراحی معماری کم است.

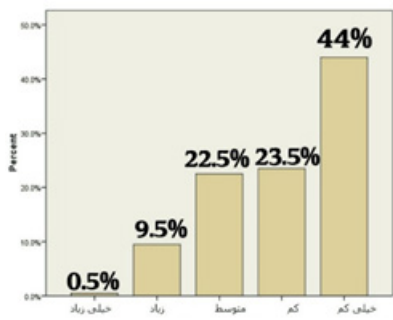
ارزیابی روش‌ها بر اساس معیارهای مؤثر در انتخاب روش‌های فرهنگ‌سازی

معیارهای مورد استفاده در این مطالعه که با استفاده از نظرات محققان و کارشناسان این حوزه صورت پذیرفت عبارت‌اند از: هزینه، اثربخشی، مدت‌زمان اثربخشی و سهولت اجرا. با توجه به اینکه اهمیت معیارهای ارزیابی جهت رتبه‌بندی روش‌های آگاهی عمومی، از دید کارشناسان و خبرگان یکسان نیست، بنا بر نظر کارشناسان اولویت‌بندی معیارهای اثربخشی (۰/۶۰۴)، مدت‌زمان تأثیر (فاصله زمانی اجرا تا اثربخشی)

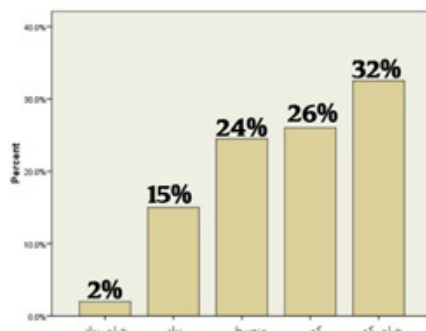
اطلاع‌رسانی رسانه‌های دیداری مثل تلویزیون رادیو و ماهواره را در امر آموزش جهت‌های آفتاب‌گیری و مبحث نورگیری ساختمان باد و همچنین و مصالح سازگار با اقلیم بسیار ضعیف اعلام کردند درصد تقریباً زیادی از کاربران به میزان تقریباً زیادی در برنامه‌های رسانه‌ها به پس‌زمینه‌ی معماری فضاها علی‌رغم موضوع اصلی برنامه نبودن توجه نشان می‌دهند. همان‌طور که ملاحظه می‌گردد درصد زیادی از کاربران عملکرد اطلاع‌رسانی رسانه‌های دیداری مثل تلویزیون رادیو و ماهواره را در امر آموزش جهت‌های آفتاب‌گیری و مبحث نورگیری ساختمان باد و همچنین و مصالح سازگار با اقلیم بسیار ضعیف اعلام کردند درصد تقریباً زیادی از کاربران به میزان تقریباً زیادی در برنامه‌های رسانه‌ها به پس‌زمینه‌ی معماری فضاها علی‌رغم موضوع اصلی برنامه نبودن توجه نشان می‌دهند. میزان توجه مردم به مستندهای معماری متوسط رو به پایین هست.

ارزیابی میزان تأثیر رسانه‌های مجازی و نوشتاری و همچنین میزان مشارکت عامه مردم در معماری.

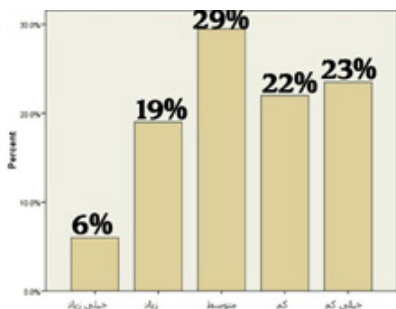
نمودارهای مربوط به تأثیر رسانه‌های مجازی و نوشتاری و همچنین میزان مشارکت عامه مردم در معماری به صورت زیر هست (شکل ۹)



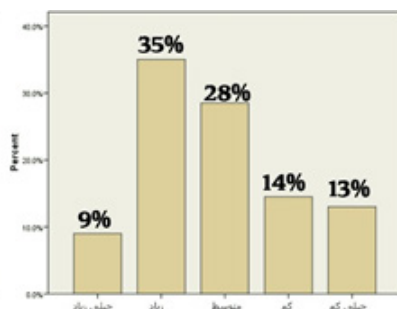
شکل ۵. میزان اطلاع‌رسانی باد غالب در تلویزیون



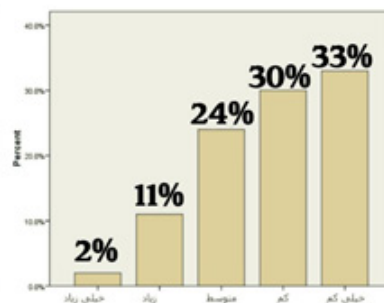
شکل ۴. میزان اطلاع‌رسانی اصول نورگیری در تلویزیون



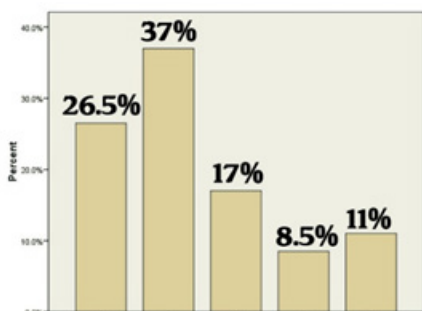
شکل ۸. میزان توجه به مستندهای معماری در تلویزیون



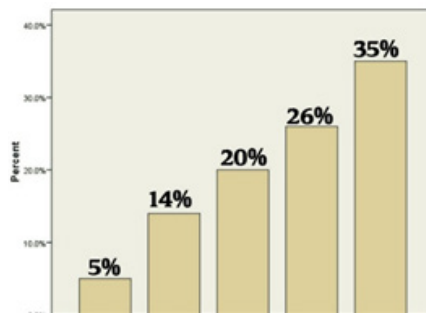
شکل ۷. میزان توجه به معماری فضا



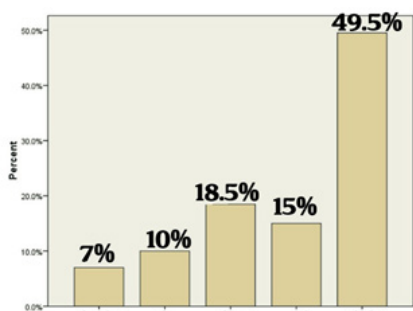
شکل ۶. میزان اطلاع‌رسانی مصالح سازگار در تلویزیون



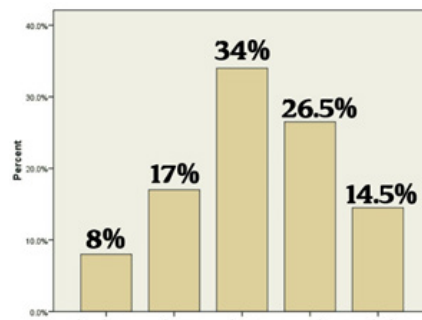
شکل ۱۰. میزان اهمیت فضای مجازی از دیدگاه مردم



شکل ۹. میزان توجه به معماری در فضای مجازی



شکل ۱۲. میزان مشارکت مردم در طراحی



شکل ۱۱. میزان مطالعه‌ی بروشورها، تراکت‌ها به صورت کلی

جدول ۳. مطالعه‌ی تطبیقی روش‌های فرهنگ‌سازی.

ردیف	روش‌های فرهنگ‌سازی	سهولت اجرا	هزینه	اثربخشی	فاصله زمانی (اجرا تا اثربخشی)
۱	رسانه‌های دیداری و شنیداری	زیاد	زیاد	زیاد	کم
۲	فضای مجازی	خیلی زیاد	خیلی کم	کم	زیاد
۳	رسانه‌های نوشتاری	کم	کم	خیلی کم	خیلی زیاد
۴	مشارکت و تعامل رودررو	خیلی کم	خیلی زیاد	خیلی زیاد	خیلی کم

لذا از نقطه نظر میزان اثربخشی بیشترین روش را با توجه به آمارهای به دست آمده روش مشارکت و تعاملی رودررو دارد. از مشکلات این روش می‌توان به پرهزینه بودن و عدم سهولت اجرا دانست. در عین حال رسانه‌های دیداری و نوشتاری از نقطه نظر هزینه و اثربخشی پربازده‌تر محسوب می‌شود.

پیشنهاد می‌شود در حوزه عملکرد رسانه‌های دیداری و شنیداری برنامه‌ها و استراتژی‌های معین در بازه‌های زمانی کوتاه و بلند توسط دولت، سازمان نظام‌مهندسی کشور، شهرداری‌ها تدوین شود. اهتمام رسانه ملی بخصوص تلویزیون (سازندگان برنامه‌های تلویزیونی) به امر فرهنگ‌سازی اصول پایه‌ای معماری بیشتر شود. همچنین تهیه مستندهای جداگانه درباره هر یک از اصول معماری و نمایش مکرر آن‌ها، مسئولین امور شهری و واعظان قوانین و دستورالعمل‌های شهری به مشورت و همفکری برای ارائه راهکارهایی جهت مشارکت شهروندان در امور مربوط به طراحی‌های منطقه‌ای کوچک و نظرخواهی از آنان دعوت شوند. تشویق مالی دولت برای افرادی که این اصول را به صورت درست در ساختمان‌های خود اجرا می‌کنند، آموزش همگانی از طریق رسانه‌های نوشتاری توسط دانشجویان معماری. بازدید و سفرهای کوتاه از مکان‌هایی با معماری درست برای عامه مردم توسط سرای محلات شهرداری‌ها. نهادینه کردن این اصول در کتاب‌های درسی دانش آموزان و دسترسی مردم به مباحث معماری مطرح شده در فضاهای مجازی از دیگر راهکارها برای ارتقا شناخت مردم از معماری هست.

سیاست‌گذاران باید به توسعه استراتژی‌های بلندمدت آموزش شهروندی که بر تأمین فواید درازمدت برای شهروندان تأکید داشته باشد، بپردازند. برای بهبود بخشیدن به این وضعیت باید تلاش‌های درون دولتی و میان ملتی صورت پذیرد. تشویق کشورها به شروع تلاش‌های مستقل و گسترش مشارکت از طریق تبلیغ و اشاعه همکاری مشترک ترغیب کشورها به سهیم شدن در اطلاعات موجود جلوگیری از سرمایه‌گذاری‌های همپوشان آن و افزایش کارایی از طریق تبادل اطلاعات.

(۰/۲۰۲)، هزینه (۰/۱۰۸) و سهولت اجرا (۰/۰۸۶) است (خواجه روشنایی و نوالی حسینی، ۱۳۹۵). طبق بررسی‌ها و نتایج به دست آمده می‌توان روش‌های مختلف فرهنگ‌سازی را با معیارهای ارزیابی کارشناسان این حوزه در جدول زیر مشخص نمود (جدول ۳).

نتیجه‌گیری

در پاسخ به سؤال پژوهش مشخص شد روش‌های مشارکت مردمی، رسانه‌ها، فضای مجازی به عنوان روش‌های کارآمد در امر فرهنگ‌سازی اصول معماری در ارتقا شناخت مردم از معماری مؤثر است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که درصد زیادی از مردم به اهمیت درک نورگیری فضاها و چیدمان مناسب فضاها واقف می‌باشند ولی به اهمیت بادها و تأثیرات آن‌ها در ساختمان آشنا نیستند. میزان توجه به مصالح به کاررفته در ساختمان به صورت متوسط رو به بالا هست. توجه و علاقه مردم و آگاهی آنان از اهمیت معماری در انتخاب و بررسی یک فضا بسیار بالاست. مردم عملکرد اطلاع‌رسانی رسانه‌های دیداری و شنیداری را در امر آموزش اصول معماری بسیار ضعیف اعلام کردند و علی‌رغم عملکرد نامطلوب رسانه‌ها مردم در برنامه‌های رسانه‌ها به پس‌زمینه‌ی معماری فضاها توجه نشان می‌دهند. میزان توجه مردم به مستندهای معماری متوسط رو به پایین هست. درصد زیادی از مردم وقت زیادی در فضای مجازی صرف می‌کنند ولی مشاهده می‌شود که اهتمام و مشاهدات معماری مردم در فضای مجازی کم است. استفاده مردم از رسانه‌های نوشتاری تقریباً متوسط هست و درصد مشارکت شهروندان در مقوله‌ی طراحی معماری در حال حاضر کم است.

حضور چهار عامل در مطالعه تطبیقی روش‌های فرهنگ‌سازی مشهود است. سهولت اجرا، هزینه، اثربخشی و فاصله‌ی زمانی (اجرا تا اثربخشی). در مواردی که خود مردم تجربه برخورد با این عوامل را داشته‌اند (همانند نقش نور در ساختمان و یا حریمیت و حوزه‌بندی فضایی) به طور معنی‌داری اطلاعات مردم بیشتر از مواردی (مانند شناخت از اهمیت و تأثیر بادها و مصالح همگام با اقلیم) است که نه آموزش دیده‌اند و نه تجربه‌ی حضور در معماری صحیح را داشته‌اند.

۱۰. حجت، عیسی؛ و معظمی، منوچهر. (۱۳۹۳). ریشه‌های گسست و گم‌گشتگی فرهنگی در معماری معاصر ایران. *آرمانشهر*. ۱۰(۲۱)، ۱۰۳-۱۱۲.

۱۱. کاوسی، اسماعیل؛ و حسن پور، محمد. (۱۳۸۶). بررسی عوامل مؤثر در ارتقاء سطح فرهنگ عمومی از دیدگاه مدیران فرهنگ و ارشاد اسلامی. *مدیریت فرهنگی*، ۱(۱)، ۱۳-۲۹.

۱۲. حمزه نژاد، مهدی؛ مخبری، نغمه؛ و عربی، مائده. (۱۳۹۲). ابعاد فرهنگ‌سازی برای ایجاد معماری هویت‌گرا در جامعه امروز. *دومین همایش ملی معماری و شهرسازی اسلامی*. آذر ۵-۶، تبریز.

۱۳. خواجه روشنایی، نرگس؛ و نوالی حسینی، سید محمدرضا. (۱۳۹۵). تدوین روش‌های ارتقای سطح آگاهی عمومی در اجرا و بهره‌برداری مناسب شبکه فاضلاب داخلی و بیرونی مطالعه موردی: شهر مشهد. *نشریه آب و توسعه پایدار*. ۳(۲)، ۲۷-۳۴.

۱۴. دهشیری. محمدرضا. (۱۳۸۴). *اصول خبررسانی و برنامه‌سازی در رسانه ملی*. تهران: انتشارات سروش.

۱۵. رسول‌زاده اقدم، صمد؛ رضانژاد اصل بناب، هادی؛ سالک قهفرخی، رقیه؛ و قاسم زاده، بهنام. (۱۳۹۵). بررسی مشخصه‌های معماری مسکن بر اساس معیارهای فرهنگ و سبک زندگی: یک رویکرد تطبیقی از معماری سنتی و مدرن. *فصلنامه جامعه‌شناسی سبک زندگی*، ۲(۶)، ۳۵-۶۳.

۱۶. رجب‌زاده، (۱۳۷۸). *شاخص‌سازی فرهنگی، زمینه‌های نظری و محدودیت‌های آن*. مقالات برگزیده همایش نقش و جایگاه دولت در توسعه فرهنگی. تهران: نشر جهاد دانشگاهی.

۱۷. رجب‌زاده، (۱۳۸۰). *درآمدی بر مفهوم فرهنگی*. مجموعه مقالات جامعه و فرهنگ، جلد پنجم، تهران: نشر آرون.

۱۸. رشیدزاده، الهام و بایزیدی، قادر. (۱۳۹۴). بررسی مقایسه‌ای نحوه‌ی پذیرش و آموزش معماران در دانشگاه‌های ایران و سایر کشورها (آمریکا، آلمان، اتریش، روسیه، ژاپن). *اولین همایش بین‌المللی ایده‌های نو در معماری و شهرسازی*، مهر ۳۰، اردبیل.

۱۹. روزبهانی، روح‌انگیز؛ حمیدی، سهراب؛ یعقوبی، رضا؛ و فردرو، محسن. (۱۳۸۰). *ملاحظات پیروان فرهنگ عمومی و اصلاح آن*. جلد اول مجموعه مقالات جامعه و فرهنگ. تهران: نشر آرون.

۲۰. رثوفی، نگین و قدوسی فر، سید هادی. (۱۳۹۶). نقش فرهنگ در معماری بومی. *کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری و شهرسازی ایران معاصر*. مرداد ۲۴، تهران.

۲۱. شارع پور، محمود. (۱۳۹۵). *جامعه‌شناسی شهری*. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

۲۲. شصتی، شیما؛ فلامکی، محمدمنصور؛ و جواهری پور، مهرداد. (۱۳۹۶). معماری مسکونی امروز شهر تهران و پروبلماتیک فرهنگ از منظری جامعه‌شناختی، *فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی*، ۹(۲)، ۸۵-

مواردی همچون تأثیر سواد و شغل و ... در میزان آگاهی افراد، بررسی روش‌های فرهنگ‌سازی به‌طور خاص (مثلاً تخصیص پژوهش به نورگیری) در بین مردم، تدوین راهکارهای مناسب جهت فرهنگ‌سازی در هر یک از مقولات رسانه‌های دیداری و نوشتاری، نقش و جایگاه معماران (جامعه‌ی متخصص) در امر آموزش اصول معماری به عامه مردم و ... می‌تواند موضوع پژوهش‌های آینده باشد.

در نهایت باید به این نکته اشاره کرد که آگاهی مردم از اصول اولیه و مهم معماری به‌عنوان قطب مهم کنترل و نظارت بر ساختمان‌سازی در ایران منوط به توجه بیشتر مسئولین به امر فرهنگ‌سازی بیشتر این اصول در بین افراد عامه است.

فهرست مراجع

۱. ازکیا، مصطفی؛ و ایمانی، علی. (۱۳۹۴). *توسعه پایدار روستایی*. تهران: انتشارات اطلاعات.

۲. ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا. (۱۳۹۲). *توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران*. تهران: نشر نی.

۳. افهمی، رضا؛ حسینی گوهری، پیمان؛ سیف‌الهی ده میری؛ محمدطه و ورمزیار، حسن. (۱۳۹۵). معماری و فرهنگ، با رویکرد فرهنگ معماری. *کنفرانس بین‌المللی مهندسی معماری و شهرسازی*. تهران.

۴. ایوبی، مرتضی؛ و امیرکیایی، مهدی. (۱۳۹۴). بررسی تأثیرات متقابل فرهنگ و معماری و جایگاه آن در معماری بومی ایران. *دومین همایش بین‌المللی و چهارمین همایش ملی معماری، مرمت، شهرسازی و محیط‌زیست پایدار*. اسفند ۱۰، همدان.

۵. بهمنی‌کارزونی، سارا؛ و پورجعفر، محمدرضا. (۱۳۹۲). تجلی فرهنگ در فضاهای معماری ایرانی - اسلامی با تأکید بر سلسله‌مراتب فضایی مجموعه زندیه شیراز. *دومین کنگره بین‌المللی علوم انسانی اسلامی*. آبان ۲۶-۲۷، قم.

۶. بیات سید شهابی، علی؛ و مقبول اقبالی، مهناز. (۱۳۸۹). *بررسی نقش رسانه ملی در اثر بخشی آموزش‌های شهروندی بر روی شهروندان*. سمینار رسانه و آموزش شهروندی. تهران: اداره کل آموزش‌های شهروندی شهرداری تهران.

۷. پیرایه گر، میلاد؛ و ریاضی، فیاض. (۱۳۸۹). *ارائه راهکارهایی برای آموزش شهروندان در ساخت و ارتقاء کیفی فضاهای شهری در ایران*. سمینار رسانه و آموزش شهروندی. تهران: اداره کل آموزش‌های شهروندی شهرداری تهران.

۸. جامع، رقیه؛ و شاکری، عبدالرضا. (۱۳۸۹). *رسانه‌های نوین و آموزش سمینار رسانه و آموزش شهروندی*. تهران: اداره کل آموزش‌های شهروندی شهرداری تهران.

۹. حائری مازندرانی، محمدرضا. (۱۳۹۵). *خانه، فرهنگ، طبیعت در معماری ایران*. تهران: مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری.

۱۰۶. ۳۶. نجاتی حسینی، سید محمود. (۱۳۷۹). *اطلاع رسانی و فرهنگ*. تهران: خانه کتاب ایران، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
37. Brindley, T., Rydin, Y., & Stoker, G. (1996). *Re-Making Planning: The Politics of urban Changes*, London: Routledge.
38. Chandler, T. (1987). *Four Thousand Years of Urban Growth: An Historical Census*. Lewiston, NY: Mellen.
39. Hoshjar, N. (2012). Architectural Identity in an Era of Change. *Developing Country Studies*, 2(10), 81-96.
40. King, A. (1990). Architecture, capital and the globalization of culture. *Theory, Culture and Society*, 7 (2-3), 397-41.
41. Gill, L. (2004). *Does culture affect form: Creating architecture and community from culture?* University of Maryland. College Park.
42. Mahdavinjad, M., & Amini, M. (2011). Public participation for sustainable urban planning in case of Iran. *Procedia engineering*, 21, 405-413.
43. Million, A., Heinrich, A., & Coelen, T. (2017). *The Interrelationship between Education and Urban Development. Education, Space and Urban Planning*. Springer, Cham..
44. Mirzaean Mahabadi, Sh., Zabihi, H., & Majedi, H. (2014). Participatory Design; a New Approach to Regenerate the Public Space. *International Journal of Architecture and Urban Development*, 4 (4). 15-22.
45. Ruiz, L. (2019). *Architecture as a Cultural Catalyst*, PA: Pennsylvania State University.
46. Kockler, R. E. (1989). *Culturally responsive architecture: a community center and housing for Latinos in Roxbury* (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology).
47. UNESCO Bangkok (Asia and Pacific Regional Bureau for Education), (2020). *Sustainability Ofcommunity Learning Centres: Community Ownership and Support*. Mom Luang Pin Malakul Centenary, Retrieved November 18, 2020, from: <https://unesdoc.unesco.org/>
۲۳. صالح آهنگر، مژگان؛ و جاویدی نژاد، مهرداد. (۱۳۹۸). *سنجش میزان آگاهی عامه مردم از اصول پایه‌ای معماری. فصلنامه علمی، راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۸(۳۱)، ۲۰۷-۲۳۳.
۲۴. صالح آهنگر، مژگان. (۱۳۹۴). *مقایسه‌ی میزان تفاوت انرژی مصرفی مصالح آجر و سنگ در پوسته‌ی خارجی ساختمان با بهره‌گیری از نرم افزار ECOTECT. نخستین همایش ملی انرژی، ساختمان و شهر*. بهمن ۳-۴، ساری.
۲۵. عسکری، سید احمد؛ و قاسمی اردهانی، علی. (۱۳۹۰). *آموزش استفاده از تکنولوژی های نوین رسانه ای به شهروندان شهر مجازی تهران. سمینار رسانه و آموزش شهروندی. تهران: اداره کل آموزش های شهروندی شهرداری تهران*.
۲۶. فردرو، محسن؛ روزبهبانی، روح‌انگیز؛ حمیدی، سهراب؛ و یعقوبی، رضا. (۱۳۸۰). *استراتژی‌های عمده در رابطه با فرهنگ عمومی و خرده‌فرهنگ‌های عمومی، مجموعه مقالات جامعه و فرهنگ*، جلد اول، تهران: نشر آرون.
۲۷. فردرو، محسن. (۱۳۸۱). *مطالعه وضع فرهنگ عمومی. تهران: نشر روژین*.
۲۸. فکوهی، ناصر. (۱۳۹۱). *انسان‌شناسی شهری. تهران: نشر نی*.
۲۹. قائدی، سینا. (۱۳۹۰). *تجارب جهانی آموزش شهروندی. سمینار رسانه و آموزش شهروندی. تهران: اداره کل آموزش های شهروندی شهرداری تهران*.
۳۰. فولادی، محمد، (۱۳۸۷). *فرهنگ و مهندسی فرهنگ. فصلنامه راهبرد فرهنگ*، ۱(۶)، ۱۸۳-۲۲۰.
۳۱. مظفر، فرهنگ؛ حسینی، سیدباقر؛ و عبدمجیری، امین. (۱۳۹۱). *فرهنگ در پژوهش‌های معماری. نشریه مسکن و محیط روستا*، ۳۱(۱۳۸)، ۲۹-۳۸.
۳۲. مولایی، اصغر. (۱۳۹۵). *توسعه شهری پایدار با محوریت حقوق شهروندی. دومین همایش ملی تبیین حقوق شهروندی. مهر ۳، ارومیه*.
۳۳. مومنی، کوروش و مسعودی، زهره. (۱۳۹۵). *رابطه فرهنگ و معماری (با بررسی موزه هنرهای معاصر تهران). جلوه هنر*، ۸(۱۵)، ۶۷-۸۲.
۳۴. معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۸۵). *وسایل ارتباط جمعی. جلد اول. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی*.
۳۵. مهدوی‌نژاد، محمدجواد؛ یاری، فهیمه؛ پرویزی، قامت؛ و دهقانی، صهیب. (۱۳۹۲). *تحول در آموزش معماری در تعامل دوسویه با تاریخ و فناوری. دوفصلنامه معماری و شهرسازی پایدار*، ۱(۲)، ۵۵-۶۳.

Analysis and Evaluation of the Cultural Methods' Performance of the Basic Architectural Principles in Iran Society

Mojgan Saleh Ahangar, Ph.D.Candidate, Engineering Faculty, Saveh Branch. Islamic Azad University, Markazi. Iran

Said Tizghaalam Zonuzi, Assistant Professor, Department of Art and Architecture, Tehran Markaz Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.*

Mehrdad Javidi Nejad, Assistant Professor, Department of Art and Architecture, Tehran Markaz Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Abstract

Today, perhaps more than ever, we are in disarray in the field of architecture and the city. On the other hand, we cope with buildings that have nothing to do with the history and culture of our country and without cultural, social, and philosophical backgrounds, according to the tastes and welcome of employers and designers, based on foreign examples, in the corners of our cities and views. However, in the field of residential architecture, we see the construction of buildings that are under the rule of the economic view of the city and architecture and to become more profitable, cultural, social, and natural features of its construction completely ignored and regardless of various cultural characteristics. The different ethnic groups of Iran, in all the vast and diverse areas of the land of Iran, are made the same and uniform. Undoubtedly, the effect of cultural patterns on human artifacts in lands that are the origin of ancient civilizations and cultures, which have a longer life history, due to during the time and the impact of various historical, social, economic, and natural factors. The plateau of Iran with more than a few thousand years of history in civilization and life in its cultural and natural areas is one of these lands. Because of its inherent nature, the field of architecture has a two-way interaction between architects and people. Explaining cultural methods and examining their weaknesses and strengths is the first step in teaching the basic principles of architecture to the general public, an important hub of control and supervision of proper construction. The purpose of this study is to introduce and evaluate the current performance of cultural methods of basic principles of architecture in Iranian society. This article is applied in a methodological approach, the mixture of quantitative-qualitative. First, they are explained by library studies of architectural principles and methods of cultural indexation, and then the current performance of these methods is expressed with quantitative evidence, in the language of statistics. The statistical population of this study has been chosen from Tehran according to cultural diversity. The results of the research indicate that people are very interested in learning about the importance of architecture, although the current performance of cultural institutions in this field is weak. Public participation is a highly effective method. Visual media and cyberspace are low-cost and high-speed. Paying attention to the public issue and trying to solve it is not possible without public participation. Intellectuals and people of culture must work to raise the level of awareness of the people and the country to develop and excel, and if the level of awareness and culture of the people increases, the people will recognize the issues from each other and will be aware of their rights. It is hoped that the general public will become more aware of the basic principles of architecture and that the public, as one of the most influential nuclei, will require builders and architects to adhere more closely to the principles of architecture.

Keywords: Strategic evaluation, Culture-building methods, Basic Principles of Architecture, Architectural Culture, People's participation.

* Corresponding Author Email: sae.tizqalam_zonouzi@iauctb.ac.ir